



ОАО ПКП «Меридиан», Россия, 125599, г. Москва, ул. Ижорская, д. 7, тел. +7 (495) 486-47-74, факс +7 (495) 486-47-47
e-mail: info@meridian.ru, www.meridian.ru, ОКПО 11440376, ОГРН 1037739007624, ИНН/КПП 7713016180/771301001

Пост-релиз

03.02.2011

Новый облик «Меридиана»: Здоровое питание для полноценной жизни!

Лидер столичного рынка пресервов из рыбы и морепродуктов компания «Меридиан» начинает в феврале ребрендинг и представляет новый фирменный стиль и обновленную философию развития компании. По словам Председателя совета директоров ОАО ПКП «Меридиан» Виктора Малахова, новый этап роста определяет необходимость инноваций в производстве, в управлении компанией и в формате присутствия конечной продукции на потребительском рынке.

На пресс-конференции, состоявшейся 3 февраля 2011 года в Москве, журналистам был представлен новый современный стиль давно знакомого потребителям бренда. Председатель совета директоров ОАО ПКП «Меридиан» Виктор Малахов и директор по маркетингу Ольга Иванова рассказали о новой концепции торговой марки и разъяснили причины, цели и задачи проводимого ребрендинга.

Разработчиком нового фирменного стиля для «Меридиана» выступила студия «Direct Design». О выборе стиливого решения, созданного с опорой на мировые тенденции, собравшимся рассказал креативный директор студии Леонид Фейгин. По словам господина Фейгина, созданное стиливое решение отражает не только продукт как таковой, но и обновленную философию развития всей компании. «При этом новый стиль соответствует главным мировым трендам брендинга», - подчеркнул дизайнер.

Разнообразие ассортимента, коктейль вкусов и тщательный контроль качества продукции – все это нашло свое отражение в ярких красках и гармоничном дизайне визуальных решений обновленного бренда «Меридиан». «Если раньше локомотивом успешных продаж была наша устоявшаяся репутация лидера рынка, то сейчас усиливающаяся конкуренция в данном сегменте рынка не позволяет занимать пассивную позицию. Сегодня мы намерены устанавливать эмоциональную связь со своим покупателем еще на стадии выбора товара на прилавке, - отметила директор по маркетингу Ольга Иванова. – Именно поэтому дизайнеры разработали бренд, объединяющий в себе все наше многогранное предложение».

Безусловно, концепция визуальной коммуникации с покупателями – лишь одна, видимая грань тех изменений и инноваций, которые внедряются сегодня в компании. «Самые активные направления развития на этот год – контроль качества, повышение квалификации персонала и автоматизация производственных процессов, - рассказал В. Малахов. Для конечных покупателей это означает гарантированное качество всей нашей

продуктовой линейки и максимально долгое сохранение свежести любимых пресервов и деликатесов, которыми всегда славился «Меридиан».

Одна из главных ценностей обновленного бренда – полезная пища для людей, ведущих активный образ жизни. В компании «Меридиан» намерены и дальше уделять основное внимание тем, кто заботится не только об удовольствии, но и о своем здоровье, и о качестве жизни.

На пресс-конференции также были озвучены прогнозы роста объемов продаж компании на ближайший год. В 2010 году оборот по производству товаров линейки «Меридиан» приблизился к 4 млрд. руб. Но в компании существует ещё и оптовое направление, которое занимается реализацией сырья. Специалисты ожидают дальнейший рост суммарного оборота компании в 2011 году до 10-12 млрд. руб.

Увеличение объемов продаж компании связано с целенаправленной модернизацией и наращиванием производственных мощностей. С 2006 г. по 2010 г. компания «Меридиан» инвестировала около 1 млрд. рублей в обновление и переоборудование производственных линий своих предприятий. В 2011 году планируется выделить 180 млн. руб. на переоборудование цехов, около 150 млн. рублей на модернизацию хозяйственного комплекса рыбоперерабатывающих предприятий компании.