

# ОСТ продаст водку без «Ладоги»

## Московская компания реформирует систему дистрибуции

Как стало известно РБК daily, объявленный в прошлом году совместный проект группы ОСТ и петербургского холдинга «Ладога» по перекрестной дистрибуции так и не был реализован. Московский производитель решил самостоятельно выстраивать отношения с оптовыми компаниями в регионах, реформировав систему дистрибуции. С февраля этого года ОСТ переходит от предоставления ретробонусов к системе прямых скидок для своих партнеров. Кроме того, в планах компании создание эксклюзивных торговых команд на базе дистрибьюторов. За счет этого по итогам 2008 года компания рассчитывает увеличить объем продаж на 20—25%.

ЗАО «Группа предприятий ОСТ» объединяет около 30 предприятий. По состоянию на май 2007 года акционерами компании были Лариса Пекарева (70%), Елена Филиппова (15%), Елена Сорокина, Татьяна Пекарева и Владимир Поликарпов (по 5%). Основные бренды — «Богородская», «Стольная», «Шустовъ» (крепкий алкоголь), Vintage и Jet (слабоалкогольные коктейли), «Напитки из Черноголовки», «Черноголовская» (безалкогольные напитки). Объем производства алкогольной продукции в 2006 году составил

3,6 млн дал. По данным «Бизнес Аналитики», в денежном выражении ОСТ находится на шестом месте среди российских производителей водки с долей рынка в 3,6% (первое полугодие 2007 года).

Намерение заниматься совместной дистрибуцией ОСТ и «Ладога» озвучили в апреле прошлого года. Предполагалось, что ОСТ возьмет в свой дистрибуционный портфель продукцию «Ладоги» в Московской области, а та таким же образом поможет ОСТ на рынке Северо-Западного региона. Тогда основатель ОСТ Владимир Пекарев в разговоре с РБК daily не исключил также возможности объединения бизнеса двух компаний.

Между тем, как рассказали вчера РБК daily в группе ОСТ, компания приняла решение отказаться от сотрудничества с «Ладогой» в пользу самостоятельной работы с дистрибьюторами. Вчера же, по словам коммерческого директора «ОСТ-Алко» Константина Лазарева, совет директоров компании принял новую программу дистрибуции, которая предполагает переход от системы ретробонусов к предоставлению прямых скидок оптовым партнерам. «Максимальная скидка по премиальному пакету может достигать 16%. Она будет зависеть от объемов реализован-

ной дистрибьютором продукции, ее ассортимента и уровня представленности в рознице», — отмечает г-н Лазарев. Кроме того, по его словам, компания планирует создание собственных торговых команд, которые будут работать на базе дистрибьюторов. Финансовый директор ОСТ Алексей Мустьяца прогнозирует, что по итогам этого года это позволит компании увеличить объем продаж на 20—25%.

Участники рынка находят странным, что к прямым скидкам ОСТ решила перейти только сейчас. Президент ТПГ «Кристалл» (Калуга) Сергей Зивенко говорит, что данная модель существует практически у всех производителей: «Обычно скидки составляют около 18%». По мнению г-на Зивенко, вариант сотрудничества с «Ладогой» был бы более перспективным для ОСТ с точки зрения подъема продаж. Согласно последним данным агентства «Бизнес Аналитика», в Москве и области ОСТ занимает второе место на рынке с долей 11,6% (в стоимостном выражении), тогда как «Ладоге» принадлежит только 0,3% (29-е место). На питерском рынке у ОСТ — 44-е место (0,2%), а у «Ладоги» — 5-е (5,5%). Разрыв отношений с ОСТ в «Ладоге» вчера не смогли прокомментировать.

Директор Центра исследования федерального и регионального рынков алкоголя Вадим Дробиз сомневается, что реформирование системы дистрибуции будет способствовать серьезному росту продаж ОСТ: «У компании сейчас временный маркетинговый застой, поэтому ей стоило бы больше внимания уделить разработке новых брендов, чтобы добиться существенных показателей роста».

## «СИНЕРГИЯ» ПОЙМАЛА «БЕЛУГУ» В ЕВРОПЕ

Российский производитель водки «Синергия» выкупил и зарегистрировал права на водочный бренд «Белуга» в Великобритании, Франции, Германии и США. Об этом РБК daily рассказал председатель совета директоров компании Александр Мечетин. Ранее сообщалось, что «Синергия» ведет переговоры с немецкой дистрибуторской компанией International Spirits Forum (ISF, входит в российскую «Парламент групп») о продажах «Белуги» на европейском рынке. Предполагается, что в Европе российский суперпремиальный бренд будет продаваться по цене 40 евро за бутылку 0,5 л.