

## «ОСТ» хочет приземлить Red Bull

### Группа решила заняться розливом собственных марок энергетиков

Как стало известно РБК daily, осенью группа «ОСТ», которая до сих пор занималась только контрактным выпуском энергетических напитков, на предприятии «ОСТ-Аква» запустит производство собственных марок энергетиков — безалкогольного Exciter и слабоалкогольного Mega Drive. Главными конкурентами на этом рынке в компании считают Jaguar и Red Bull. По мнению участников рынка, в безалкогольном сегменте энергетиков у новой продукции «ОСТ» небольшие перспективы: рынок уже поделен между мировыми гигантами PepsiCo, Red Bull и Coca-Cola, имеющими внушительные рекламные бюджеты.

ЗАО «Группа предприятий ОСТ» объединяет около 30 предприятий. Основные акционеры: Лариса Пекарева (супруга основателя компании и депутата Госдумы Владимира 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», «Соборная» (безалкогольные напитки). По данным Росстата, в первом полугодии 2008 года «ОСТ-Аква» произвела 2,1 млн дал слабоалкогольной продукции.

ворит г-н Анфиногенов. Оба продукта будут позиционироваться в премиальном сегменте. Безалкогольный Exciter в бутылке 0,33 л будет стоить примерно как Red Bull, а Mega Drive (0,5 л) как Jaguar, отметили в компании. Таким образом, в обоих случаях розничная цена будет в диапазоне 40—50 руб. за бутылку.

Весь рынок безалкогольных энергетиков, по оценке экспертов, сегодня составляет 1 млн дал, рынок слабоалкогольных энергетиков — примерно 12 млн дал в год. Согласно данным «Бизнес Аналитики», в первом полугодии 2008 года лидером среди слабоалкогольных энергетиков были марки компаний «Хэппилэнд»: Jaguar занимал 53,7% в стоимостном выражении, Red Devil — 26,4%. У безалкогольных энергетиков лидерами являются Adrenaline Rush (производителем является подконтрольная PepsiCo компания South Beach Beverage Co) - 37,6%, Red Bull (Red Bull GmbH) - 24,9% и Burn (Coca-Cola Company) — 17,1% (данные по рынку Москвы и Санкт-Петербурга).

Вице-президент по маркетингу «Хэппилэнда» Елена Герасимовская считает, что если в слабоалкогольном сегменте энергетиков «ОСТ» может рассчитывать на небольшую долю, то в безалкогольном его перспективы весьма сомнительны. «Соревноваться с мар-

В настоящее время «ОСТ-Аква» уже производит энергетические напитки по контракту для компаний «Хэппилэнд» (марки Jaguar и Red Devil) и Tusson (Ten Strike Energy). Ранее «ОСТ» производила также энергетик «Костя Цзю», однако, как признаются в компании, этот продукт не пошел от него решено было отказаться. «Решение выпускать собственные марки связано с тем, что энергетика являются одним из самых развивающихся сегментов рынка напитков и у них очень хорошая маржа», - заявил РБК daily директор по маркетингу и стратегическому планированию «ОСТ-Аква» Александр Анфиногенов.

По его словам, выпуск Exciter и Mega Drive намечен на октябрь. «До конца этого года будут тестовые продажи, и исходя из них мы уже примем решение об объеме продаж на следующий год», — го-

кетинговыми бюджетами PepsiCo, Red Bull и Coca-Cola очень тяжело, поэтому мы еще в 2005 году приняли решение не вкладываться в продвижение на этом рынке, свернув маркетинговое развитие по безалкогольным Red Devil и Jaguar», — говорит г-жа Герасимовская. По ее оценке, на вывод энергетика в безалкогольном сегменте требуется минимум 3 млн долл., в слабоалкогольном — минимум 1 млн долл.

Директор отраслевого агентства ЦИФРРА Вадим Дробиз отмечает, что несмотря на увеличение в 2007 году акцизов, повлекших рост цен на слабоалкогольные напитки, их рынок почти полностью восстановился к уровню 2006 года. «В первом полугодии этого года отставание было всего на 10%, а к концу года, я уверен, оно не превысит 5%», — считает эксперт.

**ОЛЕГ ТРУТНЕВ**