

# Coca-Cola хлебнет квасу

## Компания ищет партнера для розлива нового для себя напитка

**Компания Coca-Cola планирует запустить в России производство кваса. Как стало известно "Ъ", она предложила ряду российских производителей, среди которых компании Efes, Sun Inbev и «Бородино», начать розлив напитка на их мощностях. В прошлом году PepsiCo освоила выпуск сухариков, вспоминая эксперты, объясняя интерес транснациональных гигантов к традиционным русским продуктам тем, что российский рынок стал для международных компаний одним из самых приоритетных.**

О планах Coca-Cola начать производство собственного кваса "Ъ" рассказали сразу несколько участников рынка. По их словам, компания ведет активные переговоры с производителями пива и кваса о розливе напитка на их мощностях. «Российские заводы Coca-Cola, на которых стоит оборудование для производства газированных напитков, не подходят для производства кваса, — поясняет

топ-менеджер одной из пивоваренных компаний, с которой велись переговоры. — Технология производства кваса включает процесс брожения, нужно специальное оборудование». По информации "Ъ", переговоры велись с рядом крупных производителей пива и напитков: Efes, Sun Inbev, «Бородино», «Полустово».

В компании Efes факт переговоров вчера подтвердили. «Переговоры с Coca-Cola касательно розлива кваса на казанском предприятии группы Efes (завод "Красный Восток". — "Ъ") действительно велись в конце 2006 года, — говорит менеджер по связям с общественностью "Efes-Россия" Кирилл Устинов. — Однако окончательного решения принято не было». Подтвердить или опровергнуть эту информацию в пресс-службе российского подразделения Coca-Cola вчера отказались. Тем не менее источник "Ъ" в Coca-Cola подтвердил как факт ведения переговоров, так и то, что на первом этапе компания планирует использовать контрактные мощности. Дальнейшие действия

Coca-Cola, по его словам, будут зависеть от того, как будет продаваться напиток.

Покупатели будут смеяться над новым продуктом Coca-Cola, отмечают участники рынка. «Самое словосочетание "квас от Coca-Cola" вызовет улыбку, — говорит глава одной из дистрибуторских компаний. — Но так как компания придерживается четких корпоративных стандартов, ей придется делать фирменное оформление упаковки. Не думаю, что потребитель воспримет это положительно». Тем не менее выход такого игрока наверняка положительно повлияет на рынок, отмечает директор по маркетингу и продажам компании «Дека» (квасной брэнд «Никола») Никита Волков: «Coca-Cola наверняка проведет крупномасштабную рекламную кампанию новой для себя категории напитка, что поднимет продажи кваса в целом».

• *Крупнейший в мире производитель прохладительных, напитков Coca-Cola Company создана в США в 1892 году. Продюкция компании представле-*

*на более чем в 200 странах мира. По итогам девяти месяцев 2006 года, выручка компании составила \$18,156 млрд, чистая прибыль — более \$4 млрд.*

Эксперты и аналитики считают тем не менее новый проект Coca-Cola вполне оправданным. «Сегмент кваса по итогам прошлого года был самым быстрорастущим на рынке напитков: только за первые полгода в денежном выражении он вырос на 46%, — говорит старший аналитик «Бизнес Аналитики» Снежана Равлюк. Таким образом, по предварительным данным, весь рынок в 2006 году в денежном выражении достиг \$215 млн, а в объемном 25-30 млн дал. По прогнозам участников рынка, такие темпы роста сохранятся в ближайшие несколько лет. «Потенциал роста у этого сегмента достаточно велик, — говорит Никита Волков из "Деки". — В 1992 году объем потребления кваса в России был в три раза больше, чем сейчас, около 70 млн дал».

Внимание транснациональных корпораций к исконно рус-

ским продуктам говорит о том, что российский рынок стал для них одним из приоритетных. «Похоже, что за счет более интенсивного развития в других странах они хотят компенсировать падение продаж на своем базовом рынке», — говорит Игорь Макурин. Так, по данным американского журнала Beverage Digest, ежегодное потребление газированных напитков в США в 2005 году сократилось с 837 до 828 порций (бутылка объемом 0,6 л) на душу населения, а объем продаж упал на 0,7%. Реализация основных брэндов крупнейших американских производителей газированной воды — Coca-Cola и Pepsi — снизилась соответственно на 2% и 3,2%. «Этим летом PepsiCo занялась производством сухариков, а также специально для российского рынка выпустила чипсы Lays со вкусом белых грибов и сметаны, — говорит гендиректор RVR Communications Игорь Макурин. — После этого Coca-Cola оставалось только начать разливать квас».

**Светлана Ментюкова,  
Александр Демчук**