



Победители национальной премии в области франчайзинга «Золотой Бренд»

Победители национальной премии в области франчайзинга «Золотой Бренд» были объявлены 9 октября 2012 года, в первый день выставки BUYBRAND Expo. Премии в четырех номинациях были присуждены:

- В главной номинации «Золотая франшиза» – самый успешный франшизный проект – компания «ИНВИТРО»;

- «Франчайзер 2012» – наиболее динамично развивающийся по франчайзингу бренд – X5 Retail Group (бренд «Пятерочка»);

- «Франчайзи 2012» – наиболее эффективная компания-франчайзи по итогам управленческой отчетности - ООО "Во-Партнер" - Лариса Цвид, бренд "ЗЗ ПИНГВИНА";

- «Франчайзинг в лицах» – личный вклад в развитие франчайзинга – Мераб Бен Эл (Елашвили).

Представителям компаний были вручены наградные знаки, которые они с гордостью демонстрировали на своих выставочных стендах потенциальным партнерам. Таким образом, награды работали на популяризацию соответствующих франшиз уже на BUYBRAND 2012.

Отбор победителей шел в несколько этапов. Вот как это выглядело по номинациям.

«Золотая франшиза»

Изначально было 11 претендентов. В итоге отбора в пятерке выявленных лидеров остались следующие компании (в скобках указано количество набранных баллов):

"Г.М.Р. ПЛАНЕТА ГОСТЕПРИИМСТВА", БРЕНД "ВОСТОК" (0.27262);

"Г.М.Р. ПЛАНЕТА ГОСТЕПРИИМСТВА", БРЕНД "ЕЛКИ-ПАЛКИ" (0.27380);

КОМПАНИЯ "РУССКИЙ WELLNESS", БРЕНД "RUSWELL" (0.28351);

ООО "ЭСТА", БРЕНД "ЗЗ ПИНГВИНА" (0.32884);

ООО "ИНВИТРО", БРЕНД "ИНВИТРО" (0.34348 – наибольшее число баллов).

«Франчайзер 2012»

Изначально было также 11 претендентов. В итоге отбора в пятерке выявленных лидеров остались:

"Г.М.Р. ПЛАНЕТА ГОСТЕПРИИМСТВА", БРЕНД ЕЛКИ-ПАЛКИ (0.24473);

КОМПАНИЯ "РУССКИЙ WELLNESS", БРЕНД "RUSWELL" (0.25036);

ООО "ИНВИТРО", БРЕНД "ИНВИТРО" (0.32627);

ООО "ЭСТА", БРЕНД "ЗЗ ПИНГВИНА" (0.34063);

X5 RETAIL GROUP, ЗАО "ТОРГОВЫЙ ДОМ "ПЕРЕКРЕСТОК" (0.37127).

«Франчайзи 2012»

Изначально было 8 претендентов. В итоге отбора в пятерке выявленных лидеров остались:

ООО "МедОк" – АКИМОВ ДЕНИС, БРЕНД "ИНВИТРО" (0.20199);

ООО "ИНВИТРО-НАЛЬЧИК" – ГУДО АРТУР, БРЕНД "ИНВИТРО" (0.24774);

ООО "СЛИМКЛУБ" – ВИТАЛИЙ БЕССОНОВ, БРЕНД "РУССКИЙ WELLNESS" (0.26529).

X5 RETAIL GROUP, БРЕНД "ПЯТЕРОЧКА" (0.31559);

ООО "Во-Партнер" – Лариса Цвид, БРЕНД "33 ПИНГВИНА" (0.34695).

«Франчайзинг в лицах»

Изначально было 6 номинантов

Мераб Бен Эл (Елашвили), президент РАФ, председатель наблюдательного совета «Г.М.Р. Планета гостеприимства» («Сбарро», «Восточный базар», «Елки-Палки» и др.);

Александр Юрьевич Островский, председатель совета директоров «ИНВИТРО»;

Сергей Валерьевич Амбросов, генеральный директор «ИНВИТРО»;

Валерий Николаевич Тараканов, генеральный директор формата супермаркет ТД "Перекресток" (X5 Retail Group);

Валерий Федорович Митякин – учредитель бизнеса компании «Сумасшедшая наука»;

Татьяна Жукова – управляющая компании «Сумасшедшая наука – Франчайзинг».

Победители получили возможность рассказать о себе и успехах своих проектов посетителям и журналистам на выставочной площадке «Территория успеха». Так, основатель «ИНВИТРО» (компания-лауреат «Золотой франшизы») **Александр Островский** в беседе с гендиректором ЕМТГ Екатериной Сойак рассказал о своем пути врача-реаниматолога в бизнес. Для Александра Островского зарабатывать денег, безусловно, важно, но все же цель номер один – это успех в предпринимательской игре. По его представлениям, есть различие между бизнесменами и предпринимателями. Бизнесмены – это рациональные эффективные, «правильные» управленцы, тогда как предприниматели – импульсивны, порой хаотичны, полны энтузиазма и чисто человеческого интереса к тому, что создают. В этом они сродни художникам или артистам.

Примечательно, что через полгода после запуска «ИНВИТРО» стало ясно, что проект не приносит денег и истощил все первоначальные вложения в него. С точки зрения бизнесменов, его надо было закрывать, но г-н Островский проявил себя как предприниматель, верящий в начатое и ценящий колоссальный труд и энергию, уже вложенные в дело. Прошли годы, и его компания стала лидером медицинского рынка, в том числе и по оборотам. Сегодня «ИНВИТРО» – это прочная система из 400 медицинских офисов, набравшая рекордную скорость открытия новых франчайзинговых точек – по две в неделю.

Елена Рыбина, гендиректор ООО «Эста» (сеть «33 пингвина», лауреат «Франчайзи 2012») рассказала посетителям и журналистам о секретах становления этой ныне широко известной марки мороженого и кафе.

По ее словам, когда проект стартовал, «мы работали на количество франчайзи, не шибко вдаваясь в их обстоятельства». Рост был в итоге быстрым, но позднее немало точек закрылось. Теперь отбор потенциальных клиентов ведется очень тщательно - через анкетирование и собеседования. Тем самым подстраховываются и сами потенциальные франчайзи: для общего

успеха необходимо, чтобы они сознательно, а не случайно присоединялись к сети. Нужны упорные, уверенные в себе люди. И потому вопросы в духе «а если не получится» настораживают франчайзера. Еще настораживает, когда инвестор набирает себе сразу несколько франшиз разных правообладателей – ясно, что если у него мало менеджеров, их внимание расползется, и они не будут эффективными франчайзи.

Ныне под вывеской «33 пингвина» работают 800 точек, 750 из которых франчайзинговых. И что важно: у действующих франчайзи много повторных открытий, то есть у них складываются локальные мини-сети в составе федеральной сети. На прошлой выставке сеть нашла партнеров в Казахстане, на нынешней – в Белоруссии. С сотнями ныне действующих франчайзи и с потенциальными инвесторами работает департамент франчайзинга в составе всего лишь девяти человек.

Елена Рыбина поделилась и личными планами. Она собирается вести франчайзинговую тему для MBA в родном Томском университете.

В рамках «Золотого Бренда» была также учреждена **специальная номинация** «Франчайзер сегмента моды» от журнала PROfashion. Премию вручили наиболее динамично развивающемуся по франчайзингу fashion-бренду – FiNN FLARE.

Перечислим всех претендентов, участвовавших в номинации «Франчайзер сегмента моды»:

1. MANGO;
2. BAON;
3. INCITY;
4. Glance;
5. FiNN FLARE.

Основными критериями оценки были успешность компании, количество партнерских магазинов и комфортность условий работы для франчайзи. По словам Гульнары Бабиц, заместителя гендиректора ИД PROfashion, «решающим аргументом стала новая франчайзинговая программа FiNN FLARE и, в частности, такое новшество для российского рынка как система ретробонусов». Свою роль сыграла также информационная открытость компании.