



ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РАСПОРЯЖЕНИЕ

от 9 июля 2026 г. № 1778-р

МОСКВА

Утвердить прилагаемые изменения, которые вносятся в распоряжение Правительства Российской Федерации от 26 февраля 2025 г. № 450-р (Собрание законодательства Российской Федерации, 2025, № 9, ст. 995).

Председатель Правительства
Российской Федерации



М.Мишустин

УТВЕРЖДЕНЫ
распоряжением Правительства
Российской Федерации
от 9 июля 2026 г. № 1778-р

ИЗМЕНЕНИЯ,
которые вносятся в распоряжение Правительства
Российской Федерации от 26 февраля 2025 г. № 450-р

1. Слова "по продвижению российской продукции за рубежом под национальным брендом" заменить словами "по формированию и продвижению национального бренда".

2. Программу по продвижению российской продукции за рубежом под национальным брендом "Сделано в России" на период до 2030 года, утвержденную указанным распоряжением, изложить в следующей редакции:

"УТВЕРЖДЕНА
распоряжением Правительства
Российской Федерации
от 26 февраля 2025 г. № 450-р
(в редакции распоряжения
Правительства Российской Федерации
от 9 июля 2026 г. № 1778-р)

ПРОГРАММА
по формированию и продвижению национального бренда
"Сделано в России" на период до 2030 года

I. Общие положения

1. Программа по формированию и продвижению национального бренда "Сделано в России" на период до 2030 года (далее - Программа) направлена:

а) на территории Российской Федерации - на положительное восприятие российских товаров, услуг, работ и результатов интеллектуальной деятельности (далее - российская продукция),

повышение покупательского спроса на российскую продукцию внутри страны и на увеличение конкурентоспособности российской продукции;

б) за рубежом - на достижение целевых показателей и задач национальной цели "Устойчивая и динамичная экономика", определенной Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2024 г. № 309 "О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года".

2. Для целей Программы используются следующие понятия:

"комиссия" - межведомственная комиссия по продвижению российской продукции под национальным брендом "Сделано в России", создаваемая Министерством промышленности и торговли Российской Федерации;

"национальный бренд "Сделано в России" - комплекс информации, предназначенной для идентификации российской продукции под знаком соответствия системы добровольной сертификации "Сделано в России", направленный на формирование устойчивого образа российской продукции у потребителей;

"региональный бренд" - комплекс информации, предназначенной для идентификации российской продукции, произведенной на территории отдельного субъекта Российской Федерации или на территориях нескольких субъектов Российской Федерации, в том числе для идентификации территории происхождения российской продукции, направленный на формирование устойчивого образа российской продукции у потребителей и используемый при комплексном продвижении российской продукции в рамках межрегиональных и международных мероприятий в различных форматах;

"целевые рынки" - рынки иностранных государств, на территориях которых может осуществляться реализация Программы, за исключением иностранных государств, включенных в перечень иностранных государств и территорий, совершающих в отношении Российской Федерации, российских юридических лиц и физических лиц недружественные действия, утвержденный распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 марта 2022 г. № 430-р.

3. В рамках Программы существуют следующие сегменты целевой аудитории:

а) сегмент "бизнес" - крупные компании, субъекты малого и среднего предпринимательства, дистрибьюторы (ритейлеры), онлайн- и офлайн-магазины;

б) сегмент "розница" - конечные потребители российской продукции.

II. Цели и задачи Программы

4. Целями Программы являются рост востребованности российской продукции и стимулирование повышения ее конкурентоспособности на территории Российской Федерации и за рубежом путем развития национального бренда "Сделано в России".

5. Для достижения целей Программы осуществляется решение следующих задач:

а) формирование и развитие национального бренда "Сделано в России" и его положительного имиджа;

б) проведение международных выставочно-ярмарочных мероприятий, международных деловых миссий и иных информационно-просветительских мероприятий с соблюдением общих подходов к организации экспозиции российских товаропроизводителей на выставочных пространствах в иностранных государствах;

в) повышение узнаваемости российской продукции на целевых рынках, в частности увеличение количества проинформированных субъектов целевых аудиторий за рубежом, определяемых Программой, о национальном бренде "Сделано в России" и преимуществах и потребительских качествах российской продукции под брендом "Сделано в России" (в том числе по итогам рекламно-информационных мероприятий);

г) повышение уровня положительного восприятия российской продукции среди конечных потребителей на территории Российской Федерации и за рубежом;

д) формирование спроса для увеличения объемов продаж российской продукции, в частности путем увеличения числа компаний, принимающих участие в мероприятиях Программы, и объема заключаемых такими компаниями по итогам мероприятий Программы экспортных контрактов;

е) развитие каналов сбыта российской продукции на целевых рынках;

ж) развитие инфраструктуры взаимодействия с потребителями на целевых рынках;

з) развитие системы категоризации российских производителей, в частности производителей с высокой емкостью рынка и потенциалом к масштабированию;

и) развитие системы идентификации российской продукции при ее реализации с привлечением ритейлеров, осуществляющих деятельность в офлайн-формате, или с использованием электронных площадок;

к) стимулирование выбора российскими потребителями российской продукции;

л) повышение узнаваемости российской продукции под национальным брендом "Сделано в России" (в том числе с использованием средств индивидуализации национального бренда "Сделано в России") на территории Российской Федерации и за рубежом.

III. Подходы к реализации Программы

6. Реализация Программы осуществляется:

а) с учетом данных о лояльности потребителей на целевых рынках;

б) с учетом полного охвата целевой аудитории Программы в целях осуществления прямого взаимодействия с потребителями за счет использования в том числе электронных форматов торговли и маркетинговых инструментов;

в) с учетом специфики отрасли и продвигаемой на территории Российской Федерации и целевых рынках российской продукции.

7. Для эффективной реализации Программы:

а) порядок продвижения национального бренда "Сделано в России" формируется, администрируется и адаптируется участниками Программы в зависимости от региона продвижения (его культурных, религиозных, национальных особенностей) с учетом сохранения следующих базовых принципов:

высокое качество контента;

гибкость и адаптивность;

использование инновационных маркетинговых подходов;

б) осуществляются детальный маркетинговый анализ и исследования целевой аудитории Программы;

в) с использованием инструментов реализации Программы осуществляется продвижение региональных брендов под национальным брендом "Сделано в России".

8. Региональные особенности продвижения национального бренда "Сделано в России" включают в себя:

а) культурные особенности - адаптация контента и маркетинговых сообщений с учетом культурных норм и ценностей региона, например использование местных символов, образов и языка;

б) религиозные особенности - учет религиозных убеждений и практик при разработке маркетинговых мероприятий;

в) национальные особенности - учет национальных традиций, обычаев и привычек при выборе каналов продвижения и разработке маркетинговых стратегий.

IV. Инструменты реализации Программы

9. Для комплексного выполнения задач Программы используются следующие инструменты:

а) добровольная сертификация "Сделано в России" как инструмент управления качеством товаров и услуг, учитывающий в том числе их соответствие требованиям отраслевых стандартов;

б) международные выставочно-ярмарочные мероприятия, на которых планируется организация коллективной экспозиции под национальным брендом "Сделано в России", а также комплекса мероприятий, направленных на инициирование заключения внешнеэкономических сделок и продвижение российской продукции;

в) международные деловые миссии и иные информационно-просветительские мероприятия, включая конгрессы, фестивали, ярмарки, спортивные и культурные мероприятия, направленные на продвижение российской продукции под национальным брендом "Сделано в России" и заключение внешнеэкономических сделок и предусматривающие в том числе организацию двусторонних и многосторонних встреч, презентации российской продукции потенциальным иностранным покупателям;

г) рекламно-информационные мероприятия по повышению узнаваемости российской продукции под национальным брендом "Сделано в России" на территории Российской Федерации и за рубежом, в том числе брендов российской продукции, подчеркивающих специфику отдельных отраслей российской экономики и продуктовых групп, востребованности российской продукции в онлайн-формате (социальные сети, электронные средства массовой информации, сегментированные рассылки и контекстно-медийная реклама) и офлайн-формате (печатные средства массовой информации, наружная и внутренняя реклама, раздаточные материалы, сувенирная продукция), промоакции и презентационные мероприятия, в том числе с привлечением блогеров, лидеров общественного мнения и информационных партнеров;

д) программа развития института представителей национального бренда "Сделано в России", направленная на повышение узнаваемости российской продукции;

е) мероприятия по размещению на частных электронных торговых площадках в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в Российской Федерации и за рубежом российской продукции под национальным брендом "Сделано в России", организуемые в рамках сотрудничества с международными и российскими электронными торговыми площадками, по размещению сегментов с российской продукцией под национальным брендом "Сделано в России" и развитию сети национальных магазинов российской продукции под национальным брендом "Сделано в России" на международных электронных торговых площадках в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

ж) мероприятия по развитию и продвижению сети постоянно действующих демонстрационно-дегустационных (российских национальных) павильонов на целевых рынках в целях продвижения российской продукции за рубежом под национальным брендом "Сделано в России";

з) мероприятия по развитию и продвижению сети магазинов (полок в магазинах) розничной торговли российской продукции под национальным брендом "Сделано в России";

и) официальный сайт национального бренда "Сделано в России" в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", доступный для целевых рынков, содержащий каталог товаров и услуг российских компаний, информацию о Программе;

к) мероприятия по заключению соглашений о сотрудничестве между органами государственной власти, организациями и акционерным обществом "Российский экспортный центр" в области продвижения национального бренда "Сделано в России", предусматривающих в том числе использование соответствующего товарного знака и иных средств индивидуализации национального бренда "Сделано в России";

л) иные инструменты, разрабатываемые участниками Программы на федеральном и региональном уровнях.

10. Перечень мероприятий, реализуемых в текущем и очередном финансовых годах, указывается в плане реализации Программы, утверждаемом комиссией.

V. Продвижение российской продукции в рамках Программы

11. Продвижение российской продукции под национальным брендом "Сделано в России" в рамках Программы осуществляется приоритетно в отношении продукции, обладающей качественными характеристиками, подтверждаемыми получением экспортно ориентированными компаниями

знака соответствия системы добровольной сертификации "Сделано в России".

Определение групп товаров и отраслей для их продвижения под национальным брендом "Сделано в России" осуществляется в привязке к целевым рынкам и их аудиториям.

VI. Участники Программы

12. Участие в Программе принимают:

а) федеральные органы исполнительной власти и органы государственной власти субъектов Российской Федерации, реализующие в рамках своей компетенции полномочия по продвижению российской продукции, а также по охране и защите интеллектуальных прав;

б) акционерное общество "Российский экспортный центр" и иные организации (по согласованию), в том числе:

автономная некоммерческая организация "Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов";

автономная некоммерческая организация "Национальные приоритеты";
Фонд "Росконгресс";

автономная некоммерческая организация "Дирекция Выставки Достижений "Россия";

Торгово-промышленная палата Российской Федерации;

Общероссийское объединение работодателей "Российский союз промышленников и предпринимателей";

Общероссийская общественная организация "Деловая Россия";

Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства "ОПОРА РОССИИ".

13. Реализация Программы осуществляется в соответствии с планом совместных действий заинтересованных федеральных органов исполнительной власти, исполнительных органов субъектов Российской Федерации и иных участников Программы согласно приложению № 1.

Реализация Программы осуществляется в соответствии с перечнем основных направлений реализации Программы на территории Российской Федерации и за рубежом согласно приложению № 2.

VII. Формирование и функционирование комиссии

14. В целях продвижения российской продукции под национальным брендом "Сделано в России" создается комиссия.

Полномочия, порядок работы и состав комиссии утверждаются Министерством промышленности и торговли Российской Федерации.

15. Комиссия:

- а) осуществляет мониторинг реализации Программы, в том числе утверждает методики оценки эффективности реализации Программы;
- б) утверждает план реализации Программы и при необходимости вносит в него изменения;
- в) вырабатывает рекомендации участникам Программы.

VIII. Финансовое обеспечение

16. Источником финансирования Программы в части мероприятий, реализуемых за рубежом, являются бюджетные ассигнования федерального бюджета, предусматриваемые федеральным законом о федеральном бюджете на соответствующий финансовый год и плановый период на реализацию Программы на целевых рынках. Реализация указанных мероприятий может предусматривать полное или частичное финансирование затрат участниками Программы (с использованием при необходимости в качестве дополнительных источников финансирования средств спонсоров, партнеров и иных средств).

Финансирование мероприятий Программы, реализуемых на территории Российской Федерации, осуществляется участниками Программы самостоятельно, а также при необходимости с использованием в качестве дополнительных источников финансирования средств спонсоров, партнеров и иных средств.

IX. Показатели и результаты реализации Программы

17. В соответствии с целями Программы показателями и результатами реализации Программы являются:

- а) проведение информационно-просветительских, рекламно-информационных и маркетинговых мероприятий в рамках Программы за рубежом;
- б) узнаваемость национального бренда "Сделано в России" на целевых рынках;
- в) узнаваемость национального бренда "Сделано в России" в Российской Федерации.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1
к Программе по формированию
и продвижению национального бренда
"Сделано в России"
на период до 2030 года

П Л А Н
совместных действий заинтересованных федеральных органов
исполнительной власти, исполнительных органов субъектов
Российской Федерации и иных участников Программы
по формированию и продвижению национального бренда
"Сделано в России" на период до 2030 года

Наименование мероприятия	Вид документа	Ответственный исполнитель, соисполнитель, заинтересованная организация	Срок реализации	Контрольный результат
1. Актуализация состава межведомственной комиссии по продвижению российской продукции за рубежом под национальным брендом "Сделано в России" (далее - комиссия)	приказ Минпромторга России	Минпромторг России	15 июля 2026 г.	актуализирован состав комиссии
2. Формирование и утверждение плана реализации Программы по формированию и продвижению национального бренда "Сделано в России" на период до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 26 февраля 2025 г. № 450-р (далее - Программа)	протокол комиссии	Минпромторг России, комиссия	до 1 июля 2026 г., далее - ежегодно, до 1 марта	план реализации Программы сформирован и утвержден комиссией
3. Проведение фестивалей-ярмарок в целях продвижения российских товаров, услуг, работ и результатов интеллектуальной деятельности (далее - российская продукция) за рубежом	-	Минпромторг России, Минсельхоз России совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти, исполнительные	ежегодно	проведено не менее 3 фестивалей-ярмарок в целях продвижения российской продукции за рубежом под национальным брендом "Сделано в России"

Наименование мероприятия	Вид документа	Ответственный исполнитель, соисполнитель, заинтересованная организация	Срок реализации	Контрольный результат
под национальным брендом "Сделано в России"		органы субъектов Российской Федерации при участии акционерного общества "Российский экспортный центр"		
4. Проведение международных деловых миссий производителей российской продукции	-	Минпромторг России, Минсельхоз России совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти, исполнительные органы субъектов Российской Федерации при участии акционерного общества "Российский экспортный центр"	ежегодно	проведено не менее 5 международных деловых миссий производителей российской продукции
5. Участие с коллективным стендом производителей российской продукции под национальным брендом "Сделано в России" в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях на целевых рынках	-	Минпромторг России, Минсельхоз России совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти, исполнительные органы субъектов Российской Федерации при участии акционерного общества "Российский экспортный центр"	ежегодно	организовано участие с коллективным стендом производителей российской продукции под национальным брендом "Сделано в России" не менее чем в 10 международных выставочно-ярмарочных мероприятиях на целевых рынках
6. Информационное продвижение российской продукции под национальным брендом "Сделано в России"	-	Минпромторг России совместно с участниками Программы	ежегодно	опубликованы новости, анонсы о деятельности в рамках Программы, проведены информационные мероприятия, направленные на продвижение российской продукции под национальным брендом "Сделано в России" в сегментах информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
7. Информационное продвижение среди российских экспортеров участия в Программе	-	Минпромторг России совместно с участниками Программы	ежегодно	опубликованы новости, анонсы о деятельности в рамках Программы, создана отдельная страница в информационно-телекоммуникационной

Наименование мероприятия	Вид документа	Ответственный исполнитель, соисполнитель, заинтересованная организация	Срок реализации	Контрольный результат
				сети "Интернет" с публикацией мер поддержки в рамках Программы, на информационных ресурсах участников реализации Программы размещены ссылки на официальный сайт национального бренда "Сделано в России" в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", проведены информационные мероприятия, направленные на продвижение Программы среди российских экспортеров

ПРИЛОЖЕНИЕ № 2
к Программе по формированию
и продвижению национального бренда
"Сделано в России"
на период до 2030 года

П Е Р Е Ч Е Н Ь
основных направлений реализации Программы
по формированию и продвижению национального бренда
"Сделано в России" на период до 2030 года на территории
Российской Федерации и за рубежом

Основные направления реализации	Территориальный признак	Ответственный исполнитель, соисполнитель, заинтересованная организация
1. Реализация стратегии продвижения товаров и услуг под национальным брендом "Сделано в России", комплексные меры поддержки продвижения российских товаров, услуг, работ и результатов интеллектуальной деятельности (далее - российская продукция)	на территории Российской Федерации	Минпромторг России
2. Реализация стратегии продвижения товаров и услуг под национальным брендом "Сделано в России", комплексные меры поддержки продвижения российской продукции	за рубежом	Минпромторг России при участии акционерного общества "Российский экспортный центр"
3. Формирование единой методологии и информационной инфраструктуры применения национального бренда "Сделано в России" и средств его индивидуализации	на территории Российской Федерации и за рубежом	Минпромторг России, Минсельхоз России при участии акционерного общества "Российский экспортный центр"

Основные направления реализации	Территориальный признак	Ответственный исполнитель, соисполнитель, заинтересованная организация
4. Реализация комплекса мер по проведению добровольной сертификации "Сделано в России"	на территории Российской Федерации	Минпромторг России при участии акционерного общества "Российский экспортный центр"
5. Выявление лучших коммерческих брендов страны для продвижения их под национальным брендом "Сделано в России"	на территории Российской Федерации и за рубежом	Минпромторг России при участии акционерного общества "Российский экспортный центр", автономной некоммерческой организации "Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов", федерального государственного бюджетного учреждения "Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации"
6. Повышение привлекательности и осознанности потребления российской продукции под национальным брендом "Сделано в России"	на территории Российской Федерации	Минпромторг России при участии акционерного общества "Российский экспортный центр", автономной некоммерческой организации "Национальные приоритеты"
7. Проведение конгрессно-выставочных мероприятий под национальным брендом "Сделано в России" и продвижение в рамках указанных мероприятий российской продукции под национальным брендом "Сделано в России" и региональных брендов под национальным брендом "Сделано в России"	на территории Российской Федерации	Минпромторг России при участии акционерного общества "Российский экспортный центр", Фонда "Росконгресс", автономной некоммерческой организации "Дирекция Выставки Достижений "Россия"
8. Проведение национальных экспозиций под национальным брендом "Сделано в России"	за рубежом	Минпромторг России при участии акционерного общества "Российский экспортный центр",

Основные направления реализации	Территориальный признак	Ответственный исполнитель, соисполнитель, заинтересованная организация
9. Выявление барьеров для ведения и развития бизнеса под национальным брендом "Сделано в России", а также вовлечение региональных брендов в совместные маркетинговые активности по продвижению российской продукции и услуг под национальным брендом "Сделано в России"	на территории Российской Федерации и за рубежом	федерального государственного бюджетного учреждения "Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации" Минпромторг России при участии акционерного общества "Российский экспортный центр", Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Общероссийского объединения работодателей "Российский союз промышленников и предпринимателей", Общероссийской общественной организации "Деловая Россия", Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства "ОПОРА РОССИИ", федерального государственного бюджетного учреждения "Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации"