

«Московский» теряет прописку

«Союзплодоимпорт» досрочно расторг договор о выпуске коньяка

Компания АК, созданная на паритетных началах структурами группы «Меркурий» Игоря Кесаева и Московским винно-коньячным заводом «КиН», досрочно лишилась лицензии ФКП «Союзплодоимпорт» на марку «Московский». Контракт с ней, заключенный в 2005 году на десять лет, будет расторгнут с 18 октября текущего года, объявили „Ъ“ в ФКП. Новый лицензиат у марки появится только после того, как судьба госбрендов будет решена на совещании у первого вице-преьера Виктора Зубкова.

О том, что действие лицензионного договора по марке «Московский» с нынешним партнером компаний АК (по 50% принадлежит дистрибутору «Алкомир», входящему в группу «Меркурий» миллиардера Игоря Кесаева, и bottлеру коньяка—заводу «КиН») заканчивается в октябре, представитель ФКП «Союзплодоимпорт» (управляет принадлежащими государству потребительскими брендами) сообщал „Ъ“ еще в конце лета, комментируя аудит доверенных ФКП марок. Вчера в «Союзплодоимпорте» уточнили, что договор с АК действует до 17 октября. Об

этом осведомлен и гендиректор ОАО «Объединенная компания» (совместное предприятие структур Банка Москвы и правительства Москвы, владеющее 43,07% «КиНа») Евгений Калабин. По его словам, переговоры по заключению нового контракта «Союзплодоимпорт» ни с «КиНом», ни с Объединенной компанией пока не проводил.

Руководитель PR-направления «КиНа» Екатерина Гамова не отвечала на звонки по мобильному телефону. На ресепшн ООО «Виссторг», названном на сайте генеральным дистрибутором продукции «КиНа» в Московском регионе, сообщили, что сейчас завершают поставку только одной позиции марки «Московский» в бутылке 0,7 л и больше отгрузок не будет.

Согласно данным Роспатента, АК в 2005 году получила лицензию ФКП на знак «Московский» на десять лет, аналогичная по срокам сублицензия была выдана МВКЗ «КиН». В конце 2008 года ФКП подало в Роспатент документы на расторжение лицензионного договора с АК, чтобы до конца 2009 года заключить прямой договор на производство с «КиНом». Вопрос, кто будет заниматься продажами коньяка, остался открытым: ис-

точник в ФКП отмечал, что контракт предложен торговому дому «Межреспубликанский винзавод» (контролируется Объединенной компанией) и «Винэксиму» (лицензиат ФКП по «Советскому» шампанскому), будет выбран партнер, предложивший лучшие условия (см. „Ъ“ от 25 мая).

Теперь нового партнера по «Московскому» и другим госмаркам будет выбирать их собственник, то есть правительство, отмечали ранее в «Союзплодоимпорте» (см. „Ъ“ от 23 сентября). Решение должно быть принято на совещании у первого вице-преьера Виктора Зубкова в начале октября. Знакомый с ситуацией источник уверяет, что главным лицензиатом станет алкогольный госхолдинг «Росспиртпром». Директор по закупкам федеральной розничной сети вчера подтвердил, что в ходе презентаций для ритейлеров менеджеры «Росспиртпрома» уже обещают, что госхолдинг консолидирует пакет «советских» брендов, включая водку «Столичная», коньяк «Московский», шампанское «Советское».

Новому продавцу «Московского» придется постараться, чтобы вернуть марке утраченные позиции. По данным ФКП, если в 2008 году было произведено около 750 тыс. дал

«Московского», то за первое полугодие 2009 года — только 145,2 тыс. дал. По словам главы крупного дистрибутора, «КиН» искусственно сдерживает продажи «Московского» уже более полугода и продукту же выведен из ассортимента большинства сетей. Ранее дистрибуторские компании «Регион-50» и «Форвард» рассказывали „Ъ“, что «КиН» прекратил отгрузку «Московского» еще с 1 апреля. Неофициально партнерам объяснили, что не хотят продвигать продукт, который вскоре будет реализовывать другая компания. Вместо этого МВКЗ предлагал отгружать собственный бренд «КиНовский» („Ъ“ писал об этом 9 апреля). Вчера в розничной сети «Виктория» подтвердили, что весной начались перебои с поставками «Московского», и из-за этого он был выведен из ассортимента, а его долю заняли коньяки «Старый Кенигсберг» и «КиНовский». По данным «Бизнес Аналитики», в первом полугодии 2009 года «Московский» занимал 8,8% рынка бренди в 14 крупных городах по сравнению с 11,9% годом ранее. При этом марка «Старый Кенигсберг», наоборот, увеличила долю с 7 до 8,9%, став лидером рынка вместо «Московского».

Анна Рябова