**Экспорт несырьевых товаров. Новые точки роста**

***8 ноября 2016 года состоялся круглый стол ИД «КоммерсантЪ» «Экспорт несырьевых товаров как фактор формирования имиджа России в мире» в рамках Международного экспортного форума.***

За последние несколько лет поддержка несырьевого экспорта стала одним из приоритетных направлений обеспечения устойчивого развития экономики России, признанного как на уровне руководства страны, так и деловым и экспертным сообществом. Сегодня речь идет уже не столько о создании таргетированных инструментов содействия экспортно ориентированным компаниям в их инициативах по выходу и закреплению на внешних рынках, сколько об эффективном струткурировании, систематизации и тонкой настройке механизмов, которые уже созданы или находятся на стадии разработки и запуска. Правильная реализация этих механизмов вкупе с конкурентоспособной продукцией и проактивной позицией корпоративного и финансового секторов способна вывести Россию на новый уровень торгово-экономического сотрудничества с зарубежными странами, сделав бренд «Made in Russia» по-настоящему сильным и конкурентоспособным во всех регионах мира.

Именно формированию международного имиджа и продвижению бренда «Сделано в России» было посвящено мероприятие ИД «КоммерсантЪ» «Экспорт несырьевых товаров как фактор формирования имиджа России в мире» в рамках Международного экспортного форума. Эксперты из ведущих компаний, таких как Google, Lamoda, Sputnik (МИА «Россия сегодня»), РЭШ, Росинформэкспорт и др., наряду с представителями Минэконоразвития РФ и Российского экспортного центра обсудили возможность создания экспортно ориентированной экономики в России, рассказали про новые приоритетные направления несырьевого экспорта России и постарались выявить наиболее эффективные механизмы поддержки.

**Денис Трефилов,** директор департамента координации, развития и регулирования внешнеэкономической деятельности Министерства экономического развития Российской Федерации, в своем выступлении акцентировал внимание на государственных механизмах эффективной интеграции России в глобальные цепочки производства и потребления и особо подчеркнул ведущую роль экспорта товаров и услуг для формирования положительного имиджа России на мировой арене.

**Вера Подгузова,** директор по внешним коммуникациям РЭЦ, рассказала о роли РЭЦ как фасилитатора взаимодействия между бизнесом и государством и подчеркнула значимость конструктивного диалога между бизнесом и государством. Она также отметила, что в настоящее время, помимо основной деятельности РЭЦ, ведется активная работа над ошибками — что не было учтено на первых порах при создании Российского экспортного центра.

О влиянии российского образования на формирование имиджа России на международной арене рассказал ректор Российской экономической школы **Шломо Вебер.** Он также отметил особую роль социальных отношений и многообразия общества для имиджа государства и подчеркнул тонкую архитектуру баланса между принимаемыми обязательствами и появляющимися возможностями.

**Максим Браверман,** руководитель направления по развитию экспорта Google Россия, отметил взрывной рост индустрии игр и подчеркнул необходимость господдержки этой отрасли. Он также отметил, что индустрия игр является одним из самых ярких и перспективных направлений российского экспорта.

Про историю успеха российской анимации на международных фестивалях, про возможности и основные препятствия для развития российского производства анимационных фильмов рассказал **Анатолий Прохоров,** российский кино- и телепродюсер, сооснователь студии «Пилот».

**Буркхард Биндер,** управляющий директор, соучредитель Lamoda, эксперт по формированию имиджа через fashion-индустрию, представил интересный кейс продвижения российских дизайнеров за рубежом. Рассказал аудитории о перспективах развития бренда «Сделано в России» в международном fashion-пространстве и о конкурентоспособности продукции, а также о том, за счет каких факторов достигается положительная динамика спроса на товары российских дизайнеров, о необходимости поддержки экспорта и системного подхода для гармоничного встраивания в глобальную fashion-индустрию.

«Мы живем в эпоху потребления, и имидж страны напрямую влияет на восприятие товаров и услуг, произведенных в этой стране. “Сделано в России” — уже знак качества для таких историй, как оборонная промышленность, ИТ и культура. Однако многих российских производителей в других отраслях, которые экспортируют качественные товары и услуги, зачастую не знают ни за рубежом, ни в России. Команда Sputnik, которая работает на более чем 30 языках по всему миру, готова рассказывать о таких производителях и способствовать их продвижению на своих ресурсах»,— отметил руководитель международного вещания Sputnik **Антон Анисимов.**

ИД «КоммерсантЪ» благодарит спикеров, участников и партнеров мероприятия!