

Как управлять людьми и процессами

# МЕНЕДЖЕР

Потребитель

## Россияне берут кредит на ремонт и бизнес

**СПб. Последние исследования показывают: россияне, познавшие прелесть жизни «в кредит», не могут в кризис отказаться брать деньги в долг у банков.**

Компания Profi Online Research, опросив более 7 тыс. россиян в 13 городах-миллионниках, выяснила, что треть респондентов тратит наличные, полученные в кредит, на ремонт квартиры или дачи. Около 19% участников исследования, добавив к кредиту свои кровно заработанные, покупают автомобиль. Впрочем, исследователи отмечают, что по сравнению с 2008 годом таких желающих стало меньше, хотя и незначительно — на 3%. Покупка новой бытовой техники — третья главная причина, которая склоняет россиян брать

в банке кредит наличными деньгами.

«Стоит обратить внимание на то, что среди перечня нужд, на которые люди берут кредит, достаточно большую часть занимает категория «Другое», — комментирует исследование директор по развитию Profi Online Research Елена Смирнова. — Скорее всего, некоторую часть в ней занимают кредиты, получаемые физическими лицами на развитие собственного бизнеса. Дело в том, что получить такой заем сложно. Нужно собрать массу документов, да и в условиях кризиса такая инициатива граждан считается достаточно рискованным предприятием и неактивно поддерживается банками. Поэтому, если речь идет не о больших суммах, гражданам оказывается проще оформить кредит наличными на какие-то собственные нужды и затем вложить полученные деньги в собственный бизнес».

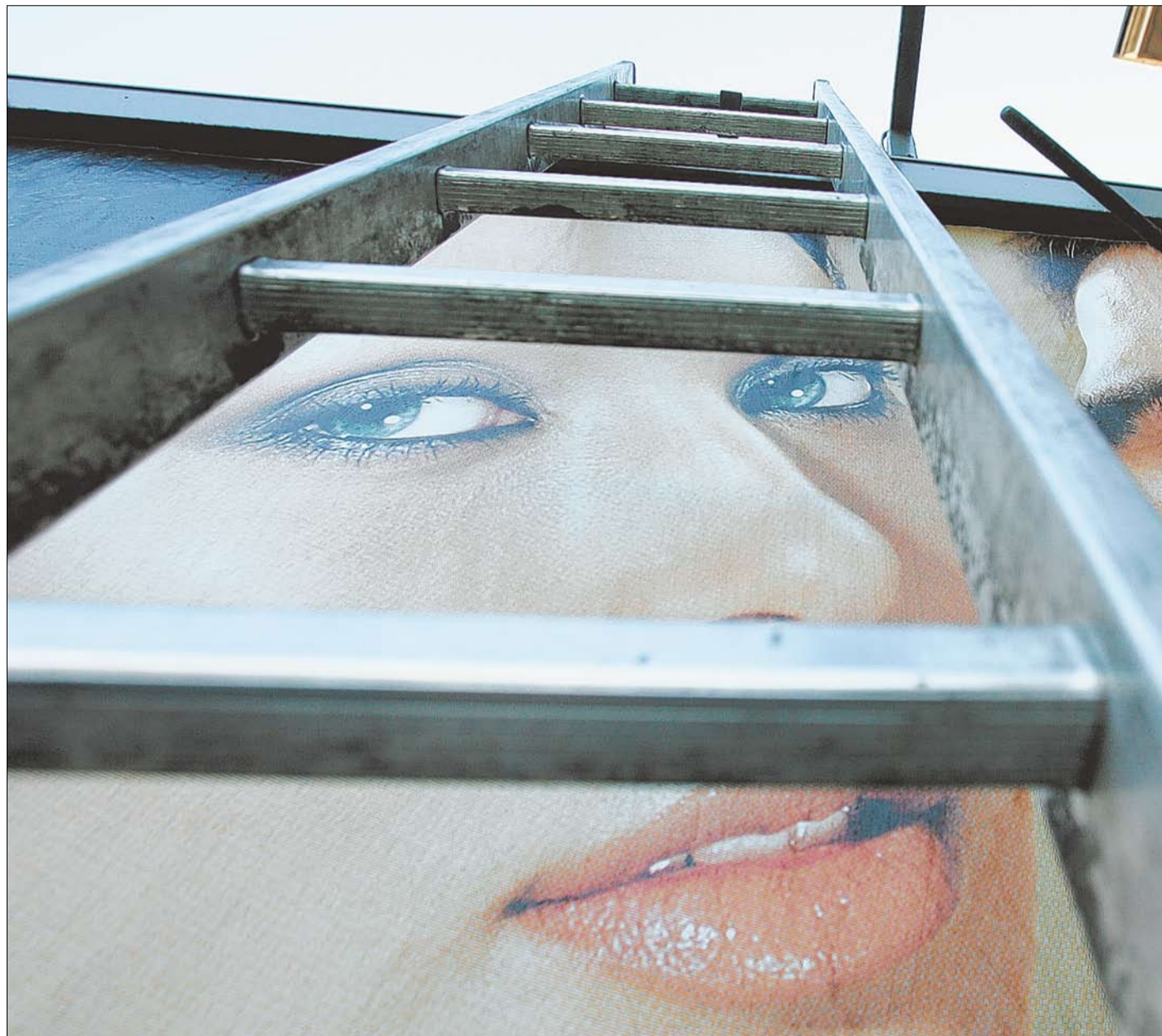
По сравнению с 2008 г. в этом году россияне в кредит больше отдыхали и лечились, чем играли свадьбы и покупали землю.

«Решение текущих бытовых проблем — основная цель получения «наличных» займов, но не единственная.

• Елена Смирнова, Profi Online Research

Лага Сергеева manager@dp.ru

**Celebrity marketing** Рекламодатель готов тратить деньги на медиалица



• Несмотря на финансовые затраты на привлечение селебрити, реклама с ними сменяет огня другую даже в кризис.

## Кризис звезде не

**СПб. По оценке экспертов, в этом году рекламодатели могут потратить на рекламные контракты с селебрити (от англ. celebrity) — «знаменитости» около \$80,5 млн.**

В сентябре в российских глянцевого журналах появилась реклама виски Dewar's с Квентином Тарантино. Продвигает бренд на отечественном рынке ООО «Бакарди Рус».

По словам креативного директора агентства GLOBAL Point Али Мамедова, разработчика key visual (ключевой визуальный образ, который передает суть сообщения и должен легко запоминаться потребителем.

— Ред.) бренда в России, Тарантино будет лицом продукта на территории страны. На вопрос, почему выбрана именно эта персона, Али Мамедов ответил, что образ интеллектуала, дерзкого и стильного, абсолютно подходит для продвигаемого бренда виски.

Размер гонорара звезды не разглашается. Как заметил Али Мамедов, похоже, «когда Тарантино назначал сумму гонорара, он не сильно представлял, где находится Россия и насколько это большой рынок».

По оценке Вадима Кормилицына, чье агентство «Звезды и бренды» специализируется на привлечении звезд в рекламу, селебрити такого уровня стоят около 1 млн евро.

**ДП Цифры**

Рекламные контракты

13

• **гоговорова** подписали в августе российские рекламодатели с селебрити. В 2008 г., по данным агентства «Звезды и бренды», в России заключено 130 рекламных контрактов.

Вообще, иностранные звезды с началом кризиса, по данным агентства, исчезли с Олимпа самых востребованных рекламных звезд. Сегодня список возглавляют российские селебрити: Дима Билан (контракты на сумму

**ДП Кстат**

Звезды на рекламном небе 2009 года

• **Unilever** подписала контракт с певицей Верой Брежневой на рекламу дезодорантов Rexona.  
• **Oriflame** подписала контракт с Димой Биланом (реклама часов Chronotech), Евгением Плющенко.  
• **Магазины «Мир кожи и меха»** рекламирует Лера Кудрявцева и т.д.

\$2,5 млн), Андрей Аршавин (\$1 млн), Николай Валуйев (\$0,5 млн), Иван Ургант (\$0,4 млн), Жанна Фриске (\$0,4 млн). По прогнозам агентства «Звезды и бренды», в этом году спрос на звезд может вырасти не меньше чем



УВАЖАЕМЫЕ ГОСПОДА!

«Деловой Петербург» готовит к выпуску тематическое приложение

8 октября  
**МИР**  
**СТРОИТЕЛЬСТВА**

Темы:

- Альтернатива городу. Малоэтажное строительство
- Отделка фасадов. Тенденции
- Тентовые конструкции. Ангары
- Строительная техника. Подготовка к зиме
- Инженерные сети. Новинки в вентиляции

Прием рекламы до 2 октября

Более подробную информацию можете получить по телефону: 326-97-46, 326-12-68

ДЕЛОВОЙ