

пообещал «разъяснять розничным продавцам, что необходимо приобретать продукцию местных заводов».

Наглядным примером таких «разъяснений» участники рынка называют и ситуацию с ввозной водкой в Татарии.

В мае 2008 года федеральные производители не могли нарадоваться тому, что своим приказом госалкогольинспекция Татарии отменила дополнительные проверки ввозимого на территорию республики алкоголя, благодаря которым водка «Татспиртпрома» занимала более 62% местного рынка. По действовавшим правилам местную продукцию инспекция проверяла выборочно и периодически (не реже чем раз в квартал), а привозную, то есть продукцию федеральных производителей, — при поставке каждой партии, причем с забором проб для лабораторного анализа, расходы на который оплачивали оптовые компании. В апреле Союз производителей алкогольной продукции (в число его членов входят ОАО «Московский завод «Кристалл», «Русский алкоголь», «Веда», «Союз-Виктан» и др.) направил в Федеральную антимонопольную службу (ФАС) обращение о нарушении госорганами Татарии антимонопольного законодательства и, даже не дожидаясь рассмотрения ФАС, региональное противостояние неожиданно выиграл: ФАС сообщила, что местная госалкогольинспекция отменила свой приказ об обязательных проверках (текст письма ФАС имеется у **BG**).

Но счастье федералов длилось недолго. Уже в декабре 2008 года, в разгар предновогоднего сезона, проверке всеми проверяющими инстанциями республики (Роспотребнадзор, УБЭП, управление Федеральной налоговой службы, пожарные и экологические службы, санитарный надзор) подверглись шесть оптовых компаний республики: ООО «Патриот», «Премьер», «Торговый дом „Россия“», «Саман», холдинговая компания «Реал» и «Алкотрейд», совокупно контролирующей 85% ввозимого алкоголя (водки «Русского алкоголя», «Омсквинпрома», «Синергии», импортное и отечественное вино). Проверки начались одновременно и носили внеплановый характер — например, в одной компании проверяющие сослались на поручение премьер-министра Татарии от 24 ноября. По словам топ-менеджера одного из оптовиков, в заключениях проверяющих фигурировали обвинения в нарушении норм пожарной или санитарной безопасности (например, пыль на поддонах, плохо проведенная влажная уборка и прочие «злостные» нарушения), всем компаниям выдали предписания о передаче результатов проверок в местный суд для рассмотрения вопроса о приостановлении деятельности. Компании не закрыли, но, как рассказали **BG** оптовики, создали такие условия, в которых не могут работать сами компании. В госалкогольинспекции Татарии просто перестали принимать ввозную водку на сертификацию (без соответствующей марки, удостоверяющей местный знак качества, продукцию не берут на реализацию оптовика), а те партии, что уже были отправлены на местную проверку, «зависли» в недрах инспекции (соответствующие письма госалкогольинспекции о задержках проверок есть у **BG**). Вместе с водкой у компаний «зависло» и 150–180 млн рублей — во столько оптовые компании оценивают стоимость уже отгруженных федералами водок «Пять озер», «Путинка», «Зеленая марка», «Столичная» и проч. В итоге поставки федеральной водки прекратились, оптовые компании оказались на грани разорения, а розничные сети были вынуждены или смириться с неизбежно пустыми полками, или увеличить закупки водки «Татспиртпрома». Зато региональные монополисты «Башспирт» (Башкирия) и «Татспиртпром» единственные из лидеров рынка смогли показать по итогам января 2009 года рост отгрузок на 20% и 60% соответственно (по сравнению с январем 2008 года).

РЕГИОНАЛЬНЫЙ СЕПАРАТИЗМ: КАКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА НАРУШЕНЫ

Ст.ст. 8, 74 Конституции Российской Федерации, гарантирующие свободное перемещение товаров внутри единого экономического пространства, поддержку конкуренции и не допускающие установления каких-либо препятствий для сво-

бодного перемещения товаров. Согласно ст. 74, только федеральным законом могут вводиться в случае необходимости ограничения перемещения товаров. Ст.15 федерального закона от 26.07.06 №135-ФЗ «О защите конкуренции» запрещает органам государственной власти субъектов РФ принимать акты и (или) осуществлять действия (проявлять бездействие), которые приводят

Случай с «Татспиртпромом» участники рынка называют вопиющим, но он далеко не единственный. Например, в начале марта губернатор Краснодарского края Александр Ткачев объявил, что намерен увеличить долю продукции местных ликероводочных заводов на розничном рынке региона до 80%. По сообщению сайта alcsnews.ru, для достижения поставленной цели каждая партия алкоголя, ввозимого в край, будет тщательно проверяться на соответствие стандартам качества. При этом «власти региона считают, что экономика оптовой торговли от такой политики только выиграет». Кто именно будет проверять соответствие ввозимой продукции краснодарским стандартам качества, в крае пока не сообщают. Зато в администрации Алтайского края с партнером уже определились: в регионе создано некоммерческое партнерство «Алтайская алкогольная ассоциация», куда вошли местные предприятия алкогольной промышленности, а также представители оптовой торговли и ритейла. Главной целью ассоциации достаточно смело заявлена «выработка политики поведения на алкогольном рынке (реакция ФАС на такой анонс картеля пока неизвестна. — **BG**) и взаимодействия с организациями торговли в условиях ежегодного падения объемов производства и реализации продукции местных производителей, а также роста поставок „дешевого“ алкоголя из других регионов».

Но несмотря ни на что, федеральные компании все-таки не собираются сдавать регионы: на карту поставлено слишком много. По данным Росстата, в 2007 году в России было продано 191,4 млн дал ликероводочной продукции, при этом на Москву и Петербург пришлось совокупно 32,1 млн дал, то есть 17% продаж. Так что признать победу региональных властей означало бы попрощаться с львиной долей рынка. «Борьбу с сепаратизмом мы ни в коем случае не прекратим и региональную программу не заморозим», — уверяют в ГК «Русский алкоголь». Цена вопроса для лидера рынка, по данным компании, ни много ни мало 5% годового объема продаж — именно столько, по словам гендиректора РА Карло Радикати, недополучает компания из-за противодействия в регионах. «Региональное развитие ни в коем случае не нужно останавливать, необходимо, наоборот, активизироваться по всем возможным вариантам сотрудничества», — вторят федеральной компании в архангельском ЛВЗ «Устьянский». Но, возможно, лидеры российского рынка изменят методы борьбы: вместо «накачивания» региональных рынков маркетинговыми бюджетами, программами лояльности и бонусами для дистрибуторов и общероссийскими рекламными кампаниями (механизмов, которые широко использовались до кризиса с помощью заемного финансирования) федеральные компании попробуют играть с региональными властями на их поле. Уже упоминавшееся обращение экспертного совета при Госдуме с просьбой сообщить о проявлениях регионального сепаратизма, заканчивается обещанием принять «соответствующие меры реагирования». К тому же федеральные компании неожиданно для себя получили и непривычных союзников — розничные сети.

Не секрет, что большинство российских производителей платят за представленность в сетях бонусы, доходщие иногда до 10–15% оборота компании. Лишиться таких привилегий владельцы сетей оказались не готовы (местные монополисты, как правило, если и платят бонусы сетям, то существенно меньшие, чем федеральные компании) и выразили готовность поучаствовать в наведении порядка на рынке. Например, глава X5 Retail Group (сети «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель») Лев Хасис сообщил корреспонденту **BG**, что намерен выйти на «уровень правительства Татарстана» с инициативой самостоятельного ввоза федеральных водок на территорию республики. ■

или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции. Ст. 16 того же закона, запрещает соглашение между органами государственной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями либо осуществление указанными органами и организациями согласованных действий, если такое

соглашение или такое осуществление согласованных действий приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в частности к разделу товарного рынка по территориальному принципу либо по составу продавцов или покупателей; ограничению доступа на товарный рынок... или устранению с него хозяйствующих субъектов. ИСТОЧНИК: МАТЕРИАЛЫ ГК «РУССКИЙ АЛКОГОЛЬ»

WHITE **BLACK**

ВОДКА **ПРЕСТИЖ**

ВОДКА **ПРЕСТИЖ**

ORGANIC

ВОДКА **ПРЕСТИЖ**

ORGANIC

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ