

Холдинг "Русский Алкоголь" озвучил стратегию развития на 2009 год

25.03.2009

18 марта 2009 года в гостинице Ararat Park Hyatt Moscow состоялась встреча топ-менеджмента Группы компаний "Русский Алкоголь" с представителями ведущих российских СМИ, посвященная перспективам развития компании и отечественного алкогольного рынка в целом в нынешних условиях.

На встрече присутствовали Генеральный директор "Русского Алкоголя" Карло Радикати, директор по управлению крепко-алкогольными брендами Группы Мила Илиева и исполнительный директор Союза производителей алкогольной продукции (СПАП) Михаил Блинов. Об этом сообщили ИА «INFOLine» (www.ADVIS.ru).

2008 год завершился для компании абсолютным лидерством в отрасли. Несмотря на то, что в целом рынок сократился на 6%, по данным Росстата, объем отгрузок алкогольной продукции "Русского Алкоголя" составил 15,6 млн дал, что на 36% больше, чем в прошлом году. Доля рынка компании за прошедший год увеличилась на 4%. По данным "**Бизнес-Аналитики**", основной бренд "Русского Алкоголя" "Зеленая марка" прочно занимает первое место с долей 7,5%

В нынешнем году "Русский Алкоголь" планирует еще больше упрочить свои позиции на рынке. Об этом в ходе мероприятия заявил Карло Радикати. Генеральный директор Группы рассказал собравшимся об основных тенденция развития компании в ближайшее время. "В нашей стратегии есть два основных момента. Во-первых, мы решили сосредоточить усилия на основных брендах, во-вторых, несмотря на кризис, - увеличить расходы на их рекламу, продвижение и дистрибуцию", - сообщил генеральный директор компании. Как отметил Радикати, на практике это означает, что "Русский Алкоголь" замораживает некоторые проекты и усиливает систему контроля дистрибуторов. "У нас жесткий подход к дистрибуторам, мы требуем полной прозрачности от наших партнеров", - подчеркнул он.

По сообщению директора по управлению крепко-алкогольными брендами компании Милы Илиевой, на продвижение брендов "Русского Алкоголя" будут направлены все усилия. "Маркетинговый бюджет в 2009 году по отношению к прошлому увеличивается у нас примерно на 20% и составляет примерно 2 млрд рублей. Это один из самых крупных бюджетов алкогольных компаний на российском рынке", - рассказала Мила Илиева.

"По результатам первых двух месяцев продаж водок "Зеленая марка" и "Журавли", наши фокусные бренды опережают свои продажи прошлого года примерно на 20%, - отметила директор по управлению крепко-алкогольными брендами. - Данная тенденция, мы полагаем, сохранится в этом году. Все условия для этого у нас есть".

По оценке "Русского Алкоголя", помимо внутренних ресурсов по продвижению и развитию дистрибуции, увеличению доли компании будет способствовать общая консолидация, которая наблюдается на российском рынке алкоголя, и уход с рынка мелких производителей.

<http://foodretail.ru/news/read7nicM74836>