

Отберут ли «Байкал» у Иркутской области и Бурятии?

Слово «Байкал» в ближайшем будущем может стать одним из официально зарегистрированных национальных брендов России. С такой инициативой в нынешнем году выступил Институт развития Дальнего Востока и Забайкалья, действующий при администрации президента РФ.

Слово «Байкал» вполне могут поднять на уровень такого же бренда, как «Россия». Напомним, еще недавно государство взимало пошлину с коммерческих структур за использование последнего в названиях компаний. С 2008 года частникам вообще запретили использовать слово «Россия» и производные от него. Означает ли это, что всем иркутским и бурятским туркомпаниям, в названии которых есть слово «Байкал», придется платить за это, либо вообще зарегистрировать другой товарный знак? Конкретного ответа на такой вопрос инициаторы идеи пока не дают.

Что думают о возможном нововведении представители власти и турбизнеса Иркутской области, поможет ли, по их мнению, нашему региону создание официального бренда «Байкал» и куда, в этом случае, должны поступать доходы от использования бренда – федерации либо субъектам РФ, расположенным вблизи озера? С такими вопросами корреспондент Baikal Land обратился к компетентным в сфере туризма и брендинга лицам.

Агния Шангина, заместитель руководителя агентства по туризму Иркутской области:

– Идею сделать Байкал федеральным брендом и, тем более, зарабатывать на этом деньги я считаю совершенно абсурдной. Слово «Байкал» - это, в первую очередь, географическое название, а не торговая марка. Превратить Байкал в официальный бренд – все равно, что зарегистрировать торговую марку «Техас», «Миссисипи», «Африка» и запретить использовать эти слова в своих названиях всем предприятиям, которые там находятся. Слово «Байкал» в наименованиях местных фирм указывает на их географическое положение. А как еще может называться гостиница или туркомпания, находящаяся здесь, на берегу озера? Я не понимаю, почему за использование слово «Байкал» наши туроператоры должны кому-то платить.

Максим Дигас, председатель Байкальского клуба маркетологов:

– На мой взгляд, федерация может претендовать на доходы от использования бренда «Байкал» туркомпаниями в том случае, если будет вкладывать значительные средства в развитие туризма в нашем регионе и охрану природы. Если же эти расходы разделены между федерацией и регионами, расположенными вблизи озера, то и доходы от бренда необходимо разделить пропорционально между федеральным и региональными бюджетами. Вообще, с точки зрения маркетинга, преимущественными правами на бренд «Байкал» должны обладать регионы, которые находятся в наиболее экономически выгодном географическом положении относительно озера.

Сергей Перевозников, генеральный директор визитно-информационного центра «Байкалинфо», член правления Сибирской Байкальской ассоциации туризма:

– Если государство станет монополистом в сфере использования слова «Байкал» как бренда, это приведет к увеличению издержек туркомпаний. И, следовательно, туристические фирмы поднимут цены на путевки. Если отказаться от старого названия – издержки все равно увеличатся - за счет того, что придется продвигать новый товарный знак. А компенсировать расходы фирмы будут за счет стоимости путевок. При этом необходимо учитывать, что сейчас в Иркутской области поток туристов снижается во многом из-за высокой стоимости туров, если услуги местных туроператоров подорожают еще больше, отток туристов увеличится во много раз. Я считаю, что государство должно способствовать развитию туризма и продвигать бренд «Байкал», но никак не монополизировать права на его использование.

Сергей Евчик, руководитель пресс-службы компании «Гранд Байкал»:

– Идея превратить наименование природного объекта в бренд не совсем логична. Это создаст серьезные проблемы для малых и средних предприятий, использующих в своих названиях слово «Байкал». Для создания федерального бренда необходимо будет зарегистрировать товарный знак «Байкал» и выдать заинтересованным лицам разрешение на его использование. То есть должен появиться некий правообладатель. Для этого потребуются значительные усилия: во-первых, для выявления всех пользователей товарного знака, а во-вторых, для того, чтобы привести их деятельность в соответствие с нормами права. Как мне кажется, подобная инициатива негативно отразится на компаниях, которые использовали в своей деятельности и в наименованиях слово «Байкал» задолго до создания федерального бренда. Для сохранения своего названия им потребуется получить разрешение на использование товарного знака «Байкал» и заключить лицензионный договор, что повлечет за собой весьма серьезные затраты. Отказ от использования традиционного наименования также может нанести компании серьезный ущерб – она может потерять значительную часть клиентов. В том случае, если этот проект все-таки будет реализован, то, по моему мнению, отчисления от коммерческого использования бренда должны поступать в региональные бюджеты и тратиться на решение экологических проблем озера Байкал.

Алексей Никифоров, генеральный директор туркомпании «Байкал Дискавери»:

– Если начнут собирать деньги за использование слова «Байкал», это принесет ущерб, в первую очередь малым туристическим фирмам. А ведь именно они являются основой турбизнеса. Я считаю, в результате создания федерального бренда «Байкал» могут быть ущемлены предпринимательские права туроператоров. Мы уже вложили достаточно средств в продвижение названий своих предприятий, а значит, в какой-то степени вложили деньги и в продвижение бренда озера. А теперь с нас за наши названия будут собирать деньги чиновники из Москвы? Все это создаст еще одно поле для коррупции. Я думаю, что с новых фирм за слово «Байкал», может быть, и надо взимать пошлину. А для тех, кто уже сделал себе имя на туристическом рынке, это будет несправедливо.

Анатолий Казакевич, директор туркомпании «Байкальские приключения»:

– Монополизации прав на бренд «Байкал» приведет к укрупнению турбизнеса в Иркутской области. Мелкие фирмы будут просто вытеснены с рынка или же начнут объединяться. Я не считаю это положительной тенденцией, поскольку туризм на Байкале развивался и будет развиваться за счет малых компаний. Правда, с тех туроператоров, у которых уже зарегистрирован товарный знак со словом «Байкал», думаю, вряд ли будут взимать какие-либо пошлины. Хотя у нас в регионе такие фирмы можно пересчитать по пальцам. Что касается совсем мелких предприятий, каких-нибудь магазинчиков – за всеми ними уследить будет сложно.

Сергей Кузьмин, заместитель директора по маркетингу и развитию ИРА «Телеинформ»:

– В целом, создание подобного федерального бренда должно положительно повлиять на развитие туризма в Прибайкалье, но вопрос в том, захотят ли платить за его использование региональные коммерческие компании. Они и так платят налоги, тратят деньги на аренду земли, использование природных ресурсов озера. Так что для них было бы излишне платить дополнительные отчисления в бюджет государства. Правильней, как мне кажется, собирать деньги за использование бренда «Байкал» с компаний, зарегистрированных за пределами Иркутской области и Бурятии, так как они не вкладывают средства в развитие регионального туризма.

Идее государства запатентовать права на бренд «Байкал» иркутские туроператоры, похоже, совсем не рады. Некоторые представители регионального турбизнеса высказали опасения, что монополизация прав на бренд может обернуться против них так же, как пресловутый закон о фингарантиях: нововведения в сфере туризма увеличат расходы туркомпаний, следовательно – ударят по кошельку потребителей, и тогда продажи туров резко сократятся. В результате, полагают руководители туркомпаний, то, что планировалось как польза, может оказаться вредом.

Егор Щербаков

***P.S.** Кстати, в Китае некая фирма каким-то образом уже сумела приобрести исключительное право на использование слова «Байкал» в качестве своего бренда. Теперь все фирмы с названием «Байкал», «Байкальский» и т. п., осуществляющие деятельность на рынке КНР, должны платить «мзду» этому предприимчивому бизнесмену.*

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)