

Андрей ЮРЬЕВ

■ Презентация товаров будет проходить не только в привычном формате, но и на больших цифровых экранах.

Павильон начнет работать как большой белорусский шоу-рум, где под одной крышей собраны площадки, презентующие товары белорусских производителей: продукты, одежду, обувь, посуду и многое другое.

Максим РЫЖЕНКОВ, первый заместитель главы Администрации Президента:

- Мы хотели сделать красивую витрину белорусской продукции для посетителей выставки. Площадка позволит не только узнать о белорусской продукции, но и завязать полезные контакты, оформить заказ. По замыслу президента, основное место должна занимать презентация политической, культурной, социальной жизни в стране. Яркая картинка того, что представляет из себя сегодня Беларусь - обращенная в будущее, современная, насыщенная, молодая, динамичная, - которая должна создавать соответствующее

СМОТРИ, ПРОБУЙ, ПОКУПАЙ

впечатление у гостей павильона и столицы нашего ближайшего партнера - России.

Белорусские предприятия быстро адаптируются к работе в новых условиях. Из-за ухода с российского рынка западных товаров их изделия становятся еще более востребованными.

- РФ и в досанкционные времена была для нашей легкой промышленности одним из стратегических партнеров. Последние месяцы мы делаем акцент на продвижение продукции за Уралом - в Иркутске, Барнауле, Владивостоке, Екатеринбурге, - рассказала председатель концерна «Беллегпром» Татьяна Лугина. - Конечно, там нам приходится конкурировать с китайскими, узбекскими, турецкими производителями. Сегодня важно продвигать имидж качественных белорусских товаров на внешних рынках. Мы вкладываемся в маркетинг, доносим

до потребителя информацию об ассортименте и возможностях производителей.

Только за последние пару месяцев представители белорусских предприятий больше пятидесяти раз выезжали в российские регионы.

В июне открылись оптовые склады текстиля в Иваново. Обсуждается сотрудничество с Оренбургской областью и Новосибирском.

ЦИФРЫ

- 5 тысяч человек посещают павильон Беларуси каждый день
- Представлена продукция 110 крупных предприятий.



Модницы выбирают сумки брендов «Галантзи» и «Матиоли».

Михаил ФРОЛОВ/КР.RU

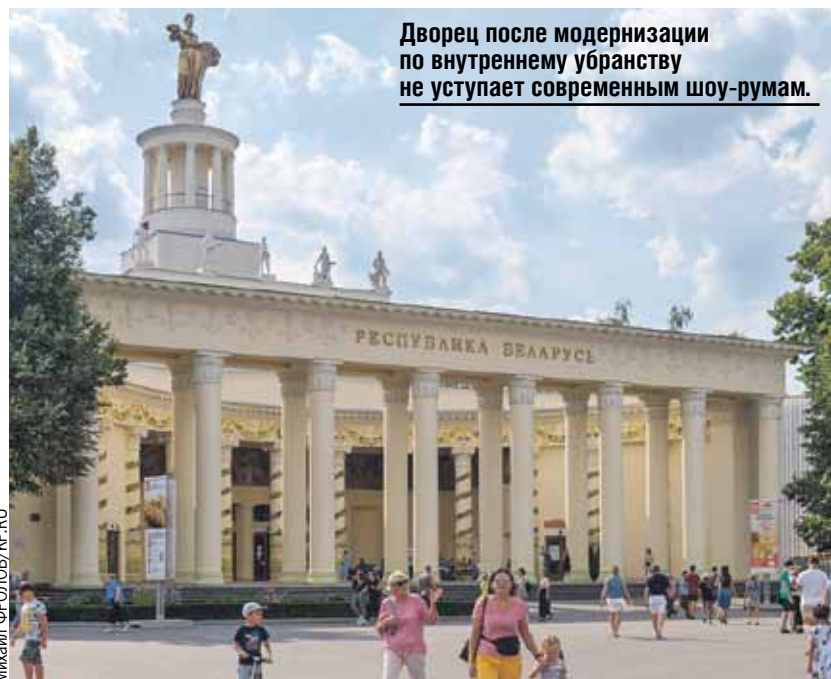


Мерч с яркими цитатами белорусского президента - лидер продаж.

Михаил ФРОЛОВ/КР.RU

Из технических ноу-хау - большой гибкий цифровой экран. На нем будут крутить специализированные экспозиции и презентации предприятий всех отраслей белорусской промышленности. Гости, попадая внутрь, с первого взгляда оценят, чем богата и знаменита Беларусь.

Показать страну во всем ее многообразии помогают дегустации блюд национальной кухни, вернисажи белорусских художников и фотографов. А также кафе «Бульбяная».



Дворец после модернизации по внутреннему убранству не уступает современным шоу-румам.

АРЕНДА ЗА РУБЛЬ В ГОД

Этот павильон на ВДНХ в Москве - исторический памятник всероссийского значения. Его построили в 1937 году. Сначала он был деревянным, в 1954-м возвели трехъярусное строение из камня - с монументальной колоннадой и скульптурой «Родины-матери» работы известного скульптора **Андрея Бембеля**, соавтора обелиска Победы, Кургана Славы и мемориала «Брестская крепость-герой».

Павильон «Беларусь» числится под номером 18. Тогда каждая из советских республик имела тут свой выставочный «особняк». Правда, с 60-х годов в связи с решением властей сделать ВДНХ отраслевой вставкой его передали Министерству электротехнической промышленности. И всю красоту - скульптуры, колонны, полы - закрыли. В 90-х годах он работал как торговый центр, затем как выставка.

ИЗ ИСТОРИИ ВОПРОСА

В 2010-м Владимир Путин предложил странам СНГ взять бывшие павильоны республик в аренду на пятьдесят лет за символическую плату - 1 рубль в год. Но взамен за свой счет восстановить прежний вид зданий. Беларусь взялась одной из первых. Реставрация была закончена в 2015-м.

Сегодня москвичи и гости российской столицы видят белорусский павильон в первоизданном облике. Снаружи любуются украшенными яркой керамикой массивными колоннами. По популярности на ВДНХ до пандемии № 18 входил в «пятерку».

В июле выставочный павильон получил медаль «Золотой знак ВДНХ». Награду вручают за вклад в развитие выставки, за реализацию проектов в сфере спорта, досуга и сервиса, в ландшафтно-парковой сфере, за применение передовых информационных технологий, инновационных решений.

Леонид БРИЧ, заместитель председателя Комиссии ПС по экономической политике, промышленности и торговле:



наших товаров.

В выставочном павильоне также представлены возможности дальнейшего развития бизнеса, использование новых подходов в производстве товаров и услуг. Тут же можно получить честную обратную связь от потребителей.

Мы должны придерживаться курса на увеличение доли отечественных товаров и импортозамещение, внедрять на производстве современные цифровые технологии. Результатом должно стать повышение конкурентоспособности нашей продукции.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Ольга ПЕТРАШОВА, член Комиссии ПС по молодежной политике, спорту и туризму:

- Несмотря на трудности, белорусские предприятия создают новые товары высокого спроса, творчески подходят к обновлению ассортимента и повышению качества продукции. Здесь нужна четкая маркетинговая стратегия, создание и позиционирование товара в расчете не только «как произвести», но и «кому продать».

Многие минчане и гости столицы знают подземный торговый центр «Столица», расположенный недалеко от вокзала в центре города. Последние годы площадка стала терять былую



house.gov.by

привлекательность. Чтобы вдохнуть в центр вторую жизнь, здесь провели ребрендинг, полностью поменяв концепцию.

Теперь это главная торговая и выставочная площадка, на которой представлены исключительно белорусские товары и бренды. Покупателей ждут ярмарки белорусских дизайнеров и мастеров, дни скидок, выставки, спортивные турниры, различные рекламные акции. На фоне санкций после ухода некоторых зарубежных поставщиков у нас освободились многие ниши, где нужно укреплять позиции не только в текущем моменте, но и на перспективу.

Предприятиям важно расширять производство, открывать

новые линии, в том числе в регионах. В качестве примера приведу небольшое производство в Славгороде на Могилевщине, где выпускают мармелад фабрики «Красный пищевик». Важный аспект - расположение нового производства. Город в свое время серьезно пострадал от аварии на Чернобыльской АЭС. Там особенно важно создать для людей такие условия, при которых они смогут трудиться и получать за свою работу достойную зарплату. Поставляются славгородские сладости в первую очередь на внутренний рынок. Перспективное направление экспорта - Россия. Знаю, что белорусские товары пользуются большой популярностью у россиян, потому что это всегда хорошее качество, интересные дизайнерские решения, приятная цена.

Михаил ФРОЛОВ/КР.RU