

## PARLIAMENT СТАНЕТ ЭКСКЛЮЗИВНЫМ.

Компания Philip Morris выводит на российский рынок эксклюзивную версию семейства сигарет Parliament Reserve. Новый вид сигарет будет распространяться исключительно по предварительному заказу. Эксперты считают, что при правильном позиционировании Parliament Reserve будет иметь успех.

Philip Morris представит новую марку сигарет Parliament Reserve в России в конце октября. Сигареты будут выпускаться в новом формате упаковки в виде портсигара, рекомендованная цена составит 200 руб. за пачку. "Продажи новой серии не будут ограничены по срокам, но тираж будет ограничен: одновременно клиент сможет заказать от одного до трех блоков Parliament Reserve", - говорит управляющий по связям со СМИ Philip Morris Ирина Бахтина. Она уточняет, что заказать новые сигареты можно будет только через дистрибутора "Меркурий" и только в Москве. "Заказ будет доставляться на дом, что также подчеркнет ключевые ценности брэнда: эксклюзивность, современность и высокое качество - серия рассчитана на состоятельных потребителей, которые ценят именно это", - добавляет Бахтина.

Напомним, Philip Morris уже запускал две серии limited edition в прошлые новогодние праздники - по одной на Marlboro и Parliament. Ограниченная серия Marlboro имела пачку серебристого цвета, которая открывалась сбоку наподобие зажигалки, а премиальный Parliament изменил цвет пачки на синий металлик. Но в отличие от Parliament Reserve, обе серии можно было приобрести в рознице и ресторанах: Marlboro - на заправках BP и примерно в 200 точках HoReCa, Parliament - в дорогих ресторанах.

По данным Business Analytica, по итогам продаж за первые восемь месяцев 2006 года доля сигарет Parliament на общероссийском рынке в объемном выражении (без учета продаж в точках общепита) составила 2,1% (за аналогичный период прошлого года этот показатель составил 1,8%). Генеральный директор Business Analytica Андрей Стерлин считает, что акция Philip Morris направлена не на увеличение продаж. "Обычно такие промоакции носят чисто имиджевый характер и направлены на повышение лояльности определенной прослойки. Когда серия ограничена, желание купить продукт становится больше. Большая часть людей, которые курят премиальные сигареты, за небольшие деньги ощущают себя причастными к высшей прослойке, на этом тщеславии основана большая часть таких рекламных кампаний", - объясняет Стерлин.

Руководитель отдела по работе с федеральными сетями Korea Tobacco & Ginseng (запускала ограниченную версию сигарет Esse стоимостью 120 руб. за пачку) Александр Коростылев считает, что методом подписки Philip Morris хочет проверить успешность новой серии Parliament. "Вполне возможно, что если количество подписчиков будет увеличиваться, Parliament Reserve запустят в открытую продажу. Если же проект себя не оправдает, компания может прекратить его продажи без риска огласки своей неудачи", - полагает Коростылев. А генеральный директор рекламной группы "Витрина" Вадим Куликов считает, что при правильном продвижении новая серия обречена на успех. "У многих производителей есть марки, которые продаются по закрытой подписке. Например, Treasure в алюминиевой пачке (сигареты, выпускающиеся компанией Chancellor Tobacco. - "Бизнес") стоят еще дороже - около \$30 - и имеют устойчивый спрос", - говорит Куликов.