

## Переход потребителей на премиум сорта сигарет замедлился • эксперт 18.03.2009

С управляющим директором аффилированных компаний Philip Morris International в России Лео МакЛохлином (Leo McLoughlin) об итогах деятельности российского подразделения в 2008 году и о государственном регулировании табачной отрасли беседовал корреспондент РИА Новости Максим Набокин.

- Каков объем производства подразделения в 2008 году и IV квартале, какова динамика по сравнению с 2007 годом?

- 2008 год был весьма успешным для нашей компании. Объем продаж в России вырос почти на 8%, а соотношение объемов брэндов портфеля улучшилось благодаря переходу совершеннолетних потребителей сигарет на более дорогие марки.

Мы завершили год с рекордной долей рынка за весь период нашей деятельности в России, которая, по данным независимого агентства по исследованию рынка "Бизнес Аналитика" (БА), составила более 27%.

Несмотря на финансовый кризис, наша компания в четвертом квартале наблюдала рост объема отгрузок почти на 5%, а доли рынка - на 0,5% по сравнению с предыдущим годом и на 0,2% по сравнению с третьим кварталом 2008 года.

- Сколько составили инвестиции компании в 2008 году и куда они были направлены?

- На сегодняшний день объем инвестиций аффилированных компаний Philip Morris International в России превышает 900 миллионов долларов. Компания продолжает инвестировать в инновации и улучшение процессов с целью поддержания роста нашего бизнеса.

Только в 2008 году более 40 миллионов долларов были инвестированы в фабрику "Филип Моррис Ижора", что включало установку нового оборудования для запуска сигарет "L&M KS SS", "Marlboro Gold Edge" и "Parliament Reserve".

- Каков ваш прогноз по рынку на 2009 год?

- Наш взгляд на перспективы 2009 года можно характеризовать как осторожно-оптимистичный. Наша уверенность основывается на продемонстрированных темпах развития бизнеса и на силе наших торговых марок. Однако год только начался, отсюда наша осторожность в оценках.

- Не планируете ли вы увеличивать производство более дешевых сигарет, спрос на которые по прогнозам экспертов увеличится из-за сокращения доходов населения?

- В течение 2008 года мы наблюдали тенденцию перехода совершеннолетних потребителей на более дорогие сигареты. К концу прошлого года этот темп переключения на более дорогие марки начал несколько замедляться. Это то, что мы видим сегодня.

На сегодняшний день две наши российские фабрики производят 100% продукции, поставляемой на российский рынок, что делает нас независимыми от импорта.

Таким образом, мы можем быстро реагировать на изменения в предпочтениях потребителей и устанавливать конкурентоспособные цены.

- Как, по вашему мнению, должно развиваться законодательство в области регулирования табачной отрасли в России?

- Те страны, которые присоединяются к Рамочной Конвенции по Борьбе против Табака, демонстрируют тенденцию значительного усиления регулирования. В частности, это касается

внешнего вида пачки. Например, существенно увеличивается размер предупредительной надписи на пачках, также появляются ограничения в области рекламы табачных изделий и курения в общественных местах.

Мы поддерживаем усилия правительства РФ по созданию прозрачного всестороннего регулирования, основанного на принципах снижения вреда курения. Регулирование - это важный аспект для любой промышленности, однако для табачной компании оно имеет первостепенное значение.

- Как вы можете прокомментировать участвовавшие проверки табачных компаний?

- Могу сказать лишь то, что все аффилированные компании Philip Morris International в России работают в полном соответствии с российским законодательством. Вся наша продукция полностью соответствует существующим стандартам.

- Считаете ли вы новый техрегламент по табаку, который вступают в силу в конце года, приемлемым, что по вашему мнению в нем нужно изменить?

- Этот законопроект отражает основные положения Рамочной Конвенции Всемирной Организации Здравоохранения по борьбе против табака. В частности, документ существенно снижает максимальные уровни содержания смолы и никотина, регламентирует новый формат предупредительной надписи о вреде курения (соответствующий нормам, принятым в ЕС), а также вводит для сигарет с фильтром требование по максимальному содержанию монооксида углерода. При этом следует отметить неопределенность отдельных положений закона, вызванную рядом отсылочных норм, не имеющих прямого действия.

Мы внедряем изменения в двух основных аспектах: введение новых текстов предупреждений о вреде курения и введение новых ограничений максимального содержания смолы, никотина и монооксида углерода на сигарету. Однако уже сегодня большинство наших торговых марок имеют показатели смолы, никотина и монооксида углерода на сигарету, не превышающие ограничений, установленных новым законом.

Мы поддерживаем положения вступающего в силу нового технического регламента о том, что при использовании в названиях сигарет терминов, содержащих дополнительные характеристики табачного изделия, (таких как "легкие", "очень легкие") производители будут обязаны наносить на пачку дополнительную информацию о том, что данные характеристики не означают, что продукт менее вреден для здоровья.

- Все-таки, не являются ли надписи "легкие" и "суперлегкие" вводными в заблуждение потребителей?

- Для некоторых из наших марок мы используем такие дескрипторы как, например, "lights" ("легкие") чтобы наши совершеннолетние потребители могли ориентироваться для сравнения марок сигарет с точки зрения интенсивности вкуса.

Мы не утверждаем в нашей рекламе, и курильщикам не следует полагать, что сигареты с легким или очень легким вкусом являются "безопасными" или "более безопасными", чем обычные марки сигарет.

Мы даже проводили информационную кампанию в печатных СМИ, а также в виде буклетов, вложенных в пачки большинства наших марок сигарет, в которых взрослые потребители сигарет могли найти информацию об опасности курения для здоровья и о других вопросах, относящихся к табачной продукции.

- Как на ваш взгляд должно регламентироваться курение в общественных местах?

- Мы согласны с тем, что правительство должно регламентировать курение в общественных местах

внутри помещений. При этом людям должна предоставляться возможность избегать воздействия табачного дыма в местах, где они вынуждены находиться, например, в общественных учреждениях, на рабочих местах и в общественном транспорте. Также мы поддерживаем запрет курения в детских садах, школах и других заведениях, которые в основном предназначены для детей.

В то же время такие правила должны давать владельцам предприятий возможность предоставлять взрослым курильщикам удобные места для курения. А в местах, где курение разрешено, владельцы предприятий должны сами выбирать способы обеспечения комфортных условий, как для курящих, так и некурящих людей.

Мы считаем, что в местах, где курение разрешено, закон должен предписывать размещение информационных материалов, содержащих выводы органов здравоохранения о вреде пассивного курения. В этом случае люди смогут самостоятельно принимать решение о посещении мест, в которых разрешено курение.

- Запрет на курение в ресторанах наносит большой ущерб табачникам или ресторанам?

- Объем продаж сигарет производства аффилированных компаний Philip Morris International в России через канал HoReCa незначителен, однако влияние ограничения курения в ресторанах и барах на их собственный бизнес может быть существенным.

- Следует ли запретить любую рекламу табачных изделий?

- Мы поддерживаем ограничения, касающиеся маркетинга сигарет, включая полный запрет на определенные виды рекламы, такие как, например, реклама табачных изделий по телевидению, радио или на рекламных щитах. При этом нам важно продолжать использовать такие каналы коммуникации, как реклама в точках продаж, прямая коммуникация с совершеннолетними потребителями, которые выразили желание получать новости от той или иной торговой марки.

- В России курить начинают со школы, как следует с этим бороться властям и что делаете вы?

- Курение среди несовершеннолетних - серьезная социальная проблема. Для ее решения необходимы согласованные и долгосрочные усилия всех сторон, включая государственные органы, учителей, родителей и самих подростков. Мы стремимся помочь найти решение этой проблемы и поддерживаем многочисленные мероприятия и программы, которые разработаны специально для того, чтобы предотвратить курение среди подростков, создать условия, исключающие возможность для несовершеннолетних приобретать сигареты.

В России борьба с курением среди несовершеннолетних ведется нашей компанией по трем основным направлениям: предотвращение доступа несовершеннолетних к сигаретам в рознице, образовательная программы для родителей, поддержка общественных организаций, работающих в сфере предотвращения подросткового курения.

Philip Morris International - один из крупнейших мировых производителей табачной продукции, среди брендов компании - Marlboro, L&M, Parliament, Virginia Slims.

В России корпорация владеет тремя аффилированными компаниями: двумя фабриками - "Филип Моррис Ижора" в Ленинградской области и "Филип Моррис Кубань" в Краснодаре, а также компанией ООО "Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг", занимающиеся маркетингом и продажами, с филиалами в более 90 городах страны.

Источник: [РИА Новости](http://ria.ru),

<http://foodretail.ru/news/read?nid=174128>