

Тема

АРЕНДА ИЗВЕСТНОГО ОБРАЗА
ИЛИ БРЕНДА

**КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ
МАРКЕТИНГОВЫЙ
ИНСТРУМЕНТ**



2024



Мария Рогожина

- Руководитель b2b проекта
«Вестник лицензионного рынка»

www.licensingrussia.ru

- Эксперт в сфере аренды и монетизации брендов и образов. Опыт работы в индустрии лицензирования брендов - более 10 лет
- Спикер ТПП РФ по теме монетизации брендов регионов
- Работала над выводом на российский лицензионный рынок таких брендов как:



ТРЕНДЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

- Эмоционально нагруженное потребление (импульс к покупке – эмоции)
- Дефицит доверия и дефицит брендов на полках
- Ностальгия или возвращение в возраст счастья



1. Эмоционально нагруженное потребление



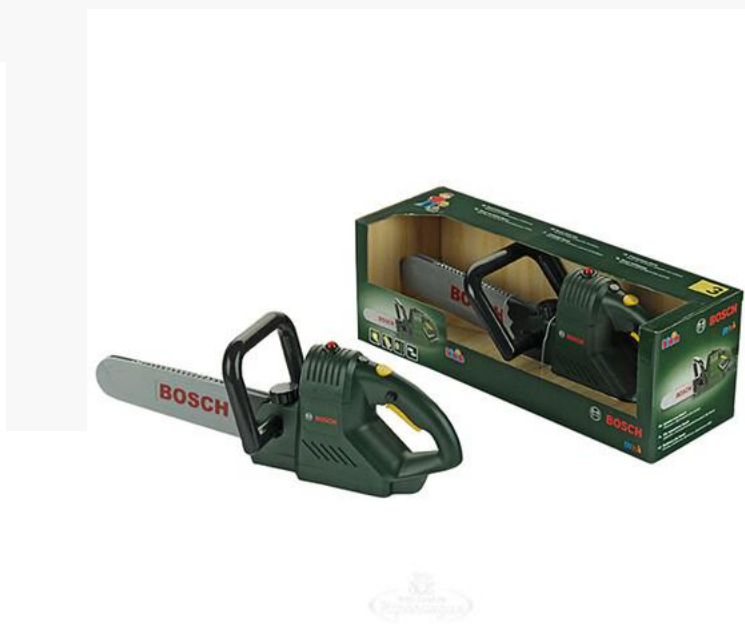
3 вида интеллекта

- **ВИЗУАЛЬНЫЙ**
- **ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ**
- рациональный



2. Дефицит доверия





3. Ностальгия или возвращение в возраст счастья



ФУТБОЛКА БРАТ (УНИСЕКС)

100% хлопок

1 599 Р



ФУТБОЛКА С ДЛИННЫМ РУКАВОМ (УНИСЕКС)

95% хлопок, 5% эластан

1 999 Р



ДЖЕМПЕР БРАТ (УНИСЕКС)

42% акрил, 30% полиэстер, 28% полиамид

3 599 Р



ФУТБОЛКА БРАТ (УНИСЕКС)

100% хлопок

1 999 Р



1997 год – 2022 фильму 25 лет
Широкая лицензионная линейка
имела большой успех

Тренд – эстетика 90-х



2003 год – выход мультфильма

ЦА продуктов – как дети, так и 20-25 летние

Что такое лицензирование (аренда) бренда?

– процесс аренды торговой марки или авторского права на определённый объект интеллектуальной собственности (ИС) для использования в сочетании с каким-либо товаром, услугой или рекламой.



В основе лицензирования лежат
положительные эмоции!



20 лет

лицензионному рынку в России. Эта модель бизнеса набирает популярность в нашей стране с каждым годом!

Мерч

За счет правообладателя

Узкий ассортимент и маленькие партии

Небольшая прибыль



Лицензионный продукт

Выпуском занимается производитель

Большое число товарных категорий и SKU

Возможность зарабатывать как производителю, так и правообладателю

Размер роялти по некоторым категориям

Изделия из бумаги	9-12%
Косметика	3-9%
Фармацевтика	3-5%
Гигиеническая продукция	3-5%
Игрушки	9-12%
Текстиль	7-12%
Электроника	12-15%
Мясо, молоко	1-4%
Детское питание	1-4%
Торты	9-12%



Почему аренда бренда – это выгодно?

Производитель

- > **+ 15%** к прибыли после начала работы с лицензиями, несмотря на все лицензионные платежи
- > **Новая аудитория** за счет поклонников бренда
- > **Новые каналы сбыта:** ритейлеры отдают предпочтение товарам под известными брендами
- > **Поддержка правообладателя:** помощь в создании дизайна упаковки, реклама и мероприятия по продвижению, встраивание в масштабные акции лояльности и т.д.

Правообладатель

- Прибыль от поступлений лицензионных платежей, которую можно направить на развитие проекта**
- Повышение лояльности к бренду за счет качества товаров**
- Новая аудитория за счет постоянных покупателей товара**
- Повышение узнаваемости бренда за счет широкой дистрибуции товаров под брендом**

Barbiecore 2021-2023

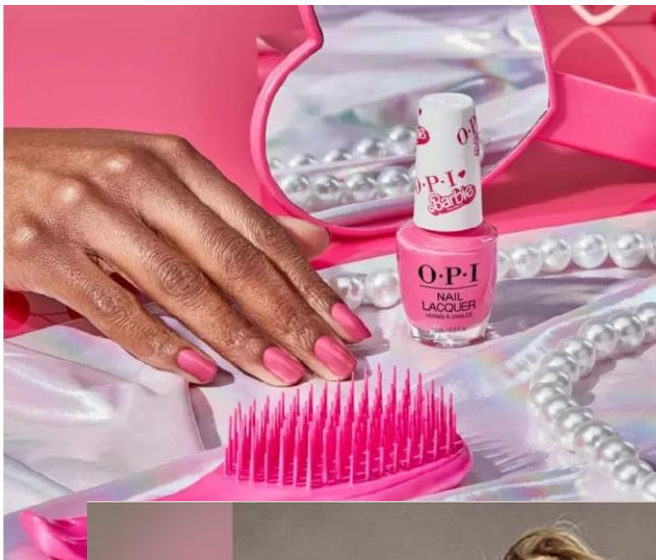




Barbie

Mattel (Barbie)











Barbie

- **Сборы фильма превысили \$ 1 млрд.**
- **\$ 150 млн. – потрачено на маркетинг**
- **\$ 145 млн. – потрачено на создание фильма**



- **Сборы фильма превысили 5 млрд. руб.**
- **82 млн. руб. – потрачено на маркетинг**
- **850 млн. руб. – потрачено на создание фильма**

А что мне будет?

Гражданская ответственность (ст. 1301, 1515 ГК РФ) - компенсация от 10 000 руб. до 5 млн. руб., либо в двукратном размере стоимости нелегальной продукции или двукратном размере стоимости лицензии.

Административная ответственность (ст. 7.12., 14.10 КоАП РФ) - штрафы в размере от 1500 до 200 000 руб. с конфискацией контрафактной продукции, а также оборудования, используемого для его изготовления.

Уголовная ответственность (146, 180 УК РФ) - штрафы до 1 млн. руб, а также принудительные работы либо лишение свободы на срок до 6 лет.



Каталог брендов licensingrussia.ru



>250 брендов



Единственный в России открытый Каталог лицензионных брендов и правообладателей



Подбор бренда по параметрам ЦА вашего товара



Полные контакты правообладателей

Вестник
ЛИЦЕНЗИОННОГО РЫНКА

