



КАЛАШНИКОВ
КОНЦЕРН

Концерн «Калашников» представил новый бренд

Москва, 2 декабря 2014 г.
Пресс-релиз

Концерн «Калашников», входящий в Госкорпорацию Ростех, представил новый бренд. Он призван помочь производителю стрелкового оружия, занимающего 95% российского рынка, более эффективно продвигать продукцию как внутри страны, так и за рубежом. В рамках ребрендинга представлен новый корпоративный бренд Концерна «Калашников», а также обновлены продуктовые бренды боевого оружия «Калашников», охотничьего оружия «Байкал» и спортивного – «Ижмаш». Работы по ребрендингу осуществил Центр стратегических коммуникаций «Апостол», входящий в тройку крупнейших коммуникационных агентств России.

В рамках реализации новой стратегии развития Концерн «Калашников» модернизирует производства и модельный ряд, укрепляет позиции на существующих рынках сбыта, выходит на новые рынки и расширяет дилерскую сеть. Сильный, узнаваемый бренд призван помочь концерну в реализации новой стратегии и укреплении конкурентных позиций в сравнении с другими мировыми лидерами оружейной промышленности. Особую важность ребрендинг представляет с точки зрения расширения работы с новыми рынками.

«Автомат Калашникова – это один из российских символов, действительно узнаваемых в мире. Графическим воплощением этого бренда можно гордиться так же, как конструктивным и визуальным решением его реального прототипа, – отметил генеральный директор Концерна «Калашников» **Алексей Криворучко**. – Ребрендинг стал символом давно назревших перемен в организации бизнеса и изменений в продуктовой линейке. Он отражает главные принципы концерна – надежность, ответственность и технологичность. Уверен, что, постоянно работая над качеством продукции, повышая эффективность производства и расширяя рынки сбыта, мы не только сохраним, но и приумножим легендарную славу мирового бренда “Калашников”».

Ребрендинг продуктовых торговых марок концерна проведен с сохранением ключевой идеологии, исторического наследия и с учетом сложившегося восприятия среди целевых аудиторий.

«“Калашников” – это легендарное оружие, известное по всему миру. Для нашей страны «Калашников» является одним из национальных символов. Поэтому мы с гордостью и одновременно с пониманием лежащей на нас ответственности реализовали ребрендинг

Baikal



КАЛАШНИКОВ

IZHMASH



КАЛАШНИКОВ КОНЦЕРН

концерна. Мы поставили перед собой задачу превзойти лучшие аналоги ведущих оружейных компаний мира, однако при этом старались действовать максимально аккуратно и консервативно, чтобы не нарушить фундаментальные ценности легендарной оружейной традиции, – заявила генеральный директор Центра стратегических коммуникаций «Апостол» **Тина Канделаки**. – Считаю, что команда наших специалистов справилась с поставленной задачей и смогла на понятном языке символов и визуальных приемов сформировать современный образ концерна. Комплексный ребрендинг подчеркивает все конкурентные преимущества «Калашникова»».

Общая стоимость всех работ по ребрендингу составляет 20 млн рублей, включая исследование и анализ бренда, создание новой платформы, дизайна и брендбуков. Также в рамках комплексного ребрендинга разработана система нейминга для всех выпускаемых концерном моделей оружия. Ребрендинг станет основой для новых рекламных кампаний, создания единообразно оформленных зон у дистрибьюторов, послужит основой для линейки одежды и аксессуаров. Затраты на ребрендинг взяли на себя частные инвесторы, совладельцы Концерна «Калашников» Алексей Криворучко и Андрей Бокарев.

Корпоративный бренд Концерна «Калашников» создан в соответствии с последними мировыми тенденциями. В новом логотипе, составленном из двух цветов – черного и красного, слились воедино две «К» – «Концерн» и «Калашников». Также новый логотип концерна является визуальным воплощением принципа огнестрельного оружия – пули, вылетающей из ствола, единого для всех продуктовых брендов концерна. Дизайнеры также провели параллель с государственным флагом Удмуртии (где располагаются основные предприятия концерна), имеющим идентичную цветовую гамму.

Помимо корпоративного бренда Концерна «Калашников», проведено обновление продуктового бренда боевого оружия «Калашников». В продуктивном бренде переосмыслен и сохранен весь символический капитал имени Калашникова. Философия основателя концерна, выраженная в слогане «Оружие мира» («Protecting peace»), легла в основу всех коммуникаций и системы дизайна данного бренда. В этот слоган разработчиками был вложен двоякий смысл: оружие «Калашникова» является самым массовым в мире, в несколько раз по количеству произведенных изделий опережающим ближайших соперников; одновременно оружие «Калашникова» создается для поддержания мира на земле, в отдельных регионах и странах: оно позволяет народам защищать свой суверенитет, право на мирное существование, право самостоятельно определять собственную историческую судьбу.

Ключевой графический элемент боевого бренда – его логотип – также подчеркивает связь с великим наследием: в нем изображена безошибочно узнаваемая часть дизайна легендарного АК – его магазин.

Raikal



КАЛАШНИКОВ

IZHMASH



КАЛАШНИКОВ КОНЦЕРН

В целях международной экспансии в портфеле брендов концерна также сохранены и обновлены две других знаменитых торговых марки – «Байкал» и «Ижмаш». Под брендом «Байкал», также обладающим мировой узнаваемостью, сконцентрировано все производство гражданского оружия. Под обновленной торговой маркой «Ижмаш» концерн будет вести операции в сегменте спортивного оружия, поскольку сегодня «Ижмаш» является главным российским брендом биатлонных винтовок и другого соревновательного и любительского оружия.

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, производителю 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:

Екатерина Бони

+7(985)767-79-89

e.m.boni@kalashnikovconcern.ru

Сергей Кузнецов

+7(926)911-28-36

pressa@rostec.ru



КАЛАШНИКОВ

IZHMASH