

## IV ВСЕРОССИЙСКИЙ ОТКРЫТЫЙ КОНКУРС НА СОИСКАНИЕ ЦЕНТРАЛЬНО-ЧЕРНОЗЕМНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ



Профессиональные конкурсы и премии – важная часть жизни любой индустрии. Победители гордятся полученными наградами и, мечтая о будущем, дают интервью журналистам.

Число премий за последние годы выросло. Увеличилось и общее число участников.

Хотя количество проектов, подаваемых на Национальную премию в области развития общественных связей «Серебряный лучник» сократилось. Все это говорит о том, что система премий и конкурсов становится инструментом развития профессии, дополняя систему образования и индустриальные СМИ.

Премия «RuPoR» в полной мере соответствует тенденции. Она не только стала в последние годы популярной региональной наградой, но и профессиональным коммуникационным пространством, где достигается понимание индустриальных стандартов, как профессиональных, так и образовательных.

Поэтому особенно радует активное участие в ней студентов и преподавателей профильных вузов.

А общероссийская известность премии «RuPoR», усиливающая приток работ за пределами Центрального Черноземья, делает ее значимой частью общенациональной системы развития нашей столь социально значимой профессии.

Объективность – в многообразии субъективного. Этот принцип положен в основу формирования и работы экспертного совета и жюри премии. Не случайно, ее победители становятся лауреатами и общенационального конкурса.

Столь необходимые нашему профессиональному сообществу ОБРАЗОВАНИЕ профессиональной среды, ПРОСВЕЩЕНИЕ околопрофессионального окружения и ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ КОНСЕНСУС по поводу профессиональных стандартов достижимы и благодаря премии «RuPoR».

Хочется пожелать премии «RuPoR» новых победителей, а ее участникам новых громких побед.

**Борис Еремин**, Председатель жюри премии «RuPoR», Член жюри и экспертного совета Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный лучник», Главный редактор журнала «Советник», Заместитель председателя Совета директоров Publicis Groupe Media Eurasia/VivaKi Russia



### Национальная премия в области развития общественных связей **Серебряный Лучник**

**Программа подведения итогов и награждения лауреатов Национальной премии «Серебряный Лучник» 2008 года.**

День открытых презентаций – 27 января  
27 января в Новом пресс-зале Российского агентства международной информации «РИА Новости» в рамках Национальной премии «Серебряный Лучник» пройдет День открытых презентаций. Новый зал агентства обладает отдельным входом в боковой части здания, оснащен современными средствами коммуникаций, ведет параллельную аудио и видеосъемку событий. Возможна конференц-связь и видеомосты. Все преимущества зала можно использовать во время презентации своего проекта. К открытой презентации проекта будут допущены 15 лучших проектов, список которых был утвержден Экспертным советом на своем заседании 19 января. У этих проектов есть шанс стать лауреатом Национальной премии.

Аккредитация на День открытых презентаций проводится вплоть до 26 января.

Церемония подведения итогов – 28 января  
Торжественная церемония награждения лауреатов Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» пройдет 28 января в большом зале кинотеатра «Киномир» по адресу Настасьинский пер., д.2 (бывший ДК «Известий»). м.Пушкинская.

Исполнительная дирекция сообщает, что желающие приобрести билет на церемонию должны отправить предварительную заявку по электронной почте [yavdolyuk@luchnik.ru](mailto:yavdolyuk@luchnik.ru), указав необходимое количество билетов. Стоимость одного билета 1500 руб.

Оплата осуществляется по счету, который можно получить, заполнив специальную форму на сайте (указывайте сумму, соответствующую вашему выбору!) – <http://www.luchnik.ru/conditions/registration.shtml>

Для участников конкурса, членов Жюри, Попечительского и Экспертного совета, представителей исполнительных дирекций региональных конкурсов – вход по пригласительным билетам.



В работе Жюри премии «RuPoR» я уже принимаю участие не первый раз, и должен признать, что конкурс становится одним из лидеров в сложившейся системе профессиональных премий отечественной PR-отрасли.

Организаторы конкурса вносят свой реальный вклад в развитие и популяризацию профессии, участвуют в формировании отраслевых стандартов и отражении тенденций развития российского PR-рынка.

Анализируя проекты, представленные на конкурс, приятно осознавать, что деятельность PR-специалистов востребована практически в каждой сфере жизни нашего общества. Но, при этом хотелось бы отметить и то, что не так много востребованных обществом проектов находят поддержку со стороны органов государственной власти.

Количество студенческих проектов, поступающих на конкурс, растет с каждым годом, что не может не радовать.

В то же время они в своем большинстве демонстрируют наличие теоретических знаний и оторванность от реалий жизни и практических стандартов профессии. Полагаю, что это свидетельствует о том, что профессорско-преподавательский состав отечественных кафедр PR выстраивает недостаточно эффективные взаимодействия с практикующими PR-специалистами при организации и проведении учебного процесса. И наоборот.

**Игорь Минтусов**, председатель Совета директоров Группы компаний «Никколо М», член Жюри премии «RuPoR», член Жюри Национальной премии «Серебряный Лучник»

## ИТОГИ IV-ГО ВСЕРОССИЙСКОГО ОТКРЫТОГО КОНКУРСА НА СОИСКАНИЕ ЦЕНТРАЛЬНО-ЧЕРНОЗЕМНОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ «RuPoR»



Замечательно, что в России есть такие заметные события, как премия «RuPoR», которые популяризируют «общественные связи», особенно в регионах нашей страны. В то время, когда в нашем обществе сложилось неоднозначное отношение к PR, премия «RuPoR» демонстрирует, что PR – это серьезная профессия, требующая профессиональных знаний, коммуникационных навыков, большого жизненного опыта и умения работать в команде.

Премия «RuPoR» предоставляет возможность для отечественных PR-специалистов, особенно из удаленных от столицы городов, продемонстрировать результаты своего труда профессиональному сообществу, помогает оценить реальное положение дел в российской PR-индустрии. Организаторы премии «RuPoR», привлекая к участию в конкурсе самые различные категории PR-специалистов, от пробующих свои силы в этой сфере студентов до уже маститых теоретиков и практиков, способствуют активизации внутриотраслевого информационного обмена, формированию научно-практической базы, выработке профессиональных стандартов и подходов к PR-деятельности.

Участники конкурса на соискание премии «RuPoR» 2008 года в очередной раз своими проектами продемонстрировали, что рынок отечественного PR продолжает развиваться.

**СЕРГЕЙ ГРИГОРЕНКО**, директор по развитию Коммуникационного холдинга АГТ, член Жюри премии «RuPoR», член Экспертного совета Национальной премии «Серебряный Лучник».

24 декабря в Воронеже прошла торжественная церемония подведения итогов и награждения победителей IV-го Всероссийского открытого конкурса на соискание Центрально-Черноземной региональной премии в области развития связей с общественностью «RuPoR».

В этом году на соискание премии было представлено 86 проектов и работ из 35 городов Российской Федерации.

Перед началом церемонии награждения, прошедшей в прекрасном зале одного из лучших кинотеатров Центрального Черноземья – «Спартак», гостям была предоставлена уникальная возможность стать участником премьерного показа документального фильма «Как Саянск Великий в Иерусалим ушел», посвященного жизни и творчеству воронежского художника Ножкина.

Торжественную церемонию подведения итогов и награждения лауреатов и дипломантов премии «RuPoR» открыл **Андрей Колядин**, заместитель Губернатора Воронежской области, поздравивший организаторов, партнеров и участников конкурса, а также всех участников церемонии, с завершением главного события в PR-отрасли региона.

В церемонии награждения победителей конкурса приняли участие авторитетные специалисты отечественной PR-индустрии, члены Жюри конкурса, партнеры премии, лауреаты прошлых лет, в том числе: **Борис Еремин**, главный редактор журнала «Советник», председатель Жюри премии «RuPoR», член Жюри и Экспертного совета Национальной премии «Серебряный Лучник»; **Игорь Минтусов**, председатель Совета директоров Центра политического консультирования «Никколо М»; **Михаил Дворкович**, председатель Совета директоров КГ «Пресс-Холл»; **Сергей Григоренко**, директор по развитию Коммуникационного холдинга АГТ, член Экспертного совета Национальной премии «Серебряный Лучник»; **Геннадий Шаталов**, президент премии «RuPoR», член Экспертного совета Национальной премии «Серебряный Лучник»; **Валерий Мальцев**, председатель Экспертного совета премии «RuPoR»; **Надежда Скрипникова**, заведующая кафедрой «Связи с общественностью» ВГАСУ, председатель Правления «РАСО-Воронеж»; **Сергей Калинин**, генеральный директор компании «ИнГрупп», исполнительный директор премии «RuPoR»; **Евгений Коровин**, генеральный директор КХ «Контент», лауреат премии «RuPoR-2005»; **Олег Колесников**, управляющий представительствами «Российской газеты» в Центральной России; **Лейла Ильина**, ведущий PR-специалист ОАО завод «Водмашоборудование».

### НОМИНАЦИЯ «PR-ПРОЕКТ В КОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ»:

– Проект «Лига Чемпионов по эффективности», **Андрей Замула**, ОАО «Карельский окатыш», г. Костомукша;

– Проект «RU.TV шагает по стране» («День города с му-



зыкальным телеканалом RU.TV»), **Василий Новиков**, ЗАО «Русская Медиагруппа», г. Москва.

### НОМИНАЦИЯ «PR-ПРОЕКТ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ»:

– Проект «Бренд закаляется в конкурсе», **Татьяна Майорова**, лицей № 22, г. Иваново;

– Проект «Дети, которые меняют будущее», Елена Арих, редактор и издатель газеты «Образование. Южный регион».

### НОМИНАЦИЯ «СТУДЕНЧЕСКАЯ РАБОТА»:

– Лауреат – «Школа отца или коммуникативная стратегия по повышению имиджа отцовства», **Евгения Бочкова**, **Екатерина Воронцова** и **Виктор Лящевский**, Томский государственный университет.

– Дипломант – «Марафон по преодолению предрассудков «Наш Град без преград», **Ангелина Будакова**, Институт Репутационных Технологий МГУКИ и **Вячеслав Поваров**, Государственный университет управления, г. Коломна.

### НОМИНАЦИЯ «СТУДЕНЧЕСКИЙ ПРОЕКТ»:

– Лауреат – Проект «Третий возраст», **Роман Дымов**, **Антон Желнов**, **Александр Иванов**, **Елена Кляйн**, **Станислав Маньков**, **Лев Савельев**, АНО «Владимирский институт бизнеса».

– Дипломант – Проект «Друзья», **Олеся Селезнева** и **Нина Тюрина**, Воронежский государственный политехнический университет.

### Номинация «Теория PR»:

– Книга «Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума», автор **Андрей Ульяновский**, г. Санкт-Петербург.

### НОМИНАЦИЯ «PR-ПЕРСОНА»:

– **Дмитрий Саутин**, двукратный Олимпийский чемпион, пятикратный Чемпион мира, многократный Чемпион Европы, Почетный гражданин города Воронежа.

### СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ:

– «Лицом к обществу» – **Сергей Колиух**, глава городского округа г. Воронеж

– «PR-проект СМИ» – проект «Дети на дороге», **Радиостанция «Автордио-Липецк»**

– «За стремление к информационной открытости» – Информационно-аналитическое управление администрации городского округа г. Воронежа, руководитель – **Светлана Трунова**

– «За визуализацию проекта» – кафедра «Связи с общественностью» ВГУ

– «За социальную ориентированность проекта» – кафедра «Связи с общественностью» ВГАСУ

– Премия им. Петра I, учрежденная ректором ВГАСУ Игорем Суровцевым – **Сергей Колиух**, глава городского округа г. Воронеж

– «За пропаганду здорового образа жизни» – ВРОО «Ассоциация рыболовного туризма и спортивной рыбалки»

– «За популяризацию отрасли в студенческой среде» – пресс-центр РАССО

– «PR-партнерство» – Проект «Книга «Вымышленные существа эпохи масс-медиа: Россия, 21 век» (Энциклопедия для социально-гуманитарной интеллигенции) – **Российский государственный педагогический университет им. А.И.Герцена**, Санкт-Петербургский государственный университет «ИНЖЭКОН», Санкт-Петербургский государственный политехнический университет «Политехник» и **Андрей Ульяновский**, кандидат культурологии, доцент кафедры рекламы факультета журналистики СПбГУ.

В номинациях «Пресс-служба» и «PR-специалист» по решению Жюри премии лауреаты не определялись.

Все лауреаты и дипломанты премии были награждены призами и специальными дипломами от организаторов премии, а также специальными призами от партнеров премии – Журнала «Советник», Журнала «Пресс-Служба», «Российской газеты», Интернет-библиотеки СМИ Public.ru, Журнала «Со-Общение».

## ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ

### ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА:

**Мальцев Валерий Владимирович**, директор ООО Экспертная Группа «Проекты управления репутацией», лауреат премии «RuPoR-2007», дипломант Национальной премии «Серебряный Лучник», член Экспертного совета Национальной премии «Серебряный Лучник»

### СОСТАВ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА:

**Аксенова Ольга Николаевна**, старший преподаватель кафедры «Связи с общественностью» ВГАСУ, кандидат исторических наук

**Бейлин Илья Феликсович**, преподаватель кафедры маркетинга ИММИФ

**Коровин Евгений Михайлович**, генеральный директор Холдинговой компании «Контент», лауреат премии «RuPoR» 2005 года в номинации «PR-персона года»

**Дранник Татьяна Владимировна**, менеджер по маркетинговым коммуникациям ООО ТД «АВС Фарбен»

**Золотухин Андрей Александрович**, старший преподаватель кафедры теории и практики журналистики факультета журналистики ВГУ,

**Ильина Лейла Наибова**, ведущий PR-специалист ОАО завод «Водмашоборудование»

**Калинин Сергей Евгеньевич**, генеральный директор ООО «Центр организационного развития «Ин-груп», исполнительный директор премии «RuPoR».

**Колесников Олег Анатольевич**, Управляющий представительствами «Российской газеты» в ЦФО

**Моисеев Тимур Николаевич**, директор воронежского представительства сети бизнес порталов РосФирм

**Никулина Инна Николаевна**, PR-директор «Авторадио-Воронеж»

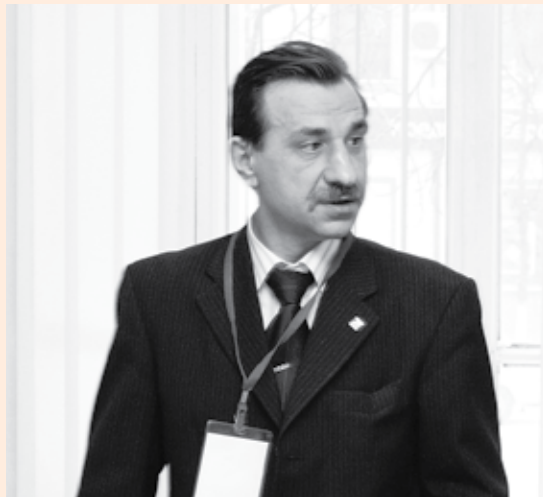
**Орищенко Дмитрий Васильевич**, директор Воронежского бюро ИА «Интерфакс-Центр»

**Панова Дарья Сергеевна**, заместитель главного редактора журнала «Пресс-служба»

**Радченко Ирина Анатольевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Связи с общественностью» Воронежского филиала МГЭИ

**Шаталов Геннадий Васильевич**, председатель Правления РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века», Президент премии «RuPoR»

**Щукина Любовь Сергеевна**, преподаватель кафедры массовой коммуникации и рекламы факультета журналистики ВГУ, кандидат филологических наук.



## ЖЮРИ

### ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ЖЮРИ:

**Еремин Борис Львович**, Президент Российского отделения Международной Рекламной Ассоциации (ИАА), главный редактор журнала «Советник», член Экспертного Совета и Жюри Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник».

### СОПРЕДСЕДАТЕЛЬ ЖЮРИ:

**Скрипникова Надежда Николаевна**, председатель Правления представительства РАСО-Воронеж, заведующая кафедрой «Связей с общественностью» ВГАСУ, профессор кафедры моделирования и управления в социальных системах Российской Академии государственной службы при Президенте РФ (Воронежский филиал), доктор филологических наук

### СОСТАВ ЖЮРИ ПРЕМИИ

**Григоренко Сергей Анатольевич**, директор по

региональному развитию коммуникационного холдинга АГТ

**Дворкович Михаил Владимирович**, Председатель Совета директоров Коммуникационной группы «ПРЕСС ХОЛЛ»

**Мальцев Валерий Владимирович**, директор ООО Экспертная Группа «Проекты управления репутацией», лауреат премии «RuPoR-2007», дипломант Национальной премии «Серебряный Лучник», член Экспертного совета Национальной премии «Серебряный Лучник»

**Калинин Сергей Евгеньевич**, генеральный директор ООО «Центр организационного развития «Ин-груп», исполнительный директор премии «RuPoR».

**Колесников Олег Анатольевич**, управляющий представительствами «Российской газеты» в ЦФО

**Коровин Евгений Михайлович**, генеральный директор Холдинговой компании «Контент», лауреат премии «RuPoR» 2005 года в номинации «PR-персона года»

**Минтусов Игорь Евгеньевич**, председатель Совета директоров Группы компаний «Никколо М»

**Топильская Елена Евгеньевна**, кандидат филологических наук, заведующая кафедрой «СО» факультета журналистики ВГУ

**Черванева Виктория Алексеевна**, заведующая кафедрой «Связи с общественностью» Воронежского филиала МГЭИ, кандидат филологических наук, доцент

**Шаталов Геннадий Васильевич**, председатель Правления РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века», Президент премии «RuPoR»



Воронежская премия «RuPoR» представляет собой вполне осознанную технологию душевного признания, которая этим и позиционируется. Не будем принимать во внимание рейтинги – для того только чтобы выявить культурологические смыслы, рейтинги – бесполезны.

**«Серебряный Лучник»** – серебряный человек посылает стрелу в цель, он находится в полном сосредоточении сил – это высшее проявление волевого управляющего начала России. Это высшая премия.

**«Проба»** – бумажный самолетик из газеты, сделанный в металле – он отражает готовность служить всем сильным, тем, кто этот самолетик направляет. Тем, кто всегда остается в тени, за кадром. Мне кажется – это премия высоких дворцовых интриг и готовности служения, проявленных одновременно.

**«Белое крыло»** – это черный обелиск из уральского камня с серебряным шлемом Меркурия на вершине. Очень влиятельная премия силового ресурсного каркаса России. – В этой премии проявлено мужское фаллическое начало, физические богатства, может быть – Урал как хребет всей России.

Те люди, которые придумали Воронежскую премию **«RuPoR»** – они гениальны. Это премия душевного безусловного приятия, отражающая угнетенную сущность России, как женщины.

Это премия любви всей земли Русской, так как Центральное Черноземье это и есть плодородная матка России. Хорошо тем, кто получил эту премию. Пусть это не так мужественно, как другие премии, но какая еще премия являет вам признание и любовь незаангажированной политическими смыслами, Душевной сущности России.

То есть сила премии «RuPoR» в том, чтобы оставаться искренней, непредсказуемой, честной по отношению самой к себе, неподкупной (ведь именно любовь нельзя купить, впрочем, как и полностью разумно рассчитать). На премии «RuPoR» должны, конечно, давать королевские креветки и жареную рыбу. Но, ни в коем случае, нельзя пренебречь блинами с большим количеством сметаны и меда, манной кашей, сливками, крынками с молоком.

Уникальная номинация премии – это номинация «За PR-партнерство». Ее следует незамедлительно запатентовать. Эту номинацию, конечно, нужно назвать – в духе воронежского художника «Санька великого» – номинацией «Пиар: Братишки/сестренки».

**Андрей Ульяновский**, лауреат премии «RuPoR» 2007 и 2008 годов, лауреат Национальной премии «Серебряный Лучник» 2007 года

RuPoR! Еще RuPoR! Или Дни PR в Черноземье  
Вот уже четвертый Новый год начался для воронежских прессы, вузов, коммерческих организаций и различных агентств с проводимого коммуникационной группой «Region PR» конкурса работ в области связей с общественностью «RuPoR». Расширилась его география, более серьезно к работам стали относиться студенты, выраженную социальную ориентированность приобрели коммерческие проекты, продемонстрировали стремление к открытости пресс-службы органов государственной власти. Да и само столь ожидаемое мероприятие (как по-казенному неуместно звучит это слово) перестало нуждаться в особом представлении.

Кажется, совсем недавно «RuPoR» заявил о себе как об отраслевом действе – пробном шаре на коммуникационном поле PR. Сегодня это инновационная площадка для поиска креативных решений наблевших проблем.

И эта выраженная положительная динамика вполне объяснима: XXI век диктует свои непростые законы. Будучи сам ярким проектом, «RuPoR»

показывает, как можно вписаться в актуальную общественную и медийную повестку дня, дает возможность конкурсантам и всем участникам Дней PR расти творчески, профессионально. Однако, как каждый столичный проект не гарантирован от проявлений снобизма, так в каждом региональном стоит опасаться налета провинциальности.

По счастью, устроителю удалось избежать крайностей. И «RuPoR» стал прежде всего школой. Школой для начинающих и маститых специалистов. Иначе зачем бы стремились молодежь и педагоги, состоявшиеся PR-специалисты и журналисты на столичные мастер-классы с интригующим названием «Бренд года за полгода» Михаила Дворковича, или «Коммуникационные ресурсы продвижения компании в условиях кризиса» Игоря Минтусова, или «Рекламные технологии и кампании в условиях кризиса» председателя жюри Бориса Еремина? Каждое имя – бренд, а значит, залог успеха общего дела и профессионального роста, вдохновения для слушателей.

Не мог не оставить равнодушными и круглый стол «Проблемы формирования бренда территорий», повышенно актуальный для именуемого скорее по инерции столицей Черноземья Воронежа. А презентации взрослых и студенческих проектов



наглядно продемонстрировали PR-потенциал региона, позволили составить достоверное представление о тех, кто и как продвигает свой город, учебное заведение, коммерческую организацию, делая их инвестиционно привлекательными.

У нашей премии «RuPoR» свое лицо. И пусть с 2005 года визуально существенно изменился вручаемый победителям символ первой премии, одно остается неизменным – неповторимый творческий дух Дней PR в Черноземье. Дух конструктивного и в то же время эмоционально насыщенного диалога единомышленников и спорщиков, напряженной работы и незабываемого новогоднего праздника.

**Елена Топильская**, заведующая кафедрой «Связи с общественностью» факультета журналистики ВГУ, кандидат филологических наук, член Жюри премии «RuPoR»



Впечатления от Премии «RuPoR» остались самые радужные. Первое, на что я обратил внимание – это теплый прием и гостеприимство со стороны организаторов Премии. Второе – огромное количество достойных и сильных работ. Хотелось бы так же отметить авторитетный состав Членов Жюри, состоящий из мэтров российской PR индустрии.

Основная Церемония проходила в лучших традициях Премий такого уровня: Начиная награждением победителей ценными наградами и заканчивая банкетом, где можно было пообщаться в неформальной обстановке с участниками и Членами Жюри.

Мое мнение – Премия удалась. Желаю не останавливаться на достигнутом!  
**Роман Дымов**, АНО «Владимирский институт бизнеса», лауреат премии «RuPoR» 2008 года в номинации «Студенческий проект»



Участие в премии «RuPoR» стало для меня самым ярким и значимым событием в ушедшем году. Не смотря на то, что декабрь всегда насыщен текущими делами, мне ни сколько не жаль времени, потраченного на работу в составе Экспертного совета конкурса. Уникальная возможность познакомиться сначала с конкурсными работами, а затем и с их авторами, позволила не только выразить экспертное мнение, но увидеть и свою деятельность в другом свете, под другим углом. В конечном итоге для меня конкурс на соискание премии «RuPoR» завершился только приобретениями: нового опыта, новых коллег, новых идей. «RuPoR» – это не просто конкурс, но еще и возможность профессионального роста для PR-щиков всех уровней: от студентов до практикующих специалистов.

Что же касается итогов конкурса, то я считаю, что быть объективным в отрасли PR невозможно, и только многообразие точек зрения каждого члена жюри обеспечивает объективность принятого решения. Что на самом деле и произошло.

**Лейла Ильина**, ведущий специалист по связям с общественностью ОАО завод «Водмашоборудование».



## В ОЧЕРЕДНОЙ РАЗ ПРОШЛИ ДНИ «RUPOR» В НАШЕМ ГОРОДЕ, ИЛИ МОЙ ДЯДЯ САМЫХ ЧЕСТНЫХ ПРАВИЛ.

Уже не первый раз десант заморских гостей в нашем городе участвует в программе открытого конкурса на соискание Центрально-Черноземной региональной премии в области развития связей с общественностью «RuPoR». С каждым годом их становится все больше и больше, география прибывших если не удивила, то приятно порадовала – Иваново, Вол-гоград, Москва, Костомукша, СПб, Томск. Представленные студенческие работы и проекты продемонстрировали, что среди конкурсантов нет того чего сейчас в избытке – дефицита ценностей, дефицита идей и дефицита морали. Буквально в самом начале слушаний проектов разгорелась дискуссия между студентами и руководителем пиар-компании Валерием Мальцевым о морали, о «белом» и «черном» пиаре, и в очередной раз тема вызвала жаркие споры.

Думаю, что запомнятся слова председателя Совета директоров Центра политического консультирования «Никколо М» Игоря Минтусова о том, что в момент наступившего кризиса, репутация это актив, который способен вытащить, словно барон Мюнхгаузен компанию из болота кризиса. Если компания/организация уделяла внимание инвестициям в отношения с клиентами, то есть в клиентский капитал, то это позволит быстро выйти из кризиса.

Любопытный оказался спор между Михаилом Дворковичем, председателем Совета директоров КГ «Пресс-Холл» и Михаилом Кутузовым, директором «Института регионального развития» по поводу бренда территории, если первый все же больше говорил об инвестиционной привлекательности и практической стороне продвижения репутации региона, то второй об эмоциях, ассоциациях, ценностях и традициях которые потребитель связывает с городом. Если первый говорил о законодательной привлекательности, об отсутствии бюрократических процедур, то второй говорил о позиционировании, надеюсь, что участники этого круглого стола получили удовольствие от этого зрелища, где буквально ломались копыя.

Главный редактор журнала «Советник» Борис Еремин представил свое видение взаимоотношений между компанией, организацией и целевыми аудиториями.

В своем мастер – классе он много места уделил вниманию фокусу «коммуникации»,



где связь с общественностью должна быть симметричной, двухсторонней, обратной связью. Главный редактор позволил себе ехидно выяснить у публики знание «Евгения Онегина» и эпиграфа в одном из сочинений Н. В. Гоголя, чем вызвал замешательство в рядах студентов.

Очень порадовал сюрприз со стороны организаторов показом документального фильма «Как Санек Великий в Иерусалим ушел», посвященного жизни и творчеству воронежско-го художника А. Ножкина снятого жарким летом 2008 года. Вполне возможно, что показ данного фильма одна из самых удачных акций по управлению репутацией города Воронежа.

Возможно, нам стоит подумать, чтобы в городе Воронеж стал Голливудом документального кино о провинциальной жизни или центром видеоарта, демонстрирующего новый художественный стиль, как знать.

Кроме того, хотелось бы пожелать нашим воронежским студентам больше пафоса в своих проектах, которые могли бы стать достойными конкурентами на «Серебряном Лучнике», а нашим коллегам из других городов удачи продемонстрировать знание технологий, высоких стандартов, абсолютную шутность работы, а нашему Рупору, чтобы все вышесказанное демонстрировали именно в Воронеже.

**Илья Бейлин**, преподаватель маркетинга ИММиФ, член Экспертного совета премии «RuPoR»

Бывает такой эффект последнего момента. Просто человек узнает: нечто важное вот-вот произойдет без его участия. И появляется сакральное: «А почему бы и нет?» Именно такие слова я сказала себе, решив принять участие в конкурсе «RuPoR».

Главный мотив моего присутствия в конкурсном пространстве – желание узнать, каким бывает профессиональное общение специалистов в области связей с общественностью. Ведя курс «Public relations» в Ивановском государственном университете, я, естественно, создала для себя модель пиаровского дискурса. И было интересно сверить ее с реальностью, осознать, насколько я «в контексте». Могу сказать: существенной «под-

стройки» не понадобилось, хотя какая-то корректировка и произошла.

По-своему это был профессиональный вызов самой себе. Обидно, когда говорят об оторванности от практики в сфере вузовского преподавания public relations. Пиар в образовании – разве кто-то еще сомневается в существовании этого зверя? Рада, что в их число не входит авторитетное жюри, оценившее мой PR-проект «Бренд закаляется в конкурсе».

**Татьяна Майорова**, заместитель директора по научно-методической работе лицея № 22, преподаватель кафедры журналистики и рекламы Ивановского государственного университета, лауреат премии «RuPoR» 2008 года в номинации «PR-проект»

Несмотря на то, что премия «RuPoR» существует всего четыре года, она стала одной из наиболее авторитетных и вышла далеко за пределы своего региона, а география и количество участников свидетельствуют, что интерес к участию в конкурсе на соискание премии «RuPoR» очень высокий. Уверен, что и в дальнейшем премия «RuPoR» будет открывать интересные проекты и новые имена в сфере связей с общественностью.

Итоги премии «RuPoR» 2008 года обозначили важный тренд: пиарщикам стоит по-другому посмотреть на спорт и все, что с ним связано. Поэтому не случайно PR-персоной года стал Дмитрий Саутин. Мой проект, ставший лучшим в коммерческой сфере, называется «Лига

чемпионов по эффективности» – он направлен на развитие внутренних коммуникаций в компании. Конкуренция в бизнесе зачастую строится на скрытом милитаризме: взять хотя бы термины конкурентная разведка, агрессивный маркетинг, техническое перевооружение и др. Спорт, в этом смысле, гуманнее (для победы не надо уничтожать противника), честнее (выиграть можно только по правилам), этичнее. Да и наши спортсмены своим примером показывают, что даже в непростых условиях можно добиваться поставленных целей.

**Андрей Замула**, ОАО «Карельский окатыш», г. Костомукша, лауреат премии «RuPoR» 2008 года в номинации «PR-проект».



Парадокс нашего времени в том, что сегодня за доброе бескорыстное отношение к посторонним людям и стремление им помочь дают грамоты. И все сложнее найти понимание людей, имеющих реальные возможности повлиять на сложившуюся катастрофическую ситуацию. Поэтому в тысячу раз приятнее в век рыночных отношений и культа материальных ценностей найти единомышленников, заручиться поддержкой профессионального сообщества, утвердиться в выборе правильного пути. Для нас все перечисленное олицетворяет собой награда премии «RuPoR». Нам, студентам, в высшей степени важно получить признание со стороны профессионального сообщества, участвуя в конкурсе на соискание премии «RuPoR», теперь мы сможем задуманное претворять в реальность! Спасибо!

**Ангелина Будакова**, студент Института репутационных технологий при МГУКИ, соавтор проекта «Марафон по преодолению предрассудков об инвалидности «Наш Град без преград», дипломант премии «RuPoR» в номинации «Студенческая работа».

В этом году мы впервые приняли участие в Центрально-Черноземной региональной премии в области развития связей с общественностью «RuPoR» с PR-проектом «Друзья», который был посвящён проблеме бездомных животных. Признаться честно, отправить проект на столь серьёзную премию было для нас давней мечтой, ведь участие в ней означает не только рост в профессиональном

плане, но и уникальную возможность познакомиться с российскими мастерами PR-индустрии, обменяться идеями, мнениями. Тем более, что премия «RuPoR» с первых дней своего возникновения успела зарекомендовать себя одной из самых престижных и справедливых в сфере PR.

Несмотря на то, что наш PR-проект «Друзья» не победил в номинации «Студенческий проект»,

статус дипломанта премии «RuPoR» – уже является огромным достижением для нас. Более того, в процессе работы мы познакомимся с конкурентами из других городов России, узнали мнение жюри и, самое главное, получили бесценные советы на будущее в реализации новых PR-проектов.

Что особенно понравилось нам, как участникам IV Всероссийского открытого конкурса, так это то, что церемония подведения итогов и награждения лауреатов премии «RuPoR» прошла в рамках форума «Дни PR Центрального Черноземья», тем самым дала нам, студентам, потрясающую возможность посетить мастер-классы ведущих специалистов в области «Связей с общественностью» и обсудить острые проблемы современной молодёжи в условиях кризиса.

Особенно хочется выразить благодарность президенту премии «RuPoR», Геннадию Шаталову, за прекрасную организацию мероприятия, объективную оценку PR-проектов и, самое главное, за то, что он помогает студенчеству проявить себя путём реализации PR-проектов.

**Олеся Селезнева и Нина Тюрина**, студентки кафедры «Связи с общественностью» ВГТУ, дипломанты премии «RuPoR» 2008 года в номинации «Студенческий проект»



## ИТОГИ VIII ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА «УРАЛЬСКАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ «БЕЛОЕ КРЫЛО»

Победителями Премии за достижения в сфере связей с общественностью «Белое крыло» стали:

**Лучший PR-проект** в государственной сфере – Управление по связям с общественностью администрации города Соликамска (Пермский край) Городской конкурс видеосюжетов «Соликамск, я тебя люблю!»

Дипломанты: Некоммерческое партнерство «Центр поддержки ШОС «Екатеринбург-2009» – «Добро пожаловать в Екатеринбург, ШОС 2008-2009»; Законодательное Собрание Санкт-Петербурга – «Духовные связи: от Санкт-Петербурга к Сербии»; Главное Управление внутренних дел по Челябинской области Отдел информации и общественных связей – «PR-кампания «Мобильник БЕЗ опасности!»

**Лучшая пресс-служба.** Межрегиональное территориальное управление технологического и экологического надзора Ростехнадзора по Уральскому федеральному округу – «Информационная открытость РОСТЕХНАДЗОРА в решении задач по обеспечению промышленной и экологической безопасности».

Дипломанты: Объединение «СоюзПищепром» – «Развитие темы продовольственной безопасности как главной составляющей культуры потребления. От ненасыщенного рынка к этапу зрелости (государственно-рыночного регулирования); Главное Управление внутренних дел по Челябинской области, отдел информации и общественных связей (ОИиОС) – «Журналисты в погонах! 25 лет пресс-службе ГУВД по Челябинской области»; Отдел по связям с общественностью Управления Федеральной службы судебных приставов по Свердловской области

**Лучший PR-проект в коммерческой сфере.** ОАО «Волжская территориальная генерирующая компания» – «20 тонн металлолома, как реклама и свидетель». Дипломанты: Агентство маркетинговых коммуникаций InMar Relations (холдинговая группа LBL-Сибирь) – «Ройял в устах» (кампания открытия торгово-развлекательного комплекса «Ройял Парк»); РМГ «Русская Медиагруппа» – «День города с музыкальным телеканалом RU.TV»; Радиостанция DFM – «Первый фестиваль граффити в Уфе «Свободное искусство, да в мирное русло!»; Открытое акционерное общество «Чусовской металлургический завод» – «ОМК-Спринт»

**Лучший PR-проект в некоммерческой сфере.** УВД г.Екатеринбурга Благотворительная акция «Забота».

Дипломанты: Тюменский филиал КБ «Московский Капитал» – проект «Олимпийская слава России»; Негосударственное образовательное учреждение Челябинский институт экономики и права им. М.В.Ладосина Студия «PR-Аспект» – «Создание эффективной образовательной среды для студентов специальности «Связи с общественностью»; ООО «Радио Тюмени» – III ПАРАД ДЕТСКИХ КОЛЯСОК от радиостанции Шансон в Тюмени

**Лучший PR-проект в Интернете.** Департамент здравоохранения Томской области Создание и продвижение медицинского информационного портала «Здравоохранение Томской области» (zdrav.tomsk.ru).

Дипломанты: Государственный Совет Республики Коми «Обсудим вместе»; Отдел по работе со средствами массовой информа-

ции Аппарата мэра (Городского Совета) муниципального образования город Набережные Челны, деятельность Отдела по работе со СМИ Аппарата мэра (Городского Совета) муниципального образования город Набережные Челны

**Лучшее корпоративное СМИ.** Редакция газеты «Красноярский железнодорожник», Ежедневная транспортная газета «Красноярский железнодорожник».

Дипломанты: Пресс-служба ОАО «ОмскВодоканал», Корпоративная газета «Омский Водоканал»; «Банк24.ру», корпоративное радио Банка24.ру «Радио в Банке»; Барнаульский филиал ОАО «Кузбассэнерго», корпоративное издание «Энергичная газета»; ОАО «Сибнефтепровод», Газета «Сибирский меридиан»

**Лучшая работа по теории PR.** Киуру К.В. «Имиджевый политический медиатекст: система жанров и дискурсивный анализ».

Дипломанты: Николайшвили Г.Г. Учебное пособие «Социальная реклама: теория и практика»; Синчурина М.Г., Терлугова Е.А. Учебное пособие «Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности»

**Лучший студенческий PR-проект.** Уральский государственный университет физической культуры «По следам истории».

Дипломанты: Санкт-Петербургский электротехнический университет им. В.И.Ульянова (ЛЭТИ) «Коррекция имиджа России в глазах европейского сообщества (стран-участниц ЕС) в контексте грузино-осетинского конфликта»; Южно-Уральский государственный университет, кафедра Массовой коммуникации Социальный PR-проект «Не для рекордов»; Южно-Уральский государственный университет, факультет журналистики проект «Когда Улыбок Больше...»

**За вклад в развитие общественных связей.** Андрей Ульяновский, кандидат культурологии, доцент кафедры рекламы факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета

**Лучший PR-менеджер.** Виктор Козодой, ректор Сибирской Академии управления и массовых коммуникаций, депутат Совета депутатов города Новосибирска, президент Сибирского отделения РАСО

**PR-персона года.** Александр Попов, четырехкратный олимпийский чемпион, шестикратный чемпион мира, 21-кратный чемпион Европы, вице-президент Всероссийской федерации плавания с 2004 г.; член международного олимпийского комитета.

**Организаторы:** Уральское отделение Российской ассоциации по связям с общественностью (УрО РАСО), Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС).

**Организационная поддержка:** агентство НЬЮТОН. PR&COMMUNICATIONS.

## ИТОГИ ДЕВЯТОГО МЕЖДУНАРОДНОГО КОНКУРСА НА ПОЛУЧЕНИЕ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ПРОБА-IPRA GWA

Конкурс на получение премии в области связей с общественностью PROBA-IPRA GWA проводится с 2000 года Северо-Западным отделением Российской Ассоциации по связям с общественностью (СЗ РАСО).

### Номинация «Лучший PR-проект»:

Первое место – проект «Пионеры зеленого PR в «Саду Владимира Путина 1», компания «АРУМ».

Второе место – проект «Адмирал», Коммуникационная группа iMARS

Третье место – проект «Галерея SLAVINSKY. В ожидании Золотого века: возрождение духовных ценностей новой России», Художественная галерея SLAVINSKY

**Номинация «Лучший студенческий PR-проект»** – студенты Томского государственного университета с проектом «Школа отца, или Коммуникационная стратегия повышения имиджа отцовства».

**Номинация «Лучшая студенческая работа по теории PR»** – Роман Дымов, студент АНО «Владимирский институт бизнеса» с работой «Информационные войны в Эпоху Новой Экономики: старые подходы, старые приемы, новое оружие, новые жертвы».

**Номинация «Корпоративное издание года»** – Журнал «Энергия успеха», Банк ВТБ.

**Номинация «Лучшая работа по теории PR»** – Елена Каверина за книгу «Создание событий: гуманитарные технологии в корпоративных коммуникациях» и Владимир Мединский за книгу «Негодяи и гении PR: от Рюрика до Ивана III Грозного».

Номинация «PR-специалист года» были признана не состоявшейся, а в номинации «Лучшая PR-кампания в Интернете» приз за первое место решено было не присуждать.



# PRO MEDIA TECH

## ПЕРВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕКЛАМЫ «PROMEDIATECH». (2-5 МАРТА 2009 ГОДА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО» (МОСКВА))

Фестиваль объединяет три специализированных направления, в рамках которых будут представлены компании следующих специализаций:

1. PRO – продвижение: Реклама; Production; Маркетинг; PR; BTL; Дизайн и креатив; Сувенирная и полиграфическая продукция; Организация мероприятий; Кейтеринг; Выставочный сервис.

2. MEDIA – средства массовой коммуникации: Информационные агентства; Издательские дома; Интернет-порталы; Телерадиокомпании.

3. TECH – технологии и оборудование для продвижения: IT-технологии; Презентационное оборудование; Сценическое оборудование; Полиграфическое оборудование; Строительство и оформление стендов.

Все три направления объединены в едином выставочном пространстве. Таким образом, фестиваль предоставляет площадку для общения специалистов, работающих в области событийной индустрии, рекламы и продвижения, а также для привлечения новых партнеров и заказчиков.

«ProMediaTech» – это не только демонстрация новых решений, но и комплекс специальных мероприятий и проектов, отражающих последние тенденции рынка рекламы и продвижения:

Церемония награждения победителей конкурсов по различным тематическим разделам. В частности, Ассоциация «Рекламная Федерация Регионов» проводит конкурс в номинации «Лучшая региональная рекламная кампания». Состоятся также конкурсы на лучший рекламный ролик, лучший продукт в области дизайна и полиграфии.

Семинары на самые актуальные темы. Рекламная Федерация Регионов проведет семинар-тренинг и бизнес-форум. В рамках production-секции состоятся тренинги и игры за «Кубок МВЦ «Крокус Экспо».

Ежедневные шоу-программы, на которых свои новейшие технологии и инновационные решения продемонстрируют как российские, так и зарубежные компании.

По вопросам бронирования площадки, а также участия в деловой программе фестиваля обращайтесь, пожалуйста, в Организационный комитет Международного фестиваля технологий продвижения и рекламы «ProMediaTech»:

Директор выставки – Корзунова Анна +7 (495) 727-26-39, e-mail: akorzunova@crocus-off.ru

Директор по продажам – Спиридова Татьяна Тел. + 7 (495) 727-26-39, e-mail: festival@crocus-off.ru

Менеджер – Глебова Марина +7 (495) 727-26-39, e-mail: mglebova@crocus-off.ru.

Сайт фестиваля: [www.pmtf.ru](http://www.pmtf.ru)

## «УСЛОВИЯ, ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ» ИЛИ КАК БОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНО ПОТРАТИТЬ СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ.

### НОВЫЕ УСЛОВИЯ

Новая экономика – это то, что возникает на наших глазах, и именно поэтому еще не могло появиться ее исчерпывающего понимания. Не осознав новые правила игры, новый механизм, мы не уйдём далеко в своём развитии, либо уйдём слишком далеко по «скользкой дорожке».

### НОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ

В связи с кризисом идет очень быстрый рост инноваций: постоянно открываются и закрываются предприятия, разрабатываются новые системы управления бизнес-процессами – мы экспериментируем. Но все ли эксперименты имеют положительное значение?!

Давно известно, что глупые учатся на своих ошибках, а умные на чужих. Если на данном этапе количество экспериментов на рынке не снизятся, то вскоре каждый из нас рискует оказаться в положении человека с отклонениями в восприятии реальности, т.е. другими словами шизофреника с обилием решений, который потерял суть проблемы.

### НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Для снижения вероятности ошибок и, соответственно, увеличения эффективности любой деятельности, необходим организованный обмен опытом между специалистами, который зачастую реализован лишь в аналитических печатных, либо интернет-изданиях. К сожалению, этого часто бывает недостаточно. Ведь для взаимопонимания необходим диалог, с присущей ему обратной связью. Аналитика – лишь дополнение.

Основным процессом должны быть разного рода собрания – семинары, тренинги, круглые столы – жи-

вое общение. Организация подобных мероприятий помогает интегрировать опыт и объединять людей, т.е. решать проблемы совершенно иного порядка.

Но на этом пути существуют некоторые трудности.

Дело в том, что внутри экспертного сообщества, безусловно, существует достаточно острая конкурентная борьба «за работу». Объединить конкурирующие субъекты в одном месте, да ещё и с целью обмена опытом – весьма сложный процесс.

Хорошим выходом из положения является один из прогнозируемых результатов кризиса – крах медиа-рынка. Дело в том, что многие эксперты скорее всего потеряют возможность «продавать», т.е. предлагать свои услуги через средства массовой информации.

На этом фоне создание единой и независимой постоянно-действующей площадки для взаимодействия является обще-востребованным решением. Такая площадка послужит не только эффективным мозговым центром для решения разного рода вопросов и проблем, но и новым инструментом продвижения собственных идей, товаров и услуг – средством массовой коммуникации повышенного влияния.

В современных условиях такие площадки просто необходимы! Реализовывать совместные проекты, обсуждать общие проблемы – первая ступень к выходу из кризиса. Тем более, что она была поддержана на самом высоком уровне!

«Несмотря на то что, правительство принимает до-



статочно активные и серьёзные меры по противодействию финансово-экономическому кризису, всегда необходимо слушать различные точки зрения: и точку зрения экспертного сообщества, и позиции бизнеса», – отметил президент Медведев на встрече с экспертным сообществом в своей резиденции.

**Сергей Калинин**

Центр организационного развития «InGroup»



## ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИИ

ется степенью его «брендинговости». Бренд ориентирован преимущественно на внешних по отношению к нему субъектов и должен соответствовать стратегическим задачам развития территории, способствуя привлечению к ней организаций и людей, а также ресурсов и заказов, которые востребованы территорией, нужны ей и полезны для ее развития. Наряду с «внешним эффектом» бренда правомерно говорить о «внутреннем влиянии» бренда, направленном на развитие цивилизованных социально-экономических отношений среди жителей города, чувства единства, ответственности, патриотизма в отношении «малой родины».

Бренд города формируется из разных компонентов, которые, несмотря на определенную универсальность, в разной степени востребованы и зависят от адресатов коммуникации (туриста, инвестора, переселенца и т.д.). Но на «брендинговость» города влияют не только экономические и т.д., то есть «жесткие» факторы, но и более гуманитарные, имеющие прямое отношение к PR и рекламе:

- официальная символика;
- неофициальная символика, в т.ч.: архитектурно-мемориальные символы, словесные символы, и т.п.;
- достижения, награды города и его жителей;
- выставки, праздники, конкурсы, состязания, имеющие региональный (или российский) масштаб;
- информация, распространяемая о городе;
- наличие «визитных карточек» города – сайты в Интернете, рекламные и городские журналы, справочники и т.д.;
- информирование о знаменитых людях, живших и работавших на благо родного города, а также тех, кто живет и работает в городе в настоящее время.

Стратегия развития города как бренда – это результат выбора целей и путей развития. Имидж территории должен формироваться спланированными

целенаправленными действиями. Главная проблема – разработать, принять и реализовать такую стратегию, которая не просто соответствовала бы приоритетам и интересам определенных групп лоббирования, а объективно нацеливалась бы на перспективные цели городского развития с учетом складывающейся и прогнозируемой экономической конъюнктуры.

Необходимо подчеркнуть, что брендинг и/или ребрендинг территории – это очень большая работа, эффективность выполнения которой зависит от активного сотрудничества и четкого разделения труда между чиновниками и специалистами в сфере PR.

На органы власти при этом возлагаются следующие задачи:

- стратегическое рыночное планирование;
- нормативно-правовое обеспечение инвестиционной привлекательности региона;
- повышение стандартов социальных услуг;
- развитие инфраструктуры и благоустройство территорий.

Если власть справляется с этими задачами, возникают реальные, а не выдуманные информационные поводы, и PR-продвижение территории идет быстрее и эффективнее.

На PR-специалистов, приглашенных по принципу аутсорсинга, возлагается выполнение следующих функций:

- проведение исследований и PR-аудита территории;
- выработку стратегии кампании;
- осуществление части PR- и маркетинговых коммуникаций.

При начале работ в данном направлении изначально следует иметь в виду, что брендинг любой территории, как очень сложного и многомерного объекта, является действительно очень сложной задачей, решение которой без взаимодействия с профессионалами – специалистами по PR невозможно.

**Геннадий Шаталов,**  
президент КГ «Region PR»

ГАЗЕТА О РАЗВИТИИ  
ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ  
«RuPoR»

Редакционный состав:  
Сергей Калинин,  
Геннадий Шаталов

Дизайн и верстка:  
Светлана Черных  
Фото: Михаил Квасов,  
Сергей Марделло

Тел./факс:  
(4732) 53-16-33, 92-83-00

эл. почта:  
s.kalinin@ingroup-vrn.ru  
consul-biznes@regionpr.ru

www.regionpr.ru  
www.vrnpr.ru

Подписано  
в печать 19.01.2009 г.

Бумага офсетная  
Тираж 997 экз.

Заказ № 24

Отпечатано в типографии  
ООО «Социум»

Адрес редакции:  
г. Воронеж,  
ул. Театральная, 30,  
офис 36

ПОЛНОЕ ИЛИ ЧАСТИЧНОЕ  
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
МАТЕРИАЛОВ И  
ИЛЛЮСТРАЦИЙ ВОЗ-  
МОЖНО ТОЛЬКО  
ПО СОГЛАСОВАНИЮ  
С РЕДАКЦИЕЙ