



В феврале сети магазинов «Московский Дом Книги» присуждено почетное звание «Супербренд» России. Торжественное вручение награды «Супербренд – 2007» и презентация книги «Супербренды» состоялись в зале приемов торгового дома «ГУМ» на Красной площади.

Ежегодно почетное звание «Супербренд» присуждается самым ярким и успешным брендам, которые представляют особое значение для национальной экономики. Отличаются вы-

## «Московский Дом Книги» – супербренд!

сокими потребительскими качествами, известностью и популярностью торговой марки, а также позитивностью и активностью эмоционально-образного восприятия потребителем.

Программа «Супербренд» уникальна. Она была основана в Великобритании в 1994 году. Британские исследователи разработали четкую методику выделения сильнейших брендов страны, положив начало новой философии – бренд-лидерства. Сегодня международная программа «Супербренд» представлена уже в восьмидесяти двух государствах мира. В России Программа существует с 2004 года.

Во всем мире партнерами «Супербренд» являются крупнейшие агентства по исследованию рынков. В России это компании КОМКОН и ACNielsen. Ежегодно, используя современные технологии, они определяют положение бренда на рынке. В этом году оценивалось около четырех тысяч брендов, представленных на рынке более чем в четырехстах категориях. В шорт-лист программы вошло более тысячи брендов, которые были определены как бренды, занимающие лидирующие позиции на отечественном рынке. Победители определялись путем голосования членов независимого Экспертного совета во главе с президентом Российского союза промышленников и предпринимателей

Александром Шохиним. Ими стали компании, получившие свыше 13 баллов по двадцатибалльной шкале. По мнению совета, одним из ключевых критериев выбора победителя стало соответствие качества бренда силе его воздействия на потребителя.

Открывая церемонию вручения награды, президент Российского отделения Superbrands International Нина Алексеева обратилась с приветственным словом к гостям, пожелав им дальнейших успехов и процветания. Слова благодарности прозвучали в адрес независимого Экспертного совета, который проделал огромную работу. «Проблема создания и успешного продвижения бренда сегодня – едва ли не самая насущная для маркетологов. Актуальна она не только для небольших компаний, но и для крупных корпораций, вкладывающих в создание позитивного имиджа торговых марок значительные средства», – отметила Нина Алексеева.

«Чем больше ты живешь, тем больше понимаешь, как мало знаешь. Объять необъятное, как известно, невозможно, но, придя в «Московский Дом Книги», вы сможете прикоснуться к знаниям, накопленным человечеством за многие тысячелетия своего существования», – сказала в ходе церемонии награждения коммерческий директор сети магазинов Наталья Дмитриевна Юмашева.

ФОТО АЛЕКСЕЯ НАГАЕВА

## Ум за разум

С 15 по 22 февраля в сети магазинов «Московский Дом Книги» прошла «Неделя деловой литературы», в которой приняли участие ведущие издательства, представившие свои книжные новинки. В нескольких десятках мероприятий, состоявшихся в рамках «Недели», приняли участие известные авторы в области деловой литературы, специалисты по менеджменту и консалтингу, маркетингу и юриспруденции, бухгалтерскому учету и другим отраслям знаний, бизнес-тренеры и руководители успешных предприятий. В этом году мероприятия прошли на двух площадках: в главном магазине сети на Новом Арбате, дом 8 и в магазине «Студент» (Калужская площадь, дом 1).

Постоянные посетители и покупатели сети магазинов «Московский Дом Книги» уже привыкли к тому, что на его площадках регулярно проходят интересные, познавательные, а бывает, и просто развлекательные мероприятия. Поэтому в дни «Недели деловой литературы» в «МДК» было особенно многолюдно.

Самым же ярким и запоминающимся мероприятием «Недели» стал

заключительный интеллектуальный аукцион «Ум за разум». В нем приняли участие четыре команды из престижных вузов Москвы, которые в острой борьбе разыграли между собой замечательные призы от сети магазинов «Московский Дом Книги», компании «Супербренд», сети кинотеатров «Люксор» и компании Art-of-life, предоставившей главный приз аукциона – двухнедельную поездку на Мальту с изучением иностранного языка.

Игра проходила очень оживленно, даже шумно, участники соревновались друг с другом в познаниях в области различных брендов, терминологии из мира бизнеса и обычаев разных стран. Нашлось место и для творчества: в конкурсе на лучшую идею фирменного стиля сети книжных магазинов победила команда «Буквоеды», представляющая Государственный инс-

титут русского языка им. А.С. Пушкина (кстати, эта команда и стала в итоге абсолютным победителем аукциона). Жюри судило строго, но справедливо, и награда, по мнению присутствующих, досталась действительно самой достойной команде.

Победительницей аукциона в личном зачете стала студентка четвертого курса филологического факультета того же института Дарья Помиляйко, она-то и отправится в ближайшие студенческие каникулы на Мальту.



## БИЗНЕС

### БУКЕТ РОССИЙСКИХ ASTRA



**С** конвейера сборочного предприятия General Motors в Санкт-Петербурге начали сходить автомобили Opel Astra. В 2008 году их будет произведено около 25 тыс. штук. Это уже вторая модель марки (вслед за Antara), выпуск которой освоен на российском заводе. В обоих случаях применяется крупноузловая сборка из комплектов, поставляемых из Германии. По словам президента GM Егоре Карла-Питера Форстера, запуск производства Opel Astra в Санкт-Петербурге – это еще один шаг к реализации огромных возможностей марки в России, на этом наиболее динамично развивающемся рынке Европы. Действительно, в прошлом году дилерам GM удалось продать в нашей стране 29 тыс. машин немецкого бренда, а то время как в 2006-м – только 9,5 тыс. В будущем General Motors планирует наладить в РФ сборку и других моделей Opel, среди которых Corsa, Zafira и Vectra.

### СОВЕТ ДА ЛЮБОВЫ

**Ф**ранцузский концерн Renault наконец-то приобрел блокирующий пакет акций ОАО «АвтоВАЗ». Сумма сделки, по словам главы ГК «Ростехнологии» Сергея Чемезова, составила 1 млрд долларов. Реструктуризацию АвтоВАЗа планируется завершить в июле, после чего у предприятия останутся три основных акционера — «Ростехнологии», «Тройка Диалог» и Renault. Кроме того, президент Группы «АвтоВАЗ» Борис Алешин сообщил, что уже подготовлен список кандидатов в члены совета директоров компании, который акционеры утвердят на годовом собрании в мае. От Renault в него войдут президент французской компании Карлос Гон и два исполнительных вице-президента — Патрик Пелата и Тьерри Мулонге.



### НЕ ПРОСТО БРЕНД, А СУПЕР

**М**арка Lexus, принадлежащая корпорации Toyota Motor, удостоена звания «Супер-бренд-2007» в России. Президент ООО «Тойота Мотор» Томоаки Ниситани высоко оценил полученную награду: «Это не только большая гордость для нас, но и признание того, что Lexus – значимый и уважаемый мировой игрок». Программа Superbrands появилась в Англии в 1990 году и в настоящее время представлена в 82 странах. Партнерами проекта являются крупнейшие агентства по исследованию рынков, в России это компании «Комкон» и АСНБелкеп. Титул «Супербренд» присваивается независимым экспертным советом на основе данных по объему продаж и узнаваемости торговых марок на рынке.



### НОВИЧОК НЕМЕЦКОЙ КРОВИ

**Н**а заводе Ford в Сларлуи (Германия) началось производство нового кроссовера Ford Kuga. До конца этого года планируется собрать около 45 тыс. автомобилей, что составляет почти 10% от общего объема производства.



на этом предприятии. Kuga – четвертая модель, запущенная в Сларлуи за последний год, ее предшественниками выступали Ford C-Max, Focus и Focus ST. Чтобы адаптировать производственные мощности завода к выпуску нового кроссовера, компании Ford пришлось привлечь дополнительные инвестиции, объем которых, однако, не уточняется. В первое время Kuga будут собирать только в Германии, 84% выпущенных машин будут экспортироваться в 32 страны. На европейском рынке продажи Kuga должны начаться в середине этого года, причем первой страной, где он появится, станет Россия.

### КОНСТРУКТОР ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ

**В** середине февраля в Санкт-Петербурге состоялось открытие первого в мире бутика Audi. Салон Audi exclusive предоставляет каждому, у кого хватит на это денег, возможность почувствовать себя дизайнером и создать автомобиль своей мечты – обтянуть сиденья натуральной кожей, выбрать уникальный цвет кузова и соответствующую отделку салона, усовершенствовать техническую оснастку автомобиля. «Подобно тому, как великий исполнитель вносит свой неповторимый стиль в великое музыкальное произведение, владелец Audi может создать неповторимый стиль своего автомобиля, наделив его особым характером», — отмечает Тилл Браунер, глава Audi Russia. Кроме того, в бутике можно приобрести аксессуары и одежду от знаменитой немецкой марки.



## Крылья и кувалда

85-летие гражданской авиации России отметили выставкой «История в плакатах Аэрофлота».

55 плакатов с незамысловатыми призывами «Пользуйтесь воздушным транспортом», «Пользуйтесь услугами буфета на борту самолета», «Что ты сделал для воздушного флота?» разместили в трех небольших залах бывшего Музея Революции, а ныне Центрального музея современной истории России. По ним можно изучать всю историю покорения неба начиная с 1910 года и заканчивая 2007-м.

Прогуливаясь вдоль дубовых дореволюционных плакатов, незатейливых революционных листов 1917—1920 годов, конструктивистских плакатов 30-х годов, генеральный директор ОАО «Аэрофлот — Российские авиалинии» Валерий Окулов и его



Валерий Окулов (слева), Лев Кошляков и Михаил Швыдкой

заместитель Лев Кошляков рассказывали гостям о проекте. Остановившись у плаката, изображавшего строителя социализма с кувалдой в руках, Кошляков сообщил: «Вот такие стойкие молодцы строили наш воздушный флот». В самый разгар вечера приехал глава Роскультуры Михаил Швыдкой, объяснив: «Я пришел исключительно как пассажир. Эти плакаты имеют прямое отношение к искусству, и по ним нетрудно проследить историю страны. Летайте самолетами «Аэрофлота!» И, пробежавшись по выставке, по обыкновению быстро покинул музей.

А оставшиеся гости недоумевали: «Где же работы Маяковского на эту тему? Плакат Родченко здесь есть (работа в синеватых тонах с надписью «Тот не гражданин СССР, кто «Добролет» не акционер» висела справа от входа). А Маяковского почему-то нет». Повски продолжались уже за бокалом шампанского.

Наталья Соколова



Павел Каплевич (слева),  
Нина Алексеева  
и Дмитрий Якушкин

## Бренды а-ля рус

В Зале приемов ТД ГУМ премии «Супербренд-2007» наградили лучшие компании на российском рынке.

Небольшой Зал приемов расположен на третьем этаже ГУМа и выходит окнами на Красную площадь, точнее, на каток, который несколько портит роскошный вид безвкусными синими павильонами с красными крышами. Поскольку такой вид окончательно испортить все-таки сложно, гости, глянув в окно, восклицали: «Какая красота!» «Знакомьтесь, господин Стефан Додсон, президент Superbrands International», — представляла гостям импозантного мужчину президент российского Superbrands Нина Алексеева. Аперитив перед началом церемонии устроили на балконе, под выступление гусляров и дударей. Театральный художник и продюсер Павел Каплевич и директор дизайнерской компании «СССР» Дмитрий Алексеев мирно беседовали об искусстве. К ним присоединился Дмитрий Якушкин, бывший пресс-секретарь экс-президента России Бориса Ельцина, а ныне директор по связям с общественностью УК «Русдрагмет». Заговорив об отдыхе, мужчины согласились: отдыхать-то и некогда. Пробежал глава компании «Боско ди Чильджи» и владелец контрольного пакета акций ГУМа Михаил Куснирович. Поздоровался и скрылся в направлении своего офиса. Ведущие церемонии Петр Фадеев и Фекла Толстая предупредили: вечер будет в стиле а-ля рус. Но еда была в стиле фьюжн: мусс из креветок с пюре из тыквы и клюквенным сиропом, мясной рулет с джемом. Выслушав 10-минутный английский спич господина Додсона о роли брендов в нашей истории, переводчик сообщил аудитории: «Господину Додсону очень нравится в Москве». Регламент церемонии был щадящим: лауреаты премии на сцену не поднимались, речей не произносили и никого не утомляли объемами продаж своих компаний. Девушки в кокошниках подносили стеклянную статуэтку (шар на постаменте) и лицом прямо к столу лауреата.

Анна Горбашова



Борис Тетерев  
и Давид Кобахвили

## Супербренд 2007

единая методика, по которой звание «Супербренд» присваивается только лучшим компаниям, работающим на национальных рынках.

Список компаний, претендующих на высокое звание, формируется крупнейшими агентствами по исследованию рынков КОМКОН и ACNielsen на основе анализа объемов продаж и узнаваемости ведущих торговых марок в России. Бренды, вошедшие в шорт-лист программы, оцениваются независимым экспертным Советом, состоящим из авторитетных представителей деловых кругов, бизнес-аналитиков, ведущих экспертов в области маркетинга и рекламы. В этом году экспертный совет, возглавляемый президентом Российского союза промышленников и предпринимателей Александром Шохиним, не включил ни одну мебельную компанию в число бренд-лидеров, в прошлом году была отмечена мебельная компания «Шатура».



Редакционный совет журнала «Мебельный мир» пополнил свой состав. Его новым членом стал Александр Александрович Барташевич, профессор кафедры Технологии деревообрабатывающих производств Белорусского государственного технологического университета, иностранный член РАЕН, академик, главный ученый секретарь Белорусской академии архитектуры, заместитель председателя Белорусского отделения Международной ассоциации «Союз дизайнеров», председатель Ассоциации деревообрабатывающих и мебельных предприятий Беларуси.

7 февраля 2008 года в зале приемов ТД «ГУМ» состоялось вручение премии «Супербренд 2007».

Программа Superbrands стартовала в Великобритании в 1994 году и на сегодняшний день действует в 82 государствах мира на четырех континентах. Во всех странах используется

## Узбекистан: пути-дороги к дилерам

«Фабрика мягкой мебели Добрый Стиль» приняла участие в работе российской национальной выставки «Россия и Узбекистан: стратегическое партнерство», которая проходила в Ташкенте с 28 ноября по 2 декабря 2007 года.

Торжественное открытие выставки состоялось при участии первого вице-премьера России Сергея Иванова и премьер-министра Узбекистана Шавката Мирзиёева. Российская национальная выставка, развернувшаяся в Ташкентском Экспоцентре, поразила всех посетителей своими масштабами и качеством экспозиций.

В рамках выставки состоялась презентация экономического потенциала субъектов Российской Федерации. В составе

делегации, в которую вошли 12 лучших предприятий Ульяновской области, компания «Добрый Стиль» представила российскую мебельную промышленность. Поддерживая престиж и имидж мебельщиков страны, компания «Добрый Стиль» решала поставленные бизнес-задачи - освоение нового труднодоступного рынка сбыта, расширение собственного влияния в других регионах. Специалисты компании «Добрый Стиль» представили модельный ряд мягкой мебели, провели деловые встречи и переговоры. Заинтересованность региональных партнеров еще раз убеждает в том, что развитие рынка сбыта в странах ближнего зарубежья успешно продолжается.

## Доступность - принцип расширения сети салонов «Форема»

5 декабря 2007 года по адресу: ул. Профсоюзная, 45, состоялось официальное открытие 15-го салона «Форема-Кухни».

В салоне общей площадью 240 кв.м представлены кухонные гарнитуры всех стилей и направлений, новый продукт компании «Форема» - шкафы-купе и, конечно же, мини-кухни «Кроха». Основным принципом выбора помещения для салона, как всегда, послужило его удобное расположение - в 5 минутах ходьбы от метро «Новые Черемушки». В новом салоне традиционный набор предоставляемых услуг - график работы салона с 10 до 24 часов, рассрочка платежа, бесплатная разработка дизайн-проекта, выезд техника-дизайнера, доставка и установка мебели.

Программа открытия салона в этот раз оказалась намного шире, чем обычно. Помимо оглашения исполнительным директором планов на будущее, поздравлений сотрудников нового салона и слов благодарности всем, приложившим усилия для открытия новой точки продаж компании, прозвучали также слова благодарно-

сти клиентам. В этот день были поощрены самые лояльные покупатели «Форема». Значимым событием в программе открытия салона стало награждение победителей конкурса для СМИ «Мини-кухня на тест-драйв», который был объявлен в рамках проекта продвижения этого продукта. Победителем конкурса, предоставившим самый интересный и развернутый материал о проблемах питания в офисе, что было обязательным условием участия, стала редакция журнала «Наша мебель». Наградой за свой труд редакция получила главный приз - мини-кухню в свой офис. Не остались без поощрительных призов и редакция журналов «Теплый дом» и «Мебель и цены», разделившие 2-е почетное место.

Праздничную и неформальную атмосферу создавали официанты, угощавшие гостей шампанским и закусками, вокалистка, радовавшая всех пришедших своими песнями, а изюминкой вечера был фонтан из настоящего бельгийского шоколада.

