

## «Степан Разин» остался без пива

Старейший пивоваренный завод  
в России прекращает производство

Heineken прекращает производство пива на заводе им. Степана Разина в Петербурге. Все бренды этого предприятия будут перенесены на другую производственную площадку. На месте завода планируется создать логистический центр. Аналитики считают, что таким образом Heineken снизит себестоимость производства пива в условиях стагнации рынка.

Пивоваренный завод им. Степана Разина входит в состав группы Heineken с июля 2005 года. Выпускает региональные марки «Калинкин», «Степан Разин Петровское», «Степан Разин Адмиралтейское», «Степан Разин Специальное», «Степан Разин Крепкое», а также национальные бренды «Охота» и «Три медведя». Кроме того, выпускает квас «Степан Тимофеевич». По данным «Бизнес Аналитики», Heineken занимает 13% на рынке пива в России, а доля рынка кваса «Степан Тимофеевич» в 14 крупных городах — 8%.

Когда в 2005 году Heineken купала завод им. Степана Разина у семьи петербургского предпринимателя Гии Гвичий, участники рынка говорили, что в скором времени международная корпорация прекратит производство брендов «Степан Разин» на предприятии. В конце 2008 года РБК daily писала, что Heineken начала переоформлять производственную площадку завода в логистический терминал площадью 6 тыс. кв. м.. Теперь этот процесс завершен.

Как сообщила Heineken в пятницу, завод им. Степана Разина будет перепрофилирован в комп-

лекс дистрибуции и сладкой логистики. Пивные бренды не исчезнут. «Бренд «Степан Разин» и его ассортиментная линейка будут вариться на филиале «Пивоварня Хейнекен», имеющем запас свободных мощностей», — говорит директор по связям с общественностью Heineken в России Анна Мелешина.

Тем не менее предприятие сократит порядка 130 человек. Квас «Степан Тимофеевич» пока производится не будет «Мы рассматриваем возможности для заключения упаковочного соглашения для производства кваса третьей стороной либо продажи прав на торговую марку», — сообщила г-жа Мелешина.

Аналитики считают, что Heineken следует своей изначальной стратегии по снижению издержек и экономии на производстве. «Рынок пива насыщен, и роста продаж не предвидится. Выручка не будет расти, и экономия на логистике будет повышать маржу», — полагает аналитик ИФК «Метрополь» Мария Сулима.

По мнению участников рынка недвижимости, площадь складского комплекса составит не более 10 тыс. кв. м.. Однако предприятие удачно расположено. «Рядом порт и Обводный канал, который впоследствии будет иметь выход на Западный скоростной диаметр», — отмечает коммерческий директор Colliers International Николай Казанский.

АНДРЕЙ ГОРЯНОВ,  
Санкт-Петербург