

# ГРАДУС ПОПУЛЯРНОСТИ

ЗА ПРОШЕДШИЕ 10 ЛЕТ В РОССИИ ПОЯВИЛИСЬ ДЕСЯТКИ ЗВЕЗДНЫХ БРЕНДОВ. САМЫЕ ИЗВЕСТНЫЕ И ПОПУЛЯРНЫЕ МАРКИ ПРЕДСТАВЛЯЮТ КРЕПКИЙ АЛКОГОЛЬ — «РУССКИЙ СТАНДАРТ», NEMIROFF, «ЗЕЛЕНАЯ МАРКА», «ПУТНИКА», «БЕЛУГА», «ПЯТЬ ОЗЕР», GREY GOOSE, DANZKA. ОДНАКО ВОТ УЖЕ ГОД НА ВОДОЧНОМ РЫНКЕ ЗАТИШЬЕ: НИ ОДИН ИЗ НОВЫХ БРЕНДОВ НЕ СТАЛ ПРОРЫВОМ, НЕСМОТРЯ НА ГРАМОТНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ И ВЛОЖЕННЫЕ В РАСКРУТКУ И ДИСТРИБУЦИЮ СРЕДСТВА.

ПОЛИНА ПОТЕМКИНА

## ОТ «ПШЕНИЧНОЙ» ДО «ПУТИНКИ»

Учитывая популярность крепких напитков среди россиян, по названиям водочных брендов можно проследить настроения общества во времени. Производители эволюционировали вместе с потребителями — от «Пшеничной» и «Распутина» до «Русского стандарта» и «Путинки». Были задействованы все возможные рычаги влияния на покупателей: чувства национальной самоидентификации, ностальгии, предпочтение сибирского качества, уважение политических лидеров и так далее. «Большая часть отечественных брендов, популярных и весьма востребованных потребителем, скажем, в 1990-х годах, на сегодняшний день существенно ослабила свои позиции, а некоторые и просто прекратили свое существование, — говорит аналитик УК „Финам Менеджмент“ Максим Клягин. — Сегодня рынок весьма конкурентный: только в секторе крепких алкогольных напитков существует несколько тысяч торговых марок».

Но всего этого сегодня уже не достаточно, чтобы начинать экспансию на внешние рынки. Эксперт отмечает, что многие региональные производители, пытаясь повторить успех состоявшихся марок, в обязательном порядке выпустили продукт, подражающий каждой из них: «Каких только ретромарок и озер нет». «Единственная водка, которую трудно подделать, — „Путинка“, в силу ограниченности синонимов, да и ту все же пытаются повторить хотя бы в этикетке, например „Казенка“. Но все это вторичные для потребителя марки, яркой, интересной идеи нового бренда водки пока нет, — говорит управляющий директор брендингового агентства BrandLab Александр Еременко. — Подавляющее большинство водочных марок носит локальный характер, имен же, претендующих

АЛЕКСАНДР ГЛУСЬ:  
 «МЫ РАЗВИВАЛИСЬ И ДОСТИГЛИ  
 ЛИДЕРСКИХ ПОЗИЦИЙ КАК МОНОБРЕНД»

## НОЧЬ ТРЕЗВА

С 1 сентября в Москве запретили продажу крепкого алкоголя с 22.00 до 10.00. Экс-мэр Москвы Юрий Лужков подписал постановление, согласно которому запрещается продажа алкоголя крепче 15% с 22.00 до 10.00. Запрет не коснулся лишь баров и ресторанов. Столичные власти готовы пойти еще дальше и ограничить продажу пива в ночные часы. Участники алкогольного рынка и ритейлеры говорят, что особых убытков это решение мэрии им не принесет, зато теневой рынок производителей и продажа контрафактного спиртного «наладится в момент».

С 1 сентября с 22.00 до 10.00 в столице нельзя купить алкоголь «с содержанием этилового спирта более 15%». Запрет распространяется на все розничные магазины и киоски, но не действует в барах, ресторанах и ночных клубах.

Вообще запрет на продажу крепкого алкоголя ночью и утром существует в столице еще с 2006 года. Но все равно в Москве действовало порядка 800 точек продажи алкоголя (6% от общего числа магазинов), которые торговали им «по согласованию с префектурами» столичных округов. Новое постановление такое согласование исключает, а за торговлю крепкими спиртными напитками в ночные часы магазин может лишиться лицензии.



«Московских торговцев предупредили о последствиях нарушения запрета на продажу крепкого алкоголя ночью», — заявили в правительстве Москвы. По словам заместителя главы столичного департамента потребительского рынка Павла Гордиенко, запрет введен «в связи с большим количеством жалоб от москвичей на шум и драки у магазинов, которые торгуют крепким алкоголем по ночам».

Право устанавливать ограничения времени продажи крепким спиртным появилось у субъектов РФ в 2006 году, когда вступили



в силу поправки к федеральному закону «О госрегулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции». Аналогичные запреты уже действуют более чем в 70 регионах РФ, самый суровый из них — с 20.00 до 12.00 — на Чукотке.

Опрошенные нами производители алкоголя и ритейлеры заявили, что ночной запрет не вызвал у них особых проблем, однако ожидается, что он спровоцирует нелегальную торговлю алкоголем. «Люди будут знать, что спиртным надо закупаться в определенные часы — вот и все. Так что это бесполезное решение, стимулирующее теневые продажи», — заявил вице-президент по маркетингу компании «Винэксим» (водка «Путинка») Станислав Кауфман.

«Если запрет скажется на объемах производства, то совсем несущественно. Мы привыкли к запретам на продажу алкоголя, которые бывают, например, во время праздников или футбольных матчей», — говорит представитель торгового дома «Межреспубликанский винзавод» (водка «Флагман», коньяк «Бастион») Дарья Домостроева. Гендиректор X5 Retail Group (сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») Лев Хасис заявил, что «существенного влияния на экономику магазинов запрет не окажет». «Подоб-

ные меры позитивно сказываются на криминальной обстановке, — считает господин Хасис. — Цивилизованному бизнесу запрет не угрожает, но он серьезно поддержит теневой бизнес: каждое такси превратится в алкогольный бутик».

Запретом на крепкий алкоголь столичные власти ограничиваться не собираются. Ограничения на продажу в ночные часы могут коснуться и пива. Проблема пока лишь в том, что пиво по действующему закону не отнесено к алкогольной продукции. Но власти не раз обращались в Госдуму с просьбой внести изменения в законодательство.

В Союзе пивоваров России подтвердили, что в федеральный закон «Об ограничениях розничной продажи и потребления пива и напитков на его основе» могут быть внесены поправки, согласно которым запрет на ночные продажи будет введен на федеральном уровне. «Негативная реакция в обществе на шумящих по ночам пьяных есть, это нельзя отрицать. А согласно средневзвешенным данным по рынку, на ночь приходится лишь 1% продаж пива. Так что запрет возможен», — заявил председатель совета Союза российских пивоваров Даниил Бриман. «Запретить можно все что угодно — это проще, чем развивать малый бизнес и формировать культуру потребления пи-

ва», — не согласен с коллегой глава исполкома этого же союза Вячеслав Мамонтов.

Гендиректор подмосковной дистрибуторской компании «Регион 50» Николай Лаушкин (в Московской области схожий запрет на продажу крепкого алкоголя введен со 2 мая), впрочем, заявил, что с мая продажи значительно упали. «На 25–30% в целом, а по элитному алкоголю падение достигает 60–70%, — сказал он. — При этом на маргиналов, на которых и был наложен запрет, он не действует: они к десяти вечера все уже пьяные спят».

Впрочем, аналитики эти показатели не подтверждают. «В большинстве регионов падения продаж крепкого алкоголя от ночных запретов просто нет, а в Подмоскovie оно составляет максимум 10%. Но только не пить там меньше стали, а перешли на самогон и контрафакт, — уверен директор изучающего алкогольный рынок центра ЦИФРРА Вадим Дробиз. — В России из 140 млн населения алкоголь так или иначе употребляют 100 млн человек. И только 14% от пьющих находятся в серьезной зависимости. Их запретами не напугаешь: система нелегальных продаж наладится в момент. Мировая практика показывает, что запреты вообще не работают».

АНДРЕЙ КОЗЕНКО, АЗА ИСАЕВА