«Знай наших»: АСИ и Фонд Росконгресс запустили второй конкурс российских брендов

Агентство стратегических инициатив (АСИ) и Фонд Росконгресс объявили о старте конкурса новых российских брендов «Знай наших», цель которого – поддержать развитие перспективных российских брендов во всех регионах России. Участниками могут стать предприниматели – представители малого и среднего бизнеса, чьи компании демонстрируют устойчивые темпы роста и высокую степень локализации производства.

Заявки принимаются с 23 ноября по 31 января 2024 г.

Отбор финалистов пройдет до 15 февраля, а в период до конца февраля будут определены победители, их объявят на торжественной церемонии награждения, которая получит широкое освещение в СМИ.

Подать заявку на участие можно на платформе проекта **идея.росконгресс.рф/brand.**

«Задача конкурса – показать разнообразие российских брендов, которые по качеству не только не уступают иностранным аналогам, но и зачастую превосходят их. Мы видим, как освободившиеся после ухода зарубежных игроков ниши активно занимают отечественные производители, и этот процесс надо поддерживать всеми возможными способами. Помогая нашим брендам развиваться, мы укрепляем устойчивость российской экономики», – сказал Помощник Президента РФ Максим Орешкин.

«Конкурс обязательно поспособствует развитию отечественных брендов. В конце концов в этом

заинтересована как наша экономика в целом, так и российские регионы в частности. Сам конкурс – это обоюдовыгодная история – компании, малые предприниматели должны уметь о себе рассказывать, продавать потребителю свой товар, бренд, потому участники обязательно получат многоформатную поддержку. А рынок, потребители, страна узнают новые компании, новую продукцию. Мы потихоньку уходим от принципа «нет пророка в своем отечестве», российское качество, как правило — это уже высокое качество. Мы все хотим выбора, разнообразия, нам нужно знать больше наших хороших брендов!», – отметил председатель правления, директор Фонда Росконгресс Александр Стуглев.

Во втором сезоне заявки принимают по пяти направлениям: «Продукты и питание», «Потребительские товары», «Креатив», «ИТ», «Высокие технологии».

«Мы рассчитываем увидеть тысячи новых брендов. Условия участия не меняются – мы по-прежнему нацелены на поддержку малого и среднего бизнеса, на предпринимателей, которые уже успешно работают в своем городе, в своем регионе, но нуждаются в определенной помощи, чтобы выйти на новый уровень. Победители конкурса получат различную поддержку и всероссийскую известность, и мы рассчитываем, что для них это станет новым этапом в развитии», – сказала гендиректор АСИ Светлана Чупшева.

Компании-победители получат помощь в продвижении на маркетплейсах и в медиа, доступ к обучающим программам, индивидуальные встречи с бизнес-экспертами, членство в бизнес-объединениях, бесплатное участие в крупных

мероприятиях, а также грантовую поддержку. При выборе победителей будут учитываться темпы роста оборота за год, оценка партнеров проекта и регионов, где компания зарегистрирована, мнение жюри конкурса, участие компании в социальных проектах, в проектах и программах партнеров конкурса. Среди партнеров конкурса - Первый канал, медиахолдинг МАЕР, Симпл, Zenden, Заспорт и другие. В этом году организаторы также отметят регионы, которые лучше всего поддерживают бренды.

Участниками первого сезона конкурса стали порядка 5 тыс. брендов из всех регионов страны. Первое место по количеству заявок заняла Башкирия (более 1,4 тыс.), второе место – Москва (больше 330), третье – Самарская область (свыше 230). В десятку также вошли Санкт-Петербург, Татарстан, Липецкая область, Нижегородская область, Саратовская область, Краснодарский край, Московская область, ХМАО.

Победителями конкурса стали более 30 российских компаний, более 1200 получили поддержку. Больше 40 партнеров конкурса, в числе которых Фонд Росконгресс, Wildberries, OZON, АНО «Диалог», ФЦК, «Почта России», Роскачество, АНО «Национальные приоритеты» оказывают поддержку финалистам в продвижении товаров в торговых сетях и на маркетплейсах, в новых медиа и на ТВ. Кроме того, базу брендов – это около 1250 компаний из числа участников – напрямую направили в торговые сети и маркетплейсы.