

СБРЕНДИЛИ В НАЧАЛЕ НОЯБРЯ БЫЛ ОПУБЛИКОВАН СПИСОК САМЫХ ДОРОГИХ РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ, СОСТАВЛЕННЫЙ ВЕДУЩИМ МЕЖДУНАРОДНЫМ БРЕНДИНГОВЫМ АГЕНТСТВОМ INTERBRAND. ЕДИНСТВЕННОЙ ПРИКАМСКОЙ КОМПАНИЕЙ, ВОШЕДШЕЙ В СПИСОК, СТАЛ КРУПНЕЙШИЙ В МИРЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ КАЛИЙНЫХ УДОБРЕНИЙ. СТОИТ ОТМЕТИТЬ, ЧТО, ПО МНЕНИЮ СПЕЦИАЛИСТОВ, ОБЪЕКТИВНЫХ СПОСОБОВ ОЦЕНИТЬ БРЕНД НЕ СУЩЕСТВУЕТ, ТАК КАК СДЕЛКИ С ТОРГОВЫМИ МАРКАМИ ЕДИНИЧНЫ. КАК ВЫЯСНИЛ «BG — КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ», МНОГИЕ ПРИКАМСКИЕ КОМПАНИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО НЕ МОГУТ ОЦЕНИТЬ НЕ ТОЛЬКО СТОИМОСТЬ СВОЕГО БРЕНДА, НО ДАЖЕ НАЗВАТЬ СТОИМОСТЬ ЕГО СОЗДАНИЯ. НЕСМОТРЯ НА ЭТО, В РЕГИОНЕ ДОСТАТОЧНО УЗНАВАЕМЫХ БРЕНДОВ. САМЫЕ ИЗВЕСТНЫЕ В ПОДБОРКЕ «BG — КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ».



ОАО «ПРОТОН-ПМ»

НАДЕЖНОСТЬ ВО ВСЕМ

Бренд «Протон-ПМ» появился в 1995 году после акционирования компании, хотя само производство имеет 55-летнюю историю. Позиционируется как ведущий серийный производитель жидкостных ракетных двигателей, надежность которых не имеет равных в мире и приближается к 0,999. А двигателю РД-275 присуждено звание «Гордость Отечества». По оценкам экспертов, доля «Протон-ПМ» в своем сегменте рынка составляет 50% и может возрасти за счет расширения участия в создании космической техники нового поколения. Предприятие является координатором инновационного территориального кластера ракетного двигателестроения «Технополис „Новый Звездный“».



ТОРГОВАЯ СЕТЬ «СЕМЬЯ»

ГЕНЕРАЛЬНОГО СЛОГАНА У КОМПАНИИ СЕЙЧАС НЕТ. ДЛЯ НЕКОТОРЫХ КАМПАНИЙ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ СЛОГАН «ЖИВИ СО ВКУСОМ»

Управляется группой компаний «ЭКС», образованной в 1991 году, бенефициаром является бывший глава Прикамья Олег Чиркунов. Розничная сеть «Семья» включает 36 магазинов. Выручка сети по итогам прошлого года — 6,78 млрд руб. «Не помню точно год, но где-то на рубеже 2000-х мы заказали название „Семьи“ Олегу Ощепкову, он тогда вставал на ноги со своей компанией „Озон“, — рассказал **BG** Олег Чиркунов. — Он предложил пару-тройку вариантов, среди них была 7Я. Реакция у окружения была разная по причине того, что слово „Семья“ тогда ассоциировалось с окружением Ельцина. Но мы пошли по этому пути, поскольку бренд нам понравился. Но семья не в смысле ячейка общества. Забудьте про социализм. Просто семья — это самое ближайшее окружение человека. Мы хотим быть в этом окружении или хотим, чтобы наши клиенты были нашей Большой Семейей. Сейчас нет более той семьи, но есть эта. Я считаю, что бренд себя оправдал». В ближайшее время компания планирует провести рестайлинг бренда «Семья». Ребрендингом будет заниматься студия Артемия Лебедева.



ПЗСП

КВАДРАТНЫЕ МЕТРЫ КОМФОРТА. СОВРЕМЕННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК

Пермский завод силикатных панелей был образован в 1963 году как производитель товарной извести. Сегодня основными видами деятельности предприятия являются производство строительных материалов для высотного и малоэтажного строительства, продажа жилых и нежилых помещений. ОАО принадлежит гендиректору предприятия и депутату краевого заксобрания Николаю Демкину. Выручка по итогам 2012 года составила 3,77 млрд руб., чистая прибыль — 211,37 млн руб. В прошлом году ПЗСП ввел в эксплуатацию 61 тыс. кв. м жилья. Сегодня ПЗСП — один из крупнейших застройщиков Пермского края. «Главный принцип компании — строить не просто квадратные метры жилья, а квадратные метры комфорта. Бренд ПЗСП занимает прочные позиции на строительном рынке Прикамья и имеет высокий уровень известности и доверия. В 2013 году состоялся последний ребрендинг, в результате которого был изменен весь фирменный стиль компании. Фирменное наименование также поменялось с традиционного развернутого «Пермский завод силикатных панелей» на краткое и емкое ПЗСП», — рассказали в пресс-службе компании. Необходимость ребрендинга в компании объясняют главным образом расширением ассортимента продукции и «омоложением» аудитории. Разработку стиля вело московское «Бюро Ермолаева». Предыдущее обновление логотипа ПЗСП датируется 2005-2006 годами. В компании надеются, что новый логотип останется актуальным на ближайшее десятилетие.



«УРАЛКАЛИЙ»

Крупнейший в мире производитель калийных удобрений подчеркивает свою полезность для человечества: удобрения нужны для производства продуктов питания. Укреплению бренда «Уралкалия» способствовало слияние с ближайшим конкурентом «Сильвинитом» в 2011 году. Согласно рейтингу российских брендов, составленному ведущим международным брендинговым агентством Interbrand, бренд «Уралкалия» вошел в двадцатку самых дорогих российских брендов — его стоимость 26,2 млрд руб.