
РБК daily

Понедельник, 23 марта 2009 г. № 49

9

«Балтика» заквасит «Хлебный край»

Пивовар выходит на высококонкурентный рынок кваса

Пивоваренная компания «Балтика» сообщила подробности своего проекта по производству кваса. Этой весной она выведет на рынок марку «Хлебный край», производство которой начнется на двух из одиннадцати заводов компании — в Санкт-Петербурге и Туле. Как следует из презентации «Балтики» для партнеров, за год продаж «Хлебного края» компания планирует завоевать 10% квасного рынка, предлагая напиток в ПЭТ-таре объемом 1,5 л за 37 руб., 2,5 л — за 57 руб. Однако участники рынка сомневаются, что «Балтике» удастся это сделать, поскольку к летнему сезону конкуренты подготовили более привлекательные по цене предложения.

ПК «Балтика» принадлежит датскому пивному гиганту Carlsberg. Имеет 11 заводов в России и завод в Азербайджане. Производит около 40 брендов, включая «Балтику», «Невское», «Ярниво», «Арсенальное», Tuborg, Carlsberg. В 2008 году продажи пива компании составили 45,2 млн гектолитров, выручка от реализации — 92,5 млрд руб., чистая прибыль — 15,5 млн руб. Доля рынка «Балтики» в 2008 году составила 38,3%.

Как говорится в сообщении «Балтики», производство квасной марки «Хлебный край» начнется на заводах двух филиалов компании — «Балтика-Парнас» в Санкт-Петербурге и «Балтика-Тула». Напиток будет подаваться в ПЭТ-таре 1,5 и 2,5 л, розничная цена составит 37 и 57 руб. соответственно. В первый год работы компания рассчитывает получить 10% квасного рынка. Об этом сообщается в ее презентации дистрибьюторам, которая имеется в распоряжении РБК daily.

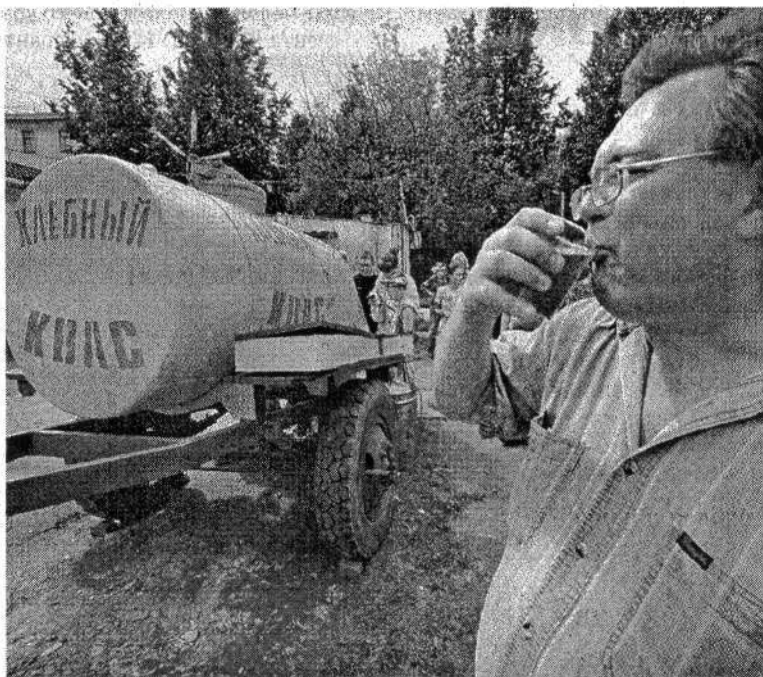


ФОТО ИТАР-ТАСС

Согласно последним прогнозам, рынок кваса в 2009 году вырастет всего на 5%.

Согласно мартовскому прогнозу компании «Бизнес Аналитика», в 2009 году рынок кваса в объеме увеличится на 5% по сравнению с 2008 годом, до 4,1 млн гл. Таким образом, в 2009 году «Балтика» может произвести порядка 0,4 млн гл кваса.

В презентации — «Балтика» указывает, что сильных игроков на рынке всего два — «Очаково» с долей рынка 41,3% и «Дека» (ТМ «Никола»), у которой 23,4% (данные в объемном выражении за ноябрь-декабрь 2008 года.). При этом в презентации отмечается, что «Дека» имела «большие проблемы со стоками, что может вылиться в потерю бизнеса».

В «Деке» признают, что проблемы со стоками действительно имели место из-за холодного лета в прошлом году: компания ожидала рост рынка на 30%,

а в реальности он увеличился только на 10%. «Однако говорить о проблемах со стоками сейчас некорректно, поскольку сезон начинается заново», — утверждает менеджер по связям с общественностью «Деки» Сергей Орлов. По его словам, на вывод «Хлебного края» «Дека» ответит запуском марки «Большой квас» в упаковке 3 л по цене 55 руб. на полке. «То есть это будет дешевле предложения «Балтики», — подчеркивает г-н Орлов. — В совокупности со всеми нашими торговыми марками, включая частные, «Дека» планирует занять в 2009 году до 30% рынка кваса».

Другие продавцы кваса, опрошенные РБК daily, также заявляют о намерении увеличить объемы производства в этом году. Так, например, Coca-Cola, запустившая в прошлом году марку «Кружка и бочка», собирается в 2009 году удвоить производство своего напитка по отношению к 2008-му. «Розлив будет осуществляться на тех же площадках, что и прежде — пензенском заводе «Самко» и тверском предприятии Brau Service», — уточнил директор по связям с общественностью российского подразделения Coca-Cola Владимир Кравцов. Планы по увеличению производства подтвердили в «Нидане» (ТМ «Моя семья») и в «Очаково».