

Алкогольный Иркутск: «Абсолют», «Слата» и прочие «Удачи»

Казалось бы, последние лет десять проблем с приобретением качественного алкоголя на все вкусы и кошельки проблем не возникает. В далекое прошлое ушли и советские реалии, когда полки винных магазинов украшали лишь знаменитые «Агдам» и «777», крепкий алкоголь баловал лишь не менее знаменитой «Бескозыркой» и великим советским изобретением «Старка», представляющим собой банальную смесь водки с портвейном и небольшим добавлением коньяка.

В прошлое ушли (на самом деле не совсем) и лихие 90-е, когда попасться на подделку, контрафакт или откровенную «палёнку» было проще, чем купить настоящий высококачественный напиток. Причем независимо от цены и магазина.

Сейчас полки винных отделов буквально ломятся от самого разнообразного алкогольного предложения. Внедрение системы госконтроля в виде акцизов и системы ЕГАИС, казалось бы, полностью предохраняет рынок от подделок и откровенного контрафакта. На самом деле это не так, и зачастую совсем не так, но определенная гарантия все же есть.

Проблемы возникают скорее с другой стороны.

Первая — это непонятные для конечного покупателя производители и достаточно туманное представление у потребителя, да и у продавца, понятий брендов и защищенных наименований. Условно говоря, понятие «армянский коньяк» вроде бы должно предполагать определенное качество напитка. Однако коньяк с таким названием и с любым количеством «звезд» на этикетке может производиться как на государственном Ереванском коньячном заводе, так и в любой армянской деревне, либо вообще в подвале в Подмоскovie. В последнем случае коньячные спирты, действительно, экспортируются из Армении, но с чем они в итоге смешиваются и в какой пропорции — вопрос туманный.

Как следствие, оптовая цена на коньяк в одних и тех же бутылках, с одним и тем же названием и очень похожими этикетками может различаться очень существенно. А вот в рознице они идут примерно по одной цене. И тут можно полагаться лишь на уровень и совесть реселлера.

Вторая — это беззастенчиво позаимствованные мировые бренды, «наклеенные» на напитки российского производства. По большому счету, освоить производство дешевого виски, джина или рома на производственных мощностях современных алкогольных заводов не так сложно. Получится не «Glenlivet», конечно, но какой процент людей, предпочитающих виски, отличит его разные сорта на вкус и запах, не видя этикетки? Вот именно.

Поэтому российские алкогольные заводы, особенно в условиях жестких санкций, успешно осваивают производство виски, джина, рома и кальвадоса, наклеивая на них этикетки на английском языке, и лишь где-то сзади мелкими буквами указывая «Сделано в России». Это в лучшем случае. В худшем происходит та же подмена, что и с коньячными спиртами — в конечный продукт добавляют, например, пять процентов виски «Jack Daniels», а на этикетке пишут «Разлито в Урюпинске на основе виски Jack Daniels». Это даже не обман покупателя, это обычная маркетинговая уловка.

Третья — это чисто маркетинговая игра на «экзотике». Наглядным примером может являться популярная марка джина, производимого в России. По сути все виды этого джина — это обычный спирт марки «люкс», с небольшим добавлением дешевого можжевелевого ароматизатора. То есть, в отличие от настоящего джина, это имитация. Ну или подделка, если угодно. Само собой, цена такого напитка не может быть выше, чем у обычной ароматизированной водки.

Однако цена даже обычного напитка этой марки «Dry» в два (!) раза превосходит цену водки. А небольшое

добавление красителя и ароматизатора, окрашивающее этот джин в голубой или розовый цвет с неуловимыми оттенками вкуса и запаха, увеличивают цену еще в два раза. Причем львиная доля наценки лежит именно на реселлерах.

Ну и наконец **четвертая** — это использование подделок, созданных не в России. Расскажем историю, которую автор услышал от одного из поставщиков алкоголя в Иркутске.

Этот поставщик в какой-то момент оценил, что объемы продаваемого в России известного вина марки «Киндзмараули» слишком велики. Он отправился в Грузию и пообщался с производителями этого вина. И выяснил интересный момент.

Настоящее вино «Киндзмараули» производится только из винограда, выращиваемого только в Киндзмараульской микронеоне Кварельского района Кахетии. Это всего 120 гектар земли. Сорты винограда высокого качества дают урожай около шести тонн с гектара. Нетрудно посчитать, что такой объем винограда позволяет дать не больше 500 тысяч литров вина в год. На весь земной шар. И стоимость такого вина существенно выше средней.

Однако спрос на грузинские вина в России гораздо выше, чем реально производится «Киндзмараули», «Цинандали» и прочих элитных вин. Напрямую нашему собеседнику этого никто не сказал, но смысл обсуждения за бутылочкой «Киндзмараули» был таков, что грузинские коммерсанты никогда не оставляют потенциальных покупателей с их неудовлетворенными потребностями в беде. Поэтому для особо жаждущих покупают хорошее вино в соседней Молдавии, наклеивают на него ту этикетку, которую хочет оптовый покупатель, и все счастливы. Главное — что вино все-таки качественное. А то, что оптовая цена на него на нолик меньше, чем у оригинального бренда, это мелочи.

Вернемся к иркутским магазинам.

Печально знаменитая (в первую очередь невероятно недружественным уровнем обслуживания) «Слата». Долгое время эта сеть была популярна у потребителей алкогольной продукции достаточно грамотными акциями по скидкам на определенные виды алкоголя.



Однако со временем скидки начали становиться все меньше, а акции — все реже. Сейчас алкогольные отделы «Слаты» радуют глаз теми самыми имитациями импортного алкоголя, о которых мы говорили выше. Всевозможные виды виски, джина, рома и даже текилы, разлитые в России, но снабженные англоязычными

этикетками и по неприлично высоким ценам.

Одновременно с этим с полок «Слаты» практически исчез достаточно качественный алкоголь как российского, так и импортного производства. Мотив понятен: с нарастанием санкций торговая маржа становится все меньше, и нужно или повышать розничные цены (теряя покупателя), или переходить на напитки с бОльшей маржой.

Практически аналогичная картина — с недавно появившейся в Иркутске «**Пятерочкой**». За исключением того, что, вопреки рекламе, в «Пятерочке» цены даже повыше, чем в «Слате». Не на всё, но заметно.

Выходец из Бурятии, торговая сеть «**Абсолют**» в плане алкоголя приятно удивляет. Вообще-то «Абсолют» позиционируется как дискаунтер, то есть магазин, рассчитанный на небогатого покупателя. Однако ассортимент алкоголя в нем резко отличается от других иркутских магазинов в лучшую сторону. Очень богатый выбор качественных российских и иностранных напитков, без малейшего намека на имитацию или подделку. Что интересно, именно в «Абсолюте» можно найти такие бренды, которых не отыскать даже в пресловутом «Метро» — например, коньяк «Meukow».

При этом сеть каким-то образом умудряется держать очень невысокие цены даже на очень элитный алкоголь. Заметим, что это касается не только иркутских филиалов «Абсолюта», но и магазинов в Бурятии. Думается, что дело в мощной диверсификации бизнеса и хорошей маркетинговой стратегии, особенно в работе с поставщиками.



Кроме того, в «Абсолюте», в отличие от других иркутских сетей, очень неплохой выбор вин. В частности, там представлена почти вся линейка «Массандры», чего практически нигде нет.

О дискаунтере «Светофор» в алкогольном плане говорить не будем. Это достаточно печальная картина, хотя на неприятный вкус может вполне и сойти.

Магазин «**Аллея**», выходец из Красноярска, последовательно сдает алкогольные позиции. Еще пару лет назад там можно было найти что-то интересное и при этом недорогое. Сейчас алкогольный отдел «Аллеи» заставлен совершенно банальными напитками в формате «как везде». И да, о скидках и акциях речь даже не идет.

Ну и чисто иркутская «вишенка на торте» — сеть «**Удача**». Как известно, сеть принадлежит представителям армянской диаспоры, со всеми вытекающими. Ассортимент обычных напитков там традиционный, а вот

объемы напитков под брендом «Иджеван» представлены очень широко — как вина, так и коньяки (вернее, бренди). Правда, сомнение вызывает тот факт, что винодельческий завод в городе Иджеван уже давно дышит на ладан. Как говорят, в 2005 году Иджеванский завод приобрел местный бизнесмен, который и поставил производство на широкую ногу. О высоком качестве, в силу отсутствия традиций, говорить не приходится, но соответствие цены и качества более-менее приемлемое.

Автор: Максим Бакулев © Babr24.com ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС, РАССЛЕДОВАНИЯ, ИРКУТСК, БУРЯТИЯ
👁 36824 14.03.2023, 07:44 📄 355

URL: <https://babr24.com/?IDE=242855> Bytes: 8664 / 8437 Версия для печати Скачать PDF

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Одноклассники](#)

Связаться с редакцией Бабра в Иркутской области:
irkbabr24@gmail.com



Автор текста: **Максим Бакулев**, политический обозреватель.

На сайте опубликовано **3434** текстов этого автора.

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: [@bur24_link_bot](#)
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: [@irk24_link_bot](#)
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: [@kras24_link_bot](#)
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)