ВКПМ
ВЕЩАТЕЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ ПРОФ-МЕДИА
ПЕРВОЕ АВТОМОБИЛЬНОЕ РАДИО
АВТОРАДИО

АНОНС! В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ: ФИНИШ СУПЕРПРОБЕГА И ЗВЕЗДЫ «АВТОРАДИО» В КРЕМЛЕ

АВТОРАДИО

ГАЗЕТА ВЕЩАТЕЛЬНОЙ КОРПОРАЦИИ «ПРОФ-МЕДИА» № 9 (15) сентябрь 2004

ЧЕРЕЗ ВСЮ СТРАНУ – С «АВТОРАДИО»!

ВСЕРОССИЙСКИЙ ПРОБЕГ «АВТОРАДИО» СТАРТОВАЛ ВО ВЛАДИВОСТОКЕ

Владивосток встретил участников пробега, прилетевших из осенней Москвы, настоящим «бабьим летом». Невероятной красоты природа, ласковое море – все производило незабываемое впечатление. Поразила и автомобильная жизнь приморского города: сплошной поток автомобилей японского производства с редкими вкраплениями отечественных моделей. Само же дорожное движение напоминает броуновское: машины движутся хаотично, а светофоров на весь город раз-два и обчелся! Кстати, микроавтобус с командой «Авторадио» даже попал в небольшое ДТП, столкнувшись на одном из перекрестков с «тойотой» из Находки. Было похоже, что ее водитель, завидев московские номера, просто решил «подставиться». Но говорить с нашими участниками суперпробега «с позиции силы» не получилось, ведь команду «Авторадио» сопровождает надежная охрана МВД, которая тут же взяла ситуацию под контроль. Так что конфликт разрешился мирно.

24 сентября, в полдень по местному времени, в столице Приморья открылась пресс-конференция «Авторадио», на которой президент Вещательной корпорации «Проф-Медиа» Александр Варин объявил о старте суперпробега по городам вещания «Авторадио». «Наконец-то свершилось!» – такими словами начал свое выступление президент ВКПМ. Он напомнил, что автопробег посвящен Всероссийскому дню работников автомобильного транспорта и дорожного хозяйства, что эта акция призвана продемонстрировать солидарность всех российских автомобилистов и не только их. «Автомобилисты всей страны, объединяйтесь!» – провозгласило «Авторадио».

Подарить людям еще один праздник, сделать «День автомобилиста» поистине всенародным – вот, по словам Александра Варина, цель автопробега. Ведь число людей, связанных с автомобилями, огромно: это не только те, кто ездит на автомобилях, но и те, кто их производит, продает, обслуживает, строит дороги, организует движение и обеспечивает его безопасность. И, конечно, люди, делающие Первое автомобильное радио, тоже причисляют себя к тем, для кого «День автомобилиста» – профессиональный праздник.

«Мы очень гордимся, – подчеркнул президент ВКПМ, – что нашу акцию поддерживают Главное управление ГИБДД МВД и Министерство транспорта Российской Федерации. Их помощь в организации пробега неоценима!»

Александр Варин сказал и о единстве, которое сейчас как никогда необходимо всем россиянам, и дух которого нашел свое отражение в словах гимна Автопробега, впервые исполненного как раз на предстартовой пресс-конференции, – «на свете все дороги объединяют нас!».

«Звездность» пробега была определена как одна из его характерных черт. На всем протяжении маршрута в составе колонны будет ехать кто-то из популярных артистов: Алексей Булдаков, Александр Иванов, Алексей Лысенков, Марина Хлебникова, Валерий Сюткин и Виктор Салтыков – каждому достанется свой участок трассы.

На пресс-конференции прозвучали слова благодарности в адрес эксклюзивного спонсора пробега – «ИМПЭКСБАНКа», представитель которого Светлана Манько выразила уверенность в успешном проведении этого беспрецедентного мероприятия.

Александр Варин рассказал и еще об одной стороне пробега, которая возникла как отклик на недавние трагические события в Северной Осетии. Пробег пройдет под лозунгом «Ради жизни!», и от каждого города, через который проедет колонна, будет взята горсть земли и принято послание солидарности жителям Беслана, пострадавшего от чудовищного теракта. Послания будут переданы жителям этого осетинского города, а на земле, реально собранной со всей России, будет посажено Дерево жизни – в память о жертвах трагедии.

Предстартовая пресс-конференция прошла весьма активно, интерес общественности и СМИ к пробегу «Авторадио» был огромен. Вопросы сыпались как в адрес организаторов пробега, членов команд от Москвы и Владивостока, так и в адрес «звездных» участников. Особое внимание журналистов привлек Алексей Булдаков – голос, душа и символ «Авторадио». Конечно, не обошлось без просьбы Алексею Ивановичу рассказать какую-нибудь свою автомобильную байку.

С технической стороной организации пробега журналистов ознакомил его координатор, руководитель группы «Эксперты приключений» Борислав Казанкин. Эта группа имеет опыт преодоления самых сложных маршрутов в разных регионах мира, поэтому не случайно «Авторадио» доверило техническое обеспечение пробега именно ей.

Журналистам были представлены экипажи стартовой группы пробега. Всего из Владивостока стартуют шесть автомобилей. Старшим в экипаже первой машины будет Александр Варин, президент ВКПМ. Вместе с ним отправятся два представителя группы «Эксперты приключений» – Станислав Гурко и Борислав Казанкин. Экипаж второй машины возглавляет Алексей Булдаков, вместе с ним едут «эксперт приключений» Александр Чаплин и промодиректор ВКПМ Сергей Тихонов. Старший в экипаже третьей машины – известный певец Александр Иванов. Вместе с ним едут «эксперты приключений» Евгений Сперанский и Юрий Ливачев.

Колонну будет сопровождать передвижной корпункт в составе бессменного ведущего «Автоликбеза» Юрия Гейко, видеооператора Александра Муштакова, корреспондента «Авторадио» Сергея Краснова и спецкора ВКПМ Александра Парашина.

От Владивостока до Москвы в колонне проедет также «ИЖ Фабула», экипаж которого включает представителя Ижевского завода, наркоров «Авторадио» «Граната» и «Половца» и врача пробега Наталью Поворотову.

Команда «Авторадио – Владивосток» стартует в составе: Сергей Дорофеев – самый опытный водитель радиостанции, Константин Терехов – корреспондент «Авторадио – Владивосток» и Алексей Фищенко – представитель сайта www.auto.vl.ru – «Родина японских машин». Сайт предоставил для пробега свой «Land Cruiser» 1998 года выпуска, это «старший брат» тех машин, на которых едет команда московского «Авторадио».

Вечером 24 сентября в одном из лучших клубов Владивостока прошел гала-концерт с участием московских «звезд», а на следующее утро наступил тот самый торжественный момент, которого с нетерпением ожидали десятки участников пробега, его организаторы и, конечно, сотни тысяч слушателей «Авторадио». На Центральной площади столицы Приморского края был дан старт беспрецедентному автопробегу через всю Россию.

На митинге, посвященном проводам колонны «Авторадио», символическую красную ленту под аплодисменты собравшихся разрезали Александр Варин и Алексей Булдаков. «Здесь, на восточном рубеже нашей Родины, мы начинаем этот автопробег Владивосток – Москва! Машины к старту готовы!» – провозгласил президент ВКПМ. «Ну, поехали!» – скомандовал Алексей Булдаков.

И вот – самый волнующий, одновременно тревожный и радостный миг. Захлопнуты двери машин, разомкнуты последние рукопожатия, сказаны последние – самые важные – слова напутствия. Моторы запущены и ровно запели свою привычную песню, которую с разными вариациями участникам пробега предстоит слушать целый месяц. Рука водителя легла на руль, включена первая передача… поехали! Одна за другой трогаются яркие, красочно оформленные машины суперпробега. Под колеса ложатся первые метры длинного пути, уплывает назад площадь, где только что отзвучал торжественный митинг, исчезают в заднем стекле лица провожающих, их машущие вслед руки.

Словно крейсер из гавани, колонна «Авторадио» выруливает из города на «фарватер» – магистральную дорогу, которая через всю страну приведет этих отважных людей в столицу России. В командорской машине в Москву едет бережно упакованный ценный груз – капсула со священной землей Владивостока и послание от этого города жителям Беслана. Пробег «Ради жизни!» начался, до встречи в Москве!

НОВОСТИ

УРОЖАЙНАЯ СТРАДА «ПРОФ-МЬЮЗИК»

Горячим выдался этот месяц для продюсерской компании «Проф-Мьюзик».

В середине сентября состоялся релиз нового альбома шведской группы «DA BUZZ», под названием «Dangerous». Этот альбом за одну неделю вошел в первую шестерку национального шведского чарта Swedish Hitlist, а его заглавный хит «Dangerous» уже два месяца присутствует в плей-листах ведущих музыкальных телеканалов и радиостанций, в том числе на «Энергии FM».

«Проф-Мьюзик» является официальным обладателем прав на издание альбома «Dangerous» в России, компания приготовила для поклонников «DA BUZZ» бонус – три клипа на песни этого альбома, размещенные на том же компакт-диске. А незадолго до этого компания «Проф-Мьюзик» побаловала и почитателей отечественной поп-музыки, выпустив альбом ремиксов на самые яркие песни группы «Жуки». В альбоме собраны ремиксы DJ Врача на такие культовые вещи, как «Танкист», «Йогурты», «Подруга друга» и другие. Заглавной композицией альбома, давшей ему название, стал суперхит «На Крыжополь поворот».

И, конечно, не стихает резонанс от супергастролей, организованных «Проф-Мьюзик» в Приморье для горячих молдавских парней из группы «O-ZONE» и очаровательной Жасмин. Акция «Яркий прорыв лета» собрала в Ледовом дворце Хабаровска «Арена Платинум» около 5000 зрителей. Ребятам из «O-ZONE» очень понравилось в Приморье. Ночью, после концерта и общения с поклонниками, они махнули за город, в одно живописное местечко, которое славится тем, что там под открытым небом в большом вольере живут дикие медведи. Как известно, южные парни не знают страха, поэтому они отважно кормили мишек сгущенкой, просовывая ложку через решетку. Так что «O-ZONE» теперь любят не только люди, но и медведи!

РЕКОРДНЫЙ СТАРТ «АВТОРАДИО» НА УКРАИНЕ

Сеть «Авторадио» стала летним чемпионом среди украинских «эфэмок» по динамике регионального развития, а также по завоеванию симпатий радиослушателей.

Начав вещание в конце апреля 2004 года, Первое автомобильное радио пришло

сразу в двенадцать городов Украины. А в течение трех летних месяцев оно появилось еще в шести областных центрах: Одессе, Симферополе, Запорожье, Чернигове, Сумах, Ивано-Франковске, а также в Севастополе.

Такими же быстрыми темпами новая радиокомпания наполняет свой эфир авторскими программами. Всего за несколько месяцев были подготовлены и вышли в эфир «Дискотека 80-х», «Выходные на «Авторадио», «Народные новости», «Народный хит», радиосериалы «Михаил Жванецкий на «Авторадио», «Здравствуйте, доктор!», «Предъявите документы!».

Результат не заставил себя долго ждать. По данным летней волны социологических исследований «ТНС-Украина», «Авторадио» стало в один ряд с сетями-грандами и заняло третье место среди тех, кому отдают предпочтение люди, слушающие радио в автомобиле.

ЭНЕРГИЯ MEGA DANCE 2004

На «Радио Энергия» стартовал ежегодный глобальный проект под названием «Энергия Mega Dance». Проект объединяет в себе три составляющие:

- ежедневный SMS-парад – лучшие треки дня, идущие в эфире на 104.2 FM;
- новый еженедельный Топ-парад, в рамках которого – итоги недели, мнения и комментарии, зарубежные чарты «вчера» и «сегодня», новости, конкурсы и призы;
- музыкальный фестиваль «Энергия Mega Dance», который пройдет в Москве в феврале будущего года с участием артистов, являющихся постоянными лидерами еженедельного Топ-парада.

Одной из отличительных особенностей проекта «Энергия Mega Dance» является его интерактивность и непосредственная связь с интересами слушателей. «Энергия» – пока единственная радиостанция, хит-парад которой формируется в реальном времени прямым голосованием радиослушателей. А итоговый концерт акции собирает на сцене многотысячного зала беспрецедентное число лидеров мировых чартов.

ГОВОРИТ И ПОКАЗЫВАЕТ «АВТОРАДИО»

3 сентября стартовал совместный проект «Авторадио» и канала «М-1» – реалити-шоу «Говорит и показывает радио». Каждую пятницу с 8 до 11 утра в прямом эфире канала «М-1» зрители имеют возможность видеть, как «делается» радио. Для этого во всех эфирных и продакшн-студиях, коридорах, кабинетах и даже в «курилке» «Авторадио» установлены телекамеры и микрофоны.

Интерес радио- и телеаудитории к этому проекту усугубляется еще и тем, что именно в часы пятничного утреннего эфира гостями студии становятся популярные артисты, так как в это время в рамках «Операции Утро» проходит «Звездная пятница». Причем приглашенным на эфир звездам эстрады приходится заниматься не совсем привычным делом – они становятся полноправными соведущими знаменитых «Мурзилок International», вместе с ними разыгрывая радиослушателей в рубрике

«Праздник каждый день». И получается здорово! Уже попробовали – и не безуспешно! – свои силы на непростом поприще радиоведущих Наташа Королева, Алена Свиридова, Алексей Кортнев, Александр Иванов.

«Впервые раскрывая перед широкой аудиторией все составляющие радио, мы рассчитываем на увеличение интереса не только к «Авторадио», но и к радиоиндустрии в целом», – так прокомментировал появление реалити-шоу президент Вещательной корпорации «Проф-Медиа» Александр Варин.

РАДИО ПРОТИВ ТЕРРОРА!

В связи с трагическими событиями в Северной Осетии руководство Вещательной корпорации «Проф-Медиа» (ВКПМ) приняло решение отменить 6 и 7 сентября все развлекательные программы на радиостанциях «Авторадио» (Москва), «Авторадио – Санкт-Петербург», «Авторадио – Воронеж». Это решение одобрили филиалы радиостанции в других городах вещания «Авторадио».

По соглашению с коммерческими партнерами из эфира радиостанций ВКПМ были сняты рекламные блоки.

Президент ВКПМ Александр Варин выступил с обращением к радиослушателям:

«Дорогие друзья! «Авторадио» вместе со всей страной скорбит по жертвам страшной трагедии в Северной Осетии. В эти дни на «Авторадио» не будет рекламы, вместе с нашими партнерами мы направляем эти деньги в фонд помощи пострадавшим при теракте в Беслане. Радио – против террора!».

Американская встреча в верхах

В конце августа 2004 года руководство Вещательной корпорации «Проф-Медиа» посетило филиал компании Clear Channel в Вашингтоне. Поездка состоялась по приглашению руководства этого крупнейшего в мире радиохолдинга и при содействии Национальной ассоциации телерадиовещателей США (NAB).

Юрий Костин,
вице-президент ВКПМ по связям с общественностью

Поздним августовским вечером наш самолет благополучно приземляется в аэропорту Даллеса в столице США. Сдержанно вежливые офицеры Департамента внутренней безопасности сканируют наши паспорта, задают дежурные вопросы о цели поездки в Америку. «Clear Channel? Ok, welcome to the United States».

Вашингтон встречает духотой и, почему-то, цветочным запахом. Мою легкую сумку тащит к ожидающей нас машине здоровенный чернокожий парень в форменной фуражке. Попытки отбиться от навязчивой, отнюдь не бесплатной и не нужной в данном случае помощи ни к чему не привели. Что ж, будем следовать правилам. В конце концов, как говорится, «live and let live».

Мы не в первый раз в Америке, и нас сразу поражает напряжение, в котором, кажется, живет ночной Вашингтон. Блокпосты у Пентагона. В здании не светится ни одно окно. Светомаскировка.

Утром все иначе. Ярко светит солнце. Из окон нашего отеля виден Капитолий. Смущает немного обилие строительных сеток вокруг главных достопримечательностей американской столицы. Говорят, ведутся ремонтные работы. Скорее всего, изобретательные американцы просто строят декоративные укрепления на подступах к объектам национальной гордости.

Итак, позади легкий завтрак и дежурные звонки от Лиз Уэббер – личного помощника руководителя вашингтонского филиала компании Clear Channel. Мы едем в их офис, который, на самом деле, находится уже не в округе Колумбия, а в местечке Роквил Пайк, что в штате Вирджиния. Указатели на маршруте следования радуют глаз: «ЦРУ – 5 миль», «NASA – следующий экзит». Туристические аппетиты, можно сказать, удовлетворены. Впереди – работа.

Мы на месте. На шестом этаже симпатичного современного офисного здания нас ждет Лиз. В ее глазах чувствуется легкое смущение, и даже испуг, при виде четырех крупных мужчин из России. Впрочем, учитывая годы антисоветской пропаганды и дикие стереотипы про медведей, бороды и валенки с балалайками, мы все же производим скорее благоприятное впечатление.

Clear Channel занимает в здании четыре этажа. Приемная не поражает особой агрессивностью отделки – компании этого не нужно. Крупнейшая американская радиовещательная сеть, владеющая 1200 радиостанциями, пока что вне конкуренции даже на американском рынке равных возможностей, в условиях которого заклинание «кто был ничем, тот станет всем» до сих пор иногда срабатывает. Но если говорить о конкретных сегментах большого американского радиопирога (по оценкам топ-менеджмента Clear Channel, ежегодный объем рынка радиорекламы в США приближается к 20 миллиардам долларов), то конкурент не дремлет. Борьба за слушателя и клиента не прекращается ни днем, ни ночью. Почти 60 рекламных агентов трудятся в поте лица, чтобы обеспечить рост ежегодного дохода вашингтонского кластера компании, который состоит из пяти FM и трех средневолновых радиостанций. Локомотивом этого холдинга в холдинге является DC 101 (официальное название станции – WWDC, частота вещания 101.1 FM, мощность передатчика – 2.5 кВт), рок-радио, дом для популярнейшего американского утреннего «Шоу Эллиота» (Elliot in the Morning). Провокационные программы Эллиота Сигала (Elliot Segal) приносят бешеные доходы радиостанции. В разное время года, утреннее шоу приносит от 25 до 35% дохода станции. Это серьезные деньги, если учитывать, что на Clear Channel в Вашингтоне приходится минимум 25% всего рынка радиорекламы, объем которого составляет 380 миллионов долларов в год…

Справедливости ради надо заметить, что эфирные эксперименты экстравагантного Эллиота стоят компании не только его беспрецедентного ежегодного заработка. В марте 2004 года Федеральная комиссия США по связи (FCC) приняла решение оштрафовать компанию Clear Channel на 247 500 долларов за то, что в утреннем шоу Эллиота было допущено девять грубых нарушений новых правил FCC. По мнению Комиссии, программы Сигала содержат «недопустимые, ярко выраженные выпады сексуального характера, которые призваны шокировать (юного) слушателя радио». Компании Clear Channel уже доставалось от FCC. Серьезность намерений властей Штатов навести порядок в деле нравственного воспитания подрастающего поколения уже ни у кого не вызывает сомнений. В апреле 2004 года компания была оштрафована на 755 тысяч долларов за шоу Bubba the Love Sponge («Бабба – любовная губка»), которое транслировалось во Флориде. Примечательно, что компания даже не пыталась оспаривать сумму и безоговорочно оплатила штраф, уволила «Баббу», сняла шоу с эфира, а президент Clear Channel Radio Джон Хоган всячески извинялся за своих сотрудников на специальных слушаниях в Конгрессе США по этому делу.

Наверное, Эллиоту тоже было сделано замечание, может быть, его даже оштрафовали, но шоу продолжает выходить в эфир, провоцировать, радовать, злить аудиторию – в общем, удерживать интерес к станции. Кстати, сам Эллиот Сигал не производит впечатления скандального персонажа. Выглядит как типичный вашингтонский яппи, вежливый, неприличными словами, по крайней мере, в нашем присутствии, не выражался.

Утреннее шоу, по традиции, установленной на преуспевающих американских радиостанциях, имеет все атрибуты приоритетного проекта. Есть у него свой редактор, свои продюсеры, свой собственный звукорежиссер, промоутер, и, наконец, собственная студия, куда вход посторонним запрещен под страхом смерти. Что, тем не менее, нас не остановило, и мы тщательно исследовали владения «грозы FCC», лишний раз убедившись в том, что идем в ногу с передовой мировой наукой организации радиовещания, потому что студия «Авторадио» на ул. 8 Марта в Москве во многом устроена даже удобней и технологичней.

Меня, лично, порадовал местный промоотдел. На секунду показалось, что сейчас из стеклянного американского офиса выйдет Сергей Тихонов или Дмитрий Смолянский. Затишье в огромном пространстве с кучей перегородок, где должны сидеть менеджеры отдела продаж, нам объяснили тем, что все люди «поехали на задание». Оставалось верить на слово нашим американским коллегам. А вот в промоотделе кипела работа. Среди груд «сувенирки» – каких-то коробок с футболками, значками и бейсболками, – в офисах, до потолка заклеенных плакатами с автографами Мадонны, Бритни Спирс и Металлики, люди суетились. На вопрос, чем все так сильно заняты, я получил ожидаемый ответ: «Готовимся к очередной PR-акции…».

Специальные проекты или event marketing, по словам руководителя департамента маркетинга, являются одной из наиболее эффективных и экономически обоснованных форм продвижения радиостанции. И хотя на первое место по эффективности наши коллеги поставили телевизионную рекламу, ее дороговизна не позволяет использовать телевидение постоянно. Специальные акции любит аудитория, они привлекают внимание спонсоров, и, таким образом, их организация частично или полностью окупается.

Кстати, у вашингтонских станций нет возможности развернуть крупномасштабную компанию на носителях наружной рекламы. Нам, привыкшим к лесу хаотично размещенных московских щитов и перетяжек, вначале показалось, что их тут попросту нет. Но потом, приглядевшись, мы обнаружили и билборды, и сити-форматы, и популярные в США уличные плазменные панели у спусков на станции метро. Просто количество носителей в Вашингтоне сильно ограничено. Может быть, поэтому Капитолий так одинаково хорошо просматривается с разных участков Пенсильвания авеню?

Мы с интересом изучали достаточно объемные и неплохо организованные офисные пространства вашингтонского Clear Channel. Своими размерами и «напичканностью» оборудованием поразили технические помещения, где расположены серверы и системы обеспечения работы радиостанций. Радиопередающие устройства, а также вышки находятся в собственности у компании. Вмешательство государственных структур в этой области минимально – власти имеют право лишь устанавливать разрешенную мощность работы передатчиков. В Вашингтоне, городе с населением около 4.5 миллионов человек, средняя мощность передатчика FM-радиостанции от 2.5 до 3 кВт. Что касается формата вещания держателя лицензии, тут государство вмешиваться не имеет права по закону. Радиостанция является частным предприятием, и его владелец имеет право менять концепцию вещания столько раз, сколько нужно, и в любое время. Другое дело, что по окончании срока действия лицензии FCC станция теоретически может лишиться права на вещание, так как лицензия в любом случае выставляется на открытый конкурс. Такая практика является своеобразным стимулом для вещателя строить успешный бизнес и быть любимым аудиторией. Именно эти факторы в первую очередь принимаются во внимание. Законодательство США в области связи предусматривает выдачу лицензий на осуществление радиовещания с 1934 года (раздел 307 Акта о связи) «на срок до 7 лет». Тем не менее на практике лицензии выдаются на пять лет. В правилах FCC содержится расплывчатая формулировка, которая гласит, что комиссия выдает лицензии на радиовещание «как правило, сроком на пять лет».

Clear Channel придерживается простых и логичных правил в области продаж рекламного времени. Несмотря на то, что около 75% всех доходов холдинга является результатом сотрудничества с рекламными агентствами, работе с прямыми клиентами уделяется большое внимание. Менеджерам не платят гарантированного оклада, а стимулируют их высокими комиссионными от продажи каждого контракта.

Отметим, что в офисе крупнейшей в мире радиокомпании представителям ВКПМ оказали очень достойный прием. Нам дали возможность в течение нескольких часов изнутри наблюдать деятельность успешного американского радиохолдинга. К своему удовлетворению, я вновь отметил, что по части креативности, работоспособности, профессионализма мы ничем не уступаем своим более опытным коллегам, а где-то даже их превосходим. Надеюсь, однако, что это понимание никогда не будет поводом для высокомерного отношения к опыту американского рынка радиовещания, существующего в зрелом виде, по меньшей мере, пять десятилетий. Нам есть еще чему поучиться у наших коллег, и наша командировка, надеюсь, является не последним шагом в развитии контактов ВКПМ с крупнейшими и наиболее успешными вещателями за рубежом, интеграции российского радиобизнеса в международную систему профессиональных взаимоотношений.

Александр Варин,
президент ВКПМ

Целью этой командировки было ознакомиться с тем, как работают холдинговые радиокомпании на самом развитом в мире американском рынке. Всех деталей за столь короткое время, конечно, не вскроешь, но почувствовать общую атмосферу, рассмотреть обстановку нам удалось. Мы побывали в двух радиохолдингах: Clear Channel и Bonnevill Broadcasting. Clear Channel – это самая крупная в мире радиокомпания, наша делегация посетила ее вашингтонское отделение.

Мы увидели большой бизнес. Несмотря на то, что этот бизнес больше и значительно старше, чем наш, он устроен, тем не менее, точно так же, как у нас, вплоть до деталей – таких, как вид помещений различных служб или наличие собственной интернет-службы.

В первую очередь, мы получили массу подтверждений правильности тех шагов, которые делаем в управлении и развитии нашей корпорации. Оказалось, что наши схемы управления – такие же или очень похожие на те, что применяет Clear Channel.

Очень сильное впечатление оставили студии утренних шоу. У каждого утреннего шоу есть своя отдельная студия. В ней царит своя атмосфера, свой быт. Это и комната для совещаний, и место, куда приходят слушатели, приносят свои подарки, место, в котором воплощаются традиции. Например, на очень популярной рок-станции DC 101 есть утреннее шоу Эллиота и, подобно шоу Говарда Штерна, в нем все на грани фола. Так вот, все стены в студии завешены огромной коллекцией женских, пардон, трусов – их там сотни, самых разных. Видимо, слушательницы дарят, такая своеобразная традиция, это забавно. Характерно, что атмосфера на американских радиостанциях такая же, как у нас, – очень творческая, все пронизано юмором, доброй иронией и благожелательностью. Несмотря на то, что компания очень крупная, в ней не заметно никакого пафоса и снобизма.

Олег Осташевский,
вице-президент ВКПМ по работе с клиентами

Поразил размах радиобизнеса и объем американского радийного рынка. Так, доля вашингтонского рынка более 380 млн. долларов. Достаточно сказать, что радийный рынок Вашингтона превосходит по объему весь радийный рынок России в 3 раза. Одна только компания Clear Channel зарабатывает на нем столько, сколько все московские радиостанции вместе взятые.

Отделы продаж на американских радиостанциях управляются теми же методами, что и наши службы продаж. Это касается, в частности, способов организации коммерческого отдела, относительно которого было много вопросов. И по количеству менеджеров, и по формам оплаты их работы, по взаимоотношениям менеджеров с клиентами, отношениям с рекламными агентствами – мы получили очень ценную информацию. Оказалось, что работа американских сейлз-менеджеров до мельчайших деталей совпадает с работой наших сейлз-менеджеров: от технологии работы с клиентами до атмосферы, царящей в офисах.

Поразил соревновательный дух, которым пропитано все вокруг. Большое значение придается наглядной агитации – стенгазеты, информационные листки, – все направлено на повышение корпоративного духа сотрудников и формирование команды.

Особое внимание уделяется пропаганде радио как рекламоносителя – внутри компании и при работе с клиентами.

Ощущается постоянная борьба между радио и другими средствами масс-медиа: телевидением, прессой, наружной рекламой, что не характерно для российского рынка.

Что касается сопоставления с Россией, то, несмотря на существенно иные масштабы, отрадно отметить, что наш рынок развивается практически по тем же законам, что и американский. Это значит, что какой-то особой российской специфики, заставляющей искать свои, никем не испробованные, пути, отказываясь при этом от мирового опыта, не существует.

Данная поездка помогла воспринять существующий американский опыт, что, безусловно, найдет отражение в текущей работе нашей компании.

Александр Павлович,
первый вице-президент ВКПМ

Чтобы не учиться на собственных ошибках, полезно было ознакомиться с опытом наших американских коллег. В первую очередь нас интересовало, как устроены офисы, как организована работа в крупном холдинге, состоящем из многих звеньев. Как управляются структурные подразделения, где и как они размещены, каков их состав и почему он именно такой.

Обратила на себя внимание очень узкая специализация всех сотрудников – каждый отвечает только за свой участок работы. Было бесполезно выяснять у каждого из них что-либо, выходящее за рамки его профессиональной деятельности. Например, люди, отвечающие за продажи, не могли ответить, с какой мощностью вещают их передатчики, или сколько приходится платить радиостанции за смежные и авторские права.

При всей грандиозности американского рекламного рынка, нельзя сказать, что техническое оснащение их студий отличается от нашего по уровню оборудования и его качеству. Не заметно никаких технических ноу-хау, которые не использовались бы у нас. По личным наблюдениям, можно сказать, что и качество приема радиостанций у нас ничуть не уступает американскому.

Интересна система продления лицензий. Они выдаются сроком на семь лет, причем вещатель может произвольно изменять формат станции – комиссия по связи не будет выдвигать претензии, лишь бы станция была популярна и приносила прибыль. Бизнес превыше всего. А вот с продлением лицензии дело обстоит гораздо жестче, чем у нас. В Америке сразу по окончании срока действия лицензии частота формально поступает в свободный тендер, на нее может претендовать кто угодно. И та станция, которая семь лет работала, отстаивает свое право продолжать вещание дальше, в том числе с помощью писем от слушателей. Достаточно интересны вкусы американской аудитории. Поражает количество спортивных и разговорных радиостанций. Есть станции, которые задолго до рождества транслируют рождественскую музыку и пользуется бешеной популярностью. И вообще, множество станций в Америке работают в достаточно специфическом и экзотическом для нас формате.

РЕЙТИНГИ
август 2004 г.

Рейтинг коммерческих радиостанций

Целевая аудитория: москвичи 12 лет и старше

РАДИОСТАНЦИИ	Ежедневная аудитория		Еженедельная аудитория	
	Тыс. чел.	%	Тыс.	%
Русское радио	1038	13,7	1926	25,4
Европа Плюс	849	11,2	1496	19,7
Авторадио	696	9,2	1364	18,0
Радио Шансон	666	8,8	1330	17,5
Радио-7 на семи холмах	590	7,8	1167	15,4
Эхо Москвы	583	7,7	879	11,6
Love Radio	583	7,7	1058	13,9
Ретро FM	556	7,3	1057	13,9
Динамит FM	556	7,3	986	13,0
Наше время на МВ	516	6,8	1004	13,2

Источник: Радиомониторинг. Комкон Медиа. Август 2004

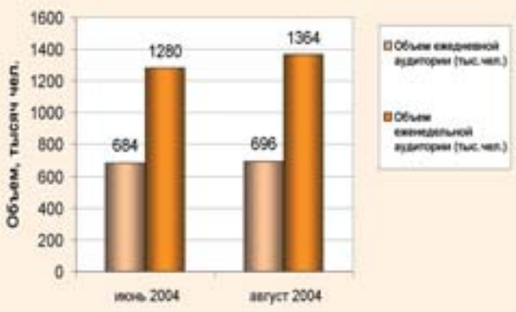
Обеспеченные мужчины с высшим образованием

	Ежедневная ауд. Тыс. чел.	Ежедневная ауд. %
Авторадио	115	15,9
Русское радио	108	14,9
Эхо Москвы	103	14,3
Ретро FM	98	13,6
Радио Шансон	98	13,6
Радио-7 на семи холмах	96	13,3
Европа Плюс	88	12,2
Серебряный Дождь	75	10,4
Радио Джаз	71	9,9
Радио Максимум	69	9,5

Источник: Радиомониторинг. Комкон Медиа. Август 2004

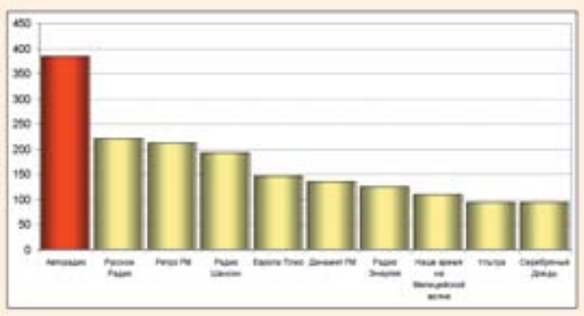
Динамика роста аудитории АВТОРАДИО

Целевая аудитория: москвичи 12 лет и старше



Источник: Радиомониторинг. Комкон Медиа.

Автомобильная аудитория радиостанций



Источник: Radio Index-Москва. Август 2004. TNS Gallup Media

Информационно-аналитическая, развлекательная газета
«АВТОРАДИО»
Выход издания: ежемесячно

Газета зарегистрирована в Министерстве Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций
Регистрационное свидетельство ПИ № 77–16868 от 20.10.03 г.

Гл. редактор: Каневский М.А.
Редакция:
Гурьянов В.В., Липихин К.О, Горшкова Т.В.
Официальный сайт газеты: http://gazeta.avtoradio.ru

Номер отпечатан в типографии ООО «ОИД «Медиа-Пресса»
Редакция: г. Москва, ул. Тверская, д. 18, оф. 705
Тел.: (095) 109-9647, 209-2832
Номер подписан в печать 27.09.04 г.

РАБОТА У НАС ТАКАЯ

«Авторадио - Тольятти»

Понедельник. Утро. Планерка. Проведен «разбор полетов», сданы отчеты, получены задания, план работы утвержден. «Вопросы ко мне есть? – по-хозяйски деловито спрашивает шеф. – Нет? Тогда работаем».

Шефа, генерального директора «Авторадио – Тольятти» Владимира Анатольевича Анисимкина, за глаза называют «папой»: отношения в коллективе очень напоминают жизнь большой, дружной семьи.

Тольятти! Как много говорит это слово сердцу владельца родных «Жигулей»! В слове этом ощущение скорости и запах бензина, визг тормозов и чувство пусть квасного, но патриотизма: и у нас железных коней делают! Звание автомобильной столицы принадлежит Тольятти по праву, потому и «Авторадио» гражданами «отечественного Детройта» было встречено как свое, родное, долгожданное.

Возможно это звучит и прозаично, но эфир – тот же конвейер, только вместо деталей - программы, рекламные блоки, новости. И все должно быть без сбоев, вовремя, поскольку от работы каждого – общий успех зависит. Итак, конвейер новой семидневки запущен: что день грядущий нам готовит?

Новости – «лицо» любого регионального вещания. Заглянем-ка в службу информации, они все знают – работа такая. Звучное «У нас есть новости!» девиз обитательниц синей комнаты с белой дверью. Конечно, интересно послушать, как где-то вдали космические корабли бороздят просторы небесные, но гораздо любопытней, что творится на соседней улице. Любопытство это удовлетворять – наша почетная миссия. И выполняется она – в прямом эфире – по восемь раз в день. Оттого-то и телефоны здесь вечно разрываются, и звуки «Авторадио» из приемника заглушаются ритмичными ударами по клавиатуре. Пресс-конференции, интервью, опросы на улицах. Дважды в день готовятся городские «народные новости», а ведь еще и информацию с дорог надо собрать и оперативно обработать! Ведь новости могут быть либо свежими, либо это уже и не новости вовсе.

В самом сердце вещания, в «эфирке», тоже кипит работа: информацию о состоянии дел на магистралях надо зачитать, рекламу выпустить – да так,

чтобы никто и не догадался, где московский эфир с местным встречается – ювелирная работа! А еще и в «народные новости» нужно свое веское мужское слово вставить, подсчитать, кому из наркоров аккумулятор дарить, а кому ящик пива достанется. Дел невпроворот!

А что там у кормильцев и поильцев, у рекламщиков? Тех, кто скромным труженикам микрофона и пульта на хлеб с маслом зарабатывает? Рекламный отдел – люди уважаемые. С солидными компаниями на короткой ноге, вечно в разъездах, делах. Вот и сейчас Таня Уколова – тайная мечта любого рекламодателя – посетителей денежных принимает…

А это продакшн. Здесь начальник товарищ Семенов. Очень серьезный человек, но как очередной ролик «сваяет» – весь коллектив послушать спешит. По популярности его шедевры могут поспорить со многими творениями эстрады. Опять с Володей, аранжировщиком, что-то выдумывают… понятное дело – творческий процесс!

Вот Серега, промоменеджер, пробежал. Он, между прочим, по бегу – чемпион России. Видимо, направился считать «Газели», нашими логотипами разукрашенные, или вывешивание наружной рекламы проконтролировать.

Экскурсия наша по «Авторадио – Тольятти» завершается – дела ждут. «День шофера» местного масштаба скоро, да и главное трансконтинентальное событие – Авторадиопробег – не за горами: полторы сотни человек со всей России в автомобильную столицу России прибудут! Подготовиться к такому событию надо основательно: встретить, угостить, развеселить. А потом и самим ударить… по бездорожью и разгильдяйству. Машину для этого подходящую уже приискали – «Шевроле Виву». Новехонькая, даже в серийное производство не запущенная. И ВАЗ сюрпризом побаловать обещал. Так что, покажем стране, что жив еще автопром в России!

А раз так, то звучать «Авторадио – Тольятти» на волжских берегах еще многие лета. И не одну еще сотню понедельников на планерке будем ответ держать и рассказывать, что каждый из нас сделал для «Авторадио». Мы – работаем!

Экскурсию провела Светлана Понкратова, редактор службы информации «Авторадио – Тольятти».

ПОЛГОДА НА ОДНОМ ДЫХАНИИ

«Авторадио - Челябинск»

В Челябинске, столице Южного Урала, 19 FM-радиостанций! Согласитесь, это немало. Тем не менее появление «Авторадио – Челябинск» в апреле текущего года стало радостным событием для наших горожан. Те, кто много времени проводит в автомобиле, конечно, уже были знакомы с этим популярным российским радийным брендом и с нетерпением ждали его появления в нашем городе. Немало поклонников радиостанция завоевала и среди тех, кто впервые узнал про «Автрадио», услышав его на частоте 99,1 FM в Челябинске. Об этом мы можем судить по тому, с какой легкостью наше молодое «Авторадио – Челябинск» собирало вокруг себя публику на всех проводимых мероприятиях. Мы заявили о себе «Дискотекой 80-х», причем провели ее в самые первые дни вещания, а успех, которым она пользовалась у горожан, говорит сам за себя – концертный зал был полон! И это, на наш взгляд, не случайно, ведь в проектах «Авторадио» есть особая притягательность!

Знакомились с «Авторадио» челябинцы и на международной автовыставке, которая ежегодно проводится в нашем городе. Красочно оформленный стенд «Авторадио – Челябинск» стал одной из самых ярких и вызывающих интерес достопримечательностей выставки. Наши диджеи развлекали посетителей музыкой «Авторадио», фирменными программами, создавая праздничную атмосферу. А проводимые конкурсы еще больше привлекали к нам гостей, которые получали в качестве призов от «Авторадио» автомобильные амортизаторы именитых фирм и красивые чехлы для сидений.

Так состоялось знакомство жителей нашего города с всероссийским брендом «Авторадио». Полгода со дня первого выхода в эфир пролетели на

одном дыхании. Теперь нас можно услышать и в маршрутном такси, и в частном автомобиле. А мы, сотрудники «Авторадио – Челябинск», оглядываясь назад, понимаем, что за это время стали настоящими друзьями! Каждый раз мы с удовольствием начинаем новый рабочий день и часто вместе проводим время на отдыхе. Сейчас мы, как и все наши коллеги из других городов, готовимся к Всероссийскому Автопробегу! До встречи на нашей уральской земле!

БОЛЬШИЕ ГОНКИ ПО-СИБИРСКИ

«Авторадио - Красноярск»

Свое вещание «Авторадио – Красноярск» начало совсем недавно, 7 апреля 2004 года. Мы еще очень молоды, и поэтому, естественно, решили поближе познакомиться со своими слушателями. Всего за несколько месяцев нам удалось наладить тесный контакт с аудиторией, заявить о себе уверенно и громко. И в этом нам помогла самая первая акция, которую провела наша радиостанция. Мы назвали акцию «Большие гонки». Разумеется, самыми активными ее участниками стали мужчины, а их социальное положение варьировалось от водителей такси до обладателей крутых джипов.

Начинались «Большие гонки» в будние дни: три раза в день автомобиль с корреспондентом «Авторадио» выезжал в город. Машина останавливалась на одной из улиц, и наш коллега, находящийся в авто, выходил в эфир, объявляя точное место своего расположения. В течение 15-ти минут любой желающий мог подъехать к нам и получить фирменный сувенир, стикер радиостанции и игровую карту спонсора. Сувениры и стикеры с надписью «Всегда везет» разлетались в считанные минуты, и мы даже фиксировали своеобразные рекорды. Так, в один из дней за 4 минуты после выхода в эфир водителям было роздано 20 пакетов с подарками! Еще одно достижение – когда за 15 минут к корреспонденту подъехало 40 участников игры!

Чем же привлекала автомобилистов наша акция? Дело в том, что в выходные дни обладатели стикеров – их, естественно, необходимо было наклеить на стекло автомобиля, а полученную игровую карту хранить пуще драгоценностей – принимали участие в розыгрыше телевизора. Но выиграть

приз было совсем не просто. Правила выходного дня усложнялись тем, что автомобиль с телевизором постоянно передвигался по городу, а в эфире мы называли только район, где находится наша машина. Единственная помощь – подсказки, звучавшие в эфире один раз в полчаса. По правилам, после пятой подсказки ведущий полностью раскрывал все приметы автомобиля с призом (марку, цвет и номер), а также название улицы, по которой передвигается машина. Кстати, финальные заезды недели мы проводили на обычных «Жигулях». В первую неделю это был красный ВАЗ 21047, во вторую – красная «пятерка», а в будние дни ездили на машине нашего спонсора – местного автоклуба. Специально выбирался автомобиль, который не выделялся бы из общей массы, и, таким образом, найти нас было возможно, только внимательно слушая эфир и подсказки.

После озвучивания ведущим в эфире всех пяти подсказок наступал кульминационный момент соревнований. Водители устремлялись на перехват нашей машины, соревнуясь между собой в мастерстве вождения, скорости, знании города и, конечно, в везении! Настрой участников на победу был столь велик, что даже те, кто опоздал, все равно спрашивали: «Ну, что, я победил?» Мы молча разводили руками, показывая на всех стоящих рядом автомобилистов.

А теперь о самом первом нашем победителе. Сразу же после нашего выхода в эфир с последней подсказкой один из участников акции, мигнув светом фар, остановил наш авторадийный автомобиль. Корреспондент «Авторадио» проверил наклеенный на стекле автомобиля стикер, игровую карту, и победителю прямо на месте встречи был вручен телевизор от нашего спонсора, компании «Avest». Но главным сюрпризом стало то, что самым первым призером «Больших гонок» стал не красноярец, а гость нашего города из Тюменской области! Мы тут же пригласили его в студию на прямой эфир, где участника уже ждала съемочная группа телевидения. И вечером весь Красноярск узнал, что первый главный приз недели увозит в свой родной город Ишим Виктор Ренев! На следующий день мы вручили Виктору видеокассету с репортажем, который был показан в местных новостях. Герой дня! Коллектив нашего «Авторадио» уверен, что Виктор надолго запомнит свою поездку в Красноярск.

А «Большие гонки» тем временем продолжались. Через неделю приз выиграл уже житель Красноярска. Обладатель второго телевизора долго за него боролся. Так, еще в первую неделю акции он первым дозвонился к нам в студию и задал вопрос: во сколько начнется розыгрыш? – объясняя свое любопытство тем, что в день финала с утра повезет семью на дачу и поэтому боится не успеть на игру. В результате – приехал к нашей машине, но лишь в первой пятерке! Неудача не обескуражила упорного радиослушателя. На следующей неделе он победил – выиграл заезд на бортовой «Газели», приехав к назначенному месту гораздо быстрее других, более скоростных, машин. Лихо забросил телевизор в кузов – и на радостях прямиком помчался домой!

Первый публичный выход в свет оказался для нас удачным, и в будущее мы смотрим уверенно. Недавно коллектив «Авторадио – Красноярск» приобрел для радиостанции микроавтобус. После того как машина будет украшена фирменной символикой «Авторадио», она обязательно примет участие в следующем конкурсе, и жители Красноярска смогут не только слушать «Авторадио», но и видеть наш фирменный автомобиль на улицах своего родного города.

Генеральный директор «Авторадио – Красноярск» Сергей Уразов

У АВТОМОБИЛЯ - ЖЕНСКАЯ ДУША

«Авторадио - Молдова»

Совсем недавно в столице Молдовы прошел грандиозный Авторадиопарад. В нем приняли участие более 500 автомобилистов: стрит-рэйсеры, драг-рэйсеры, байкеры, владельцы ретроавтомобилей и представители различных автоклубов Молдовы.

Шоу-программа была посвящена двум основным событиям. Первое – презентация диска «Авторадио – музыка дорог» с участием молдавских звезд эстрады. На протяжении трех месяцев слушатели «Авторадио – Молдова» выбирали для него самых лучших исполнителей. Второе событие – это организация клуба ретроавтомобилей Молдовы.

Сегодня автомобиль – нечто большее, чем средство передвижения: он становится членом семьи, лучшим другом, а для некоторых и самой большой радостью в жизни. Кстати, большинство владельцев наделяют свои машины душой и даже разговаривают с ними, делятся своими проблемами – порою чаще, чем с людьми. Представители сильного пола частенько называют свои машины женскими именами и практически уверены в том, что если у автомобиля и есть душа, то обязательно женская – нежная, капризная, непо-

слушная и очень милая. И для поддержания «стабильных отношений» со своей железной подругой главное – умело, терпеливо, тактично и красиво управлять ею, всячески за ней ухаживать и боготворить ее. Тогда вы с ней не расстанетесь никогда.

Думаете, что это только на бумаге все так красиво и романтично – без копоти, грязи и жуткой ругани в адрес этих самых «красавиц»? Нет, это на самом деле все так – опытные автолюбители не дадут соврать. Причем случается, что «автомобильная любовь» затягивается надолго – хозяин годами привыкает к машине, «обуздывает» ее, а потом уже не может с ней расстаться.

Как, например, победитель конкурса ретроавтомобилей Молдовы, который проходил в рамках Автопарада. Петр К. обожает свою изящную француженку – Citroen 2CV-4. И хотя красавице уже 45 лет, она замечательно выглядит и ездит не хуже современных машин. На средней скорости – 80 км/час – она лихо разъезжает по улицам молдавской столицы. Маленькая, компактная, удобная. Когда-то Петр нашел ее в сарае у знакомых – и влюбился с первого взгляда. Теперь все свободное время он проводит в гараже, прихорашивая свою любимицу.

Петр, как и многие владельцы ретроавтомобилей, очень доволен тем, что радиостанция «Авторадио – Молдова» организовала клуб ретроавтомобилистов: «Клуб объединит людей, для которых ретроавтомобиль не просто увлечение, а стиль жизни».

Сколько автолюбителей Молдовы сохранили машины, которые колесили по дорогам более полувека назад, – сказать сложно. Но они есть. Есть они и в других городах вещания «Авторадио». Вот и появилась у нас идея: а не организовать ли всеобщий авторадиоклуб ретроавтомобилистов? Ведь у каждой такой «старушки» – своя судьба, свои тайны и воспоминания. К тому же, все они связаны с историей и культурой страны.

Фанатов раритетных автомобилей в мире очень много. И мы надеемся, что нас поддержат ретроавтолюбители со всей территории вещания «Авторадио».

ЖИЗНЬ В СТИЛЕ «АВТОРАДИО»

«Авторадио - Санкт-Петербург»

Прошел уже почти год после первой встречи со всеми нашими народными корреспондентами. 9 октября мы снова соберемся вместе – чтобы отпраздновать второй по счету день рождения Авторадиоклуба.

За год произошла масса самых разнообразных событий. Но ни одна акция не проходила без активного участия Авторадиоклуба. Народные корреспонденты помогали нам на «Дискотеке 80-х», организовали колонну поддержки на акции «Весна! Любовь! Медные трубы!». Переодетые «инспекторами доставаловыми», от имени «Авторадио» поздравляли с 8-м Марта прекрасную половину автомобильного Питера. Акция «Трезвый рейс» по доставке домой «принявших на грудь» водителей вообще была бы невозможна без их участия. Не говоря уже про «Автоледи 2004», когда львиная доля работы легла на Авторадиоклуб. Гражданская позиция наших народных корреспондентов проявилась в обращение к водителям Петербурга прикрепить на свои авто траурные ленты в память о безвинных жертвах трагедии в Беслане.

Но самое главное достижение прошедшего года – это удивительно теплые и дружеские отношения, которые сложились между нами, сотрудниками «Авторадио», и народными корреспондентами Авторадиоклуба. Народные корреспонденты стали неотъемлемой частью команды «Авторадио». Они очень разные: молодые и пожилые, директора крупных фирм и просто водители. Но чем-то все они удивительно похожи. Наверное, надежностью и безграничной любовью к «Авторадио». Мы говорим всем народным корреспондентам Петербурга: «Друзья, огромное вам человеческое спасибо! Вы – наша сила, и мы вас очень любим!»

Нам хотелось, чтобы про Авторадиоклуб Санкт-Петербурга рассказали сами народные корреспонденты, поэтому мы попросили наркоров ответить на один вопрос: что именно объединяет их под знаменами «Авторадио»?

Президент

Досье «Авторадио»: прибавкой в весе прекрасная половина сотрудников «Авторадио» обязана именно ему – еженедельно приходит в гости с огромным тортом. Девиз: «Всегда! Везде! И по первому звонку».

«Я узнал про «Авторадио» случайно. Судорожно переключая кнопки на своем приемнике, пытался найти альтернативу шансону, року и «колбасе». И вдруг попал на частоту 88,4 FM и понял – это на 100% моя радиостанция. Поэтому, услышав передачу «Хорошо стоим. Народная пробка», решил впервые в жизни позвонить на радиостанцию – благо езжу я по городу очень много. И каково же было мое удивление, когда мое сообщение передали. Это удивительное ощущение – как будто ты тоже делаешь радио. И как только появляется неизвестный народный корреспондент, сразу возникает ответная реакция со стороны «Авторадио»: вот новый ЧЕЛОВЕК! Это НАШ ЧЕЛОВЕК, и он нам нужен! Такого я не встречал ни на одной радиостанции. Для меня Авторадиоклуб – это отличный отдых среди напряженных будней. Участие в клубе дает мне возможность дружить с огромным количеством людей по всей стране, и это самое большое удовольствие в жизни!»

Мефодий

Досье «Авторадио»: профессия – водитель-экспедитор. Как народный корреспондент – из молодых, да ранний. Готов к взаимопомощи в любое время суток.

«Авторадио – это стиль моей жизни. Я все время за рулем, и «Авторадио» всегда рядом со мной, это мой лучший друг в дороге. «Авторадио» – это общение, даже когда ты один в машине. Я могу услышать информацию – и поспешить на помощь. А для взрослого мужчины важно ощущение, что ты кому-то очень сильно нужен, причем не только родным и близким. Для меня «Авторадио» – это уникальный проект, потому что оно не только дало нам возможность слышать на радио себя, создав Авторадиоклуб, оно перезнакомило огромное количество людей по всей стране. В моей жизни это по-настоящему свежая струя».

Игиф

Досье «Авторадио»: вместе с «Авторадио – Санкт-Петербург» практически с момента образования радиостанции. Активность плюс, ум плюс незаурядные организаторские способности делают его незаменимым в любых мероприятиях.

«Авторадио» не ограничивается вещанием на частоте 88,4. Для меня «Авторадио» – это и то, что происходит между нами за пределами эфира. Это Авторадиоклуб, благодаря которому я начал заниматься общественной работой. И впервые в жизни мне это интересно! Меня никто не заставляет – не хочешь, не делай. Но мы придумываем и делаем вещи, которые нам очень хочется делать».

9 октября не за горами. Несмотря на то, что мы тесно общаемся и без слетов, собраться сразу всем в одном месте удается редко. В прошлом году у нас было всего 500 народных корреспондентов, а на праздник пришло в 6 раз больше гостей. Люди пришли посмотреть – и остались с нами. Сегодня общее количество народных корреспондентов в Санкт-Петербурге порядка 3000 человек. И их ряды продолжают пополняться. Потому что все мы – одна команда!

ВЕСЕЛИСЬ, ВСЯ УКРАИНА!

«Авторадио – Киев» «Авторадио – Луганск»

В сентябре у киевлян самый популярный и любимый праздник – «Свято пиво». Празднуют его вот уже 11 лет подряд, а любители пива съезжаются со всей Украины. В этом году к празднику присоединилась и молодая радиостанция «Авторадио – Киев».

За неделю до начала праздника был организован конкурс среди радиослушателей – им задавались вопросы на пивную тематику. Народ оказался подкованным, и счастливчики, дозвонившиеся в эфир и правильно ответившие на вопросы, получили уникальную возможность – на праздничной дискотеке от «Авторадио», которая проходила во время народных гуляний на «Свято пиво», побороться за главный приз, цветной телевизор.

Дискотеку открыл солист группы «ТНМК» («Танок на майдані Конго») – Диля, представивший на суд зрителей свой сольный проект – «НеДиля». Диля настолько пришелся по душе публике, что под его песню «Знову сама» в стиле реггей сбежались танцевать поклонники этого направления со всего Национального выставочного центра, где проходил праздник. Благодарная аудитория долго не отпускала артиста со сцены, требуя новых песен, а самым удачливым посчастливилось не только получить автограф на память, но и сфотографироваться рядом со звездой.

Шоу продолжалось, площадь перед сценой была переполнена. Веселые розыгрыши и конкурсы еще больше заводили и без того разгоряченную танцами публику. От желающих поучаствовать в конкурсах не было отбоя. Чего только ни приходилось делать конкурсантам: рисовать на спинах эмблему «Авторадио», с завязанными глазами обходить стаканы с пивом, танцевать до упаду! А побороться было за что: победители получали футболки, кепки с символикой «Авторадио», фотоаппараты, и, конечно же, пиво!

Наконец, наступил долгожданный момент розыгрыша цветного телевизора. Пять финалистов под ободряющие аплодисменты публики пили на скорость пиво при помощи пластиковых трубочек. Исходом соревнований были удивлены все присутствующие: победил самый худенький и миниатюрный из конкурсантов. Именно он и стал обладателем новенького телевизора.

Сразу после «Праздника пива» неутомимый программный директор «Авторадио – Киев» Игорь Ларин улетел в Луганск, чтобы успеть провести еще один праздник – на этот раз день рождения города. Празднование проходило с помпой. На центральной площади была установлена огромная сцена, на которую под гимн «Авторадио» и аплодисменты публики въехали байкеры на роскошных мотоциклах. Так Ассоциация байкеров Луганска поддержала любимое радио. Дискотека оставила неизгладимое впечатление: на праздник собралась двадцатитысячная аудитория!

Финал областного конкурса красоты «Мисс Луганочка» стал еще одним украшением праздника. И вот что примечательно: самой обаятельной и красивой была признана девушка, которая совсем недавно завоевала титул «Мисс «Авторадио»! А учредила эту номинацию наша радиостанция, выступившая медиаспонсором «Мисс Луганочки». Обладательнице сразу двух титулов красоты Игорь Ларин вручил красивейшего плюшевого льва, специально привезенного для финалистки из Киева.

Таким образом, у всех почитателей «Авторадио» в Украине была возможность убедиться, что мы не только самая динамично развивающаяся станция, но и радио, которое дарит только положительные эмоции и хорошее настроение!

СУПЕРБОМБИЛА на АВТОРАДИО

С 17 августа по 17 сентября на «Авторадио» проходил Первый открытый чемпионат среди автолюбителей «Супербомбила 2004». Это были необычные соревнования, в них приняли участие самые опытные, удачливые и азартные автомобилисты. В ходе конкурса перед участниками стояла, на первый взгляд, несложная задача – за три часа отведенного времени «набомбить» на столичных улицах как можно больше звонких монет. На деле все оказалось не так просто. Необходимо было не только попытаться получить от пассажиров за свое водительское мастерство и личное обаяние приличный гонорар, но эта сумма должна была стать действительно рекордной! И только победитель, «набомбивший» наиболее «увесистую» по номиналу пачку хрустящих купюр, должен был получить главный приз – сертификат на бесплатную заправку бензином в течение целого года! За такой приз стоило побороться. Заявки поступали в студию каждый день, а очередного «супербомбилу» определял жребий и счастливая рука коллеги-автомобилиста – участника предыдущего заезда на «Авторадио». Всего в Первом открытом чемпионате среди автолюбителей «Супербомбила 2004» приняли участие 19 водителей.

Автомобилистов привлекали к «супербомбильному» конкурсу перспектива получить достойную награду и возможность пообщаться с популярными поющими ведущими «Авторадио» – Брагиным, Гордеевой и Захаром. Именно поющие ведущие Первого автомобильного радио выступали застрельщиками чемпионата: гостей встречали, привечали, в путь провожали, сопровождали в дороге, сообщая слушателям обо всем, что происходило с фирменным авторадийным такси и его пассажирами на столичных улицах. А затем еще и заработанные денежки считали!

Чем же брали своих пассажиров сначала за душу, а потом и за кошелек участники чемпионата «Супербомбила 2004»? Чтобы пассажир остался доволен, конечно, нужна хорошая машина. Все «супербомбилы» отправлялись в путь на фирменном такси «Авторадио», и не узнать его на московских улицах было невозможно. Яркий, золотистого цвета, с эмблемами чемпионата и «Авторадио», автомобиль «нарезал» круги по столице, появляясь то в одном, то в другом конце города. Но для того, чтобы стать победителем, одной машины, даже очень хорошей, маловато. От «супербомбил» требовалось проявить недюжинное искусство человеческого обаяния. И они действительно постарались. Каких только ухищрений ни придумывали, чтобы не только завлечь пассажира, но и развлечь, получив за свои услуги солидные чаевые!

Начало соревнованиям по наиболее оригинальному обслуживанию было положено «супербомбилой» Николаем Марковым. Именно ему первому пришла в голову идея развлекать пассажиров пением. Сказать по правде, результат у Николая с каждым пассажиром получался разный: кто-то ему активно подпевал, а кто-то так и не смог до конца и по достоинству оценить самобытность общения.

Был у Николая пассажир банкир – спелись! Про то, как «парня полюбили на свою беду», узнали все автомобилисты, настроившиеся на волну «Авторадио»! Узнали они также и о том, как спешно покинула такси поющего «супербомбилы» стильная дама, явно не оценившая стараний Николая. К счастью, таких было немного, и свидетельство тому – один из лучших результатов чемпионата. Благодаря своим вокальным способностям Николай заработал 2080 рублей!

Другой участник соревнований, Сергей Большаков, пошел еще дальше: открыл в «супербомбильном» такси мини-бар! Напитков алкогольных, естественно, пассажирам не предлагалось, а вот чая, печенья и конфет – сколько угодно. Но не только это послужило причиной успеха Сергея, «набомбившего» 6800 рублей. Сначала никто даже и не знал, и сам Сергей почему-то не рассказывал, что является победителем гонок в Монте-Карло 2002 года! Его официально зарегистрированный рекорд: 200 км/ч по встречной полосе!

То, что Сергей не просто профи, а суперпрофи, выяснилось, когда в такси «Авторадио» стали садиться первые пассажиры. Такой скоростной езды по городу, по признанию пассажиров и Гордеевой-младшей, сопровождавшей в этой поездке Сергея и поработавшей у него «на камбузе», никто не то чтобы давно не видел, а не видел никогда! К тому же угощение от «нашего Шумахера» – стаканчик чая и печенье на скорости «за сто» – и это на улицах, забитых пробками! – только добавляло остроты ощущений. Такая езда была оценена по достоинству, и на настоящего мастера руля в буквальном смысле пролился золотой дождь.

Не все водители прельщали пассажиров мастерством скоростного вождения. «Супербомбила» Павел Власов решил расширить ассортимент мини-бара и придумал потчевать гостей бутербродами с красной икрой! А «супербомбила» Галимат Мухамеджанов предлагал бутерброды уже на выбор: с икрой красной, черной, сервелатом, а также орешки, сухарики, кофе, чай! Принявшие участие в чемпионате Галина Емельянова и Наталья Соколенко «брали» пассажиров и их кошельки чисто по-женски – обаянием. И не случайно то, что «набомбили» они не меньше некоторых мужчин. Результат Галины составил – 1480, а Натальи – 5913 рублей.

Завлекали пассажиров и пассажирок «супербомбилы» не только гастрономическими изысками, но и массажем, чтением стихов, армейскими байками, цветами. Но кто станет победителем, зависело, конечно, и от удачи. «Бомбить» – как охотиться. Бывает, все хорошо, только зверь не бежит. И тогда на помощь приходили коллеги-автомобилисты. Именно они выручали попавшего в затруднительное положение «бомбилу». И не раз! Из стоящих рядом в пробке или на светофоре машин водителю такси «Авторадио» протягивали деньги со словами: «Возьми, друг! Удачи!» Щедрость и дружеская поддержка совершенно не зависели от того, за рулем какой марки машины сидел болеющий за нашего «супербомбилу» водитель, – скромная ли это «пятерка» или престижной модели «Тойота». На дороге все равны, все коллеги и товарищи, и «супербомбилы» постоянно чувствовали это дружеское к себе отношение.

По словам креативного директора «Авторадио» Олега Ломового, помогать «супербомбилам» у автомобилистов стало хорошей традицией. Наши заезды превратились в настоящий командный спорт – вся Москва болела за «супербомбил». Когда из соседней машины на скорости 50 км/ч машут, чтобы мы притормозили, а потом дают деньги – это впечатляет! И именно коллеги автомобилисты помогли одному из участников чемпионата выйти в лидеры.

Но даже если и случалось, что не было возможности у автомобилистов помочь коллеге материально, то моральную поддержку оказывали всегда, встречая наше фирменное такси миганием фар и приветственными сигналами! Поэтому все участники чемпионата «Супербомбила 2004» покидали студию «Авторадио» с чувством благодарности за возможность принять участие в этом соревновании.

Последний заезд чемпионата был звездным. Сразу четыре машины выехали на улицы столицы. За рулем: телеведущий Алексей Лысенков, певец и композитор Аркадий Укупник, ведущий популярного ток-шоу Владимир Турчинский, певицы Наталья Гулькина и Маргарита Суханкина! Кто будет удачливее среди звезд, кто «набомбит» большую сумму денег? А представляете себе реакцию пассажиров, которые ловят вроде бы обычное такси, и день вроде бы тоже обычный, да еще и рабочий – пятница, – а там за рулем мистер «Сам себе режиссер»? И не вы придете в толпе зрителей смотреть на любимую звезду, а она – звезда – доставит вас на место туда, куда вы ей скажете. Пассажиры не могли поверить собственным глазам. Да и у наших звездных «супербомбил» от заезда осталась масса впечатлений.

Последний заезд чемпионата был звездным. Сразу четыре машины выехали на улицы столицы. За рулем: телеведущий Алексей Лысенков, певец и композитор Аркадий Укупник, ведущий популярного ток-шоу Владимир Турчинский, певицы Наталья Гулькина и Маргарита Суханкина! Кто будет удачливее среди звезд, кто «набомбит» большую сумму денег?

Что же больше всего поразило звезд, принявших участие в этом весьма необычном шоу? Все без исключения были потрясены дружеской поддержкой коллег-водителей. Больше всего денег от автомобилистов досталось Алексею Лысенкову (2890 рублей). Ему активно помогали таксисты – своему конкуренту, тому, кто уводил у них из под носа их же пассажиров! А еще известный телеведущий признался, что специально спрашивал у пассажиров, сколько они обычно платят за маршрут, по которому ездят каждый день. И выяснилось, что если бы все шло «по плану», Алексей привез бы в студию всего-то 570 рублей!

Аркадий Укупник (1750 рублей) был поражен поступком работника ГИБДД – нет, он не взял с него денег, а дал! – сто рублей. Согласитесь, случай беспрецедентный. Аркадий в долгу не остался и спел милиционеру одну из своих песен. Наталья и Маргарита (7270 рублей) также были поражены дружеской поддержкой водителей и признались: был такой драйв, что даже не хотелось возвращаться в студию, а было желание «бомбить» еще и еще. Владимир Турчинский посетовал, что денег, в отличие от Алексея Лысенкова, ему коллеги-автолюбители почему-то не давали, но пассажиры узнавали так активно, что и сумма, собранная Владимиром, оказалась рекордной в звездном заезде. Владимир Турчинский стал победителем соревнований «Супербомбила 2004» среди звезд – 11282 рубля! Итоговая сумма заработанных звездами денег составила 23192 рубля. И эти деньги единодушно было решено отдать в качестве поощрительного приза Сергею Большакову, ведь его рекорд продержался целый месяц. А суперфиналистом и победителем Первого открытого чемпионата «Супербомбила 2004» на «Авторадио» стал Максим Шапкин – 7350 рублей. Именно он получит возможность целый год заправлять свою машину бензином бесплатно. За бензин победителя будет платить «Авторадио»!

Соревнования, проведенные «Авторадио» среди московских автолюбителей, завершены. Награждение финалиста Первого открытого чемпионата «Супербомбила 2004» пройдет 26 октября в Большом Кремлевском дворце во время празднования Дня автомобилиста и завершения организованного радиостанцией Всероссийского автопробега.