

БРЕНД

МЕСТНЫЕ ТОВАРЫ ПОЛУЧИЛИ ШАНС
НА ИЗВЕСТНОСТЬ В МАСШТАБАХ СТРАНЫ

Ярославская область – территория первых!

Закон о региональных брендах, способный придать новый импульс экономическому развитию Ярославской области, принят Госдумой в первом чтении в конце минувшей недели.

Что такое региональный бренд? Это такой вид товара или услуги, в котором географическое указание неотделимо от наименования. В нашем, ярославском, случае это довольно просто и понятно: если огурцы – то вятские, уха – ростовская, сыр – пошехонский, дизель – ярославский, моторы – рыбинские и так далее.

Одним словом, наш регион на местные бренды более чем богат. Однако до самого недавнего времени эти товарные наименования, с одной стороны, не были достаточно защищены, то есть могли использоваться едва ли ни кем угодно. Достаточно напомнить, что пошехонский сыр производства Белоруссии – это не анекдот, а суровая реальность наших дней. С другой стороны, их использование не давало производителям никаких особых выгод, кроме моральных. Что же изменится с вступлением в силу нового федерального закона?

– Региональное брендование, то есть введение географического указания для локализации товара, – это, во-первых, повышение узнаваемости и региона, и товара в глазах потребителя, – рассказывает председатель Ярославской областной думы, член фракции «Единая Россия» Михаил Боровицкий, много лет посвятивший развитию агрокомплекса региона. – Во-вторых, что совершенно естественно, это повышение доверия к товару. Если вся страна много десятилетий говорит о пошехонском сыре, то наверняка этот товар не может и не должен быть низкого качества. Здесь закон ставит заслон на пути фальсифицированной и контрафактной продукции. И наконец, это более строгая процедура отбора при брендовании. Потому что при достижении вышеописанных задач не каждая уха, сваренная на территории Ростовского района, автоматически достойна называться ростовской. Будем отбирать лучшее из лучшего.

Закон помимо прочего предусматривает более простую регистрацию товарного наименования региональных брендов – ведь указание

на географическое происхождение содержится прямо в названии товара. При этом, как сказано в тексте документа, географическим происхождением должны в значительной степени определяться особое качество продукта, его репутация или другие характеристики. Иными словами, не всякое устойчивое словосочетание есть бренд, а лишь то, за которым стоит многолетняя (а лучше многовековая) история высочайшего качества и неповторимых свойств.

Однако новый закон дает возможность не только для дополнительного развития старых брендов, но и для создания новых. Не секрет, что уже сегодня существуют локальные бренды вроде «угличского мяса» или «переславского сыра», хорошо известные внутри области, но не достигшие пока всероссийской известности. И здесь – непочатый край работы.

Как пояснила руководитель крестьянско-фермерского хозяйства из Рыбинского района Марина Степанова, «у нас появляется новый мощный стимул для развития. Фактически региональный бренд становится своеобразным пропуском для местного товара на рынки как внутри, так и за пределами Ярославской области. Потребитель понимает, что защищенная торговая марка, связанная с названием района или тем более целой области, – это гарантия происхождения, качества и ответственности производителя. А это должно послужить мотивацией для каждого, кто сегодня работает в сельском хозяйстве».

Существенное отличие регионального бренда от продающей действующей системы «наименования места происхождения товара» заключается в том, что в регионе должен осуществляться хотя бы один этап производства товара. А это значит, что товаров с эпитетом «ярославский», «рыбинский» или «пошехонский» может оказаться на порядок больше, чем сегодня. Все это принесет немалую выгоду как производителям, так и бюджету Ярославской области, который, по логике законодателей, и станет основным выгодоприобретателем от интеллектуальных прав на использование регионального бренда.

Все это еще раз напомнит нам, чем славна Ярославия, чем мы должны и можем гордиться.

ВETERАНЫ СПОРТА



Играли с полной отдачей.

С футболом по жизни



Команда молодости нашей.

Старт от заводской проходной

Вся трудовая биография Вячеслава Артамонова связана с Ярославским моторным заводом. Долгое время Вячеслав Иванович оставался уникальным специалистом по проектированию приспособлений и инструмента для операций зубообработки. Речь идет о зубьях шестерен, без которых не обходится ни один двигатель внутреннего сгорания, их изготавливает ЯМЗ («Автодизель»). Чтобы представить, насколько серьезные задачи были по силам инженеру Артамонову, надо сказать, что Министерство станкостроительной промышленности СССР назначало его как специалиста по зубчатым передачам председателем государственной комиссии по приемке новых моделей станков по трем заводам: егорьевский завод «Комсомолец», витебский имени Коминтерна и Корсунь-Шевченковский завод им. Богдана Хмельницкого.

На ярославском моторном Вячеслав Иванович отработал 54 года. А пришел на производство после автомеханического техникума, который окончил с отличием в 1954 году. На ЯМЗ в то время готовились к выпуску совершенно нового V-образного двигателя, он должен был прийти на смену четырех-

Футбол у нас любят и гоняют мяч самозабвенно, с полной отдачей, некоторые – всю жизнь. Случай свел меня с таким человеком. Вячеслав Артамонов заглянул в Музей истории города Ярославля на выставку, посвященную прошедшему чемпионату мира. В фигуре пожилого мужчины угадывалась статья, которую не в силах стереть годы.



Вячеслав Артамонов.

В 1962 году команда стала чемпионом 3-й летней спартакиады по футболу среди заводских коллективов Ярославской области. До этого молодой спортсмен уже показал себя на поле, играя за кордную фабрику.

Потом восемь лет Артамонов выступал за асбестовый завод. А заканчивал футбольную карьеру, играя за полиграфкомбинат. И уже после этого в 1962 году организовал команду из работников ЯМЗ. Играли на площадке школы бокса «Волжанин», которая тоже относилась к моторщикам. До тех пор, пока на месте поля не оборудовали надувной манеж для тенниса. И тут с поиском нового места дислокации помог Валерий Васильевич Величко, который играл в команде с 1980-х годов – футболисты-ветераны перешли на стадион шинного завода. Там Артамонов познакомился с Владимиром Власовым, директором ДЮСШ, и тот пошел навстречу энтузиастам спорта, выделил время на занятия «группы здоровья ветеранов футбола».

Кроме работников ЯМЗ в команду входили профессиональные футболисты: на поле выходил полузащитник «Шинника» Владимир Панков, игрок «Шинника» Федор Миронов, врач команды Владимир Федоров. Гоняли мяч и хоккеисты, к примеру, Вячеслав Соколов, лучший хоккеист лиги, забросивший рекордное число шайб в ворота соперника. Играли «старички» круглый год...

До сих пор Вячеслав Иванович руководит коллективом и посещает тренировки. Сегодня уже на поле не выходит, все-таки 83 года. Любая полученная травма теперь заживает подолгу и очень болезненно. Зато можно встретиться с товарищами, обсудить, как наша сборная выступила на чемпионате мира по футболу. И просто пообщаться с близкими по духу людьми.

Вячеслав КОВАЛЬКОВ
Фото из архива В.И. АРТАМОНОВА

и шестицилиндровым двигателям. Председателем дипломной комиссии был главный конструктор завода, и он сразу пригласил выпускника в специальную конструкторскую группу. Поработал Слава недолго. Пришла повестка из военкомата. У специалистов СКБ – специального конструкторского бюро – была бронь. Но Вячеслав решил отдать воинский долг Родине и пошел в армию на три года. Таким был тогда срок службы.

Задолго до моды на спорт

Со спортом Вячеслав дружил еще с техникума, участвовал в соревнованиях буквально по всем видам спорта. Но футбол был на первом месте. Тренировки и состязания продолжались в армии. Затем на Ярославском моторном заводе уволенного в запас спортивного парня сразу же выбрали в состав Совета физкультуры. Он многих увлек за собой.

В ту пору спортом занимались отчаянные люди. Не хватало спортивных залов, стадионов, инвентарь был самый простой. Вот и спортивный клуб «Волжанин» на ЯМЗ возник не сразу, а был создан в 1967 году. Тем временем друзья пригласили Вячеслава выступать в футбольных баталиях за завод резинотехнических изделий.