

«Никола» разделит квас с «Моей семьей»

«Нидан» планирует начать выпуск напитка на мощностях «Деки»



ФОТО: ДМИТРИЙ ЛЕБЕДЕВ/КОММЕРСАНТ

Стремительный рост квасного рынка не оставил равнодушным гендиректора ОАО «Нидан Соки» Андрея Яновского

Стремительный рост квасного рынка не оставляет равнодушными производителей других категорий напитков. Как стало известно РБК daily, компания «Нидан Соки» уже в марте может представить квас собственного производства. По информации участников рынка, «Нидан» договорилась о розливе кваса с компанией «Дека», которой принадлежит бренд «Никола». Название кваса будет таким же, как у соковой линейки «Нидан», — «Моя семья». По мнению экспертов, новый продукт может занять не более 5% от общего объема производства «Нидан».

ОАО «Нидан Соки» входит в состав ГК «Нидан» и объединяет все производственные и бытовые активы холдинга. «Нидан» является третьим по величине производителем соков в России с крупнейшей рыночной долей в Сибири. Портфель компании насчитывает ряд брендов, в том числе «Моя семья», «Сокос», «Каприз», «Чемпион» и «Да!». Основные производственные мощности расположены в Новосибирске и Москве. В первом полугодии 2007 года выручка «Нидан» составила 173,3 млн долл., объемы реализации — 220 млн л.

О том, что «Нидан» собирается выпускать квас на мощностях «Деки», РБК daily рассказал один из участников рынка. В самих компаниях эту информацию комментировать вчера отказались. «Этот проект пока еще в стадии разработки, поэтому говорить о нем рано», — заявили РБК daily в «Нидан». Между тем о совместном квасном проекте «Нидан» и «Деки» слышал директор по маркетингу компании «Очаково» Алексей Фролов. «Учитывая, что продукция под брендом «Моя семья» обычно позиционируется в нижнеценовом сегменте, розничная цена кваса может быть на уровне 20 руб. за литровую бутылку, а может и того ниже», — предполагает г-н Фролов.

Согласно данным «Бизнес Аналитики» на середину прошлого года, основные продажи бутилированного кваса в московском регионе приходились на бренды «Очаковский» («Очаково») — 72,7%, «Никола» («Дека») — 11,9%, «Бородино» («Бородино») — 2,1%, «Братина» («Кваспром») — 1,9%, «Останкинский» (Останкинский завод напитков) — 1,8%. В 2006 году объем рынка кваса оценивался в 35 млн декалитров, а в прошлом, по мнению экспертов, мог увеличиться в полтора-два раза.

По сведениям собеседника РБК daily, квас от «Нидан» под брендом «Моя семья» может появиться в магазинах уже через пару недель. Это уже не первый случай, когда «Нидан» использует этот бренд для запуска новых продуктов: в конце 2006 года компания выпустила детское питание с аналогичным названием.

«Вряд ли «Нидан» планирует большой объем производства кваса под своим брендом, поскольку все мощности «Деки» уже расписаны под ее собственную продукцию», — считает источник РБК daily. С этим согласна и аналитик компании «Брокеркредитсервис» Татьяна Бобровская, по мнению которой выпуск кваса на первых порах займет не более 5% от всех продаж сокового производителя «Нидан». «Выпуск кваса выглядит логичным с точки зрения стратегии диверсификации портфеля продукции, которой сейчас следуют все участники рынка напитков», — отмечает г-жа Бобровская.

Напомним, что планы по выпуску кваса в России в настоящее время имеет Coca-Cola, которая в прошлом году уже опробовала свой бренд «Кружка и бочка», выпустив его ограниченной партией на пензенском заводе «Самко». Есть также сведения, что интерес к квасному рынку проявляет и другой гигант индустрии напитков PepsiCo.

ОЛЕГ ТРУТНЕВ