

Сан Интербрю Украина

ОАО "САН Интербрю Украина" подводит итоги первого полугодия 2006 года

"САН Интербрю Украина" за первое полугодие 2006 года увеличила свою долю на национальном пивном рынке на 0,3 %, достигнув показателя в 36,8%.

Это стало возможным благодаря увеличению объемов продаж за указанный период на 12,6%. Во втором квартале темп роста доли компании значительно ускорился: если в январе текущего года рыночная доля составляла 34,7%, то в июне этот показатель увеличился уже до 38,2%, что позволило увеличить разрыв между "САН Интербрю Украина" и ближайшим конкурентом до 12 процентных пунктов.

Всего за полгода компанией было реализовано на внутреннем рынке 4,02 млн гектолитров пива, что на 0,36% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Рост рынка за полугодие замедлился на 8,1% по сравнению с тем же показателем за первые полгода в 2005 году, и составил 11,6%.

Чистая прибыль выросла более чем на 36% вследствие своевременно предпринятых действий компании по оптимизации себестоимости продукции и благодаря высокой динамике продаж пива премиальных сортов. Несмотря на рост цен на продовольственные товары в первом полугодии, своевременный контроль за затратами и внедрение энергосберегающих технологий на производстве позволили компании регулировать ценообразование на уровне гораздо ниже рыночных тенденций.

По данным независимого агентства AC Nielsen, за шесть месяцев нынешнего года "САН Интербрю Украина" закрепила свое лидерство в рыночных сегментах он-трейд и офф-трейд. Объем продаж пива в кегах вырос более чем на 22%, увеличилась реализация пива в ПЭТ - на 25%, и баночного - на 138%. Объем продаж пива в стеклянной бутылке сохранился на уровне показателя за первое полугодие прошлого года.

Все торговые марки компании продемонстрировали динамичный рост в первом полугодии 2006 года. Продажи глобальных брендов Stella Artois и Beck's за указанный период выросли, соответственно, на 34,4% и 25,5%, что подтверждает высокий интерес потребителей к лицензионному пиву. Введенные на рынок в мае прошлого года международные бренды "Staropramen" и "Brahma" достигли запланированных компанией показателей доли рынка.

Крупнейший национальный бренд компании - "Чернігівське" за первое полугодие 2006 г. вырос почти на 7% по сравнению с тем же периодом 2005 года. А вторая национальная марка в портфеле "САН Интербрю Украина" - "Рогань" продемонстрировала увеличение продаж на 4,5%. С выходом марки "Янтар" на национальный уровень, ее рост за полугодие составил почти 48%. Из запланированных суммарных инвестиций в пивную отрасль страны на 2006 год в сумме 80 млн евро, за первое полугодие было инвестировано более 50 млн, причем в развитие дистрибуции и культуры потребления пива в Украине инвестиции составили около 14 млн евро. В расширение производственных мощностей пивзаводов было инвестировано более 21 млн евро.

В декабре 2005 года общество с ограниченной ответственностью с иностранными инвестициями "САН Интербрю Украина" было преобразовано в открытое акционерное общество. Объединение в одно юридическое лицо компании и заводов позволило оптимизировать организационную структуру, упростить техническое развитие заводов, создать единую логистическую систему, которая помогла ускорить и упростить доставку продукции в любую точку Украины. За первое полугодие 2006 года всеми предприятиями в составе ОАО "САН Интербрю

Украина" было начислено 127,5 млн.грн. налогов и сборов, что на 5% больше, чем за аналогичный период прошлого года.

С целью развития пивной культуры и повышения уровня обслуживания в кафе, барах и ресторанах, в мае состоялось открытие уже второго в стране учебного центра для барменов "Пивная академия" под эгидой торговой марки Stella Artois. К дате официального открытия харьковской "Пивной академии" количество ее выпускников составило уже 68 человек. За время своего существования (с 2004 г.) "Пивная академия" в Киеве выпустила более 160 барменов и менеджеров пивных заведений.

Инвестиции в развитие пивного производства и культуру потребления пива за шесть лет работы компании в Украине составили около 300 млн евро, общая сумма налоговых начислений в пользу бюджетов всех уровней и в государственные целевые фонды составила более 1,6 млрд гривен.

С начала своей деятельности в Украине компания была и остается единственной на пивном рынке, кто имеет корпоративный Кодекс маркетинговых коммуникаций. Основные принципы Кодекса: развитие пивной культуры, промотирование умеренного потребления пива, предотвращение потребления пива несовершеннолетними, - легли в основу политики корпоративной социальной ответственности, которую реализует "САН Интербрю Украина". Так, компания первой среди производителей пива в Украине запустила информационную "Горячую линию" с целью предоставить потребителям максимально полную информацию о пиве, повысить уровень пивной культуры в обществе, а также получить обратную связь, на этикетках пива всех марок, входящих в портфель "САН Интербрю Украина" была размещена надпись "Споживайте помірно!".

При поддержке Министерства образования и науки Украины, а также Общественного Совета по вопросам семьи и молодежи, в 2006 году "САН Интербрю Украина" начала реализацию долгосрочного проекта "Диалог", цель которого - предотвратить потребление алкогольных напитков несовершеннолетними и способствовать популяризации здорового образа жизни. Проект "Диалог" уже охватил 80 школ из 58 городов Харьковской и Хмельницкой областей. Сумма инвестиций в проект в 2006 году составила 100 000 евро.

Помимо миссии посла пивной культуры, "САН Интербрю Украина" значительное внимание уделяет вопросам экологии и защиты окружающей среды.

Совместно с муниципальными компаниями по сбору и переработке отходов "САН Интербрю Украина" в 2006 году начала реализацию проекта "Разом за чисте місто", направленного на промотирование раздельного сбора мусора, в частности ПЭТ-тары, в Харькове и Николаеве. Сумма инвестиций в данный проект в 2006 году составила более 100 000 грн. Инвестиции в проекты по корпоративной социальной ответственности в 2006 году составили более миллиона гривен, и компания не планирует останавливаться на достигнутом. Генеральный директор ОАО "САН Интербрю Украина" Людмила Наконечная убеждена в том, что, "без инвестиций в социальную сферу невозможно построить успешное независимое государство".

1 Он-трейд - (от англ. on-trade) - рыночный сегмент пива, которое потребляется в местах продажи.

2 Офф-трейд - (от англ. off-trade) - рыночный сегмент пива, которое потребляется не в местах продажи.

3 InBev (ИнБев) - основана в 1366г., на сегодняшний день крупнейшая по объему пивоваренная компания в мире.

Штаб-квартира расположена в г.Левен (Бельгия). Портфель InBev насчитывает более 200 брендов, включая Stella Artois, Brahma, Beck's, Leffe. Общая численность сотрудников InBev - около 85 000, подразделения компании расположены в более чем 30 странах мира. Прибыль компании в 2005 г. составила 11,7 млрд. евро. Более детальная информация на сайте www.inbev.com