**16 НОЯБРЯ – ДЕНЬ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ**

***30 мая 2018 г. в Северной столице прошел I Съезд российских производителей бизнес-сувенирной и подарочной продукции. Одной из инициатив организатора форума, Ассоциации МАПП, стало предложение об учреждении  «Дня отечественной продукции».***

*Основным смыслом данной акции является внедрение в сознание соотечественников идеи поддержки российских предпринимателей, испытывающих сегодня определённые сложности. Помимо нормальной в условиях рыночной экономики конкуренции, отечественные производственные компании страдают от нестабильности российской экономики и принимаемых властями мер по стабилизации бюджета, поэтому дополнительная поддержка представителям российских производств - просто необходима.*

*Действуя в бизнес-сувенирной и подарочной отраслях, ассоциация МАПП, безусловно, пока не претендует на всё экономическое пространство страны, а также на статус официальной, утверждённой правительством даты. Суть акции «Дня отечественной продукции» состоит в том, что в день её проведения корпоративные покупатели в своих закупках сувенирной продукции отдадут предпочтение отечественным изделиям.  И хотя идея в этом году будет стимулировать продажи на относительно небольшом сегменте рынка, мы рассчитываем, что в обозримой перспективе инициатива получит дальнейшее творческое развитие и в других отраслях.*

*Инициатива МАПП нашла полную поддержку у делегатов Первого Съезда. Даже спор вокруг возможной даты (предлагалось, в частности, приурочить событие к какому-нибудь из уже существующих «красных дней календаря») завершился в пользу первоначального варианта. В результате дебатов,****съезд внёс в свою резолюцию предложение считать в этом году Днем отечественной продукции 16 ноября,****когда на предприятиях начинают всерьез задумываться о подготовке к новогодним праздникам, и впервые отметить его осенью 2018 года.*

От имени ассоциации МАПП с предложением поддержать инициативу выступил президент ассоциации Лео Костылев: «Хотим мы этого или нет, но живя в условиях рыночной экономики, мы волей-неволей должны подчиняться её законам. А это означает преобладание маркетинговых инструментов влияния на сознание человека над методами государственного регулирования. С сожалением должен отметить, что понимание этого имеется, в основном, у представителей тех стран, где рыночная экономика существует дольше, чем в России, и которые в течение последних двадцати пяти лет не стеснялись использовать эти инструменты. С моей точки зрения, не всегда на пользу россиянам. Отчасти, лёгкости усвоения таких идей способствовала и сама российская жизнь советского периода.  Поэтому, мощной американской пропагандистской машине было несложно модифицировать психологию россиян. Они были готовы к этому гораздо больше, чем во многих других странах. Хотя, справедливости ради, нужно заметить, что никто не избежал этого влияния. С каким удовольствием мы иногда ходим, например, в рестораны восточной кухни - китайской, японской, индийской. И как рады индусы, когда у них открывается новый ресторан McDonald's. Древнейшая и, наверное, самая интересная и самобытная, индийская культура, трещит по швам перед американским долларовым маркетингом. Мужчины уже поголовно носят американскую одежду - джинсы и футболки, как и большая часть женщин. В торговых центрах практически невозможно купить традиционную индийскую одежду, а в их ресторанах подают различный фастфуд, никакого отношения к индийской кухне не имеющий. И самое страшное, что людям это нравится! Мы все, весь мир, находимся под гипнозом американского маркетинга, который для нас выражается, в основном, в отказе от своего, родного, традиционного в пользу американского. «Американская мечта» - определённый образ мысли и действия завоевали весь мир. А на маленьких его клочках, где он не приживается, идёт настоящая война. Мы ВСЕ носим американскую одежду, едим американскую еду, пользуемся плодами американских исследований и научных открытий в медицине, бизнесе, образовании, короче, во всех областях нашей жизни. Здесь, в России, мы даже перестали развивать собственный язык, заимствуя всё больше слов из английского.

Не пора ли задуматься над тем, что если кто-то, особенно страна с самой большой экономикой в мире, тратит столько усилий на внедрение своих продуктов и идей представителям других культур, то это, скорее всего, выгодно. И опять же, следуя Аристотелевой логике, если это выгодно ИМ, значит, не может быть выгодно НАМ. И делать, соответственно, надо НЕ ТО, что они предлагают, а ТАК КАК они делают сами. То есть, создавать собственные мысле-образы, и не жалея сил, внедрять их в сознание соотечественников, ибо только такие действия могут быть выгодны нам. Лев Толстой, который был не только великим писателем, но в гораздо большей степени великим философом и гуманистом, заметил: «Людям кажется, что положение их улучшается вследствие изменения внешних форм жизни, а между тем изменение внешних форм есть всегда только последствие изменения сознания, и только в той мере улучшается жизнь, в которой это изменение основано на изменении сознания». Поэтому своей задачей мы видим не только мероприятия, способствующие непосредственно развитию отечественного производства, но также и такие, которые помогали бы развивать сознание в нужном направлении. Только в сочетании этих двух компонентов возможно достичь максимальных результатов.

В связи с вышесказанным, в ассоциации МАПП возникла инициатива проведения «Дня отечественной продукции» под названием или девизом (как вам больше нравится): «ПРЕДПОЧИТАЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЕ, ПОКУПАЙ РОССИЙСКОЕ». Поскольку МАПП является ассоциацией бизнес-сувенирных и подарочных компаний, то и начинать следует именно с нашего продукта. Тем более, что сделать это именно в нашей отрасли будет наиболее легко, ибо к подаркам, как и бизнес-сувенирам, как правило, не предъявляется строгих технических или технологических требований. Подарок может быть любым, и наша задача сделать так, чтобы он был российского производства.

Суть мероприятия состоит в том, что в определённый день (мы выбрали 16 ноября в этом году) предприятия, действующие на территории РФ, приобрели бы бизнес-сувенирную и подарочную продукцию российского производства, оказав, тем самым, посильную помощь отечественному производителю, малому предприятию, которое, безусловно, в такой поддержке нуждается.

Собственно говоря, с пропагандистской точки зрения, особенной перекройки сознания для этого не требуется. За нас элементарная арифметика. В России насчитывается примерно 6,5 миллионов предприятий. Если каждое российское предприятие в этот день  приобретёт подарочных или сувенирных изделий всего на 1000 рублей, это поможет создать 17000 новых рабочих мест на постоянной основе.

Обсуждая эту идею в ассоциации, мы  подумали и о том, что со временем инициатива «Дня отечественной продукции» могла бы перерасти в профессиональный праздник. Однако, процедура рассмотрения такого предложения требует, по крайней мере, наличия кода ОКПО, и определённого срока существования отрасли с этим кодом. Поэтому, идея профессионального праздника на основе Дня остаётся в перспективе, а пока мы должны сосредоточить свои усилия на продвижении инициативы самого дня самым широким образом.

Наш выбор даты был вполне случаен, хотя было понятно, что такой «День» может проводиться только осенью, в период наибольшей активности заказчиков наших изделий. Уже после выбора даты, мы посмотрели на то, что ещё происходит в этот день и заметили, что выбор оказался весьма удачным. 16 ноября отмечается  Международный день терпимости, который отмечают те, кто придерживается принципов ненасилия, толерантности, проявляет уважение и понимание к человеку.

А ещё это день народного праздника, который носит название Анна Холодная. Последнее слово - не фамилия, и вообще, связи между словами этого сочетания мало. Холодная потому, что на Руси в это время начиналась зима, и по погоде в этот день было принято гадать о том, какая будет зима, и будет ли следующий год урожайным. А «Анна» была дочерью великого князя начала  XI века, прославившаяся тем, что образовала первый в России женский Андреевский монастырь, и став его настоятельницей, открыла при нём первую же на Руси школу для девочек, в которой, помимо необходимых основ, преподавали и различные женские ремесла.

Отмечался же этот праздник в народе тем, женщины занимались рукоделием, садились за пряжу и холсты.

И вот, в продолжение этой традиции народного рукоделия и творчества, мы предлагаем российским предприятиям приобрести в этот день произведения современных российских рукодельников».

ДЕЛЕГАТЫ ПЕРВОГО СЪЕЗДА РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ И ПОДАРОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, АССОЦИАЦИЯ МАПП ПРЕДЛАГАЮТ ВАМ, УВАЖАЕМЫЙ РОССИЙСКИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ, ПОДДЕРЖАТЬ НАШУ ИНИЦИАТИВУ И ПРОЯВИВ СОЗНАТЕЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ К СВОИМ СООТЕЧЕСТВЕННИКАМ – РОССИЙСКИМ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ, А ТАКЖЕ ЗАБОТУ О БЛАГОСТОСТОЯНИИ НАШЕЙ СТРАНЫ, СОВЕРШИТЬ В ЭТОТ ДЕНЬ ХОТЯ БЫ ОДНУ СДЕЛКУ НА ОТЕЧЕСТВЕННУЮ ПРОДУКЦИЮ. ОТ ВАШЕЙ АКТИВНОСТИ ЗАВИСЯТ СУДЬБЫ МИЛЛИОНОВ ЖИТЕЛЕЙ РОССИИ! СТАНЬТЕ ТЕМ, КТО ВЕРШИТ СУДЬБУ СВОЕЙ СТРАНЫ, ДЕЛАЕТ ЕЁ ИСТОРИЮ СВОИМИ РУКАМИ.

**Президент МАПП, Лео Костылев**

**Ассоциация МАПП**

+7(812) 318-18-92

[www.iapp.ru](http://iapp.ru/)

info@iapp-spb.org