

Review

Тематические страницы газеты **КоммерсантЪ**

РОСКОНГРЕСС
Опережая время

АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ
ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

ВЭБ | РФ

Конкурс брендов «Знай наших»

Вторник 5 марта 2024 №39 (7729 с момента возобновления издания)

kommersant.ru

15 Самые активные регионы по количеству заявок

16 Как развивается бизнес победителей прошлого года

Бренд на вырост

Организаторы конкурса растущих российских брендов «Знай наших» подвели итоги второго сезона: победителями в пяти основных номинациях стали 15 компаний, еще более 70 получили специальные призы в номинациях от партнеров конкурса. Победители получают поддержку в продвижении своей продукции на маркетплейсах, а также доступ к образовательным программам и участию в отраслевых выставках.

— конкурс —

29 февраля были подведены итоги второго конкурса растущих российских брендов «Знай наших», организованного Агентством стратегических инициатив (АСИ) и фондом «Росконгресс» при поддержке госкорпорации ВЭБ.РФ. Второй сезон стартовал 23 ноября 2023 года, а отбор финалистов проводился до 15 февраля 2024-го.

Цель конкурса — оказать поддержку перспективным российским брендам во всех регионах страны на фоне ухода с рынка западных компаний. По оценке помощника президента РФ Максима Орешкина, сокращение доли импорта с 19% до 17% в структуре российского ВВП подразумевает, что российские компании смогут занять освободившиеся ниши и заработать 3,5 трлн руб. Для таких компаний уже действует множество мер поддержки: «Если посмотреть на большое количество программ регионального развития, развитие туризма, вы увидите, что в каждой инициативе, в тех проектах, которые будут реализовываться, есть ниши для российских брендов», добавил он.

Генеральный директор АСИ Светлана Чупшева отметила, что количество заявок на конкурс в этом году превысило ожидания, поэтому планка на следующий год теперь выше — 20 тыс. заявок. Партнеров конкурса, по ее словам, также стало больше и они предложили брендам уникальные возможности

по продвижению в самых разных форматах. Председатель правления фондов «Росконгресс» Александр Стуглев, в свою очередь, призвал участников подавать заявки и в следующем году — примеры же победителей позволяют и другим участникам взглянуть на свой продукт со стороны, усовершенствовать его и в следующий раз победить, а председатель ВЭБ.РФ Игорь Шувалов призвал компании мыслить глобально, «продавать и продвигать себя на всех доступных рынках».

Впервые конкурс прошел в прошлом году, тогда заявки подали 5 тыс. участников — растущих российских компаний с высокой степенью локализации производства. В этом году на участие в конкурсе поступило уже более 12 тыс. заявок — это почти в 2,5 раза больше, чем годом ранее. Самыми популярными категориями стали «Продукты питания» и «Потребительские товары», а самыми активными регионами — Башкирия, Татарстан и Москва. Среди регионов, наиболее активно поддерживающих свои бренды, также отметили Удмуртию, Новгородскую, Нижегородскую, Мурманскую, Московскую, Ленинградскую и Саратовскую области. В номинации «Регион» победа досталась Москве.

Помимо пяти основных номинаций — «Продукты и питание», «Потребительские товары», «Креатив», «ИТ», «Высокие технологии» — также были объявлены 15 отраслевых и 4 специальные номинации, кото-



рые учредили партнеры конкурса. В числе последних — более 60 компаний и госкорпораций, включая АНО «Диалог», Федеральный центр компетенций, Роскачество, АНО «Национальные приоритеты», ВЭБ.РФ, ПСБ, Роспатент, Корпорацию МСП, Wildberries, Ozon, «Почту России», X5 Group, Фонд «Сколково», VK, «Вкусно и точка» и другие. Они учредили специальные призы для победителей.

Напомним, участниками конкурса могут стать предприниматели малого и среднего бизнеса, чьи компании демонстрируют устойчивые темпы роста и высокую степень локализации производства. При выборе победителей учитываются темпы роста оборота за год, оценку партнеров проекта и регионов, где компания зарегистрирована, мн-

ение жюри конкурса, участие компании в социальных проектах, а также — в проектах и программах партнеров конкурса. Отбор победителей был произведен на основании консолидированной экспертной оценки жюри, в состав которого входят представители партнеров конкурса, регионов РФ и АСИ.

Некоторые финалисты конкурса уже были представлены в рамках форума «Сильные идеи для нового времени», прошедшего в Центре международной торговли (форум также был организован АСИ и фондом «Росконгресс» вместе с ВЭБ.РФ, мероприятие проводится уже в четвертый раз). На площадке форума была организована выставочная экспозиция в виде «квартиры», в каждой комнате которой демонстрировалась продукция брендов-участников конкурса 2024.

Выставку осмотрел президент РФ Владимир Путин. Сопровождали его глава АСИ Светлана Чупшева и директор специальных проектов АСИ, куратор конкурса «Знай наших» Михаил Хомич. Всего на выставке были представлены около 80 брендов-экспонентов из 27 регионов.

Лучшие бренды получают помощь в продвижении на крупнейших маркетплейсах и в торговых сетях, в ведущих СМИ, на федеральном телевидении и в новых медиа, возможности размещения наружной рекламы на уличных билбордах и на транспорте, а также грантовую поддержку, доступ к обучающим программам, бизнес-экспертам, членство в бизнес-объединениях, бесплатное участие в крупных мероприятиях.

Ксения Ильина

ТОВАР ЛИЦОМ

Финалисты конкурса также были представлены на выставке в рамках форума «Сильные идеи для нового времени», прошедшего в Центре международной торговли. Вот истории некоторых из них.

ДНК (DNK Russia), Ростовская область, номинация «Креатив» (лидер — Ольга Коваленко)

Этот бренд одежды основан в 2015 году. На производстве в Ростове-на-Дону ежегодно выпускается десять коллекций сезонных вещей, верхней одежды, нижнего белья и аксессуаров для мужчин, женщин и детей. Бренд сотрудничает с госкорпорацией «Роскосмос», студиями «Союзмультфильм» и «Смешарики», Black Star Wear, телеканалом «Пятница», звездами российского шоу-бизнеса. В 2023 году бренд создал коллекцию одежды для фильма «Чебурашка».

«Краснополянская косметика», Краснодарский край, номинация «Потребительские товары» (лидер — Кристина Судеревская)

Это бренд, который больше 16 лет выпускает косметические продукты натурального происхождения, производство расположено в горах Красной Поляны. Для создания косметики используются природные ингредиенты, выращенные на собственной экоферме. Само производство работает на возобновляемой энергии от солнечной станции, сокращая тем самым углеродный след. Бренд также придерживается принципов регенеративного земледелия: все сырье для косметики выращивается на ферме вручную, без применения техники и использования пестицидов. Технологи создают ингредиенты из растений, собранных на ферме, в собственной лаборатории — это обеспечивает полную независимость от сырья из других стран, делая производство полностью автономным.

«Ам-Ам», Брянская область, номинация «Продукты питания» (лидер — Дмитрий Цуркан)

Это бренд детского молочного питания компании «Брянский голмомлад», которая с 2007 года выпускает более 50 видов продуктов для малышей. Среди них — творог, молоко, кефир, биолакт, молочные каши и коктейли, йогурты, а также мясные, овощные и фруктовые пюре в банках и паучах (мягких пачках). Для закваски используются чистые культуры молочных микроорганизмов.

«Иновации детям», Челябинская область, номинация ИТ (лидер — Дмитрий Андреев)

Бренд разрабатывает и реализует инновационное ИТ-оборудование для образовательных организаций, в основе которого лежит технология дополненной реальности. Это интерактивные песочницы, скалодромы,

физкультурные и игровые комплексы, умные зеркала. Технология позволяет задействовать проекцию, использовать специальные приложения и дополнительные гаджеты, применять инструменты на базе нейросетевых алгоритмов для распознавания звуков, слов, захвата изображения. Технология также может распознавать размер, цвет и геометрию объектов.

«Крестецкая строчка», Новгородская область, специальная номинация «Наше наследие» (лидер — Антон Георгиев)

Фабрика «Крестецкая строчка» известна еще с 1860-х годов, когда было налажено массовое производство строчевышитых изделий. Сейчас это модернизированное производство с широкой линейкой. Здесь выпускают коллекции столового и домашнего текстиля, одежду и предметы интерьера. Каждый предмет бренда украшен уникальной ручной вышивкой. Изделия

выполняются из премиальных натуральных тканей, одной из них является лен. Обучение технике крестецкой вышивки — процесс длительный. Чтобы сделать самый простой узор, мастера учатся от полутора до трех месяцев. Их готовят на производстве в Школе вышивки, которая была запущена благодаря гранту Президентского фонда культурных инициатив.

MOBITRUCK, Московская область, специальная номинация «Промышленный бренд» (лидер — Рафаэль Хабиров)

Под брендом выпускаются специализированные трейлеры, в том числе дома на колесах, мобильные офисы, фудтраки, мобитраки для медицинских нужд, мобильные лаборатории, полевые кухни, бани, передвижные тележки. Вся техника безопасна и соответствует всем необходимым нормам и требованиям. Продукция на 80% состоит из российских комплектующих.

Победители конкурса растущих российских брендов «Знай наших»

Название бренда	Регион регистрации бизнеса
Продукты питания	
«Ам-Ам»	Брянская область
HI!	Белгородская область
«За Родину»	Калининградская область
Информационные технологии	
«Иновации детям»	Челябинская область
SLOGY	Санкт-Петербург
Анимационная студия «Тундра»	Республика Саха (Якутия)
Высокие технологии	
«Мобитрак»	Московская область
Студийные микрофоны «Союз»	Тульская область
Dreamlaser	Нижегородская область
Креатив	
«Крестецкая строчка»	Новгородская область
Veter sport	Москва
Loomknits	Орловская область
Потребительские товары	
«Краснополянская косметика»	Краснодарский край
Idiland	Москва
КУБИ ДУБИ	Приморский край

Подноминация	Название бренда	Регион регистрации бизнеса
«Вкусвилл», номинация «Креатив»		
Сервис	BRENDOSSO	Свердловская область
	«Масло Масло»	Брянская область
	«Косметекс. Мембранная одежда»	Ивановская область
Zasport, номинация «Потребительские товары»		
Спорт	XBOЯ	Красноярский край
	Stayer	Санкт-Петербург
	СЕВЕРПУТЬ	Хабаровский край
«Детский мир», номинация «Потребительские товары»		
Товары для детей	Orby	Костромская область
	«Рыжий Тим»	Алтайский край
	КУБЕР	Севастополь
	«Велуга-Ресурс»	Нижегородская область
Synergetic, номинация «Потребительские товары»		
Эко	Uzor Wear	Москва
	«Чистая Планета Плюс»	Республика Башкортостан
	РАМЭКО	Московская область
Красота и здоровье	SomeLove	Ленинградская область
	CHAU KAO	Москва
	Mariee la cosmetique	Волгоградская область
Simple Group, номинация «Продукты питания»		
Алкогольная продукция	Виски KEMLYA	Республика Мордовия
	«Шато де Талю»	Краснодарский край
	«Традиционные сидры АБЛЪКО»	Калужская область
	«Отец Настоятель»	Москва
«Вкусно и точка», номинация «Продукты питания»		
Вкусно и точка	МИКПРОМ	Саратовская область
	«Три листа»	Самарская область
	«АйсКро»	Московская область
«Магнит», номинация «Продукты питания»		
Фермерские продукты	«Вкус Ставрополя»	Ставропольский край
	«Молочные правила»	Ивановская область
	«Ненашево»	Москва
	«Мясной гастроном»	Республика Башкортостан
Novikov Group, номинация «Продукты питания»		
Рестораны	Ресторан #Истории	Красноярский край
	Международный гастрофестиваль «Берега вкуса»	Амурская область
	Purpur coffee	Мурманская область

Подноминация	Название бренда	Регион регистрации бизнеса
X5 Group, номинация «Продукты питания»		
Готовая еда	My Gelato	Москва
	«Ольга Романова Шоколад»	Приморский край
	Лев-Толстовский молочный завод	Тульская область
VK cloud, номинация «Информационные технологии»		
ИТ-решения	«Бери заряд!»	Москва
	CODDY	Самарская область
	«Киберпротект»	Москва
«Сколково», номинация «Высокие технологии»		
Hi-Tech	Ф2 ИННОВАЦИИ	Пермский край
	«Параллак»	Тульская область
	BM GROUP	Москва
	«Бери заряд»	Москва
	Webiomed	Республика Карелия
СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ		
Название бренда	Регион регистрации бизнеса	
СУПЕРМОТОРИКА, КAVKAZ.РФ, номинация «Инклюзия»		
iCross	Приморский край	
«Говорящий город»	Санкт-Петербург	
METIZ	Московская область	
ПСБ, номинация «Самая смелая идея»		
Makeev guitars	Москва	
Arctic.sup	Мурманская область	
Medex Tactical	Республика Северная осетия -Алания	
ВШЭ, Wildberries, номинация «Наше наследие»		
«24 Новый русский бренд»	Москва	
Mother Russia	Москва	
«Кудесы»	Новгородская область	
Роскачество, номинация «Качество жизни»		
«Дикая Сибирь»	Иркутская область	
«Детская пишущая станция»	Республика Мордовия	
NOVA RUSSA	Новгородская область	
Lactica	Новгородская область	
Бизнес-школа РСПП, номинация «Промышленный бренд»		
«Тактик»	Псковская область	
«Автономные аэрокосмические системы»	Красноярский край	
SOBRANIE	Ярославская область	
«Аскона», номинация «Креатив» (мебель)		
MARO	Республика Дагестан	
SHE HOME SELECTION	Брянская область	
Amari	Свердловская область	

Review Конкурс брендов «Знай наших»

С опорой на крупные бренды

Успех конкурсу растущих брендов «Знай наших» в значительной степени обеспечили его партнеры среди крупнейших российских компаний, госструктур и институтов развития. Победители конкурса брендов получают не только признание, но и огромный набор инструментов для дальнейшего развития как на российском, так и зарубежных рынках. Партнеры предоставляют растущим брендам доступ к маркетплейсам, рекламным площадкам, помощь в разработке стратегии развития компании, открывают доступ к вычислительным мощностям и даже к мерам господдержки.

— партнеры —

Второй конкурс перспективных российских брендов «Знай наших», организованный Агентством стратегических инициатив (АСИ) и фондом «Росконгресс», в этом году заметно увеличил число номинаций. Это стало возможным благодаря поддержке новых партнеров из числа крупнейших российских брендов — более 60 компаний, государственных структур и институтов развития. Среди них — «Союзмультифильм», VK Cloud, Simple, Novikov Group, Zaspot и другие. Они учредили специальные призы для победителей.

Победители первого конкурса, запущенного в 2022 году на форуме «Сильные идеи для нового времени», получили внушительный пакет преференций от организаторов и партнеров и смогли за год значительно увеличить объемы продаж. Больше тысячи участников повысили узнаваемость своих брендов в медиа, получили доступ к маркетплейсам и крупнейшим торговым сетям. В результате компании смогли нарастить производство, расширить ассортимент продукции, создать новые рабочие места, получить доступ к зарубежным рынкам. По данным АСИ, средний рост выручки за последний год у этих компаний составил 50%, а у некоторых достиг 250%.

В этом году эффект может оказаться еще масштабнее, однако выросла и конкуренция среди участников конкурса брендов. Если в прошлом году на конкурс «Знай наших» поступило 5 тыс. заявок в разных номинациях, то в нынешнем году их число возросло более чем вдвое.

Финалистов и победителей определяло экспертное жюри в пяти основных номинациях конкурса: «Продукты и питание», «Потребительские товары», «Креативные индустрии», «Информационные технологии», «Высокие технологии». Обладателем Гран-при от Сбера и специальной программы «Развивайся со Сбером» стал бренд «Инновации детям» из Челябинской области. Специальный приз — сертификат на 1 млн руб. 21 февраля ведущие шоу «Мурзилки Live» на «Автордио» вручили и основательнице бренда DNK Ольге Коваленко. История бренда одежды DNK началась с небольшого семейного дела, когда сестры находились в декретном отпуске. Сейчас компания уже превратилась в заметного игрока fashion-индустрии с собственным производством в Ростове-на-Дону и лояльными клиентами по всей России.

По словам Михаила Хомича, директора специальных проектов АСИ и куратора конкурса, он нацелен на тотальную популяризацию российских брендов, чтобы они занимали все больше места на полке, не стеснялись себя продавать, по-хорошему конкурировать и таким образом развиваться самим и двигать вперед страну. «Здорово, что наши крупнейшие бренды помогают в этом малым», — говорит он.

Развитие высоких технологий — билет в «Сколково»

Возросший в последние годы интерес российских компаний к разработке и внедрению технологий не остался без внимания организаторов. Для них учреждена номинация «Высокие технологии» — в этой категории конкурировали 638 хайтек-брендов. Пять победителей в этой категории получили сертификат на участие в программе Fast Track и теперь могут стать резидентом «Сколково» (группа ВЭБ.РФ) по ускоренной процедуре.

Получение статуса резидента, напомним, открывает стартапам доступ к сервисам и мерам поддержки фонда, отметил директор департамента по стратегическому развитию и аналитике фонда «Сколково» Сергей Хоудаков.

Победителями в номинации стали Ф2 ИННОВАЦИИ из Пермского края, «Параллак» из Тульской области, а также два бренда из Москвы — VM GROUP и «Бери заряд». Компания Ф2 ИННОВАЦИИ занимается производ-



Антон Георгиев демонстрирует продукцию бренда «Крестецкая строчка» (Новгородская область, специальная номинация «Наше наследие»)



Обстановка детской комнаты на выставке российских брендов

ством промышленных 3D-принтеров, «Параллак» производит кинескопное оборудование, VM GROUP — интерактивное оборудование для всех сфер, а «Бери заряд» предоставляет портативные зарядные устройства через вендинговые автоматы.

Конкуренция в номинации была высокая. За победу боролась компания по производству киберкостюмов CyberSuits. Такие костюмы считывают и воспроизводят движения и ощущения человека, дополняют или компенсируют функции нервной системы человека. Другой соискатель — компания NanoScience, работающая над решениями по увеличению сроков хранения плодоовощной продукции. Разработка компании называется NanoSkin и представляет собой растительный спрей на основе природного полимера растений — кутина, создающего на поверхности фруктов и овощей невидимое защитное покрытие,

которое препятствует испарению влаги и проникновению кислорода.

Еще одна подававшая заявку компания, Persona, предлагает работодателям нейропрофилирование сотрудников и кандидатов «с возможностью оценить конструктивный и деструктивный потенциал личности». В компании отмечали, что победа могла бы усилить позиции предприятия на российском и международном рынках, так как лидерские решения в области нейрокогнитивных наук для выявления талантов и построения карьерных и образовательных траекторий остаются незаметными среди брендов потребительских товаров.

Разработчикам — вычислительные мощности VK Cloud

Внутри направления «Информационные технологии» учреждена отдельная номинация для разработчиков от VK Cloud «ИТ-ре-

шения». Они должны были представить продукты, нацеленные на технологическое развитие разных отраслей экономики. Это разработки в области создания ПО, проектирования и запуска компьютерных систем, их поддержки и сопровождения в процессе эксплуатации для разных отраслей экономики и социальной сферы.

При выборе победителей в номинации учитывались степень готовности продукта, применение архитектурных и инженерных практик, наличие сопутствующих сервисов, успешных кейсов внедрения.

Победителями в номинации «ИТ-решения» стали три компании: «Бери заряд» из Москвы (сеть автоматов повербанк-шеринга), CODDY из Самарской области (школа программирования и дизайна для детей) и «Киберпротект» из Москва (разработчик ПО для резервного копирования и восстановления данных).

Победители получили в подарок вычислительные мощности и облачные сервисы VK Cloud на сумму 500 тыс. руб., а также поддержку со стороны команды платформы. Также 100 финалистов конкурса получат ресурсы VK Cloud на сумму 10 тыс. руб.

По словам директора по развитию VK Cloud Андрея Бунина, разработка решений в облаке становится стандартом развития цифровых продуктов. Команды могли использовать готовые преднастроенные сервисы для построения и оптимизации инфраструктуры, хранения и обработки данных, совместной разработки и других комплексных задач.

Рекламные плоскости

Второй год партнером конкурса является группа компаний Russ, которая оказывает поддержку финалистам и победителям в продвижении товаров и услуг на всей территории страны. Одним из ярких примеров стал опыт бренда PIX ROBOTICS из Москвы, который в рамках первого конкурса «Знай наших» получил рекламную поддержку за победу в номинации. «Благодаря этому за последний год число запросов на продукты бренда выросло на 370%, компания втрое нарастила объем продаж», — рассказал Михаил Хомич.

По словам директора по корпоративным коммуникациям группы Russ Ирины Цеплинской, поддержка отечественных брендов является важной социальной миссией для группы Russ. Федеральная экспертиза Russ помогает новым российским компаниям выйти на новый уровень, утвердиться на рынке. Для этого группа сопровождает компании на всем пути: от рекомендаций по визуалу до юридических консультаций.

В поддержке продвижения брендов помогает и медиахолдинг МАЕР — для этого АСИ было заключено соглашение о сотрудничестве, документ подписали глава агентства Светлана Чупшева и генеральный директор холдинга Константин Майор. Стороны намерены совместно запускать и продвигать проекты во многих сферах, вместе участвовать в различных мероприятиях, оказывать друг другу информационную поддержку. АСИ и медиахолдинг МАЕР будут внедрять инновационные информационно-цифровые технологии по различным направлениям совместной работы, а также продвигать и распространять опыт их использования.

Сайт «под ключ» от «Рег.ру»

Одним из партнеров конкурса «Знай наших» стал крупнейший регистратор доменных имен в России «Рег.ру». Компания подготовила для участников специальные призы, которые помогут масштабировать их бизнес в интернете. В АСИ отмечают, что многие участники имеют только страницы на маркетплейсах и не имеют даже базовых сайтов, поэтому возникла идея исправить ситуацию. Призы от «Рег.ру» получили финалисты конкурса и победители в номинациях. Компаниям, которые еще не представлены онлайн, «Рег.ру» поможет с созданием сайта, а тем, кто уже запустил и развивает свой сайт, предоставит обслуживание и доступ к инструментам цифровизации.

Так, финалисты смогут бесплатно зарегистрировать домен в зоне .rf, и создать сайт на площадке регистратора с поддержкой на один год, а победители получают сайт «под ключ» с приоритетной поддержкой на год и доступ к другим онлайн-инструментам. Всем участникам конкурса «Рег.ру» предоставил промокод со скидкой на подписку сервиса для развития бизнеса «Рег.решения».

«Сегодня очевидно, что присутствие в интернете — это базовая потребность для бизнеса. Мы в «Рег.ру» развиваем инструменты, которые за 5–10 минут делают компании и их продукты доступными всему миру, помогаем настроить оптимальный набор цифровых сервисов под разные типы бизнеса», — отметил руководитель бизнес-юнита для предпринимателей «Рег.ру» Алексей Игнатов.

Екатерина Кузнецова



Кристина Судеревская представила бренд «Краснодарская косметика» (Краснодарский край, номинация «Потребительские товары»)



Ольга Коваленко показывает бушлат бренда ДНК (DNK Russia) из Ростовской области (номинация «Креатив»)

Review Конкурс брендов «Знай наших»

С региона — по товару

Самыми активными участниками конкурса в этом году стали компании из Башкирии, Татарстана и Москвы: их заявки представлены во всех основных номинациях конкурса. Но интересные бренды развиваются и в отдаленных регионах — так, в Норильске создают «развивающие» худи, а на Сахалине проектируют безэкипажные суда.

— конкурс —

По данным оргкомитета, всего на конкурс поступило более 12 тыс. заявок от предпринимателей из разных регионов России. Среди регионов — лидеров по числу поданных брендов организаторы отметили Татарстан (более 2,2 тыс. брендов), Башкирию (больше 2,1 тыс.), а также Москву (свыше 1,1 тыс.). Среди участников конкурса из Башкирии — салаватские сыры «Благосыр», изделия из древесного вторсырья «БашЭко», фестивали «Айда играть», инженеринговая компания «Техноэк».

Большая часть столичных конкурсантов — участники программы мэра Москвы «Сделано в Москве». Повышенный интерес к конкурсу в этом году проявили производители потребительских товаров и представители креативной и ИТ-индустрии. Среди московских брендов, участвующих в конкурсе, — одежда для людей с ахондроплазией «Немаленькие люди», металлические изделия «Русская филлигрань», протезы Sterlife, генеалогический IT-сервис Family, коллагеновый бульон «Полезный суп» и многие другие.

Помощь в выходе на новые рынки сегодня один из главных запросов бизнеса Татарстана. «Несмотря на все сложности и ограничения, наши предприятия выстраивают новые кооперационные и логистические связи. Объем экспорта с дружественными странами вырос в 2,5 раза, ряд отраслей значительно снизил импортозависимость и переориентировался на отечественные поставки», — отметил глава Татарстана Рустам Минниханов. Среди участников конкурса из Татарстана — вездеходы «Русак» для бездорожья, мед в сувенирных упаковках «Азнакай балы», бутилированная вода «Ижевский источник», бренд женской одежды Miss Corset, деревянные изделия для дома Woodmoss.

Со смыслом шитьи

Новые бренды активно появляются в легпроме, в частности в производстве одежды. Один из участников в этой категории «Потребительские товары» — новосибирский бренд натуральной одежды из крапивы, льна и конопли Djuta. В заявке от создателей бренда говорится: «Мы хотим, чтобы у женщин была возможность выбирать изделия из натуральных тканей, которые легко интегрируются в городскую жизнь и в путешествия». Эксклюзивный дизайн и ручная работа положены и в основу бренда Magevo из Казани, который также делает ставку на натуральные материалы: кожу, войлок и натуральный мех.

Бренд одежды Tundraonlove из Норильска создает «развивающие» худи, на которые нанесены принты с краткими фактами о Крайнем Севере, с животными, связанными с Сибирью, и природными объектами России. «Тундра — бренд не про одежду. Он про культуру, про природу, про знания, которые нас окружают. Наша задача — заинтересовать и произвести впечатление не только на людей, любящих Север, но и на тех, кто совершенно не знает его красок, суровости и величия», — поясняют основатели бренда.

От киберкостюмов до защитных покрытий

В номинации «Высокие технологии» больше 630 заявок, многие из них представлены брендами из Москвы и Санкт-Петербурга. Так, московская компания CyberSuits представила на конкурс киберкостюмы, которые считывают и воспроизводят движения и ощущения человека. Они дополняют или компенсируют функции нервной системы человека. «В киберкостюме и VR-шлеме можно погружаться в виртуальную реальность и ощущать температуру, текстуру, вес, объем и форму предметов, а также передавать ощущения от прикосновений человека к человеку на расстоянии. При помощи киберустройств, дополненных головным нейрорынтерфейсом, возможно проводить нейрореабилитацию после инсультов и травм нервной системы», — рассказывает представитель бренда Олевия Кибер.

Сергей Гусев из Нижнего Новгорода представил на конкурс свою компанию «Клеверкоптер» — разработчика БПЛА различного назначения. На производстве выпускают линейку грузовых БПЛА как первой и «последней мили» доставки, так и межтерминальной доставки различных грузов, включая медицинские. Так, «тяжелые БПЛА «Аэромедик» способны принимать на борт пострадавших и в будущем заменить собой медицинские вертолеты, например для межгоспитальной перевозки или спасения людей на льдах. «Наш продукт достаточно специфический, обеспечивающий узкий сегмент рынка, поэтому мы нуждаемся в инвестициях. Поддержка от государства позволила бы нам развиваться быстрее», — поделился надеждами Сергей Гусев.

Один из питерских участников — компания NanoScience — работает над решениями по увеличению сроков хранения плодово-овощной продукции. Технология NanoSkin представляет собой растительный спрей на основе кожуры из помидоров с целью экс-

тракции природного воска (кутина), который создает на поверхности фруктов и овощей невидимое защитное покрытие.

Это препятствует испарению влаги и проникновению кислорода и позволяет продуктам дольше оставаться свежими. «Покрытие абсолютно безопасно, не имеет запаха и вкуса. Применение спрея NanoSkin позволяет хранить фрукты и овощи в два-три раза дольше обычного, при этом сокращая потери на полках магазинов на 20%, потери при транспортировке — на 10%, потери при хранении на складах также на 10%», — поясняет представитель компании Юлиан Подрухин.

Технологичные бренды развиваются не только в крупных городах: Александр Пыров из Сахалинской области представил бренд «Аквароботек»: компания проектирует, разрабатывает и производит безэкипажные автономные маломерные суда и гидрографические платформы. Катера «Сивуч» могут работать в море в условиях ограниченной видимости, находясь на расстоянии до 15 км от берега. Спуск и подъем судна проводится дистанционно с использованием судового крана или полуприцепа. Пользователь в режиме реального времени получает данные с судна, которое может двигаться в режиме автопилота по заданным точкам и с необходимой скоростью. На борту катера установлено различное оборудование, включая эхолот и профилограф. Осенью 2021 года «Сивуч» в автономном режиме уже преодолел более 150 морских миль по маршруту Корсаков—Холмск.

Высокая концентрация

В номинацию «Информационные технологии» заявилось чуть больше 700 брендов. Чемпионами по числу участников стали Москва (177 заявок) и Республика Татарстан (79 заявок). Вместе с Санкт-Петербургом, откуда поступило 46 заявок, и Приморским краем (23 заявки) эти четыре региона обеспечили половину всех конкурсантов в номинации.

Среди соискателей конкурса нынешнего года — московская компания Persona, которая предлагает работодателям нейропрофилирование сотрудников и кандидатов («возможность оценить конструктивный и деструктивный потенциал личности»). Онлайн-тест показывает сильные и слабые стороны человека, помогает отсеять неподходящих соискателей. «Нам важно победить, чтобы усилить позиции компании на российском и международном рынках, так как лидерские решения в области нейрокогнитивных наук для выявления талантов и построения карьерных и образовательных траекторий остаются незаметными среди брендов потребительских товаров», — говорит автор заявки Владимир Козлов.

Якутский бренд Sciberia предлагает программное обеспечение для медицины. Основные продукты компании — профессиональные инструменты для врачей-рентгенологов и модули обработки медицинских изображений, использующие методы ком-

пьютерного зрения и машинного обучения. «Комплекс программ Sciberia обладает техническими характеристиками, не уступающими по качеству импортным аналогам, способен интегрироваться в любую медицинскую инфраструктуру вне зависимости от производителя медицинского оборудования, обладает привычным для врачей интерфейсом», — отмечает представитель компании Татьяна Платонова.

Новые деликатесы

Всего по стране в номинацию «Продукты и питание» конкурса «Знай наших» поступило более 4,2 тыс. заявок — более трети от общего числа компаний-участников. Среди них — бренд Дмитрия Рошина из Санкт-Петербурга Kultura Drinks. Компания выпускает натуральные безалкогольные лимонады и напитки. Приоритеты бренда — локальность производства, натуральность ингредиентов, отсутствие добавленного сахара в продукции, а также насыщенность вкуса и аромата. «Мы хотим создать амбициозный бренд напитков, который станет ярким и доминирующим в своей нише на российском рынке и в будущем сможет выйти на международный рынок. Для нас важно продвигать культуру осознанного потребления полезных современных напитков и развивать локальный продукт», — говорит Дмитрий Рошин.

Еще один бренд «Вкусно Можно» из Казани — единственный, который указывает количество хлебных единиц (ХЕ) на каждой упаковке еды. Такая информация необходима людям с сахарным диабетом, чтобы правильно рассчитать прием инсулина. Все блюда приготовлены из натуральных продуктов при участии нутрициолога и не содержат сахар. «Основная проблема приобретенного диабета — это неправильное питание и злоупотребление тяжелыми и «грязными» продуктами. Наша главная мысль: лучшее лечение болезни — это ее профилактика. Но если болезнь все-таки наступила, мы помогаем с ней если не бороться, то жить более комфортно», — говорит основатель бренда Олег Кожин. В Казани уже установили два вендинговых автомата, где можно купить рациона питания.

Наталья Урсол представила на конкурс брендов сыроварню «Аригель», производящую продукты при участии нутрициолога и не содержащую сахар. «Почему вулканическое молоко? Все просто. Камчатка — это край вулканов, и вся наша почва вулканическая, удобренная пепловыми выбросами. Коровы питаются травой и сеном, выращенными на этих уникальных почвах. Так и рождается камчатское вулканическое молоко, которое потом заботливыми руками наших сыроделов мы превращаем в сыр и кисло-молочную продукцию. Для нас важно, чтобы камчатские экологические чистые продукты были популярны по всей России», — рассказала Наталья Урсол.

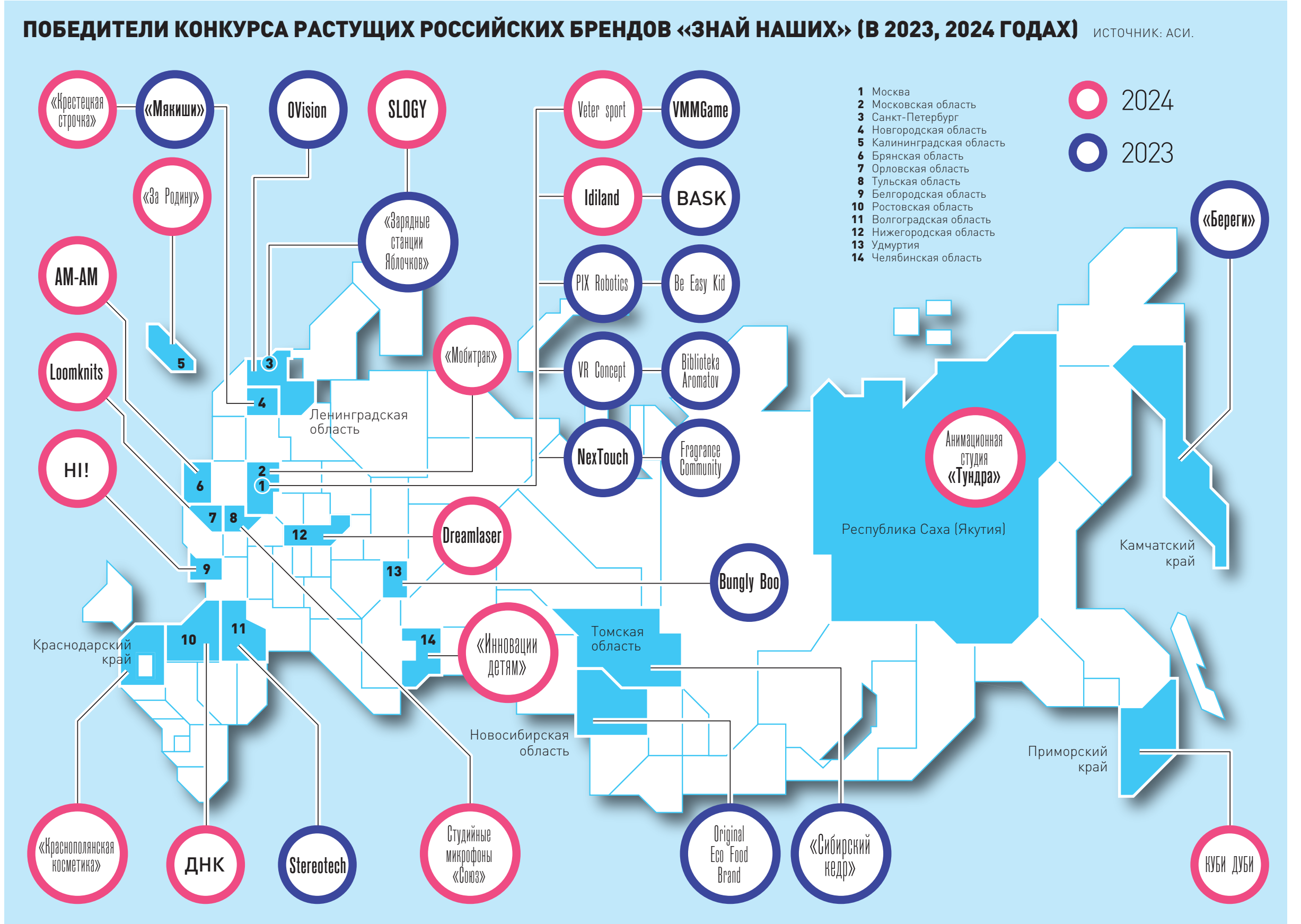
Алексей Редькин из Мурманской области презентовал на конкурс бренд «ЭкоСевер» — продукцию на основе натуральных арктических водорослей без ГМО и химикатов. Сырье не подвергается термообработке, а высушивается в естественных условиях, что позволяет сохранить полезные свойства. Среди продуктов «ЭкоСевера» — ламинария, или морская капуста, а также фукус, он же морской дуб, или морской виноград. Товары продаются в дробленном или шинкованном видах, что позволяет добавлять их в разные блюда. Кроме того, компания выпускает чипсы из ламинарии и пищевую соль с водорослями. «Мы поддерживаем морскую экосистему и экологию, не добываем водоросли с помощью трала, не срезаем все растение «под корень», а наши водолазы аккуратно срезают растения вручную так, чтобы водоросли восстанавливались. Наша команда делает все, чтобы бренд «ЭкоСевер» стал визитной карточкой Мурманского края, привлекал туристов в Мурманск и Териберку», — говорит Алексей Редькин.

Социальные и креативные

Организаторы отмечают в этом году рост заявок от социально ориентированных предпринимателей, способствующих большей инклюзии социально не защищенных групп граждан. Так, например, среди тех, кто решил рассказать о себе на всю страну и получить поддержку, — основательница российского бренда Pure Sense предприниматель из Москвы Екатерина Зинченко. Ее проект уникален тем, что всю ее продукцию (ароматы, саше, свечи, гели для душа и крем) создают незрячие люди. «Победа в конкурсе поможет тысячам или миллионам новых людей обратить внимание на людей с ограниченными возможностями, их вклад в развитие российской парфюмерии и их результат работы — парфюм, который выходит за рамки привычного», — отмечает Екатерина Зинченко. Исследования ученых доказывают, что при дисфункции зрительной коры обостряются другие части головного мозга, отвечающие за обоняние, память и слух. Эти естественные свойства человеческого организма позволяют острее чувствовать и оценивать тонкие оттенки запахов.

Велика доля и креативных индустрий среди участников конкурса. Так, основатели мастерской фарфора KASTdecor Татьяна Свирицова и Александр Комарьков из Москвы применяют нестандартные подходы в декоре изделий, имитирующие среди прочего перьевую живопись, мозаику и акварель. «На сегодняшний день мастерских и заводов мало. Нельзя, чтобы этот вид декоративно-прикладного искусства исчез», — говорит Татьяна Свирицова. Мастерская стремится сохранить традиции классического подхода к технологии, дополняя их своим уникальным современным видением художников.

Юрий Праслов



Review Конкурс брендов «Знай наших»

Лучшая практика

— истории успеха —

В прошлом году победителями конкурса лучших российских брендов стали 17 компаний в различных отраслях: от производства одежды до разработки ПО. «Ъ-Review» узнал, как сейчас развивается бизнес компаний-победителей.



Открытие новых точек

БЕРЕГИ — это экологичный бренд одежды из Камчатского края. В прошлом году компания стала победителем конкурса в номинации «Креативные индустрии», а в ноябре 2023 года открыла первый магазин в Москве (ТЦ «Авиапарк», в универсаме Trend Island). Партнеры конкурса, в том числе маркетплейс Ozon, оказали поддержку бренду — теперь БЕРЕГИ готовится к запуску продаж на онлайн-площадке, а несколько регионов, включая Иркутскую область, Хабаровский и Краснодарский края, предложили компании выйти с продукцией на свой рынок. Еще один проект реализуется с Федеральным агентством по делам молодежи, также компания почувствовала в разработке совместной концепции мерча для Всемирного фестиваля молодежи-2024 «ВФМ x БЕРЕГИ». Увеличение спроса на продукцию позволило расширить производство — сейчас компания готовит к открытию помещение для нового производства площадью 1,5 тыс. кв. м. «Победа в конкурсе — как знак качества. Напрямую на розничную выручку не влияет, но договориться об открытии магазина стало проще», — говорит Тарас Шарыга, сооснователь проекта БЕРЕГИ.



Новая география

Компания VR Concert из Москвы представила на конкурсе бренд программного обеспечения для 3D-визуализации и совместной работы в VR и тоже стала победителем в номинации «Информационные технологии». «Мы много участвуем в выставках по всей стране и видим, как узнаваемость нашего бренда увеличилась, часто незнакомые люди подходят к нам на выставках, поздравляют с победой в конкурсе брендов, а продажи выросли на 88%», — говорит Денис Захаркин, основатель и генеральный директор VR Concert. Компания расширяет географию присутствия: решение было представлено в Индии и ОАЭ, что позволило привлечь потенциальных клиентов в странах БРИКС. Бренд выпустил на рынок ряд новых продуктов, в частности образовательный курс для цифровой кафедры Первого Московского государственного медицинского университета им. И. М. Сеченова. VR Concert также ведет переговоры с крупнейшими промышленными корпорациями по импортозамещению решений, связанных с инженерным проектированием, САПР и визуализацией инженерных проектов. Запуск этих проектов запланирован на 2024 год.



Узнаваемость бренда

«Мякиши» — это бренд развивающих детских игрушек из Новгородской области. Компания стала победителем в номинации «Потребительские товары» и демонстрирует 18-процентный рост продаж за несколько месяцев (относительно аналогичного периода 2022 года). Рассылка о победителях конкурса, проведенная порталом «Госуслуги», способствовала существенному повышению посещаемости сайта (более 15 тыс. новых пользователей за неделю). Значительно выросла узнаваемость бренда, у клиентов фиксируется стойкая ассоциация бренда как ответственного продукта, отмечает Евгений Антонов, директор фабрики «Мякиши».

Компания получила возможность добавить товары на специализированную витрину Ozon, воспользоваться консультациями специалиста маркетплейса, провести внутренний аудит кабинета продавца. Одним из призов после победы в конкурсе стал также сертификат на онлайн-курс от НИУ ВШЭ и пакет бесплатных рекламных СМС от ПАО «МегаФон». Помимо этого, компания подала заявку на обучение по программе mini-MBA в школе бизнеса «Синергия», запрос на размещение рекламы на экранах в отделениях почтовой связи от «Почты России». Планируется баннер на маркетплейсе Wildberries. «Мякиши» также вошли в шорт-лист национальной премии «Бренд года в России», получили информационную поддержку организаторов.



Инвестиции в производство

Московский бренд интерактивного оборудования программного обеспечения и аппаратно-программных комплексов, в том числе для инвалидов, NexTouch стал победителем в номинации «Высокие технологии». После победы в конкурсе компания активно расширяет производство и каналы продаж: выручка за десять месяцев 2023 года превысила 2 млрд руб. (рост около 80%). В октябре прошлого года также началось строительство первой в России линии серийного производства LCD-матриц больших диагоналей, помимо этого, компания ведет переговоры о поставках продукции в страны Персидского залива. Бренд также стал победителем конкурса «Лучший промышленный дизайн России» и национальной премии «Бренд года». Активное внимание к конкурсу «Знай наших» и его победителям со стороны СМИ оказало поддержку и повысило доверие к бренду не только в России, но и за рубежом, уверен Владимир Крикушенко, генеральный директор NexTouch. «Конкурс был важен для нас как индикатор, правильно ли мы развиваем бренд NexTouch и насколько реализуемые нами проекты важны государству», — отметил глава компании.

Размещение на онлайн-площадках

Bungly — бренд одежды для детей и взрослых из Удмуртии, компания стала победителем конкурса «Знай наших» в номинации «Креативные индустрии». «Компания активно растет и по достоинству оценивает меры поддержки в области профессионального обучения и повышения эффективности бизнеса», — говорит Василий Бабинцев, генеральный директор компании Bungly. После победы в конкурсе бренд получил поддержку в продвижении: видеоролики о компании были размещены на диджитал-поверхностях Москвы. Участие в конкурсе позволило также выстроить нужные связи с крупнейшими маркетплейсами — Wildberries и Ozon. Менеджмент Bungly оперативно решает возникающие вопросы на личных консультациях и еженедельных Zoom-встречах со специалистом Wildberries. Ozon перечислил 100 тыс. бонусов, которые были использованы для продвижения на площадке», — добавляет глава ижевского бренда.

Руководство компании получило бесплатное обучение на программе mini-MBA в «Синергии» и тренинг по инструментам бережливого производства от Федерального центра компетенций в сфере производительности труда. В 2024 году планируется проведение диагностики в части производства основного продукта компании экспертами ФЦК.



Рост продаж и сотрудничество с вузами

PIX Robotics — компания из Москвы, разрабатывающая бренд программного обеспечения для среднего и крупного бизнеса. Компания стала победителем конкурса в номинации «Информационные технологии». «Участие в конкурсе дало ускорение программе «PIX Просвещение», в рамках которой PIX привлекает к сотрудничеству ведущие вузы для развития программ обучения студентов на базе своих продуктов. В настоящее время программы сотрудничества уже подписаны с 10 вузами, на очереди еще 14 образовательных учреждений», — отмечает сооснователь и генеральный директор компании Сергей Ложкин.

Компания также вдвое нарастила объем продаж. На 370% выросло число запросов на продукты бренда, на 400% — количество регистраций в Академии PIX.

Участие в конкурсе позволило выстроить и новые связи: компания вошла в состав НП «Руссофт» — отраслевой ассоциации, представляющей индустрию разработки ПО в России. В PIX Robotics рассчитывают, что партнерство позволит участвовать в коллективной работе по решению актуальных проблем отрасли разработки ПО, обмениваться опытом и знаниями с другими участниками ассоциации. При поддержке АСИ компания также получила возможность принять участие в ряде ведущих мероприятий отрасли, а рассылка информации о победителях конкурса через портал «Госуслуги» привлекла более 40 заявок на демонстрацию и тестирование продуктов PIX. Участие в конкурсе позволило выстроить и взаимодействие с организациями по международному сотрудничеству (в частности, торговым представительством России в Венесуэле). **КСЕНИЯ ИЛЬИНА**