

ДЫМ НЕЗАВИСИМОСТИ.

НА РОССИЙСКОМ ТАБАЧНОМ РЫНКЕ СЕГОДНЯ ОСТАЛИСЬ ЛИШЬ ЧЕТЫРЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ СИГАРЕТ-ПАПИРОС, НЕ ЗАВИСИМЫХ ОТ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ, ЧТОБЫ ВЫЖИТЬ, ОНИ ГОТОВЫ КРУТИТЬ СИГАРЫ И ПОМЕЩАТЬ ПОТРЕТ СТАЛИНА НА СВОЙ ТОВАР, АПЕЛЛИРУЯ К НОСТАЛЬГИЧЕСКИМ ЧУВСТВАМ ОТЕЧЕСТВЕННОГО КУРИЛЬЩИКА. ТЕ, У КОГО НЕ ХВАТИТ ФАНТАЗИИ, ПРОСТО ОБРЕЧЕНЫ.

Амбиции сверхмалых По оценке маркетинговой компании ACNielsen, нынешний объем российского рынка табачных изделий в физическом выражении составляет 357 млрд штук, а производится около 430 млрд штук. То есть не выкуривается и не экспортируется из России 70 млрд произведенных нашими фабриками сигарет. Транснациональные компании, под чьим контролем находится более 80% рынка, таким образом пытаются задавить конкурентов, по данным аналитиков, за первое полугодие 2006 года совокупная доля компаний без участия иностранного капитала составила 9% в физическом объеме рынка и 3, 5% - в стоимостном, за этот невеликий кусок (нижний и средний ценовые сегменты) борются четыре производителя. При этом две компании - Погарская сигаретно-сигарная фабрика и Балтийская табачная фабрика - последние два года увеличивают производство на 20% в год каждая. Впрочем, эти данные остались незамеченными маркетологами. "Возможно, в наших исследованиях есть погрешность, - согласилась сотрудник агентства "Бизнес-Аналитика" Снежана Равлюк. - Дело в том, что сохранившие независимость российские табачные компании распространяют свою продукцию в малых городах и сельских районах, которые мы не учитываем при составлении рейтингов. Тем не менее при детальном исследовании мы видим, что свои доли эти игроки действительно увеличивают". Два других российских производителя - "Донской табак" и "Невотабак" - теряют свою долю. Основная интрига сегодняшнего рынка - кто из россиян покинет игру. В том, что покинуть ее должен именно кто-то из этой четверки, сомнений нет: слишком привлекателен растущий на 1 - 2% рынок российских курильщиков, чтобы от него отказывались иностранцы.

На север через юг

Владелец Балтийской табачной фабрики (БТФ) Владимир Казаков детство и отрочество провел в Пятигорске. Именно этим обстоятельством он объясняет тот факт, что юг России стал для производителя сигарет из Калининграда важным стартовым регионом. Решение кажется опрометчивым - на юге конкуренция и без БТФ достаточно острая, поскольку в Краснодарском крае находится фабрика Philip Morris (Краснодарский край), а в Ростове-на-Дону - одна из крупнейших в России фабрик "Донского табака". Тем не менее за первые четыре года присутствия компания сумела стать заметной на рынке.

Вообще-то опрометчивым казалось и то решение Казакова, с которого все началось: в 1999 году он купил разорившуюся табачную фабрику в Калининграде. Фабрика была построена двумя годами ранее неудачливыми торговцами сигарет, производила всего 300 коробов в месяц, досталась Казакову за копейки. Позже, как уверяет владелец, он вложил в переоборудование \$45 млн. До начала своей производственной карьеры Владимир Казаков тоже торговал сигаретами, был эксклюзивным дистрибутором марки "Петр I" компании RJR (после покупки японцами переименована в JTI). Российский рынок уже тогда был перенасыщен, а со временем ситуация стала только ухудшаться. Но дело у Казакова пошло. "Каждый год мы увеличиваем производство на полмиллиарда сигарет, в этом году сделаем 6, 2 млрд, а в следующем - уже 7 млрд. Проблема в том, что мы не можем удовлетворить спрос, у нас уже нет производственных площадей", - рассказывает он. За семь лет БТФ вошла в десятку крупнейших фабрик, догнав по объемам производства "Нево-табак". В прошлом году БТФ купила фабрику на освоенном юге, в Армавире. Туда предполагается перевезти оборудование с калининградской фабрики, а для Калининграда уже закуплено новое, заворачивающее 10 тыс. сигарет в минуту. Секрет успеха Казаков скромно объясняет качеством товара и умением его продавать: "Китайское сырье мы не покупаем, табак берем только американский и аргентинский. Сейчас ведь потребитель абы что курить не будет, не 1998-й на дворе. Стоит расслабиться на минуту, и все - рынок упущен". Впрочем, эксперты утверждают, что качество как раз вопрос не ключевой, хотя и важный. "Сейчас все оставшиеся на плаву фабрики делают сигареты приличного качества, - говорит заместитель директора ассоциации "Табакпром" Виктор Стефашин. - Другое дело маркетинг. Транснациональные корпорации уже не закладывают на раскрутку одного нового брэнда меньше \$3 - 5 млн. Как с ними можно конкурировать? Никак". Затраты БТФ на маркетинг, по признанию Казакова, мизерны. Зато он не ленится создавать брэнды, точно попадающие в цель. Ориентируясь только на средний ценовой сегмент, БТФ имеет в своем портфолио два десятка брэндов. Для юга России сделали сигареты "Ростовские" и "Сталинградские", для Центрального региона - "Волжанин", для севера - "Е95", для

любителей импортной продукции - Joe Black, Feast, Ufa Menthol, Victory, Modern, Windser, для интеллигенции - сигареты Ваугон (они, как утверждают в БТФ, особенно популярны - даже несмотря на то, что имя английского поэта написано неверно).

В политические игры Казаков не играет - не состоит в ассоциации "Табакпром" ("Дорого, \$500 тыс. просят за вход, такие деньги год отбивать"), не бьется за бюджетные заказы ("Поставки в армию по четыре рубля за пачку? Да за эти деньги только елок напилить в сигареты!"). Зато с огромным энтузиазмом занимается выстраиванием собственной розницы. Очевидно помня на собственном примере минусы работы производителя с дилерами, Казаков не связывается с ними вовсе. Вместо этого компания содержит собственную сеть из 28 региональных представителей.

"Собственную сбытовую сеть мы в состоянии заставить работать с максимальной эффективностью, - рассказывает директор БТФ.- Сейчас мы уже 18% продаем в Петербурге, 11% - в Москве, 5% отправляем на экспорт - в США, Канаду, Арабские Эмираты. Единственные из российских производителей в сети duty free представлены". Будущее представляется владельцу БТФ светлым: "Основная тенденция на сегодняшнем рынке - переход потребителей из низкого сегмента в средний. А мы в среднем ценовом сегменте действуем эффективнее всех. В течение пяти лет эта тенденция сохранится - и мы нынешние темпы роста сохраним".

Сигары из Погара

Такая тенденция действительно существует. Еще в 1996 году овальные сигареты и папиросы занимали больше половины российского рынка. Сейчас этот сегмент занимает всего 8, 5% рынка, и ему пророчат скорую смерть. Владельцы Погарской сигаретно-сигарной фабрики (ПССФ), купившие предприятие в 1998 году, как будто и не слышали об этих пророчествах. ПССФ наращивает свое присутствие именно в нише дешевого табака, последние два года компания прибавляет 20% ежегодно. Фабрика, традиционно производившая папиросы и овальные сигареты (без фильтра), за последние два года увеличила производство этого вида сигарет больше чем на 2 млрд штук. В 2006 году будет произведено порядка 11 млрд штук сигарет "Прима", "Астра", а также папирос "Беломорканал".

Успехи погарской фабрики тем более неожиданны, что она не является эксклюзивным производителем этих брендов - они находятся в совместной собственности членов "Табакпрома". "Мы контролируем 60% производства "Беломорканала" в России и, пока на него есть хоть какой-то спрос, не собираемся отказываться от этого продукта", - сообщил Анатолий Верещагин, управляющий по связям с общественностью компании JT1. Зато на ПССФ свое производство "Примы" и "Астры" разместила "БАТ Россия". Таким же образом поступили владельцы разорившихся елецкой, челябинской, самарской, астраханской и курской фабрик, разместившие теперь свои объемы "овала" на успешном Погаре.

"Что бы ни говорили маркетологи, мне кажется, низкий ценовой сегмент будет жить еще долго, - говорит Виктор Стефашин из "Табакпрома".- Экономика у нас сырьевая, люди заняты тяжелым физическим трудом, легкими сигаретами не накуриваются. "Приму" и "Беломорканал" курит не только старшее поколение, молодые шахтеры тоже курят". В Европе существует мода на овальные сигареты среди молодежи, - утверждает руководитель отраслевого агентства "Русский табак" Максим Королев Возможно, у нас она тоже появится". Погар, похоже, из этого и исходит. Во всяком случае, продвижение погарской "Примы" на российский рынок идет через апелляцию как к старшему поколению, так и к молодому. Линейка "Примы" усилилась "Примой ностальгией" в двух вариациях - с портретом Ленина на фоне логотипа "Правды" и с портретом Сталина на фоне приказа "Ни шагу назад!", а также "Примой крепкой" и "Примой" в романтическом стиле - с юной парочкой в стиле ретро. Производство "Примы" претерпело диктуемые временем перемены. Так, "Прима ностальгия" делается из смеси импортных Табаков, в то время как в "Приму крепкую" добавляется табак местного - погарского - производства. Собственно, табак в Погаре выращивали и до революции и даже отправляли его на экспорт. В 1999 году при помощи Краснодарского НИИ табака и махорки в Погаре осуществили успешный эксперимент по выращиванию аналогов молдавских скороспелых Табаков, и теперь этот табак выращивается на Брянщине.

При этом, трезво оценивая реальность, ПССФ выходит в смежный сегмент - производство сигар. Впрочем, погарская фабрика была единственной в России, производившей и даже экспортировавшей сигары с начала прошлого века. Немецкие фабриканты Руттенберги основали здесь сигарное производство в начале первой мировой войны. Существует легенда о том, что во время уже второй мировой на Тегеранской конференции

погарские сигары курил Уинстон Черчилль, а покурив, высоко оценил их и стал поклонником на всю жизнь. Живут, впрочем, до сих пор и легенды с участием Черчилля, армянского коньяка и крымской форели, и бог знает сколько еще брэндов живы благодаря этому хитрейшему из британцев. Как бы то ни было, в 2003 году после многолетнего перерыва ПССФ выпустила на рынок сигары и сигариллы Cherokee, с тех пор разнообразят ассортимент (есть уже "Чероки корона", "Чероки робуста", сигариллы "Премьер 110", "Чероки НО классик", "Чероки вишня" и даже "Чероки ваниль"). Продажи растут - за первый год фабрика произвела 350 тыс. сигар и сигарилл, в 2004-м - уже 435 тыс., а в прошлом - более полумиллиона.

"Развивать нишевые направления мы решили давно и с каждым днем убеждаемся в правильности решения, - говорят на фабрике. Наше производство сигарет без фильтра сохраняется, однако в долгосрочной перспективе этот рынок все равно ждет падение". С прошлого года количество новых ниш для Погара пополнилось производством трубочного табака, а в ближайшее время планируется также освоить выпуск кальянного, нюхательного табака и табака для самокруток.

На форуме курильщиков трубки в интернете отзывы о погарском табаке распределились в соотношении два положительных к одному отрицательному. Большинство курильщиков, оговорившись, что "это, конечно, не Gawith & Hoggarth (известный британский производитель трубочного табака. - "Деньги"), но и не махорка все ж", решили, что по цене 100 рублей за пачку погарский табак курить можно и даже приятно.

Эксперты оценивают стратегию ПССФ как вполне продуманную. "Ниша табака для самокруток и нюхательного табака вообще еще не открыта в России. Кто первый в нее выйдет, тот и застолбит", - говорит Андрей Марков из "Тобакко-ревью", советуя, впрочем, больше, нежели сейчас, внимания уделять закупкам качественного табака.

Пока толстый сохнет

В отличие от растущих и разных БТФ и ПССФ две более крупные, но теряющие темп фабрики внешне как будто похожи. И "Донской табак", и "Нево-табак" заявляли в свое время о привлечении иностранных инвесторов для продвижения на перспективный элитный сегмент табачного рынка. "Донской табак" первым заявил о привлечении Innovation Tobacco Company, которая поможет ему создать в высоком сегменте брэнд Continent (lights и superlights), в среднестойимостном - Kiss (формат super-slims), в низкостойимостном - Marshal. "Нево-табак" объявил о похожем событии в этом году. С помощью American Cigarette Tobacco Company (ACTC) компания предполагает запустить три брэнда класса "премиум" название первого - Arctic, остальные пока неизвестны) и два в среднем сегменте. Впрочем, при ближайшем рассмотрении различия все же обнаруживаются.

Участники рынка между собой однозначно считают партнера "Донского табака" выдумкой владельца ростовской фабрики депутата Госдумы Ивана Саввиди. Привлечение такого вымышленного партнера считается удачным ходом для вывода на премиум-сегмент марок с латинскими названиями, поскольку к исконно русскому табачному премиум-продукту россиянин доверия не испытывает. Впрочем, инвестиционные возможности у владельца ростовской фабрики и без иностранного капитала приличные - в переоборудование фабрики (она была не просто перенесена с правого берега Дона на левый, на левом берегу построили уникальную для России фабрику полного производственного цикла) вложено более 1 млрд рублей.

Что касается "Нево-табака", партнерство оказалось более реальным. ACTC - компания тоже молодая, но основанная реальной легендой мирового табачного рынка Барри Сайтингом для воплощения его личных разработок в области создания новых сортов сигарет. Вложения в эти разработки ACTC готова сделать вполне реальные - \$25 млн, в то время как российская сторона вложит \$10 млн. Выпустив и раскрутив новые марки, "Нево-табак" хочет занять по 2% премиального и среднего сегментов рынка. Эксперты оценивают эти планы более позитивно, нежели намерения ростовчан. ""Донской табак" - удивительная компания, - говорит Андрей Марков из "Тобакко-ревью".- Она своими силами построила одну из лучших в России фабрик, при этом сильных брэндов у нее нет. Если бы кто-нибудь из транснационалов располагал такими дополнительными мощностями, они бы не оставили шансов никому".

Тем не менее однозначно говорить о том, кто из российских игроков покинет арену, наблюдатели не решаются. "Российским производителям легче играть на поле низкого и среднего сегментов, - говорит Виктор Стефашин из "Табакпрома".- В этом смысле Погар и БТФ выбрали правильную стратегию. Что касается поползновений на

верхний сегмент, то там шансов у россиян меньше". "На сужающемся рынке кто-то из российских участников будет терять позиции, - говорит Андрей Марков.- Транснациональные корпорации имеют возможность работать на склад, а для независимых производителей такого рода тактическое выжидание невозможно. На сегодняшний день каждый производитель выживает в силу своих возможностей и коммерческих способностей. Но как именно будут разворачиваться события вокруг судьбы каждой из независимых фабрик - это для всех пока загадка".

ПОГАРСКАЯ ФАБРИКА БЫЛА ЕДИНСТВЕННОЙ В РОССИИ, ПРОИЗВОДИВШЕЙ И ДАЖЕ ЭКСПОРТИРОВАВШЕЙ СИГАРЫ С НАЧАЛА ПРОШЛОГО ВЕКА. НЕМЕЦКИЕ ФАБРИКАНТЫ РУТТЕНБЕРГИ ОСНОВАЛИ ЗДЕСЬ СИГАРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО В НАЧАЛЕ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

В 1996 ГОДУ ОВАЛЬНЫЕ СИГАРЕТЫ И ПАПИРОСЫ ЗАНИМАЛИ БОЛЬШЕ ПОЛОВИНЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА. СЕЙЧАС ЭТОТ СЕГМЕНТ ЗАНИМАЕТ ВСЕГО 8, 5% РЫНКА, И ЕМУ ПРОРОЧАТ СКОРУЮ СМЕРТЬ

