

ПРИВАТИЗАЦИЯ НОВОГО ГОДА

Статья посвящена теме регистрации новогодних брендов в качестве интеллектуальной собственности. Автор приводит конкретные примеры реализации успешных проектов, использующих новогоднюю тематику для рекламы и продвижения различных категорий продукции.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Новый год, Дед Мороз, Снегурочка, новогодние бренды, товарный знак, промышленный образец



Филиппова Ирина Анатольевна — патентный поверенный РФ, консультант по маркетингу. 15 лет специализируется на создании брендов и их правовой защите. Работала в крупных торговых и производственных компаниях в должности бренд-менеджера, руководителя проектов, начальника отдела маркетинга, директора по национальным брендам. Член Гильдии Маркетологов, автор семинара «Товарный знак: создание и защита» (г. Москва)

Новый год — самый главный и любимый из всех российских праздников. Именно в конце года все без исключения получают подарки, уходят на каникулы и в новогодний отпуск, от души, а не только по традиции веселятся и развлекаются.

Все это позволяет считать, что сам Новый год и все его неотъемлемые атрибуты: Дед Мороз, Снегурочка, елка — являются важными новогодними брендами, которые при правильном использовании могут приносить прибыль своему владельцу не только в канун праздника, но и круглый год. В статье рассказывается, так ли это и кому принадлежат новогодние бренды.

Новый Год

Самым известным новогодним брендом, безусловно, является сам Новый год. Его потенциал оценили в Санкт-Петербурге: в этом городе каждый день можно встретить Новый год в баре «Пурга» на Фонтанке¹. Чтобы закрепить за собой право отмечать Новый год ежедневно, организация

¹ www.purga-club.ru

зарегистрировала товарный знак «Пурга, Новый Год каждый день» (св. №272840). Философия этого бара — постоянный карнавал, отрицание серьезного отношения к чему-либо, кураж и беззаботность.

Дед Мороз

Дед Мороз — это символ Нового года, сказочный персонаж, без которого невозможно представить праздник. В 1999 г. у него появилась своя вотчина в сосновом бору близ города Великий Устюг, началось развитие проекта «Великий Устюг — родина Деда Мороза». ОАО «Дед Мороз» разработало оригинальный художественный образ и фирменный стиль, который включает в себя товарный знак, цветную печать для корреспонденции, слоган, почтовый конверт с бланком письма Деду Морозу. Этот товарный знак (св. №180888) используется на сувенирах, книгах, значках, наклейках, открытках, календарях, плакатах (рис. 1).

Туристы ездят в Великий Устюг круглый год, чтобы встретиться с Дедом Морозом. Путешествие начинается от резных ворот, ведущих в волшебную сказочную страну. Дорога к дому Деда Мороза проходит по Тропе Сказок или по Аллее Чудес. Сказочные герои сопровождают путешественников и рассказывают им сказки, загадывают загадки, предлагают испытания. Но Деда Мороза с кануна Нового года невозможно застать в своей резиденции. Он путешествует по стране и участвует в новогодних торжествах, дарит детям новогодние подарки.

Некоторые считают, что современный образ Санта-Клауса (американского Деда Мороза) был придуман рекламной службой компании Coca-Cola. Такое мнение сложилось из-за того, что Санта-Клаус традиционно одет в красно-белый костюм, а именно эти цвета являются фирменными цветами компании Coca-Cola, а также из-за популярности рекламы, в которой Санта-Клаус изображен с бутылкой Coca-Cola.

Но для российского рынка образ нужно адаптировать, и компания Coca-Cola в 2000 г. запустила

новогоднюю акцию «Клики Деда Мороза»: был зарегистрирован товарный знак (св. №233504), и на российском интернет-сайте с помощью Flash-технологии построен целый город для участников рекламной игры (рис. 2). «Поселившись» в виртуальном городе Coca-Cola, «гражданин» должен был вести активный образ жизни — посещать различные разделы сайта, которые имитируют городские культурные учреждения и общественные места. За это начислялось определенное количество очков, которые в дальнейшем использовались в розыгрышах призов. Кроме того, четыре

Рис. 1. Пример использования товарного знака ОАО «Дед Мороз»



Рис. 2. Товарный знак, зарегистрированный компанией Coca-Cola



«золотые пробки» от бутылок Coca-Cola давали возможность принять участие в розыгрыше «Кликни Деда Мороза на сайте!» и выиграть один из 6 тыс. сертификатов на сумму 55 руб. каждый для покупок в онлайн-магазине Arcadia.

В России народная популярность персонажа или события всегда подтверждается не рейтингами, а новыми шутками. Сразу после акции родился анекдот и на эту тему: «Следом за акцией «Кликни Деда Мороза» компания Coca-Cola планирует с нового года запустить акции «Бэкапни Деда Мороза» и «Форматни Снегурочку».

Снегурочка

Внучка Деда Мороза Снегурочка родом из страны Берендея, что в Костроме, поэтому ее называют «Костромская Снегурочка» или «Берендеева Снегурочка». Именно в этих краях А.Н. Островский создал в одноименной сказке-пьесе трогательный образ Снегурочки, который воплотили в своих музыкальных произведениях П.И. Чайковский и Н.А. Римский-Корсаков.

Снегурочка в качестве зарегистрированного товарного знака имеет два лица, два образа, которые местные бизнесмены планировали использовать для «раскрутки» своего бренда (рис. 3). Отсутствие финансирования и четкой

стратегии развития не позволило проекту выйти на всероссийский уровень. Немногочисленные туристические группы приезжают в Кострому, чтобы посетить Берендеевку и костромской музей, лесоферму и конезавод. Однако масштабностью проект «Кострома — родина Снегурочки» сегодня похвастаться не может.

Вместе с тем бренд «Снегурочка» приносит немалые дивиденды ОАО «Сыктывкарский лесопромышленный комплекс», хотя оно находится далеко от родины Снегурочки. Владельцы товарного знака (св. №195243) удачно выбрали название для своей продукции, и в сочетании со слоганом «Снегурочка белее снега» оно отлично работает на узнаваемость бренда, дает четкую ассоциацию и хорошо запоминается (рис. 4). В 2004 г. офисная бумага «Снегурочка» стала лауреатом национальной премии России «Товар года», что подтверждает ее высокое качество и популярность.

Новогодние сувениры и игрушки

Всем известна шутка об игрушках, которые перестали приносить людям радость, потому что их штампуют на заводах и в них нет любви и душевного тепла. Позже на эту тему родилась новогодняя сказка. Дед Мороз, услышав о том, что игрушки больше не радуют детей, собрал зверей со всего

Рис. 3. Товарные знаки, использующие образ Снегурочки



Рис. 4. Товарный знак, зарегистрированный для бренда офисной бумаги «Снегурочка»



волшебного леса, позвал снеговиков и гномов, и они решили делать новогодние игрушки сами, чтобы те приносили счастье и веселье в каждый дом, чтобы люди, которые их покупают, сами становились добрее, приветливее и веселее. Далеко в лесу Дед Мороз построил свою «Фабрику Деда Мороза» и сам руководит ею, следит за тем как делаются игрушки и в каждую игрушку кладет самый важный ингредиент «радость». Оказалось, что такая фабрика действительно существует, и, возможно, она находится на Виргинских островах, потому что права на торговую марку «Фабрика Деда Мороза» (св. №349382) принадлежат компании «Херман маркетинг лимитед», зарегистрированной на этих далеких островах в Карибском море (рис. 5).

Еще одним известным производителем новогодней сувенирной продукции стала марка Mister Christmas (св. №194962), которая уже 10 лет радуется покупателей новыми коллекциями новогодних украшений² (рис. 6).

Миссия Mister Christmas — это одновременно и возрождение утраченных рождественских

² www.christmas.ru

Рис. 5. Товарный знак, зарегистрированный для марки «Фабрика Деда Мороза»



традиций, и привнесение модных тенденций в празднование Нового года и Рождества, развитие новогодней культуры в целом. В 2006 г. за активную маркетинговую позицию и вклад в формирование новогодней моды в России бренд был отмечен первой премией конкурса «Брэнд года» — самого престижного российского конкурса в данной

Рис. 6. Товарный знак Mister Christmas



области. Благодаря таланту и мастерству дизайнеров, технологиям и опыту мировой новогодней индустрии товары от Mister Christmas стали настоящим символом Нового года, эталоном качества и хорошего вкуса. Mister Christmas — это также большой проект по корпоративным подаркам, программа новогоднего офисного, торгового и городского дизайна и первый национальный журнал о новогодних праздниках.

К каждому новому году тысячи дизайнеров и художников во всем мире разрабатывают для подарков новую упаковку, имеющую оригинальную форму вырубки и уникальный художественный дизайн. Для того чтобы самые удачные образцы полиграфической и сувенирной продукции не были нелегально использованы другими производителями, авторы и изготовители упаковки имеют возможность зарегистрировать варианты такой продукции в качестве промышленных образцов и тем самым защитить ее от несанкционированного использования другими операторами новогоднего рынка.

Чаще всего в качестве промышленных образцов патентуется упаковка для новогодних подарков

или сувениров. Например, ООО «УпакКондитер» и ООО «РИФТУПАК» запатентовали картонные коробки для сладких новогодних подарков, которые дети получают на новогодних елках от Деда Мороза и Снегурочки (патенты №56899 и №58490) (рис. 7).

Производители сувенирной упаковки не забыли и о подарках для взрослых. ЗАО «Хохломская роспись» (патент №50617) в качестве новогоднего сувенира выпустила несколько вариантов новогодних матрешек, стилизованных под Деда Мороза, внутри которых можно разместить бутылку вина (рис. 8). Получилось и красиво и вкусно.

Заключение

Надеюсь, что примеры новогодних брендов вас заинтересовали, ведь за каждым из них стоит своя история, своя сказка, свой образ. Возможно, эти примеры вдохновят и вас на создание собственного новогоднего проекта или нового героя. Два месяца в году наша страна готовится к самому замечательному из всех праздников, а потом с размахом его отмечает. Пора и нам, маркетологам,

Рис. 7. Запатентованная упаковка новогодних подарков

а) Коробка компании ООО «УпакКондитер»



б) Коробка компании ООО «РИФТУПАК»



Рис. 8. Новогодние сувениры-матрешки



включиться в эту ежегодную игру и придумать нечто новое и необычное, что может стать еще одним новогодним символом.

Однако не следует забывать, что после создания новых брендов их необходимо тщательно защищать. Для этого у вас есть все возможности:

регистрируйте товарные знаки, получайте патенты на новогодние сувениры и упаковки, депонируйте новые идеи. Если проект получится успешным, вы можете стать богатым и знаменитым. Дерзайте, и у вас все получится.

С Новым Годом!