

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

**ШУСТОВЫ.  
КОНЬЯЧНАЯ  
ИМПЕРИЯ КОРОЛЕЙ  
ПИАРА**

КнигиКратко

Библиотека КнигиКратко

**Шустовы. Коньячная  
империя королей пиара**

«Аktion управление и финансы»

## КнигиКратко Б.

Шустовы. Коньячная империя королей пиара / Б. КнигиКратко — «Акцион управление и финансы», — (КнигиКратко)

На рубеже XIX-XX веков лучшим коньяком на рынке считался шустовский. Слава о нем распространилась не только в России, но и за границей. Купец Николай Шустов в 1900 году инкогнито послал образцы коньяка на выставку в Париж. Жюри единодушно присудило неизвестному виноделу Гран-при, а узнав, что он не француз, настолько удивилось, что даже в порядке исключения даровало Шустову, единственному в мире иностранному виноделу, привилегию на бутылках со своей продукцией писать не «бренди», как это было положено, а именно «cognac». Больше такого права за историю коньячного производства не удостоивался никто. Уинстон Черчилль, который, как известно, всем напиткам предпочитал армянский коньяк, не упускал случая подразнить советскую власть, упорно заказывая себе шустовский. В год Черчиллю отправляли по 400 бутылок, из расчета одна бутылка в день, а остальное – для гостей. Коньяк для него в самом деле брали из особой бочки, заложенной на ереванском заводе еще Шустовыми. Но во всех сопроводительных документах советская власть упрямо поправляла Черчилля: «бывший шустовский». Однако купцы Шустовы прославились не только своим коньяком. Их можно без преувеличения назвать королями пиара за оригинальные рекламные кампании, приводившие к потрясающим результатам. В книге автор подробно рассказывает о каждой из них, а также о том, как жили и чем руководствовались в бизнесе представители этой знаменитой купеческой династии. Вдохновитесь знаменитыми свершениями великих предпринимателей России.

© КнигиКратко Б.

© Акцион управление и финансы

## Валерий Чумаков «Шустовы. Коньячная империя королей пиара»

В Москве второй половины XIX века существовало более трехсот заводов, заводиков и цехов, занимавшихся одним и тем же делом – производством хлебного вина, так тогда называлась обыкновенная водка. Воистину, веселием Руси было есть и наверное долго еще будет питье, а поэтому Шустов-старший, правильно решив, что, поставив на водку, не проиграет, зарегистрировал в 1863 году в Москве компанию – Торговый дом «Шустов с Сыновьями», которая согласно уставу «имела целью производство и продажу дозволенных законом спиртных напитков». Сыновей к тому времени уже было двое: младшему, Володе, только-только исполнилось 2 года.



Николай Леонтьевич Шустов

### Первое дело

Первым предприятием молодой фирмы стал водочный завод, расположившийся в бывшей кузнечной мастерской на Маросейке. Накопленных родителями денег еле хватило на то, чтобы поставить перегонный чан и нанять троих рабочих. Хозяин знал толк в хорошей водке и прекрасно понимал, что если он будет гнать пойло низкого качества, коим была залита тогда вся Россия, то долго его заводу не протянуть. Конечно, свои деньги (и даже с немалым барышом) он все равно бы отыграл, но репутацию фирмы испортил бы навсегда. Поэтому за качеством производимого напитка Николай Леонтьевич следил строго. Так же, как за трезвостью своих рабочих.

Однако на одном только качестве поднять предприятие было нелегко. Рядовой обыватель про новую водку знал крайне мало и предпочитал ей знакомые уже марки. Выходов было два: снижать цену за счет ухудшения качества либо тратить большие деньги на рекламную кампанию. Снижать качество Шустов не хотел, а большими деньгами не располагал. Поэтому им был найден третий путь, оказавшийся вполне успешным.

Через своих знакомых Николай Леонтьевич нашел нескольких студентов, которые за хорошую плату ходили по кабакам и требовали везде подать именно «шустовскую водку». Студентам разрешалось даже немного подебоширить – на сумму не больше 10 рублей. Их заработком был процент от заказов, поступивших на фирму от «окученных» ими предприятий общественного питания и питания. Таким образом, за короткое время все московские кабатчики узнали о существовании весьма недурной и относительно дешевой водки. Дела фирмы пошли в гору, а результатом проведения такой (весьма своеобразной) рекламной кампании стал в 1865 году переезд завода в более просторное помещение на Мясницкой улице, где он просуществовал вплоть до 1880 года.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.