



**Ростех**

## **Концерн «Калашников» анонсировал стратегию развития и представил новый бренд**

*Москва, 2 декабря 2014 года  
Пресс-релиз*

**Концерн «Калашников», входящий в Госкорпорацию Ростех, представил новый бренд. Ребрендинг призван сыграть важную роль в реализации новой стратегии развития концерна, предусматривающей расширение глобальной географии продаж, увеличение выручки в четыре раза, а также увеличение объемов производства до 300 тысяч единиц в год.**

«Концерн «Калашников» занимает 95% российского рынка стрелкового оружия и в соответствии с новой стратегией наращивает производство для увеличения продаж по всему миру. Однако для того, чтобы на равных конкурировать с мировыми лидерами, необходим понятный, сильный и узнаваемый бренд», – отметил генеральный директор Ростеха **Сергей Чемезов**.

В ходе мероприятия совладелец и **генеральный директор концерна А.Ю. Криворучко** анонсировал стратегию развития до 2020 года. Главные приоритеты – выпуск широкого ассортимента конкурентоспособных на мировом рынке продуктов, повышение эффективности производственных процессов и построение современной структуры менеджмента. Инвестиционная программа в 4,5 миллиарда рублей позволит заменить устаревшие станки, объем которых доходит до 90%, сократить производственные площади, снизить издержки и повысить в разы производительность труда.

Для развития экспортного потенциала продукции военного назначения концерн определил 50 стран, обладающих наибольшим потенциалом в приобретении огнестрельного оружия. В направлении охотничьего и гражданского оружия упор будет сделан на развитие международной дилерской сети, сети сервисных центров, а также на гармонизацию продуктовой линейки. В связи с ограничениями на продажу оружия в США концерн внес коррективы в стратегию продвижения гражданской продукции и теперь ориентируется в первую очередь на поставки в страны Азиатско-Тихоокеанского региона и Африки.

Реализуемый ребрендинг является ключевым элементом экспансии концерна на новые рынки и расширения продаж в гражданском секторе. Он станет основой для формирования новой визуальной идентичности, создания единообразно оформленных зон у дистрибьюторов, послужит основой линейки одежды и аксессуаров.

В рамках ребрендинга создана единая архитектура портфеля брендов, включающая корпоративный бренд «Калашников» и три продуктовых бренда: боевое оружие – «Калашников», охотничье – «Байкал» и спортивное – «Ижмаш». Таким образом достигнута унификация всей продуктовой линейки концерна. В дополнение к новому корпоративному и продуктовому дизайну и брендбукам концерна разработана система нейминга для всех выпускаемых концерном моделей оружия.



## Ростех

Ребрендинг Концерна «Калашников» является частью единой стратегии Госкорпорации Ростех по обновлению имиджа и ренеймингу холдингов и дочерних предприятий для укрепления их позиций на международных рынках и повышения капитализации Госкорпорации в долгосрочной перспективе.

**Концерн «Калашников»** – крупнейший российский производитель боевого автоматического и снайперского оружия, управляемых артиллерийских снарядов, а также широкого спектра высокоточного оружия. Большой сегмент гражданской продукции включает охотничьи ружья, спортивные винтовки, станки и инструмент. 51% акций концерна принадлежит Госкорпорации Ростех, 49% были выкуплены частными инвесторами. Продукция Концерна «Калашников» поставляется более чем в 27 стран. В концерн входят 3 продуктовых бренда: «Калашников» – боевое оружие, «Байкал» – охотничье и гражданское оружие, «Ижмаш» – спортивное оружие.

**Госкорпорация Ростех** – российская корпорация, созданная в 2007 году для содействия разработке, производству и экспорту высокотехнологичной промышленной продукции гражданского и военного назначения. В ее состав входит более 700 организаций, из которых в настоящее время сформировано 9 холдинговых компаний в оборонно-промышленном комплексе и 5 – в гражданских отраслях промышленности, а также 22 организации прямого управления. В портфель Ростеха входят такие известные бренды, как АВТОВАЗ, КАМАЗ, Вертолеты России, ВСМПО-АВИСМА и т.д. Организации Ростеха расположены на территории 60 субъектов РФ и поставляют продукцию на рынки более 70 стран. Выручка Ростеха в 2013 году составила 1,04 трлн рублей. Налоговые отчисления в бюджеты всех уровней превысили 138 млрд рублей.

**Центр стратегических коммуникаций «Апостол»** – холдинг, объединяющий несколько компаний, работающих в таких направлениях медиа, как российский и международный PR, цифровые коммуникации, аналитика, брендинг и дизайн, производство графического, аудио- и видеоконтента, R&D в сфере информационных технологий, консалтинг. Среди клиентов холдинга – Госкорпорация Ростех, LTE-оператор Yota, производителем первого российского смартфона - Yota Devices, КРЭТ, крупнейший российский авиаперевозчик «Аэрофлот» и другие. Выручка компании за 2013 год составила 1,03 млрд рублей.

Контакты для прессы:

*Сергей Кузнецов*  
+7 (916) 808-45-60  
[pressa@rostec.ru](mailto:pressa@rostec.ru)