

ЗОНТИЧНЫЕ БРЕНДЫ НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Милош Р. В., студент

Научный руководитель – Аснович Н. Г., ст. преподаватель
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Не так давно широкое распространение получила практика производства различных товаров, продукции, работ, услуг под брендами алкогольных напитков и табачных изделий, а также в аналогичной потребительской таре. Проще говоря, речь идет о скрытой рекламе, например, водки под видом рекламы минеральной воды. В рекламной науке это называется «зонтичным брендом».

Под «зонтичным брендом» или «мегабрендом» принято понимать существование нескольких отличных друг от друга продуктов под общим названием [1, с. 137].

Так и в Республике Беларусь еще несколько лет назад активно использовался данный вид рекламы для выпуска безалкогольной продукции под брендами алкогольных напитков. В качестве примера можно назвать такие известные бренды как «Бульбашь», «Свяк» и «Налібокi». Такая практика имеет целью разместить рекламу алкогольных напитков и табачных изделий в обход законодательных ограничений. Производители же пошли дальше: начали разливать питьевую воду в бутылки, имитирующие бутылки из-под водки. Данный факт был негативно принят общественностью, в следствие чего было принято решение о запрете рекламирования зонтичных брендов производителей алкоголя и табака. Это установлено законом от 10 июля 2015 года №285-3 «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «О рекламе».

В других сферах производства «зонтичный бренд» не пользуется такой популярностью, а в некоторых и вовсе используют противоположную стратегию.

Список литературы

1. Эл Райс. Новое оружие маркетинговых войн/ Э. Райс, Т. Лукьянова, Л. Райс. – СПб: Питер, 2015. – 244 с.