

Рейтинг водочных брендов народного сегмента

24.09.2007. Yarmarka.net

По итогам аудита розничной торговли ИА "Бизнес-аналитика" составлен рейтинг водочных брендов народного сегмента.

В первую пятерку рейтинга вошли самые продаваемые водочные бренды в России: "Хлебная дорога" (Веда), "Славянская" (ГК "Заводы Гросс"), "Богородская" (ОСТ-Алко), "Полтина" (ГК Галакта") и "Столичный доктор" (Виноградов).

Из пятерки лидеров федеральными брендами (представленными во всех регионах РФ) являются только "Хлебная дорога", "Славянская" и "Полтина". Каждый федеральный бренд имеет свои сильные территории. "Хлебная дорога" лидирует в народном сегменте в Сургуте и Нижневартовске, "Славянская" — в Пскове и Иркутске. "Полтина" — самая покупаемая водка народного сегмента в Новосибирске, Екатеринбурге, Орле, Саратове и Челябинске.

Номер Марка (тор-10 народного сегмента) Доля марки в сегменте (%)

1 Хлебная дорога, Веда 5,4%

2 Славянская, Гросс 4,7%

3 Богородская, Ост 4,0%

4 Полтина, Галакта 3,7%

5 Столичный Доктор, Виноградов 2,6%

6 Застолье, ЗСВ Вологда 2,2%

7 Кузьмич, Веда 2,2%

8 Исток, Исток 2,0%

9 Медаль, Кристалл-Лефортово 2,0%

10 Праздничная, Московский завод Кристалл 1,8%

Завершают рейтинг народные марки "Застолье" (ЗСВ "Вологда"), "Кузьмич" (Веда), "Исток" (Исток), "Медаль" (Кристалл-Лефортово) и "Праздничная" (Московский завод "Кристалл").

"Сегодня, на народный сегмент приходится 49% продаж всего российского водочного рынка в натуральном выражении, — отмечает бренд-менеджер "Полтины", Евгения Федорова. — В этом сегменте представлено около 1040 водочных торговых марок народного сегмента и как следствие, самый высокий уровень конкуренции".

В 2007 году, к народному сегменту аналитики относят водку в ценовом диапазоне от 75 до 100 рублей за 0,5 л.

Рейтинг водочных брендов народного сегмента составлен аналитической службой ГК "Галакта" на основании данных аудита розничной торговли ИА "Бизнес-аналитика", проведенного в мае-июне 2007 года в российских городах с населением свыше 100 тысяч человек.

<http://www.yarmarka.net/news/print.asp?id=44761&type=news>