



ЕВРОПЕЙСКИЙ ДЕБЮТ «КОПЕЙКИ»

40 лет назад, в 1971 году, ровно через год после начала выпуска, автомобили LADA появились на мировом рынке – начались поставки ВАЗ-2101 на экспорт. Сначала первенец Волжского автозавода обосновался в странах СЭВ – Югославии, Болгарии, Венгрии, ЧССР и ГДР. Затем последовали Бельгия, Франция, Великобритания, Австрия, ФРГ, Швейцария, Нигерия и Египет. Всего за тот год в зарубежных странах было успешно реализовано более 57 тысяч автомобилей из Тольятти. Все это стало следствием серьезного экзамена, который легендарной «копейке» пришлось держать на первом в истории бренда LADA международном автосалоне – в Брюсселе.

– В 1970 году на ВАЗе было собрано уже более 20 тысяч автомобилей. К ноябрю с конвейера ежедневно сходило 300 машин, а 3 октября был собран первый 10-тысячный ВАЗ-2101, – рассказывает директор музея ОАО «АВТОВАЗ» **Татьяна Ралка**. – «Копеечка» набирала темп, и 20 января 1971 года ее показали на автосалоне в Брюсселе. А уже 27 января генеральный директор **Виктор Николаевич Поляков** проводит совещание о поставках наших автомобилей в Югославию – это и были отголоски Брюссельского автосалона. Через месяц, в феврале 1971 года, начались поставки автомобилей LADA на экспорт – около 300 автомобилей ушло в Европу...

Среди различнейших марок автомобилей почти всех стран света в Брюсселе демонстрировалось и шесть отечественных – ЗАЗ-966, УАЗ-451ДМ, ГАЗ-24, ЗИЛ-136ИГ, МАЗ-503 и ВАЗ-2101. О международном выставочном дебюте «Жигулей» в 1971 году на страницах «Волжского автостроителя» рассказывала **Нелла Быстрова** – руководитель и единственный на то время сотрудник только что созданного отдела рекламы и выставок (управление по экспорту и внешним экономическим связям появилось на ВАЗе в сентябре 1971 года): «Сейчас, когда день ото дня набирает темпы главный конвейер нашего завода и «Жигули» скоро будут занимать лидирующее место в легковом автомобилестроении, вопрос о рекламе встает очень остро, особенно на зарубежном рынке. Конечно, отличные данные нашей малолитражки являются уже сами по себе рекламой. Но в понятие рекламы не входит только одно направление – сбыть как можно больше машин. В своих рекламных проспектах и фильмах, в выступлениях в периодической печати мы постараемся рассказать, кроме этого, о быстром устранении дефектов, правилах разборки и сборки двигателя и т.д. Реклама для «Жигулей» – дело важное и нужное»...

