

PR-агентство "Positive Relations"

НЕЧЕСТНАЯ БОРЬБА ЗА МЕСТО В ДОМАХ НОВОСИБИРЦЕВ

Пресс-релиз компании «ПОЛАР»

Москва, 1 апреля 2004г.

На этой неделе компания «ПОЛАР» – один из ведущих российских производителей бытовой электроники под маркой Polar – столкнулась в Новосибирске с проявлением «черного» PR. В почтовые ящики новосибирцев были разбросаны листовки под названием «Неконструктивные особенности телевизоров марки Polar».

Содержание листовок сводилось к перечню якобы недоброкачественных, с точки зрения авторов, свойств продукции. Примечательно, что дискредитирующая информация появилась в самый разгар проведения в торговых сетях Новосибирска акции для покупателей – «ПОЛАР» приходит в дом – «ПОЛАР» приносит праздник». Чуть ранее эта акция с розыгрышами призов от Polar, носящая общероссийский масштаб, завершилась в других городах. Ее результатом стало более чем 30% увеличение объема продаж техники Polar в торговых сетях.

«ПОЛАР» является не первой компанией, которая подвергается атакам «черных пиарщиков». В сентябре 2003 года региональный банк «Уралсиб» столкнулся с масштабной акцией «черного PR», когда среди жителей Новосибирска распространялись листовки с информацией о том, что банк испытывает финансовые затруднения из-за конфликта с налоговыми органами.