

## «Флагман» утлывет в Наро-Фоминск

### ММВЗ прекращает производство водки на заводах конкурентов

**ТД "Межреспубликанский винный завод" (ММВЗ), в конце лета ставший собственником водочного брэнда «Флагман», собирается выпускать его только на собственных мощностях. Сейчас ММВЗ ведет переговоры о том, чтобы с ноября прекратить производство марки на заводах группы ОСТ и РВВК. Если раньше по заказам выпускалось около 750 тыс. дал «Флагмана», то ММВЗ рассчитывает разливать почти в пять раз больше — до 3,5 млрд, именно столько составляют мощности его завода в подмосковном Наро-Фоминске.**

В конце августа ММВЗ приобрел водочный брэнд «Флагман» у Русской винно-водочной компании (РВВК). Для участников рынка сделка стала неожиданностью, поскольку основным претендентом на брэнд считалась компания А1, входящая в «Альфа-групп» (см. "Ъ" от 11 июля 2007). Источник, близкий к сделке, сообщил, что она была закрыта «Б рекордно короткие сроки» — между предложением о покупке и подписанием договора прошло всего три недели.

Почти так же быстро ММВЗ принял решение о переносе производства этой марки на свое предприятие. Как рассказала "Ъ" пресс-секретарь группы ОСТ Татьяна Лукьянова, сейчас ведутся переговоры о прекращении производства «Флагмана» на заводе группы в подмосковной Чер-

ноголовке и на предприятии СПИ-РВВК в Калининграде. Ранее оба завода совокупно выпускали около 750 тыс. дал «Флагмана» в год, из них примерно 630 тыс. дал производилось на ОСТе (примерно 25-27% всего производства ликероводочных изделий группы). По словам госпожи Лукьяновой, ОСТ собирается заменить «Флагман» собственными водочными брэндами, но назвать их она отказалась.

Бывший менеджер РВВК знает о таких планах ММВЗ, но уверен, что «Наро-Фоминский ЛВЗ не готов к запуску „Флагмана“ через полтора месяца», поэтому ОСТ сохранит свой контракт «минимум до марта» 2008 года. По его данным, на производстве «Флагмана» ОСТ зарабатывает около 120 млн руб. в год.

Директор по маркетингу ММВЗ Светлана Сенковская подтвердила, что в планах компании «реанимация» брэнда уже на собственном заводе. По ее словам, «линия в Наро-Фоминске рассчитана на 3,5 млрд дал», и ее планируется загрузить полностью. «Мы не считаем „Флагман“ умирающим брэндом и будем активно заниматься восстановлением его позиций на рынке», — заключила госпожа Сенковская. По ее словам, нарo-фоминский «Флагман» будет отгружаться уже через месяц-полтора, до ноября его производство прекратится на заводах конкурентов.

• Торговый дом "Межреспубликанский винзавод" объединяет пять заводов: Московский

межреспубликанский винодельческий завод (ММВЗ), Наро-Фоминский ЛВЗ, Московский завод шампанских вин, молдавский винно-коньячный завод СП "Кэ-лэрашь Дивин", болгарский винзавод "Винпром Русе" и французский коньячный Janssen SAS

В 2006 году выручка составила примерно 3,54 млрд руб., что на 50% больше показателя 2005 года. Поданным Союза участников алкогольного рынка (СУ-АР), за первое полугодие 2007 года ММВЗ произвел 128 тыс. дал водки ликероводочной продукции (0,22% рынка).

По данным «Бизнес-Аналитики», в 2005 году «Флагман» занимал 3,2% российского рынка водки по стоимости, а по итогам 2006 года — 2,6%. «Узнаваемость „Флагмана“ очень высокая, но его возрождение потребует серьезных вложений в маркетинг», — предположил представитель «Росспиртпрома» Дмитрий Добров. Уточнить размер вложений он отказался. Директор по маркетингу и развитию РВВК Михаил Назаренко уверен, что «долгая история „Флагмана“ и его прошлые заслуги позволят ММВЗ быстро занять лидирующие позиции в сегменте „премиум“». Но вера в перспективы брэнда не помешала РВВК продать его приблизительно за \$30 млн, по экспертным оценкам. Основатель РВВК Артур Перепелкин объяснял, что собирается «инвестировать в другие отрасли».

**Ирина Парфентьева**