

Соса-Кола полезла в чужую бутылку

Компания собирается продавать в России Jack Daniel's и Finlandia

Coca-Cola Hellenic Bottling Company (ССНВС, буттлер Coca-Cola Company) планирует начать продажи алкоголя в России. Как стало известно „Ъ“, компания подала заявку в Росалкогольрегулирование и договаривается о дистрибуции виски Jack Daniel's и водки Finlandia с их производителем — американской Brown-Forman. Новый бизнес объясняется тем, что продажи безалкогольных напитков в стране стагнируют.

О планах ССНВС заняться продажей алкогольных напитков Brown-Forman „Ъ“ рассказали несколько участников рынка. Менеджер по коммуникациям российского офиса ССНВС Ксения Зенкова подтвердила, что у компании действительно есть интерес к продаже алкогольных напитков в России и несколько недель назад была подана заявка в Росалкогольрегулирование на получение лицензии на оборот алкоголя в России. Договоренности с Brown-Forman госпожа Зенкова комментировать не стала, отметив, что ССНВС уже является дистрибутором продукции этой компании на рынках Украины, Венгрии, Сербии и Хорватии.

Источник в российской Соса-Кола уточняет, что начать продажи алкогольных напитков Brown-Forman компания намерена уже в мае этого года. Директор по связям с общественностью Brown-Forman Фил Линч говорит, что компания пересмат-

ривает дистрибуторские соглашения, которые истекают в ближайшие месяцы, примерно в десяти европейских странах, отказавшись уточнить, коснется ли это России. «О своем решении мы сообщим в соответствующий момент», — пообещал он.

В настоящее время дистрибуцией марок Brown-Forman (водка Finlandia, виски Jack Daniel's и ликер Southern Comfort) в России занимается другой иностранный производитель алкоголя — Bacardi-Martini, — контракт с которым был заключен еще в 2005 году. Сотрудник российского офиса Bacardi Rus говорит, что слышал о планах Brown-Forman работать в России через ССНВС. «Однако мы пока не получали никаких уведомлений от нашего партнера о прекращении отношений и в мае еще точно будем продавать его продукцию», — заявил он, отказавшись называть срок окончания контракта на дистрибуцию.

Участники рынка не видят причин, которые могли бы заставить Brown-Forman отказаться от сотрудничества с Bacardi-Martini. «Продажи Brown-Forman в России сейчас на хорошем уровне. Так, например, позиции Finlandia с учетом того, что у нас отдается предпочтение отечественной водке, достаточно прочны», — говорит гендиректор дистрибуторской компании «Регион-50» Николай Лаушкин. По данным «Бизнес Аналитики», на рынке водки в сегменте свыше 350 руб. за 0,5 л Finlandia увеличила свою долю в

стоимостном выражении с 17% в 2008 году до 23% в 2009 году. Марка Jack Daniel's нарастила свою долю в сегменте виски с 4 до 5% соответственно. «Дистрибуторские возможности Соса-Кола обеспечат этим маркам не худший объем продаж, — уверен господин Лаушкин. — Компании не придется тратить время на налаживание связей с оптовыми алкогольными компаниями, поскольку она почти полностью работает через прямые продажи».

Аналитик «ВТБ Капитала» Иван Куц считает, что заняться продажами алкоголя Соса-Кола могло подтолкнуть существенное снижение продаж безалкогольных напитков. В России в прошлом году, по данным Euromonitor, объем их розничных продаж составил 9 млрд л, что на 10,6% меньше показателя 2008 года. В деньгах рынок потерял 3,5% (\$8,2 млрд), общая доля компаний Coca-Cola Company и ССНВС в 2009 году в России упала с 22,3 до 21,9% (в натуральном выражении). «Очевидно, за счет включения в свой дистрибуторский портфель новых категорий продуктов Соса-Кола хочет компенсировать спад продаж своих традиционных напитков», — говорит господин Куц. ССНВС в России уже сейчас не является продавцом только прохладительных напитков: годом ранее компания подписала соглашение о продаже на российском рынке супов Campbell's.

Олег Трутнев,
Елизавета Кузнецова