

«Русское море» – это российский бренд высококачественных морепродуктов со всего света. Согласно опросам TNS Gallup Media, – это также и самая известная и потребляемая в своем сегменте марка в России (TM «Русское море» знают чуть менее 28,1 млн россиян, что составляет 49,2% от населения России старше 16 лет). На отечественном рынке торговая марка «Русское море» зарегистрирована 18 ноября 1999 г. Сегодня «Русское море» – это лидер российского рынка готовой рыбной продукции. По данным ACNielsen, в 2006 г. в сегменте «пресервы из сельди» доля бренда «Русское море» составляла 24%, деликатесной рыбы – 36%, икры лососевых рыб – 26%.



Ценности бренда

«Русское море» – динамичный, открытый и прогрессивный российский бренд высококачественных морепродуктов со всего света. Широкая представленность на рынке, большой ассортимент, разнообразие рецептов, стабильно высокое качество и доступные цены делают бренд «Русское море» привлекательным для российских потребителей.

Забота о потребителях является одной из наиважнейших характеристик бренда, она проявляется в тщательном отборе морепродуктов для производства, в поиске лучших рецептов и в разработке упаковки, защищающей высочайшее качество продукции и создающей дополнительные удобства в ее использовании.

Стремление предлагать лучшее, что могут дать моря, приготовленное по лучшим рецептам мира, является самой сутью бренда «Русское море», создающей его неповторимую уникальность. Создав мир максимального удобства для потребителя-гурмана, «Русское море» предлагает сегодня настоящее «Рыбное избранное».

Сельдь для «Селедочки столичной» вылавливают в октябре, когда рыба

достигает максимальной жирности. Свежевыловленную сельдь разделяют, упаковывают под вакуумом и подвергают «шоковой заморозке». Благодаря такой обработке рыба надолго сохраняет свежесть. «Русское море» выпускает сельдочку в масле и соусах – в майонезе, в томате, с оригинальными нотками горчичного соуса... Соусы «Русского моря» густые, как крем, и их вкус ни с чем не спутаешь – им просто нет аналогов!

Вкус ледяных ключей, бьющих со дна норвежских озер, хранит в себе норвежский лосось, или, как называют эту рыбу в России, семга. Скандинавы гордятся качеством своего лосося. Компании «Русское море» они поставляют только отборную рыбу класса Superior. Это значит – лучшее из лучшего, штучный товар.

От малька до взрослой особи семга питается экологически чистым кормом и поступает на производство в охлажденном виде. Филе бережно разделяют, равномерно солят, каждый кусочек освобождают от косточек, герметично

упаковывают под вакуумом и оформляют фирменным манжетом. Столь же свежа и качественна икра лососевых рыб под торговой маркой «Русское море» – икринки ровные, одного цвета, крупные, рассыпчатые, чуть влажные. «Русское море» – это гарантия легального происхождения сырья, надлежащие условия производства, транспортировки и хранения, жесткий контроль качества производимой продукции.

Всего в семи экзотических вкусах пресервов из морепродуктов «Медитерана» специалисты компании «Русское море» сумели передать всю прелесть средиземноморской кухни и при этом удачно ушли от большого содержания уксуса в продукте. А инновационная система открывания упаковки по принципу «согнуть и выдвинуть» удобна для покупателя.

Инновации и продвижение

Продвижение бренда «Русское море» строится с использованием комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК), включающих как классические инструменты продвижения, так и

нестандартные методы. На телевидении применяется прямая реклама, спонсорство, product placement, интерактив. Кроме того, в продвижении задействованы интернет-маркетинг, наружная реклама на транспорте, промо-акции в магазинах. Большое значение уделяется PR, мерчендайзингу, упаковке, системе корпоративной идентификации, участию в специализированных выставках.

В январе 2003 г. «Русское море» запустило рекламную кампанию на ТВ «Море всегда с тобой». Эмоциональное наполнение кампании – «благодаря «Русскому морю», море постоянно присутствует в жизни каждого человека».

Весной 2005 г. было решено придать дополнительный импульс бренду в построении имиджа и простимулировать продажи в различных сегментах категории. Были сняты четыре новых продуктовых рекламных ролика с общим слоганом «Рыбное избранное». Вся рекламная кампания 2005–2007 годов проходила в рамках нового позиционирования бренда.

В 2006 г. компания «Русское море» первой среди производителей рыбы и морепродуктов разработала специальную программу, охватывающую до 30 крупнейших городов России и стран СНГ, по установке брендированного холодильного оборудования в торговых точках различных форматов.

Экономика и финансы

Рынок рыбы и морепродуктов активно развивается: темпы роста составляют около 15–20% в год. Емкость рынка в 2007 г. оценивалась на уровне \$5–6 млрд, по прогнозам к 2010 г. она достигнет \$8–10 млрд. Растет конкурентоспособность рыбной продукции российских производителей.

В 2006 г., по сравнению с 2005-м, оборот компании «Русское море» увеличился на 52%,

достигнув 2,34 млрд руб. Заметно возросла эффективность производства: в течение 2006 г. показатель EBITDA увеличился на 180% – до 346 млн руб., а чистая прибыль выросла на 121%, достигнув 231 млн руб. Возросла рентабельность: валовая – до уровня 21,1%, чистая – до 9,9%, рентабельность EBITDA – до 14,79%. В июне 2007 г. ЗАО «Русское море» разместило на ФБ ММВБ первый облигационный заем на 2 млрд руб.

Все эти показатели – результат расширения продуктового ряда, географии продаж и активного продвижения бренда «Русское море», подтверждение сильных позиций компании на российском рынке рыбы и морепродуктов.

Достижения и перспективы

По данным исследования, проведенного компанией Vojoie в июне 2006 г., «Русское море» – самая узнаваемая «рыбная» марка как в Москве, так и в регионах: в столице 68% респондентов знают или слышали о продуктах этого бренда, 92% узнали логотип на цветной карточке.

Анализируя тенденции рынка, компания расширяет ассортимент. В 2007 г. в продаже появились пресервы из икры мойвы в деликатесных соусах – «Умайсаги».

С 2000 по 2007 год товары с торговой маркой «Русское море» неоднократно были отмечены наградами по результатам конкурсов «Продукт года» и «Лучший продукт», проводившихся в рамках крупнейших продовольственных выставок World Food и «Продэкспо».

Компания «Русское море» – член Ассоциации производителей и торговых предприятий рыбного рынка, в рамках которой ведущие игроки отрасли работают в тесном контакте с государственными структурами по выработке и установлению цивилизованных правил регулирования и функционирования отрасли.



Икра мойвы в деликатесных соусах «УМАЙСАГИ» – новый продукт компании «Русское море». Фантазийное название «УМАЙСАГИ» происходит от японских слов «умай», что означает «вкусная» и «масаго» – «икра мойвы».

То, чего вы не знали о бренде

Ломтики «Селедочки Столичной» в течение всего срока хранения остаются упругими, не размягчаются, не расплываются под ножом. Все дело в том, что «Русское море» солит рыбу традиционным, проверенным временем способом – сельдь созревает естественным путем без интенсификаторов, ускоряющих процесс созревания.

Чтобы подкоптить семгу и сохранить ее сочную консистенцию, в «Русском море» охлажденную рыбу разделяют на пласти и тщательно обдают в соли. Рыбе дают некоторое время просолиться, бережно переворачивая ее, чтобы добиться равномерного просаливания. А дальше самое главное для копчения – не прогадать с дымком. Опилки – только определенных пород деревьев. И строгий контроль температуры и влажности – одно из основных условий «мягкого» копчения. Такая технология позволяет придать семге тонкий аромат, вкус и цвет копчености, сохраняя при этом сочную и нежную консистенцию слабосоленой рыбы.

Уникальная особенность «Исландки» – настоящий исландский вкус. Такая сельдь поставилась в нашу страну в 60–90-е годы прошлого века из Исландии. В 1990 г. контракт был завершен, и прямоугольные баночки с исландской сельдью в винном соусе исчезли с прилавков. Но все хорошее возвращается... В 2005 г. Йон Кристианссон, потомственный мастер посола сельди, передал на эксклюзивной основе свой семейный рецепт компании «Русское море». В баночке «Исландки» все как в старые добрые времена: филе сельди особого ароматизированного посола, своеобразия которого обусловлено винной заливкой и уникальной смесью пряностей, привезенных из разных уголков света – с Мадагаскара, Ямайки из Китая и Южной Африки. Прекрасно сочетаясь друг с другом, они обеспечивают слегка подзабытый, но благодаря этому еще более желанный вкус и аромат.

2003

Компания «Русское море» за стабильное качество выпускаемой продукции была удостоена «Гран-При» международной выставки World Food

2004

Слабосоленая и подкопченная семга «Русское море» стала дипломантом Всероссийского конкурса «100 лучших товаров России»

2007

Международная компания Superbrands International присвоила бренду «Русское море» статус бренда-лидера российского рынка. Компания вторично удостоена «Гран-При» выставки World Food за стабильный выпуск продукции высокого качества