

Конкуренция >>> Скандальная новая реклама пивоварни

«Балтика» вышибает конкурента клином

СПб. Новый рекламный ролик пива «Арсенальное» может стать началом рекламной войны ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» и ОАО «САН Интербрю».

Маргарита Рахнова

margarita.rahnova@dp.ru

По сюжету нового ролика пива «Арсенальное» (производитель — «Балтика») терпящее бедствие судно спасают с помощью бутылки «Арсенального», используемой вместо сломанного клина. Финальный рекламный лозунг клипа — «Обошлись без клина». Маркетологи сразу же уловили в этом намек на пиво «Клинское», производимое ОАО «САН Интербрю».

«Любые рекламные войны неэффективны и, как правило, несут убытки обеим сторонам», — считает Андрей Рудашевский, председатель совета директоров ЗАО «Рекламное агентство «Прайм». «В российском обществе сильна традиция заступничества, и подобный ход может привести к обратному эффекту — люди будут активнее потреблять «Клинское». Примеров рекламных войн на российском рынке множество и, насколько я знаю, с существенным увеличением продаж они не приводили», — говорит Александр Соколовров, руководитель департамента рекламы и маркетинга ООО «Торговый дом «Роллтон». Любопытно, что из топовых российских брендов пива только «Клинское» и «Арсенальное» демонстрируют отри-



ФОТО: ЕЛЕНА ЯКОВЛЕВА

Ситуацию с падением продаж бренда «Арсенальное» «Балтика» решила исправить за счет конкурентов.

дательную динамику (см. график). В то же время некоторые эксперты считают, что эффективность такого рекламного хода оценивать рано. «Лозунг, конечно, провокационный, однако вряд ли можно утверждать, что здесь есть однозначная связь с падением обеих марок. С другой стороны, как и в любом другом случае, очевидно, целью подобной провокации является привлечение внимания к бренду. А будет ли это эффективно для изменения отрицательной динамики доли марки — время покажет», — говорит Снежана Равлюк, аналитик компании «Бизнес Аналитика».

В обеих пивоваренных компаниях скандальный ролик пока не комментируют.

ЦИФРЫ

РЫНОК ТАРИРОВАННОГО ПИВА, ведущие марки,

доля рынка по стоимости

■ I кв. 2006 г. ■ II кв. 2007 г.

«Балтика»



«Клинское»

■ 5,5

■ 4,9

«Жигулевское»

■ 3,3

■ 3,9

«Арсенальное»

■ 4,1

■ 3,6

«Охота»

■ 3,2

■ 3,4

Источник: «Бизнес Аналитика»

