

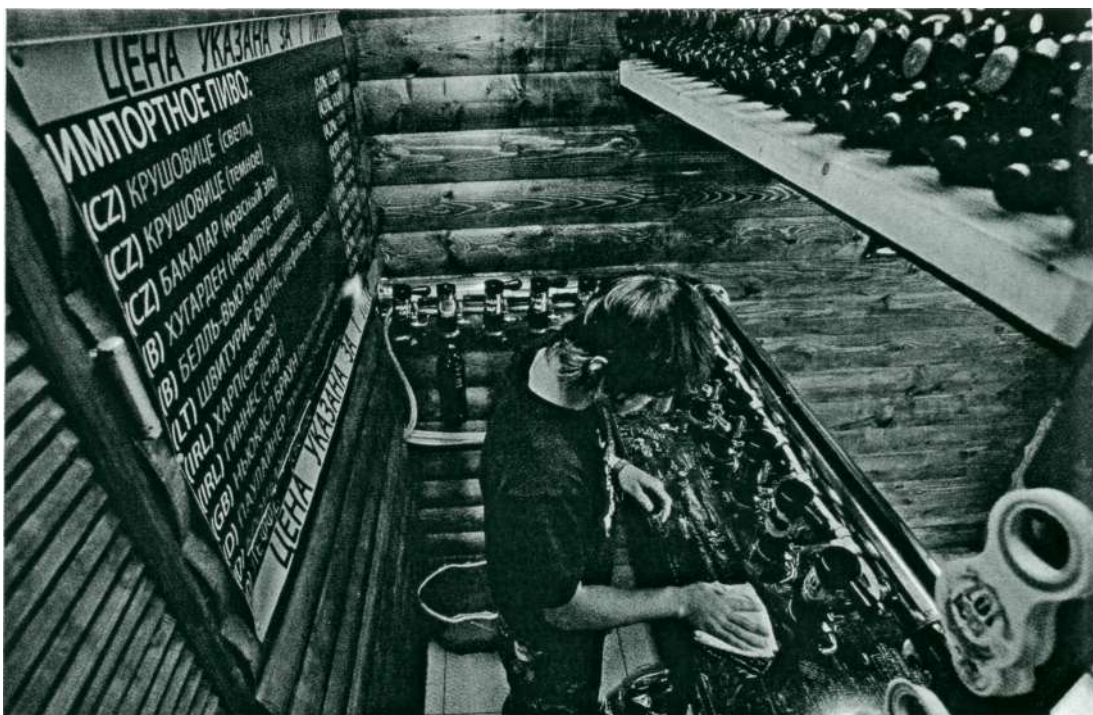
Разливающие игры

АНАСТАСИЯ КАРИМОВА

МОРЕ «РАЗЛИВАЕК». Об открытии собственного производства живого, то есть непастеризованного, пива «Деньги» писали в № 25 от 29 июня 2009 года («Живее всех пивных»). Тогда мы выяснили, что потребитель распробовал живое пиво и сейчас в Москве и Петербурге каждый год открывается несколько десятков новых пивоварен. Согласно расчетам специалистов компании «Бизнес Аналитика», доля живого пива, в сентябре 2006 года едва превышавшая 0,1%, к осени 2007-го достигла 0,6% от общего объема пивного рынка. А к февралю 2009 года — и вовсе 1,2%. Это уже около 12 млн дал в год, и конца буму пока не видеть.

Однако, если у вас нет 1 млн руб. (столько стоит самый дешевый входной билет на рынок частных пивоварен), заняться живым пивом можно и с суммой вдвое меньше, если его не варить, а разливать. Магазины живого пива, появляющиеся возле станций метро один за другим, — отдельный и, похоже, очень востребованный в России формат. Эксперты утверждают, что в существующем виде «разливайки» — это вообще российское ноу-хау. Пивоварнями за рубежом никого не удивишь: в Чехии, например, пиво производят на каждом углу. Но фишка в том, что в Чехии его на том же углу пьют. А российским потребителям, похоже, свой диван и телевизор по-прежнему милее бара: возможно, крепка генетическая память о временах, когда кточкам с надписью «После отстоя пены требуйте долива» ломился народ с бидонами и банками. «В России хорошие условия для формирования спроса на живое пиво: люди

ЕДВА ЛИ НЕ ЕДИНСТВЕННЫЙ ФОРМАТ ТОРГОВЛИ, КОТОРЫЙ И ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА РАСТЕТ КАК НА ДРОЖЖАХ, — МАГАЗИНЫ ЖИВОГО ПИВА. ПОХОЖЕ, ПОТРЕБИТЕЛИ УСТАЛИ ОТ БУТЫЛОЧНОГО И БАНОЧНОГО ПИВА С РАЗНЫМИ ЭТИКЕТКАМИ, НО ОДИНАКОВОГО НА ВКУС, ДА И ПАМЯТЬ О СОВЕТСКИ ОЧЕРЕДЯХ С БИДОНАМИ ОКАЗАЛАСЬ КРЕПКА. КОРРЕСПОНДЕНТ «ДЕНЕГ» ПРИЦЕНИЛАСЬ К ОТКРЫТИЮ СОБСТВЕННОЙ «РАЗЛИВАЙКИ» И ВЫЯСНИЛА, ЧТО ЭТОТ БИЗНЕС НЕ ЗАМЕРЗНЕТ И ЗИМОЙ.



△ Российская особенность: за стойкой «разливаек» не пьют

◁ Потребитель пока не запоминает бренд «разливайки»

устали от однообразного вкуса баночного», — приводит еще один аргумент Андрей Караганов, владелец московской сети «Магазин живого пива». Вряд ли при выборе пива решающими становятся

соображения пользы, но и в этом смысле у разливного есть плюсы: из-за отсутствия пастеризации сохраняются витамины группы В, органические кислоты, калий, железо и протеины.

Первые «разливайки» нового образца, говорят игроки рынка, появились еще 15 лет назад в Новосибирске. «Москва — последний в России крупный город, куда дошла эта мода», — рассказывает Караганов. Сейчас в столице, по разным оценкам, от 300 до 500 «разливаек». Крупнейшей сети «ЛИТ.Ра» в столице принадлежит 36 точек — в одном только Жулебино их 3. Более половины магазинов появилось в течение последнего полугодия.

Бурно пенящийся рынок привлек меня и потому, что сейчас, похоже, и подходящее помещение возле метро