

МИНУС ЗАПАХ

Компания JT International (JTI), российская «дочка» Japan Tobacco Inc., планирует усилить свое влияние на табачном рынке РФ. Сделать это она собирается при помощи необычной технологии поглощения дыма, разработанной инновационным департаментом материнской компании.

По данным агентства «Бизнес-Аналитика», сегодня более 62% российского рынка распределяется между тремя крупнейшими производителями: Philip Morris (26,6%), BAT (18,5%) и JTI (17,8%). Причем ситуация на рынке табачных изделий сегодня такова, что соперничество между лидерами возможно разве что в сегментах «премиум» и «суперпремиум».

Дело в том, что потребление сигарет в России последние три года стабильно составляет около 1700 штук на душу населения, равно как и количество курильщиков застыло на отметке 26% взрослого населения. При этом российский табачный рынок обладает высокой лояльностью потребителя к выбранной марке. Чтобы переключить курильщика с одного

бренда на другой, нужны очень большие усилия. А отличиться здесь сложно: ведь табак всеми компаниями закупается в одних и тех же местах, да и оборудование у всех примерно одинаковое. А все действительно революционные предложения в данной области делались лет 30 назад. Поэтому на табачном рынке очень высокая конкуренция.

«Чтобы получить конкурентное преимущество, надо предложить покупателю нечто уникальное, — рассказывает управляющий по связям с общественностью JTI Анатолий Верещагин. — Что, собственно, и сделала JTI, выпустив на рынок сигареты Lucia с инновационной технологией Less Smoke Smell (LSS) («меньше запаха табачного дыма»). По данным сравнитель-

ного анализа, проведенного исследовательским агентством Ipsos, при курении сигарет Lucia потребители ощущают меньше неприятного запаха дыма в окружающем пространстве, на одежде и волосах, чем при курении обычных сигарет». Суть изобретения — в использовании специальной сигаретной бумаги с содержанием уникального аромата, который и уменьшает концентрацию табачного запаха в воздухе.

Производство новых уникальных сигарет будет осуществляться исключительно на фабрике «Hamamatsu» в Японии. Инновационный товар будет продаваться в дорогом сегменте. Кстати, доля рынка сигарет премиального сегмента стабильно увеличивается, а в этом году по сравнению с 2005 годом рост составит более 15%. Причем самый высокий темп роста показал сегмент slims&superslims, который, по сравнению с 2004 годом, вырос на 80%. Так что, вполне вероятно, свежая разработка позволит JTI раздвинуть границы своего участия в этом сегменте.

Семен Костров