

## "Ливиз" сдает в аренду долю рынка.

дорогой водки

Как стало известно "Ъ", петербургский завод "Ливиз" нашел нового арендатора для своих мощностей. В ближайшее время компания может лишиться выгодного контракта по розливу брэнда "Русский стандарт" (принадлежит компании "Руст"). Зато розлив двух новых марок водки премиального сегмента с января 2007 года на мощностях "Ливиза" собирается начать группа "Дейрос". По мнению участников рынка, поскольку данный сегмент интересен многим производителям, продвигнуться в нем новому игроку будет непросто.

С января следующего года дистрибьюторская компания "Дейрос" собирается начать розлив двух новых марок в сегменте субпремиум на мощностях завода "Ливиз". Названия марок в компании пока не раскрывают, презентация продукта пройдет весной следующего года. "В настоящий момент переговоры с производителем находятся в стадии подписания договора. Новые продукты будут позиционироваться в субпремиальном сегменте с розничной ценой 180-200 рублей за бутылку 0,5 л. Предполагаемые объемы для начала составят около 50 тыс. дал водки в месяц, но уже в течение года мы рассчитываем удвоить объемы производства", - рассказывает директор по маркетингу компании "Дейрос" Наталья Шумилина. По ее словам, основными рынками сбыта новых брэндов станут Москва и Петербург.

Сейчас "Дейрос" работает в сегменте масс-маркет, производя водку под брэндами "Довгань" и "Добрая" стоимостью 125-130 рублей за бутылку. Выход в премиальный сегмент связан с тем, что руководство компании видит в нем больше перспектив для дальнейшего развития. "Дорогой продукт открывает больше возможностей для его продвижения на рынке в условиях многочисленных ограничений на рекламу", - уверены в "Дейросе". По оценкам экспертов, компании придется инвестировать около \$5-8 млн в рекламу и продвижение марок на рынке.

По данным компании "Бизнес-аналитика", в первом полугодии 2006 года основными игроками субпремиального сегмента являлись: "Союз-Виктан" (28,2%), Nemiroff (21%), ЗАО "Урожай" (15,5%), "Оверлайн" с ТМ "Мягков" (13%), РВВК (4,6%). По оценкам аналитиков компании "Союз-Виктан", объем субпремиального сегмента рынка двух столиц составляет около 150 тыс. дал в месяц и у данного сегмента широкие ценовые границы: 120-220 рублей. "Около 80 процентов этого рынка все же сосредоточено в Москве, на долю Санкт-Петербурга приходится только 20 процентов. Сегодня именно сегмент премиум показывает наиболее высокие темпы роста: рост в 1,8 раза, то есть практически удвоение объемов в 2006 году по сравнению с аналогичными показателями 2005 года", - говорит Александр Чекмарев, групп-брэнд-менеджер "Союз-Виктан". С ним соглашается аналитик отдела анализа рынка акций банка "КИТ Финанс" Максим Саенков. "Спрос на премиальную водку будет расти и в России, и за рубежом, а норма прибыли в премиум-сегменте одна из самых высоких - 30-40 процентов, что в случае острой конкуренции позволит участникам снижать цены без ощутимых потерь для бизнеса", - прогнозирует он.

Вместе с тем, по мнению участников рынка, поскольку данный сегмент интересен многим производителям, конкуренция здесь очень высока. "Потребитель избалован, да и не так много людей могут себе позволить регулярно покупать дорогую водку. К тому же здесь уже продается большое число брэндов, так что завоевать свою нишу будет не так просто", - говорит глава компании "Уайтхолл Санкт-Петербург" Леонид Гелибтерман.

Что касается "Ливиза", то он вовремя нашел нового арендатора для своих мощностей. В ближайшее время компания может лишиться контракта с компанией "Руст" на розлив брэнда "Русский стандарт": "Руст" недавно запустил свой собственный завод в регионе. Напомним, что объем розлива "Русского стандарта" превышает около 1,1 млн дал в год. Руководство "Ливиза" пока очень осторожно комментирует информацию о новом арендаторе линий. "Мы не отрицаем факта переговоров, но подробности их пока не раскрываем", - заявил Юрий Никулин, генеральный директор ЗАО "Ливиз". По словам источника "Ъ" в компании, завод будет разливать "Русский стандарт" до января 2007 года. "У нас есть заказ от владельцев брэнда на розлив примерно 5 млн бутылок до конца 2006 года. Дело в том, что на новом заводе еще не отработаны до конца технологии розлива, поэтому пока "Руст" разливается на наших мощностях", - сообщил собеседник "Ъ".

\*\*\*

ЗАКОН ОКАЗАЛСЯ ОПАСНЕЙ АЛКОГОЛЯ

Сегодня экспертный совет по вопросам регулирования алкогольной продукции при комитете по экономической политике, предпринимательству и туризму Государственной думы соберет представителей алкогольной отрасли, чтобы обсудить действие нового закона "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции". По данным Министерства финансов, за восемь месяцев работы закон оказал на отрасль разрушительное воздействие. Количество организаций, осуществляющих производство этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции по России, сократилось на 37%: с 952 до 598. Производство алкогольной продукции в период с начала года до 1 сентября сократилось на 16%, производство спиртосодержащей пищевой продукции - на 43%, непищевой спиртосодержащей продукции - на 70%. С 1082 до 273 сократилось количество организаций, осуществляющих оптовую продажу (в том числе импорт) алкогольной и спиртосодержащей продукции. Общее падение импорта с апреля по июль 2006 года составило 87%. Кроме того, из доклада Минфина следует, что недобор акцизов по основным видам продукции, произведенной на территории РФ, составил более 2,5 млрд рублей, или 7% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Мария Шевченко

МАРИЯ ШЕВЧЕНКО "Ливиз" сдает в аренду долю рынка. // Коммерсантъ С-Петербург (Санкт-Петербург).- 18.10.2006.-195.-С.23