

Международная марка: аккуратная технология создания

Рынок алюминиевых композитных панелей – очень плотная конкурентная среда. Именной ряд тут формируют глобальные марки, потому любому новому продукту, любому новому участнику не дается никаких скидок на дебютантскую робость. Либо заявить о себе громко и внятно, либо потеряться, оказавшись «изюминкой в ящике изюма» – других вариантов рыночной судьбы тут нет. Либо экспансия, либо прозябание

Обычно понятие «экспансионистский продукт» ассоциируется с США, Японией, Южной Кореей и другими маркетинговыми империями. Но это скорее стереотип, привитый доходчивыми учебниками. В реальной глобальной экономике на быстрое развитие способна и марка, рожденная вдали от мировых столиц. Созданный в Новосибирске бренд SIBALUX – герой как раз такого сюжета: к 2007 году алюминиевые композитные панели SIBALUX завоевали 6 процентов общероссийского рынка, в 2008-м доля этой марки, по прогнозам, вырастет до 10 процентов.

Рождение столь активного бренда в городе, не претендующем на статус даже региональной архитектурной столицы, выглядит достаточно парадоксально. Впрочем, парадокс – тоже объект программируемый. «Мы изначально хотели «приподнять» наш продукт над локальным, сугубо новосибирским рыночным контекстом, – объясняет Андрей Лунин, коммерческий директор компании «Торговый дом «Сибалукс», владеющей маркой SIBALUX. – На дебютном этапе мы не замыкались на местном строительном сообществе. Говоря римским афоризмом, мы обратились «не к граду, а миру» – к архитекторам всех крупнейших сибирских городов, к архитекторам Уфы, Казани, Ростова, Сочи, Москвы. В общем, заявили о себе в самом «горячем» профессиональном контексте. Согласитесь, Москва и Сочи – это сейчас «точки кипения» актуальной российской архитектуры».

Для столь обширного и авторитетного адресного поля нужна и интонационная точность. Потому над формой и смысловой «начинкой» своей марки компания работала очень тщательно. «Задача была и сложна, и интересна своей многоплановостью, – рассказывает Андрей Лунин. – С одной стороны, мы должны были внятно обозначить «корни» материала, с другой – не уклониться при этом в этнографию, в местечковость. В третьих, нужно было избежать и штампов международного марочного словаря. Не секрет ведь, что после триумфального успеха

марки «Алюкобонд», превратившейся, как и ксерокс, в нарицательное существительное, брендинг алюминиевых композитных панелей долго вращался вокруг подобных словесных конструкций, работа с марками на этом рынке до сих пор была пассивной и инерционной. Но нам-то не хотелось создавать подражательную, вторичную марку».

В итоге родилась словесная конструкция из трех смысловых компонентов – в меру упругая, в меру компактная, в меру образная – SIBALUX.

«Мы довольны, что наша марка не теряется в ряду стереотипов, выделяется из общего словесного ряда, – говорит Лунин. – В ней «алюминиевый» компонент знака органично и доходчиво растворен между боковыми знаковыми составляющими – «сибирской» и «люксовой». В итоге трехкомпонентное слово получилось наполненным, достаточно цельным и вполне «всемирным» по фонетическому облику. А вшив в бренд

был разработан в НИИ органической химии знаменитого новосибирского Академгородка. Уникальная композиция полимеров и антипиренов позволила сочетать эластичность панелей с высокой степенью огнестойкости. Красный цвет сердечника служит еще и дополнительным знаком марочной идентичности. Эти свойства позволяют использовать материал на зданиях любого назначения и любой архитектурной тектоники.

К слову, именно художественный потенциал материала стал основой и для реформы рекламного языка SIBALUX. «Сейчас мы как раз готовим новый пакет визуальной рекламы, который, наверное, многих удивит», – приоткрывает тему Андрей Лунин. По его словам, и композиционное, и стилевое решение рекламы будет необычно для фасадного рынка. Обычно и адресатом, и сюжетным героем рекламы фасадных композитов становятся монтажники, строите-

Если и есть в этом продукте самобытность, то особая – технологического ряда: огнестойкий сердечник для панелей SIBALUX был разработан в НИИ органической химии знаменитого новосибирского Академгородка. Уникальная композиция полимеров и антипиренов позволила сочетать эластичность панелей с высокой степенью огнестойкости. Красный цвет сердечника служит еще и дополнительным знаком марочной идентичности. Эти свойства позволяют использовать материал на зданиях любого назначения и любой архитектурной тектоники

региональную самобытность, мы избежали коварного соблазна удариться в «сибиринку-кондовинку», в сувенирно-китчевый образ Сибири».

Если и есть в этом продукте самобытность, то особая – технологического ряда: огнестойкий сердечник для панелей SIBALUX

ли. Идеальный мир плаката как правило весь сделан из стекла и металла. Он геометрически безупречен и почти безлюден – редким его «населением» служат крепкие мужчины в касках и комбинезонах. Металл, стекло, похожие люди в нарядной спецодежде... Кем эти образы приписаны к рекла-

ме – сейчас уже и не вспомнить. Жанровый канон. «Вернее, штамп, – уточняет Андрей Лунин. – Но мы, разрабатывая свою новую рекламную стилистику, не стали придумывать какого-либо антипода этому стереотипному сюжету. Мы просто обратились к реальному адресату – к дизайнеру, архитектору. Реклама панелей SIBALUX говорит на одном языке с художниками. В ней не будет уходящих в небо стен, не будет суровой геометрии профилей, никакой индустриальной брутальности, никакого технократизма. Рекламную визуализацию нам делал академический живописец. Наша реклама – это фактически артобъект, абстрактное полотно, написанное по всем техническим канонам станковой живописи – масляными красками на холсте. Так мы будем обозначать сущность нашего товара: это материал для творчества, для дизайна, это эстетический продукт. Мы не будем делать «любовой» показ – изображать дома, одетые в композит. Это именно художественный, живописный образ города – из мазков, бликов. Мы как бы говорим покупателям панелей: «Фантазируйте, мы даем только краски для палитры».

Андрею Лунину такая информационная политика не кажется богомной или эстетской. «Творческие люди – благодарная аудитория, – убежденно говорит он. – Дизайнеры, архитекторы ценят, когда учтены именно их восприятие предмета, их психология. Именно они наши потребители. И в этом смысле гуманитарность нашего стиля совершенно рациональна».

Надо признать, архитектурное сообщество уже сейчас оценило необычное позиционирование марки и принял продукт в свой творческий арсенал: SIBALUX используется на многих градообразующих объектах и самого Новосибирска (от футуристической бизнес-башни «Кобра» и терминала аэропорта Толмачево до обновляемых зданий начала 30-х – оказалось, конструктивизм удивительно органично принимает композитные панели), и в самых дальних краях – от Якутии до Объединенных Арабских Эмиратов.

Чтобы обеспечивать стабильное качество продукта и оптимизировать свои международные логистические цепочки, компания «ТД «Сибалюкс» в прошлом году открыла офис и тест-центр в Шанхае. На международный архитектурный рынок нужно выходить из глобального мегаполиса, а Шанхай как раз к таким центрам и относится. Можно сказать, этот город уже не столько в Китае стоит, сколько на планете.

«Но какими бы статусными ни были российские и зарубежные объекты, мы ни одно из этих зданий не позиционируем как свое детище, – подчеркивает Андрей Лунин. – Это вовсе не кокетливая скромность. Просто мы не хотим делать свою роль большей, чем реальная. Пусть облик этих зданий ассоциируется именно с человеческими именами – с именами архи-

текторов. А вот если уже они, эти самые архитекторы, будут знать имя материала и имя поставщика – это и будет наш триумф самолюбия. Да, наше самолюбие не монументально. Зато тщательно выверено».

Официальные дистрибьюторы SIBALUX

Центральный

федеральный округ

ООО «Евродом БРВ»

☎ 115477 г. Москва,

Пролетарский пр-т,

д. 20, стр. 2

☎ Тел.: (499) 725-47-90

✉ e-mail: sxx@mail.ru

Сибирский федеральный округ

ООО «Авента»

☎ 630001 г. Новосибирск,

ул. Жуковского, 102, оф. 501, 502

☎ Тел.: (383) 203-2585, 203-2586

✉ e-mail: a-venta@mail.ru

Южный федеральный округ

ООО «Авента-Ростов»

☎ 344018 г. Ростов-на-Дону,

ул. Текучева, д. 234, оф. 5

☎ Тел.: (863) 218-1209, 218-1210

Приволжский федеральный округ

ООО «Нотабене»

☎ 603002 г. Нижний Новгород, ул.

Канавинская, 2а

☎ Тел.: (831) 415-8611

✉ e-mail:

notabene-pfo@yandex.ru



SIBALUX
SIBALUX

АЛЮМИНИЕВАЯ КОМПОЗИТНАЯ ПАНЕЛЬ