

Noblet Media CIS

## **«Славутич», Carlsberg Group варит пиво и квас для сети супермаркетов АТБ**

Светлое пиво «Пивоварня №1» представлено в сегменте «эконом» и реализуется в ПЭТ упаковке емкостью 1 и 2 литра. Ожидается, что продажи этого напитка в годовом исчислении составят более 1 млн. дал.

Пиво под торговой маркой «G?te» – это классический светлый лагер среднего ценового сегмента, который будет представлен в стеклянной бутылке емкостью 0,5 и ПЭТ 1 и 2 литра. Прогнозируемый годовой объем продаж бренда – более 1 млн. дал.

Хлебный квас живого брожения «Старорусский» продается в двухлитровой ПЭТ бутылке. Планируется, что за год потребителями будет выпито порядка 90-140 тыс. дал этого полезного напитка.

Рецептура вышеуказанных продуктов была разработана технологами «Славутич», Carlsberg Group на базе ведущих образцов напитков компании в соответствующих сегментах. Данные напитки отвечают высоким стандартам качества, применяемым компанией при выпуске своей продукции.

Напомним, что «АТБ-маркет» – это национальная сеть супермаркетов, состоящая из 320 магазинов. Наибольшее покрытие сеть имеет в Восточной и Южной Украине. Оборот компании в 2008 году составил более 6 млрд. грн.

Константин Мельников, директор по маркетингу сети магазинов АТБ: «Развитие собственных торговых марок (СТМ) является стратегически важным направлением деятельности компании «АТБ-маркет». Выбор производителя для продукции под СТМ – ответственный момент, от которого зависит не только уровень продаж товара, но и повышение уровня лояльности покупателей, привлечение новых клиентов. Компания «АТБ-маркет» отбирает производителя товаров СТМ на основе тендера. В первую очередь, тендерный комитет компании учитывает возможности компании-поставщика обеспечивать стабильно высокое качество и минимальную цену на продукцию. Именно по таким критериям для производства пива и кваса под СТМ компании «АТБ-маркет» была выбрана компания «Славутич» Carlsberg Group. На сегодня данное партнерство - это лучшее сочетание цены и качества».

Петр Чернышов, генеральный директор «Славутич», Carlsberg Group: «Для нас производство продукции для private label является новым инновационным проектом. Мы надеемся на долгосрочное плодотворное сотрудничество с сетью АТБ как производители их private label. Кроме того, мы уверены, что такое партнерство даст нам возможность расширять взаимовыгодные отношения и в других направлениях – обеспечить более полную представленность на полках сети нашей собственной пивной и безалкогольной продукции».