**Моссельпром**

Московское губернское объединение предприятий по переработке продуктов сельскохозяйственной промышленности (Моссельпром) было учреждено в 1921 году в системе Московского совета народного хозяйства (МСНХ), вплоть до начала 1920-х годов ведавшего столичными предприятиями пищевой промышленности, национализированными после революции. С 1 января 1922 года государственные кондитерские, табачные, мукомольные, хлебопекарные, дрожжевые, макаронные, пивоваренные, колбасные, консервные заводы и фабрики, а также предприятия виноделия и производства фруктовых и искусственных минеральных вод вошли в состав Моссельпрома. Он стал первым государственным концерном с коммунистической идеологией. В том же 1922 году было открыто петроградское (с 1924 года — ленинградское) отделение, позднее — отделение в Нижнем Новгороде.

В числе крупнейших вошедших в Моссельпром предприятий были кондитерские фабрики «Красный Октябрь» (б. «Товарищество Эйнем»), «Им. П. А. Бабаева» (б. «Товарищество Абрикосов и сыновья»), «Марат» (б. «Товарищество Иванов и Марков»); табачные фабрики «Дукат» (б. «Товарищество Дукат»), «Ява» (б. «Товарищество Габай»), «Красная звезда»; пивоваренные заводы № 1 (б. «Трёхгорное товарищество») и № 2 (б. «Хамовнический»), завод минеральных и фруктовых вод № 1 (б. «Товарищество Калинкина»), колбасная фабрика № 1 (б. «А. В. Чичкина»), мельнично-макаронная фабрика № 1 (б. «Товарищество Динг») и прочие другие.

В 1923 году Моссельпрому было выделено семиэтажное недостроенное здание бывшего доходного дома Титова. К 1924 году «первый советский небоскрёб» был достроен. Первый этаж здания был отведён под мучные склады, там же разместилась администрация продуктовых магазинов. На верхних этажах находилось правление. В том же году неподалёку от здания, в помещении бывшего ресторана «Прага», открылась столовая для работников Моссельпрома, вошедшая в состав Московского союза потребительских обществ (МСПО). Заведение работало и как общественная столовая.

В августе 1923 года Моссельпром участвовал в первой в СССР Всероссийской сельскохозяйственной и кустарно-промышленной выставке, проходившей на территории Нескучного сада.

Предприятия, входившие в состав Моссельпрома, производили широкий ассортимент пищевой продукции по отраслям, бывшим их специализацией до революции. Трест позиционировал строгий контроль за качеством продуктов, и периодически выпускал соответствующий отчет. Так, в 1927 г. химик-органик Ф.В. Церевитинов представлял в прессе доклад об исследовании всех сырых материалов, а именно: муки, сахара, патоки, какао, эссенций и красителей. Объясняя покупателям вред искусственных добавок, он рассказывал, что на производствах Моссельпрома применяются только безопасные натуральные ингредиенты: «Все изделия готовятся на свекловичном сахаре, и только в некоторых случаях добавляется небольшое количество крахмальной патоки». Целый раздел был посвящен использованию самой безвредной фольги из алюминия или чистого олова для обёртывания не только кондитерских изделий, но и для упаковки других товаров. Мясные и молочные продукты также производились с использованием научных разработок.

«Моссельпром» владел также рядом вспомогательных производств для оптово-розничной торговли — картонно-ящичная фабрика, художественная мастерская, типография и др. Розничная торговля осуществлялась в фирменных магазинах, ларьках, палатках, с передвижных тележек и лотков. Заказы на оптовую торговлю принимались в правлении треста.

В 1923 году доля продукции, продаваемой Моссельпромом кооперативам, повысилась с 11,5 % до 21,5 %. К 1925 году доля частника на подмосковном рынке понизилась до 69,5 % против 81,5 % в 1923—1924 годах. Оптово-розничная торговля велась Моссельпромом внутри СССР и за границей.

Находясь в состоянии конкуренции с частной торговлей в период нэпа, с самого начала своей деятельности Моссельпром придавал большое значение рекламе продукции и связанных с ней услуг. В первые годы существования Моссельпром сотрудничал с объединением ЛЕФ, главным образом, известным поэтом Владимиром Маяковским и не менее известным художником Александром Родченко. Была разработана единая графическая система корпоративного стиля — для основного здания, торговых точек, рекламных плакатов и упаковки.

Сам дом Моссельпрома стал виден издалека не только из-за многоэтажности, но и благодаря яркому украшению стен графической композицией. Оформлением занимался Александр Родченко.

Рекламные плакаты Моссельпрома были выдержаны в стиле русского авангардизма и конструктивизма. Она была яркой, заметной издалека и понятной простым людям. Она была выдержана в едином стиле, узнаваемом с первого взгляда. Намеренно грубый шрифт, незатейливое, даже схематичное, изображение продукта, а главное, напористость и уверенность в правоте – вот ее основные черты. Самые ходовые цвета – чёрный, красный, зелёный, жёлтый.

Владимир Маяковский сочинил лозунг, который известен по сей день: «Нигде кроме как в Моссельпроме», – это стало визитной карточкой объединения. Особенно поэту удавались надписи на обёрточных упаковках продуктов. Например, к столовому маслу был создан следующий стих: «Вниманию рабочих масс! Втрое дешевле коровьего, питательнее прочих масл». Для хлеба – «Во всех магазинах и киосках Моссельпрома в двух шагах от любого дома!»

Реклама Моссельпрома предлагала «самые вкусные вермишели и макароны», сорта карамели с идеологически выдержанными названиями «Наша индустрия», «Новые меры», «Красноармейская звезда», печенье «Красный авиатор», которое «не черствеет» и «питательнее, выгоднее булки», печенье «Полпредовское» и прочее. Специи «какие надо – от горчицы до маринада», фруктовые воды, которые «хороши для жаркой и холодной погоды», и даже «совершенно безвредные» папиросы «Моссельпром», «Красная звезда», «Шутка», «Прима», «Герцеговина Флор» и многие другие.

В 1925 году на Международной выставке современных декоративных и промышленных искусств в Париже Родченко и Маяковский получили серебряные медали за рекламные плакаты некоторых изделий.

Без сомнения, реклама Моссельпрома заполонила Москву того времени, конкурируя с вывесками, выполненными в традиционном стиле нэповских заведений. Она размещалась в газетах и журналах, на уличных транспарантах, вывесках магазинов и киосков, плакатах на афишных тумбах и витринах, печаталась на упаковках, этикетках, вкладышах и пр. Была разработана фирменная униформа для продавцов и сотрудников треста.

В конце 20-х годов Моссельпром создал собственную рекламную мастерскую, её возглавил художник Константин Юон. Стиль рисунков несколько изменился, стал более живописным. Использовались такие привлекательные способы, как намеренное увеличение продуктов. Каждый из оформителей привнёс свою манеру в рекламные изображения. Стал использоваться известный ещё с дореволюционных лет приём: в упаковку вкладывался подарок-сюрприз. Например, в пачке с папиросами покупатели находили календарик на следующий год.

Но и рекламные лозунги Маяковского сохранялись вплоть до закрытия объединения. Моссельпром был ликвидирован в 1937 году. Но, уйдя в историю, оставил яркий след.

Несомненно, создание промышленного объединения такого масштаба и с такой агрессивной рекламой достигло цели – Моссельпром стал доминировать в столице. Более того, у него открылись вспомогательные производства, где изготавливались различные виды тары, упаковок и прочего. Художественные мастерские по изготовлению рекламных плакатов, брошюр и упаковочной бумаги иногда выполняли работы в авральном режиме. Одним словом, создание гигантского предприятия было экономически и политически верным решением, поскольку достигло сразу нескольких целей: предприятия обеспечивали работой тех, кто в ней нуждался, продукция Моссельпрома была очень популярна. Приобретение данной продукции являлось ещё и политическим шагом: этим покупатель как бы определял своё отношение к власти.