

## **КОНЦЕПЦИЯ** **проведения Всероссийской ярмарки**

### **Название мероприятия:**

«**Всероссийская ярмарка**» (при присоединении к её проведению Беларуси может быть использовано название «**Всесоюзная ярмарка**», или «**Всесоюзная ярмарка России и Беларуси**»).

### **Суть Всероссийской Ярмарки:**

Проведение **в один промежуток времени** (минимум неделя – например, с 7 по 14 октября 2025 г., и далее – ежеквартально) **в каждом городе страны** ярмарки (точнее – множества ярмарок).

### **Цели Всероссийской Ярмарки:**

Целей мероприятия условно две:

- 1) Максимальная популяризация ярмарочного формата. Он наиболее доступен как для предпринимателей, так и для покупателей. Он наиболее быстр и дешев в исполнении;
- 2) Создание и поддержание массового позитивного настроения, оживление городской жизни, городской среды.

### **Значение ярмарок огромно:**

Ярмарки обладают множеством **эксклюзивных** (свойственных из всех форматов торговли только ярмаркам) **позитивных моментов** (позитивных как для экономики, так и для культурно-социальной общественной среды):

- максимальная **простота и дешевизна в организации** (если не переусердствовать с оформлением, что совершенно излишне);

- крайне **высокая популярность у граждан** (жители всех регионов России, особенно Европейской России, а также Сибири и Дальнего Востока очень любят уличные ярмарки);

- достижение **высокого синергетического экономического эффекта** и конкуренции за счет объединения на одной площадке максимального количества продавцов (торговцев);

- объединение в одном мероприятии **торговли, еды** (общественного питания) и **публичного праздника**;

- **оживление** и «очеловечивание» городской среды.

**На ярмарках всегда царит смех и веселье.**

В случае реализации проекта Всероссийской Ярмарки синергетический эффект будет максимально усилен за счет централизованного продвижения (рекламы), элементов единого брендинга, массовости проведения.

### **Особенности организации и проведения Всероссийской Ярмарки**

#### **Места (ярмарочные площадки):**

Ярмарки должны проводиться **на лучших самых «проходных» площадках**, в том числе **обязательно в центральных частях городов**. В крупных городах должно быть, соответственно, несколько ярмарочных площадок – чем больше, тем лучше.

#### **Бренд и айдентика:**

Для визуализации используется **единый зонтичный бренд<sup>1</sup>** Всероссийской ярмарки, который применяется при оформлении как самой ярмарочной площадки, так и каждого торгового места. Также этот бренд используется в рекламных материалах, в том числе в социальной рекламе (баннеры, растяжки и пр.), если будут

---

<sup>1</sup> Брендинг Всероссийской Ярмарки любезно согласилось сделать на общественных началах Новосибирское отделение «ОПОРЫ РОССИИ» под руководством председателя комитета по маркетингу Марии Гараниной и её команды. ОПОРА РОССИИ - организация, традиционно поддерживающая всестороннее развитие ярмарок и других малых форматов торговли.

средства у организатора – на упаковке, пакетах и прочих носителях, а также для оформления интернет-сайта и страниц проекта в соцсетях.

Зонтичный бренд предполагает возможность **использования наряду с ним** своего бренда ярмарки или региона, города и т.д., при приоритете бренда Всероссийской Ярмарки.

Предлагается максимально использовать народный **фольклорный элемент**. Например, чтобы торговцы были одеты в **русские национальные костюмы**, соответствующие традициям местности (учитывая невероятную красоту и разнообразие русского национального праздничного костюма от губернии к губернии), а также в **национальный костюм того народа**, к которому принадлежит торговец (конечно, речь идет о коренных народах России).

На ключевых ярмарочных площадках, прежде всего в центральных исторических частях городов, а также в туристических местах, целесообразно организовать культурную программу. Правильно, чтобы эта культурная программа не была сверхнавязчивой, как часто бывает в российских регионах и даже Москве. Не нужно больших сцен, оглушительного звука и т.д. Нужно, чтобы было по-народному, но интеллигентно.

### **Организаторы:**

Организаторами ярмарок выступают как органы местного самоуправления, так региональные органы власти и коммерческие операторы – профессиональные организаторы ярмарок.

Для масштабного проведения Всероссийской Ярмарки целесообразно привлечение максимального количества профессиональных организаторов ярмарок как внутри региона, так и из других регионов для создания максимального разнообразия предложения.

### **Товары:**

Предлагаются следующие форматы ярмарок:

**1) Традиционная сельскохозяйственная ярмарка (с сопутствующими товарами);**

- 2) Винная ярмарка российских вин;
- 3) Ярмарка российского и белорусского легпрома (одежды, обуви, текстиля);
- 4) Ремесленная ярмарка (изделия народных художественных промыслов, кустарных производств и ремесленничества);
- 5) Ярмарка подержанных, старых, в т.ч. антикварных, вещей, книг, утвари и пр. («Блошиный рынок»);
- 6) Универсальные ярмарки (разумное сочетание вышеназванного).

Для реализации следует предлагать **исключительно товары, произведенные (выращенные) в России и Беларуси**. Исключение следует сделать только для плодоовощной продукции, которая не выращивается в наших странах.

Например, для ярмарки изделий легкой промышленности следует подбирать только продавцов исключительно российских (белорусских) изделий. В первую очередь предоставлять места малым производителям, дизайнерам и т.д., не ограничивая их в ассортименте, но с единственным требованием, чтобы товар был российского (белорусского) производства.

### **Продвижение и PR:**

Само мероприятие и его бренд должны быть анонсированы и рекламированы в центральных СМИ (как социальная реклама).

Региональные власти должны анонсировать и рекламировать ярмарки в конкретных городах через региональные СМИ и каналы в соцсетях, в т.ч. посредством выступлений и объявлений руководства регионов и городов на различных мероприятиях.

Регионы и города должны разместить в качестве социальной рекламы билборды и на других носителях объявления о ярмарках с использованием общего бренда Всероссийской Ярмарки.

### **Законодательная и нормативная база:**

Для проведения Всероссийской ярмарки (как суммы региональных и местных ярмарок под общим брендом) не требуется принятия никаких дополнительных законодательных и подзаконных федеральных актов. Все полномочия по организации уже имеются у регионов и органов местного самоуправления в соответствии со ст. 11 Закона о торговле.

### **Куратор и офис проекта:**

Куратором и центральным офисом проекта выступает Минпромторг России (Департамент развития внутренней торговли) под патронажем Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации.

Целесообразно сформировать единый интернет-портал проекта с соответствующим интерактивом (вопрос требует проработки к следующему циклу Всероссийской Ярмарки).

### **Оценка результатов мероприятия:**

Первое мероприятие следует считать стартовым, на котором отрабатываются все необходимые моменты (взаимодействие, информационная кампания и т.д.).

Второе мероприятие целесообразно провести к Новогодним и Рождественским праздникам, с соответствующей айдентикой и антуражем.

Далее – проводить ежеквартально, каждый раз расширяя круг участвующих городов и операторов.

Регионы и города куратор проекта будет оценивать:

- по количеству ярмарочных площадок и их товарному разнообразию в каждом цикле;
- по количеству и разнообразию участников ярмарок;
- по культурной программе ярмарок, в том числе использованию русского национального костюма и костюмов народов России.