

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 2024, 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 бренд¹** 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

¹ 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.



ВСЕРОССИЙСКИЕ ЯРМАРКИ

ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

ЗА ОСНОВЫУ РАЗРАБОТКИ ЛОГОТИПА ИСПОЛЬЗОВАЛСЯ МЕЗЕНСКИЙ ОРНАМЕНТ.
МЕЗЕНСКИЙ ОРНАМЕНТ ОЗНАЧАЕТ ПЛОДОРОДИЕ И ИЗОБИЛИЕ. КОНЬ СИМВОЛИЗИРУЕТ УДАЧУ, ЖИЗНЕННУЮ СИЛУ, БЛАГОПОЛУЧИЕ.
ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ СОСТОИТ ИЗ ОРНАМЕНТА КАК ОСНОВНОГО ЭЛЕМЕНТА И ЧЕТКОЙ ШРИФТОВОЙ ЧАСТИ С НАИМИНОВАНИЕМ И ГОРОДОМ РАСПОЛОЖЕНИЯ ЯРМАРКИ



ФИРМЕННЫЙ БЛОК

ФИРМЕННЫЙ БЛОК СОСТОИТ ИЗ ЗНАКА СОСТОЯЩЕГО ИЗ ОРНАМЕНТА И УНИКАЛЬНОГО ШРИФТОВОГО НАЧЕРТАНИЯ. ЭТО ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ, КОТОРАЯ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ В БОЛЬШЕЙ ЧАСТИ ФИРМЕННЫХ МАТЕРИАЛОВ



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФИРМЕННОГО БЛОКА

ЗНАК — ОРНАМЕНТ — МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ И ВМЕСТЕ С ШРИФТОВОЙ ЧАСТЬЮ, И БЕЗ НЕЕ. ВЫБОР ЗАВИСИТ ОТ КОММУНИКАЦИОННОЙ ЗАДАЧИ И РЕКЛАМНОГО НОСИТЕЛЯ.
РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ВАРИАНТЫ НИЖЕ НА СТРАНИЦЕ.



БРЕНДИРОВАНИЕ ПАЛАТОК
СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ
БЕЙДЖ
ПАКЕТ
ВЫВЕСКА
ЦЕННИКИ
НАРУЖНЯЯ РЕКЛАМА



**ВСЕРОССИЙСКИЕ
ЯРМАРКИ**

БРЕНДИРОВАНИЕ ПАЛАТОК
ЦЕННИКИ
НАРУЖНЯЯ РЕКЛАМА



БЛОК АДАПТАЦИИ ЛОГО

ЕСЛИ У МЕСТНОЙ ГОРОДСКОЙ ЯРМАРКИ ЕСТЬ ФИРМЕННОЕ САМОНАЗВАНИЕ, РЕКОМЕНДУЕТСЯ АДАПТИРОВАТЬ ЛОГО ПОДОБНЫМ ОБРАЗОМ



ВАРИАНТЫ КОМПОНОВКИ ЛОГОТИПА

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ОСНОВНУЮ ВЕРСИЮ ФИРМЕННОГО БЛОКА ИЛИ
СКОМПОНУЙТЕ ЕГО
ПО-ДРУГОМУ, КАК ПОКАЗАНО НИЖЕ. ЕСТЬ ТРИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ
ВЕРСИИ КОМПОНОВКИ.



ВСЕРОССИЙСКИЕ
ЯРМАРКИ



ВСЕРОССИЙСКИЕ
ЯРМАРКИ



ВСЕРОССИЙСКИЕ
ЯРМАРКИ



МОНОХРОМНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

СУЩЕСТВУЕТ ДВА ВАРИАНТА МОНОХРОМНОГО ЛОГОТИПА — ДЛЯ ТЕМНОГО И ДЛЯ СВЕТОГО ФОНА. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ОДИН ИЗ НИХ, КОГДА ЦВЕТНАЯ ПЕЧАТЬ НЕВОЗМОЖНА.



ОХРАННОЕ ПОЛЕ ЛОГОТИПА

ОХРАННОЕ ПОЛЕ — ЭТО СВОБОДНОЕ ПРОСТРАНСТВО ВОКРУГ
ЛОГОТИПА. БЛАГОДАРЯ
ЕМУ ЛЮДИ ЗАМЕЧАЮТ ЛОГОТИП БЫСТРЕЕ.



ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

У БРЕНДА ЯРМАРОК ЕСТЬ ОСНОВНОЙ ШРИФТ
ДЛЯ НАБОРА ЛЮБЫХ ТЕКСТОВ И ОСОБЫЙ (АКЦИДЕНТНЫЙ)
ДЛЯ КРУПНЫХ НАДПИСЕЙ, ЗАГОЛОВКОВ, ЯРЛЫКОВ, ПЛАКАТОВ И Т. П.

Я



ОСНОВНОЙ ШРИФТ

VETRENEASTSLAVIC

абвгдежзиклмнопрстуфхцщъыьэюя
АБВГДЕЖЗИКЛМНОРСТУФХЦЩЪЫЬЭЮЯ
0123456789!?:*—«»

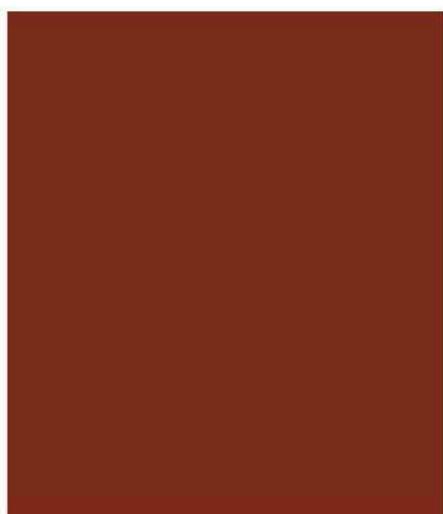
TIFF-HEAVY

абвгдежзиклмнопрстуфхцщъыьэюя
АБВГДЕЖЗИКАМНОРСТУФХЦЩЪЫЬЭЮЯ
0123456789!?:*—«»



ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

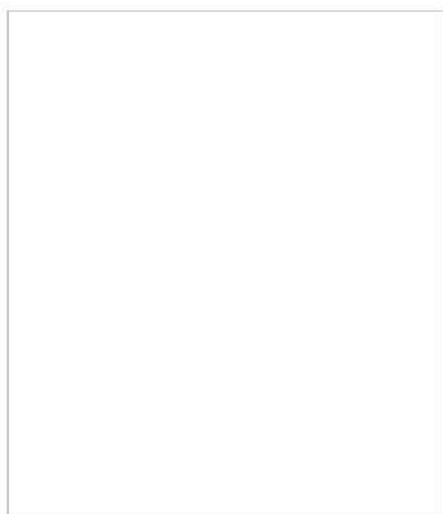
ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА СОСТОИТ ИЗ ЧЕТЫРЕХ
ОСНОВНЫХ ЦВЕТОВ — КРАСНОГО, СИНЕГО,
ЧЕРНОГО, БЕЛОГО



#7C2D1C



#212B64



#FFFFFF

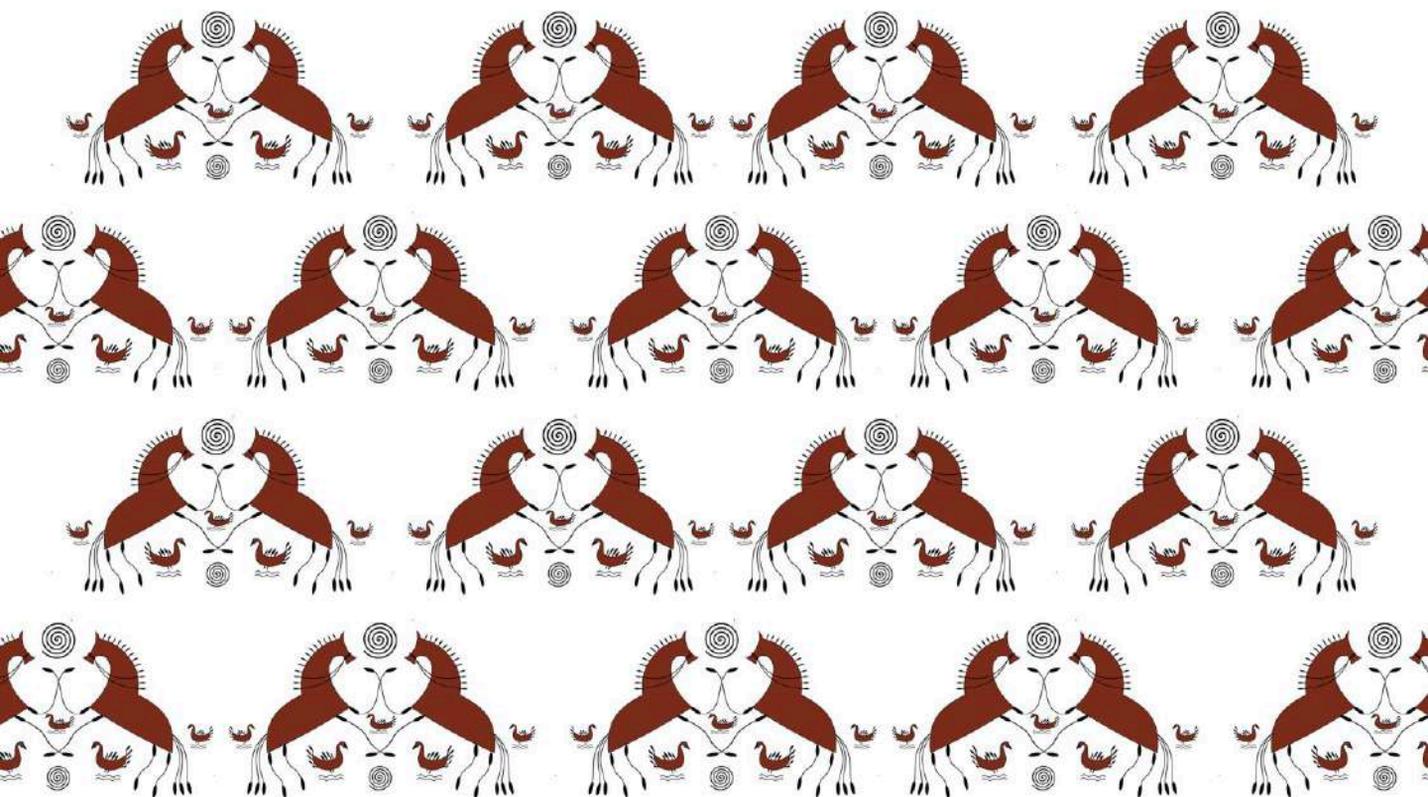


#000000



ПАТТЕРН

ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН ЯРМАРОК — ЭТО ОРИГИНАЛЬНЫЙ УЗОР, В ОСНОВЕ КОТОРОГО БКОНИ. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЕГО КАК ФОНОВЫЙ РИСУНОК ИЛИ ДЕКОРАТИВНЫЙ ЭЛЕМЕНТ В РЕКЛАМЕ, ПОЛИГРАФИИ, ОФОРМЛЕНИИ ТОРГОВЫХ ТОЧЕК. УЗОР РАБОТАЕТ НА УЗНАВАЕМОСТЬ ЯРМАРОК.





**НОСИТЕЛИ
ФИРМЕННОГО**



БЕЙДЖ

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ НА РАЗНУЮ ФОРМУ БЕЙДЖЕЙ: ДЛЯ АДМИНИСТРАТОРА ОНИ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ, ДЛЯ УЧАСТНИКА (ПРОДАВЦА И/ИЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ) — ВЕРТИКАЛЬНЫЕ.





ПАКЕТ

ФИРМЕННЫЙ ПАКЕТ ЯРМАРКИ — ЭТО «ШУРШАЩИЙ» ПАКЕТ-МАЙКА ИЗ ПОЛИЭТИЛЕНА НИЗКОЙ ПЛОТНОСТИ.



ЭКОПАКЕТ

ФИРМЕННЫЙ ПАКЕТ ЯРМАРКИ — ЭТО БУМАЖНЫЙ ЭТО ПАКЕТ С РУЧКАМИ СРЕДНЕЙ ПЛОТНОСТИ. ДВУХ РАЗМЕРОВ.



ЭКОПАКЕТ

ФИРМЕННЫЙ ПАКЕТ ЯРМАРКИ — ЭТО БУМАЖНЫЙ ЭТО ПАКЕТ С РУЧКАМИ СРЕДНЕЙ ПЛОТНОСТИ. ДВУХ РАЗМЕРОВ.



СТАКАНЧИКИ

БРЕНДИРОВАННЫЕ БУМАЖНЫЕ СТАКАНЧИКИ ПОД НАПИТКИ



НАКЛЕЙКИ

КАЖДЫЙ УЧАСТНИК-ПРОДАВЕЦ МОЖЕТ РАЗМЕСТИТЬ
НА ТРАНСПОРТЕ ЗАМЕТНУЮ ФИРМЕННУЮ НАКЛЕЙКУ.



**СПЕШУ НА
ВСЕРОССИЙСКИЕ
ЯРМАРКИ**

НАКЛЕЙКИ

ВИНИЛОВЫЕ НАКЛЕЙКИ ДЛЯ БРЕНДИРОВАНИЯ ЛЮБОГО ТОВАРНОГО ЭЛЕМЕНТА



250мм

130мм



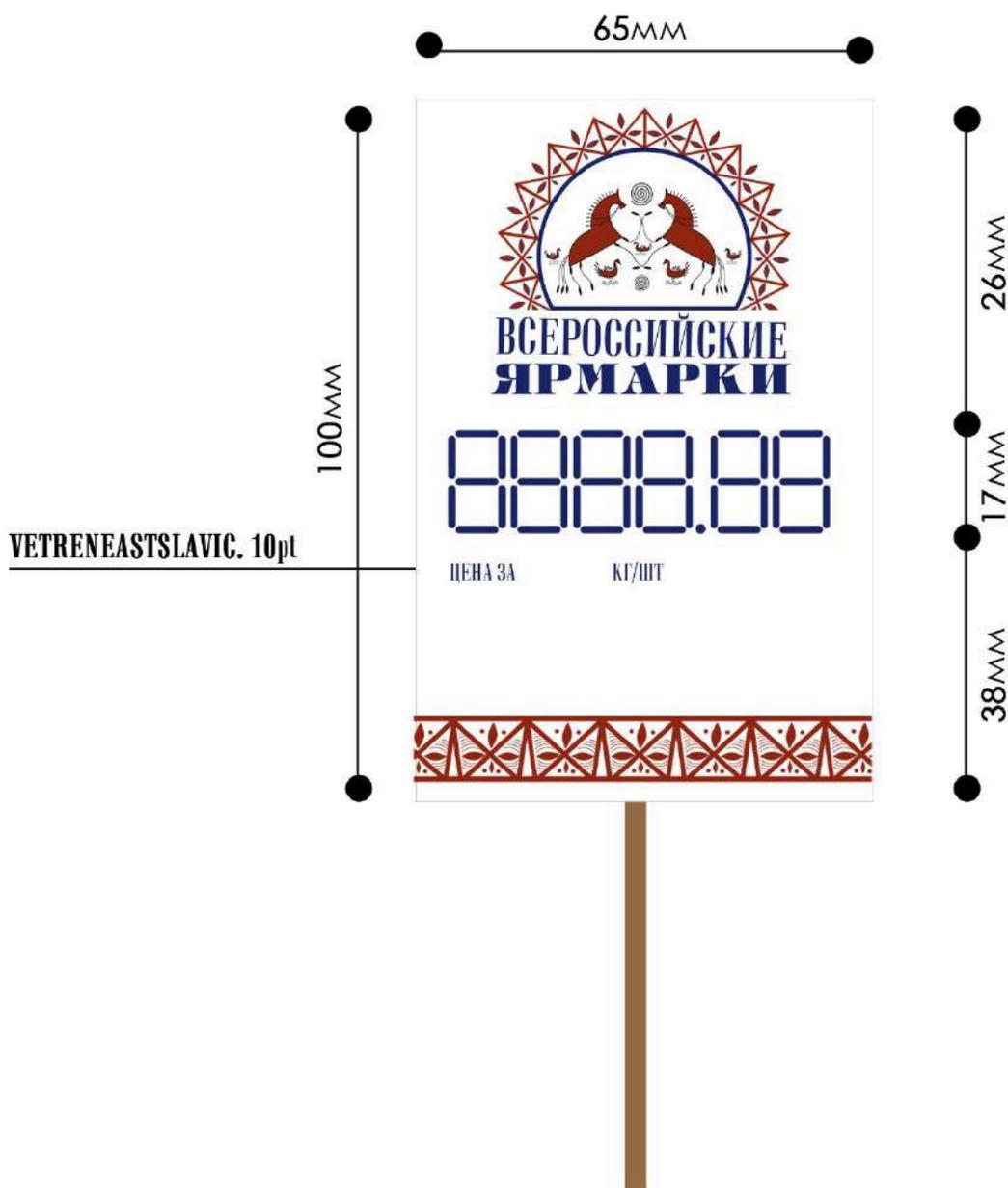
75мм



ЦЕННИК

ФИРМЕННЫЙ ЦЕННИК — ВЕРТИКАЛЬНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ С ЛОГОТИПОМ И ДОСТОВЕРНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ О НАИМЕНОВАНИИ ТОВАРА И ЕГО ЦЕНЕ. БЛАГОДАРЯ НОЖКЕ ЛИБО БРУСОЧКЕ ИЗ ДЕРЕВА ИЛИ ПЛАСТИКА ЦЕННИК ЛЕГКО РАЗМЕСТИТЬ ДАЖЕ В ГРУДЕ РАЗВЕСНОГО ТОВАРА.

ВСЕ УЧАСТНИКИ ЯРМАРОК ОБЯЗАНЫ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЦЕННИКИ ТАКОГО ВИДА.





ВСЕРОССИЙСКИЕ ЯРМАРКИ

8888.88

ЦЕНА ЗА

КГ/ШТ



Минпромторг
России



УНИФОРМА ПРОДАВЦОВ, АДМИНИСТРАТОРОВ

СПЕЦИАЛЬНАЯ ОДЕЖДА ПЕРСОНАЛА И ПРОДАВЦОВ ПОМОГАЕТ ПОСЕТИТЕЛЯМ ЯРМАРОК БЫСТРЕЕ СОРИЕНТИРОВАТЬСЯ

ЦВЕТ:СИНИЙ ИЛИ КРАСНЫЙ
СОСТАВ:35% ХЛОПОК, 65% ПЭ
РАЗМЕР (В X Ш):80 X 70
КАРМАН:СПЕРЕДИ 2 НАКЛАДНЫХ
ЗАВЯЗКИ:ЗАВЯЗЫВАЮТСЯ СЗАДИ

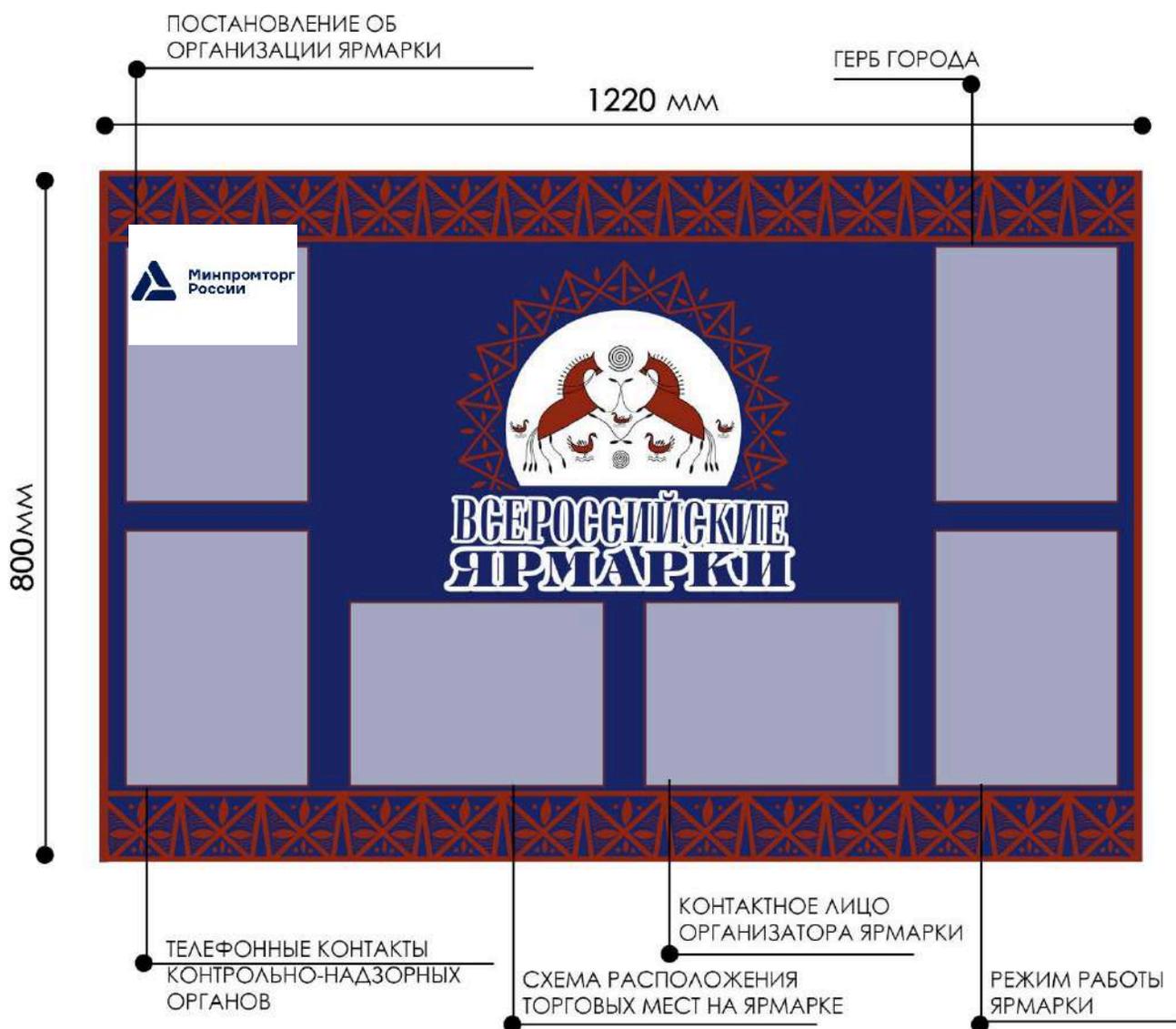


СТАНДАРТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ЯРМАРОК



ОБЩИЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СТЕНД

НА ТАКОМ СТЕНДЕ РАЗМЕЩАЕТСЯ ОФИЦИАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ
ОРГАНИЗАТОРЕ



СТЕНД «УГОЛОК ПОТРЕБИТЕЛЯ»

ЗДЕСЬ РАЗМЕЩАЮТ ИНФОРМАЦИЮ ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ:
ТЕЛЕФОНЫ



ТАБЛИЧКА «РЕЖИМ РАБОТЫ»

210 мм

297 мм



МОБИЛЬНЫЙ ФЛАГШТОК

КОНСТРУКЦИЯ, РАЗРАБОТАННАЯ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ФИРМЕННОГО ФЛАГА ЯРМАРКИ —ЯРКОГО ПОЛОТНА С ПОЛНОЙ ВЕРСИЕЙ ЛОГОТИПА.

ОСОБЕННОСТИ ФЛАГШТОКА:

- БЫСТРО И ПРОСТО УСТАНОВИТЬ ДАЖЕ В ОДИНОЧКУ;
- МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ НА УЛИЦЕ И В ПОМЕЩЕНИЯХ;
- УДОБНО ПЕРЕНОСИТЬ И ПЕРЕВОЗИТЬ;
- ФЛАГ «РАЗВЕВАЕТСЯ» В ЛЮБУЮ ПОГОДУ БЛАГОДАРЯ ДВУМ ГОРИЗОНТАЛЬНЫМ ПЕРЕКЛАДИНАМ.

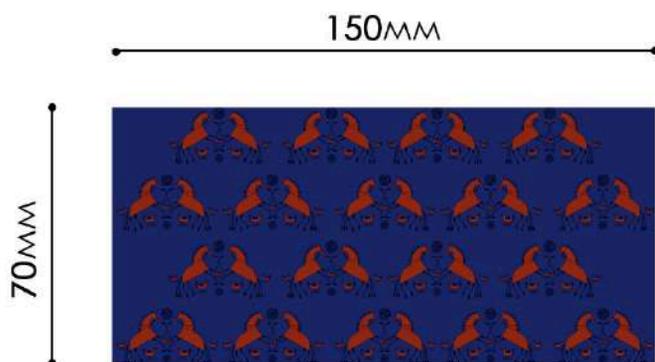


ВЫВЕСКА

ВЫВЕСКА ЯРМАРКИ В ФИРМЕННОМ СТИЛЕ ИГРАЕТ НЕ СТОЛЬКО ИНФОРМАЦИОННУЮ, СКОЛЬКО ИМИДЖЕВУЮ РОЛЬ. ВАЖНО, ЧТОБЫ ВЫВЕСКИ ВСЕХ КРАЕВЫХ ЯРМАРОК ВЫХОДНОГО ДНЯ БЫЛИ ОДИНАКОВЫМИ.



ПЕРЕДНЯЯ ПОВЕРХНОСТЬ



БОКОВАЯ ПОВЕРХНОСТЬ



ВХОДНАЯ ГРУППА

ВХОДНАЯ ГРУППА ОБЯЗАТЕЛЬНО РАЗМЕЩАЕТСЯ ТАМ, ГДЕ ГЛАВНЫЙ ВХОД НА ЯРМАРКУ. ЭТОТ БАЗОВЫЙ НАБОР КОНСТРУКЦИИ ОБРАЗУЕТ НЕДЕЛИМУЮ КОМПОЗИЦИЮ

И ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ:

- ФИРМЕННУЮ КОНСТРУКЦИЮ-НАВЕС (МЕТАЛЛИЧЕСКИЙ КАРКАС, ОБТЯНУТЫЙ ТКАНЬЮ);
- ВЫВЕСКУ;
- ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТЕНДЫ;
- ФИРМЕННЫЙ ФЛАГ.

РАЗМЕРЫ, ДИЗАЙН И СОСТАВ ВХОДНОЙ ГРУППЫ МЕНЯТЬ НЕЛЬЗЯ.

•



ВХОДНАЯ ГРУППА



ТАБЛИЧКА ПРОДАВЦА

У КАЖДОГО УЧАСТНИКА ЯРМАРКИ ОБЯЗАТЕЛЬНО ДОЛЖНА БЫТЬ ТАБЛИЧКА, ГДЕ ЕСТЬ НАИМЕНОВАНИЕ И ЮРИДИЧЕСКИЙ АДРЕС ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ, А ТАКЖЕ ИНФОРМАЦИЯ О ГОСРЕГИСТРАЦИИ И НАИМЕНОВАНИИ ЗАРЕГИСТРИРОВАВШЕГО ОРГАНА. МАТЕРИАЛ: ПВХ, САМОКЛЕЯЩАЯСЯ ПЛЕНКА



СТАНДАРТНАЯ ПАЛАТКА 2 X 2 М

ТЕНТ КАЖДОЙ ФИРМЕННОЙ ЯРМАРОЧНОЙ ПАЛАТКИ ДОЛЖЕН
БЫТЬ ДВУХЦВЕТНЫМ



СТАНДАРТНАЯ ПАЛАТКА 2 X 2 М

ТЕНТ КАЖДОЙ ФИРМЕННОЙ ЯРМАРОЧНОЙ ПАЛАТКИ ДОЛЖЕН
БЫТЬ ДВУХЦВЕТНЫМ



ВСЕРОССИЙСКИЕ
ЯРМАРКИ
МОСКВА



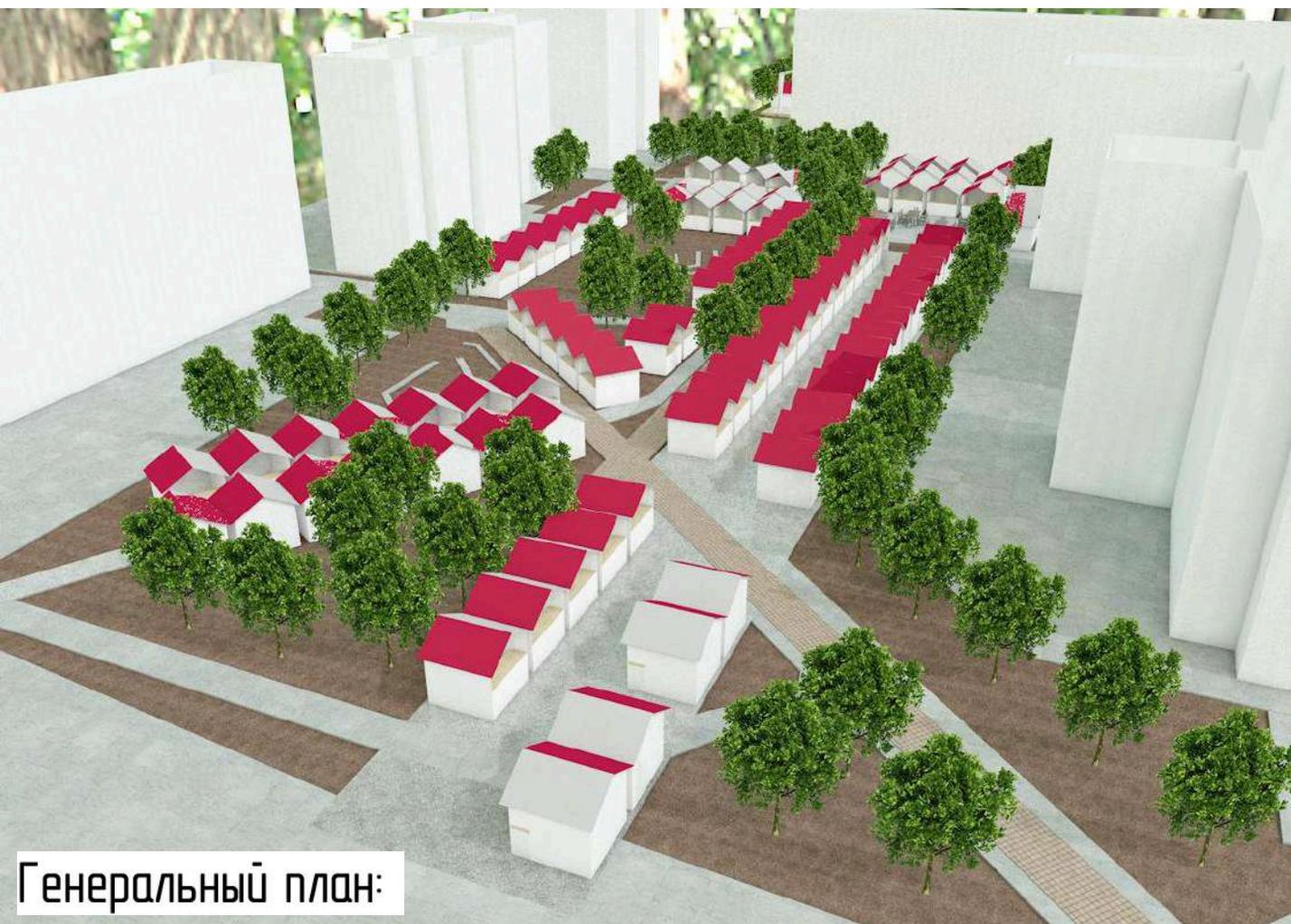
СТАНДАРТНАЯ ПАЛАТКА 2 X 2 М

ТЕНТ КАЖДОЙ ФИРМЕННОЙ ЯРМАРОЧНОЙ ПАЛАТКИ ДОЛЖЕН
БЫТЬ ДВУХЦВЕТНЫМ



Генеральный план:





Генеральный план:









