



*МОСКВА, 3 апреля 2006 года*

*Пресс-релиз*

**Пять лидеров российского розничного рынка  
подарят МАЛИНУ миллионам москвичей**

*МОСКВА, 3 апреля 2006 года* — Лидеры российского потребительского рынка — компании «Рамэнка», «ВымпелКом», «Аптечная сеть 36,6», сеть автозаправочных комплексов ВР и «Росинтер Ресторантс» — заявляют о начале стратегического партнерства. Компании создадут новую накопительную программу МАЛИНА™, которая, по оценкам экспертов, привлечет 3–4 млн участников и членов их семей в Москве и Московской области в течение 2006–2007 гг.

Партнеры намерены инвестировать более 6,5 млн долларов в продвижение программы МАЛИНА™. Управление программой будет осуществлять компания «Лоялти Партнерс Восток» (ЛПВ), специально созданная компаниями-основателями для реализации проекта.

Финансовый вклад в программу варьируется для каждого партнера в зависимости от объемов бизнеса: он составляет 1 – 1,5 млн долларов. Суммарный вклад существующих компаний-партнеров в разработку и запуск программы — 10,4 млн долларов.

Инициатором проекта выступила компания «Росинтер Ресторантс Холдинг». В 2004 году президент «Ростик Групп» Ростислав Ордовский-Танаевский Бланко уполномочил британскую компанию SM4P UK Ltd. определить маркетинговую стратегию для запуска масштабной программы лояльности потребителей в России. Подготовка проекта осуществлялась 1,5 года в результате чего 3 апреля 2006 года на всех торговых предприятиях партнеров (более 350 предприятий Москвы и Московской области) начнется подписка на участие в программе МАЛИНА™. Основные преимущества новой программы:

- Единая карта программы МАЛИНА™ для всех 350 торговых предприятий партнеров программы в Москве и Московской области
- Все члены семьи могут накапливать баллы на один общий счет (две карты МАЛИНА™ выдаются во время подписки на программу, еще две можно получить дополнительно в рамках программы)
- Баллы можно обменять на самые разнообразные вознаграждения, представленные в каталоге программы МАЛИНА™

Накопительная программа МАЛИНА™ основана на лучшем мировом опыте управления покупательским поведением потребителей и в то же время адаптирована для российского рынка. Подобные коалиции компаний уже давно существуют во всем мире и доказали свою жизнеспособность.

Согласно планам компании «Лоялти Партнерс Восток», к концу 2006 года к программе присоединятся еще 5 компаний из различных сфер потребительского





# малина™

Накопительная программа для всей семьи

рынка. В дальнейшем планируется вовлечение гораздо большего числа компаний. После освоения московского рынка программа МАЛИНА™ намерена выйти в регионы.

**Генеральный директор «Лоялти Партнерс Восток» Эрик Барре:**

«Мы провели маркетинговые исследования и приложили максимум усилий, чтобы сделать программу МАЛИНА™ наилучшей программой, которая действительно вознаграждает потребителей за ежедневные покупки. Мы хотим, чтобы, участвуя в программе МАЛИНА™ и используя одну карту, участники накапливали баллы быстрее и имели большой выбор привлекательных, эмоциональных и доступных вознаграждений.

В условиях растущей конкуренции на розничном рынке даже крупные программы лояльности любого из игроков обречены на борьбу за постоянное присутствие в мыслях потребителя и за его кошелек. Именно поэтому МАЛИНА™ — революционное и эффективное решение для компаний-партнеров.

Участвуя в программе МАЛИНА™, компании получают долгосрочное стратегическое преимущество перед своими конкурентами, возможность привлекать новых клиентов и лучше понимать интересы уже существующих. В создании таких преимуществ и заключается миссия управляющей компании «Лоялти Партнерс Восток». Мы занимаемся только этим и делаем это на высочайшем уровне».

**За дополнительной информацией обращайтесь:**

**Кристина Невская, (495) 510 22 00 (доб. 456), [k.nevskaya@spnogilvy.ru](mailto:k.nevskaya@spnogilvy.ru)**

