



ОТ ЗАБВЕНИЯ ДО SKU №1*

Marketing One
24 Апреля, 2019

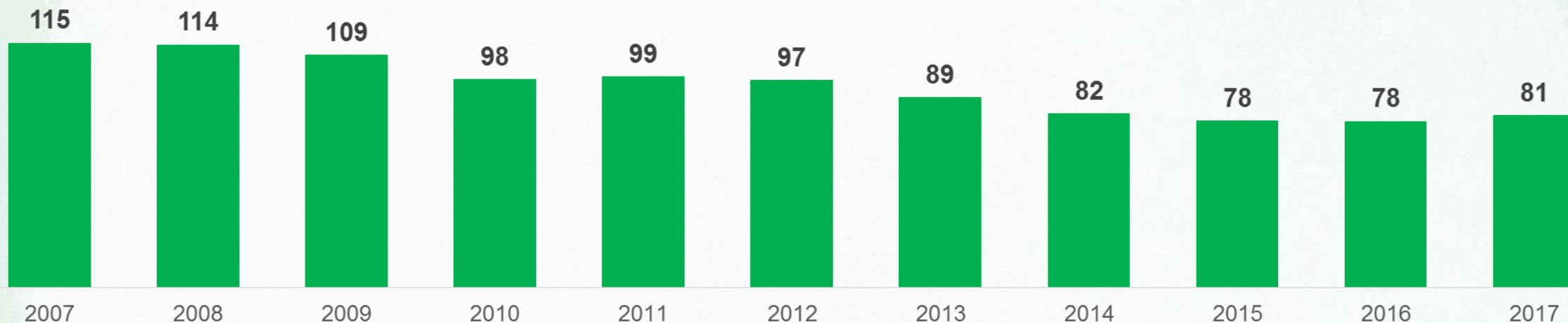
**В портфеле ООО ОПХ, в канале традиционной розницы, 2018*

Все логотипы, изображения и торговые марки третьих лиц использованы исключительно в целях иллюстрации

РЫНОК ПИВА – ПОСТОЯННОЕ УЖЕСТОЧЕНИЕ ПРАВИЛ



Рынок пива в России (млн. Гл)



Значительный рост акциза

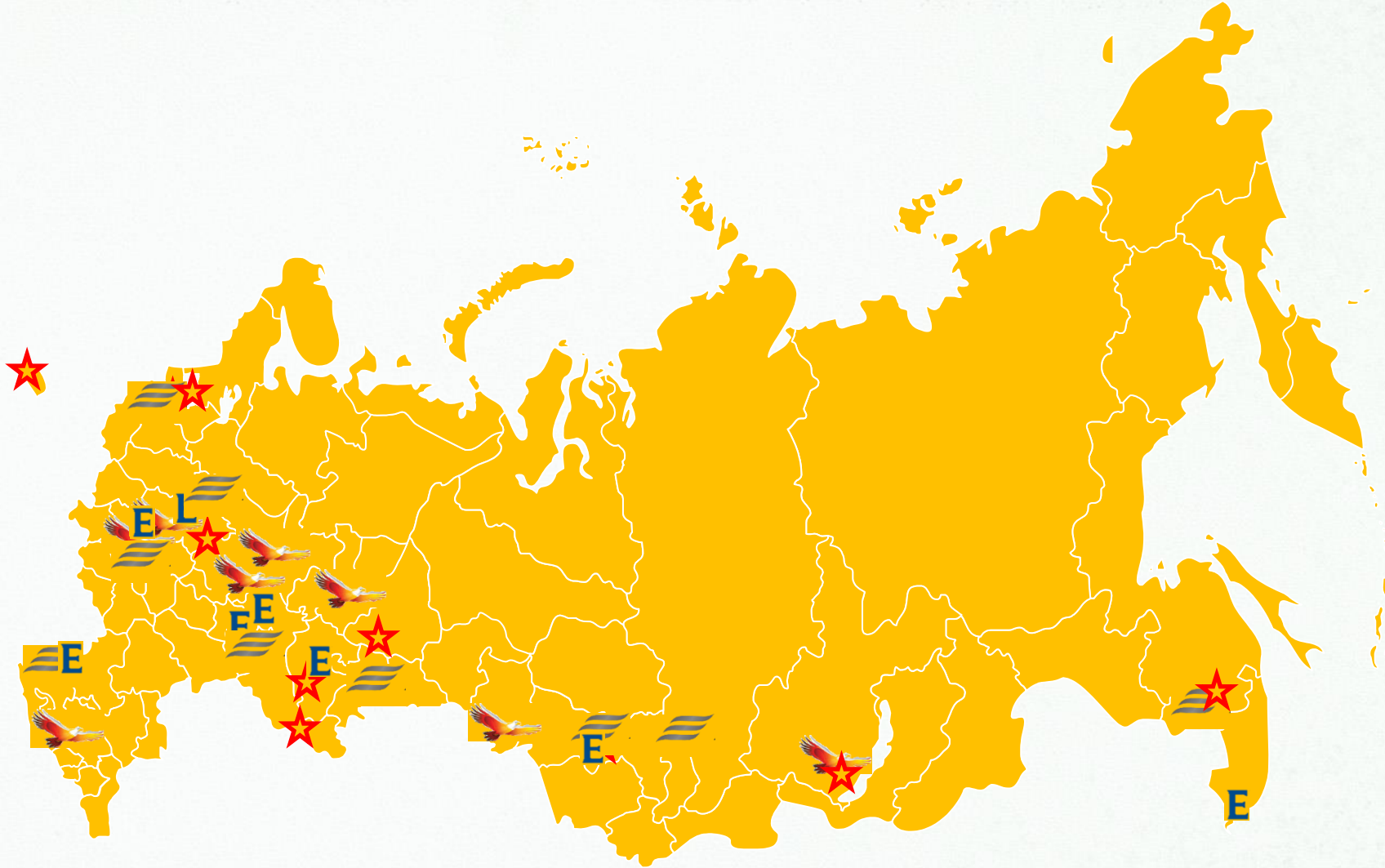
Запрет рекламы (ТВ)

Ограничение торговли в вечернее время

Запрет на продажу пива в киосках и павильонах

Запрет продажи ПЭТ > 1,5 литров

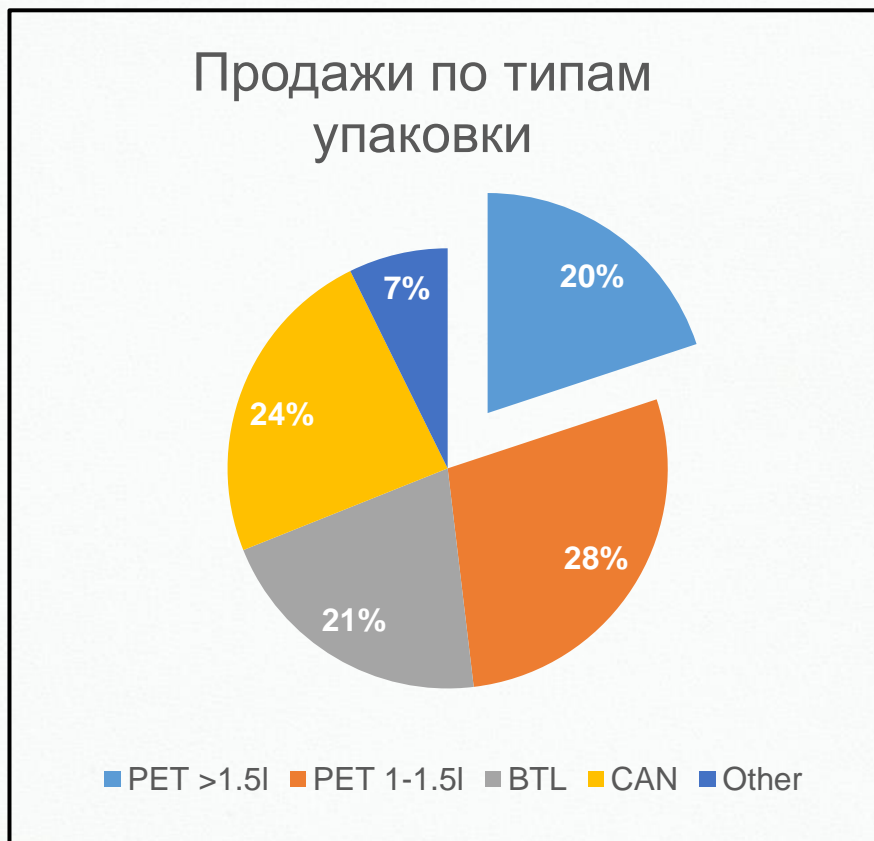
11 ПИВОВАРЕН ТОП-4 КОМПАНИЙ ЗАКРЫТО ЗА 7 ЛЕТ



ЦЕЛЬ – СОЗДАТЬ GAME CHANGER ЭКОНОМ ПРОДУКТ



▶ Исключить риск потери 20% объемов



▶ Улучшить микс каналов продаж



ПОТРЕБИТЕЛЬ



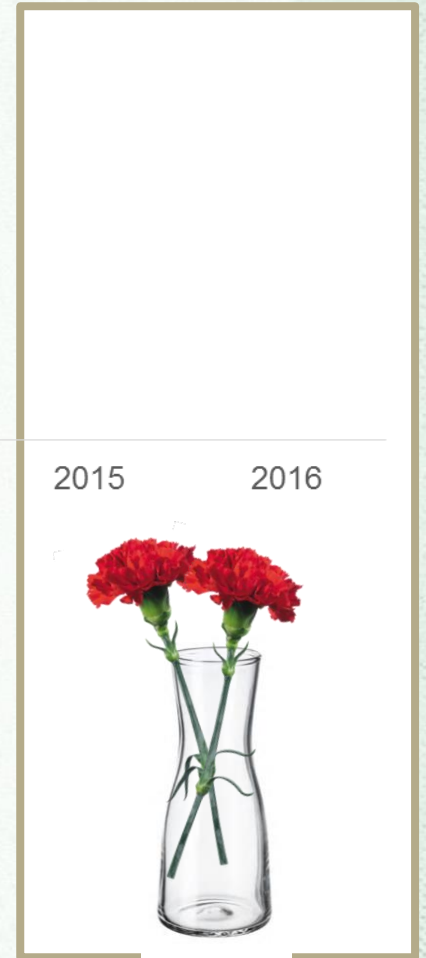
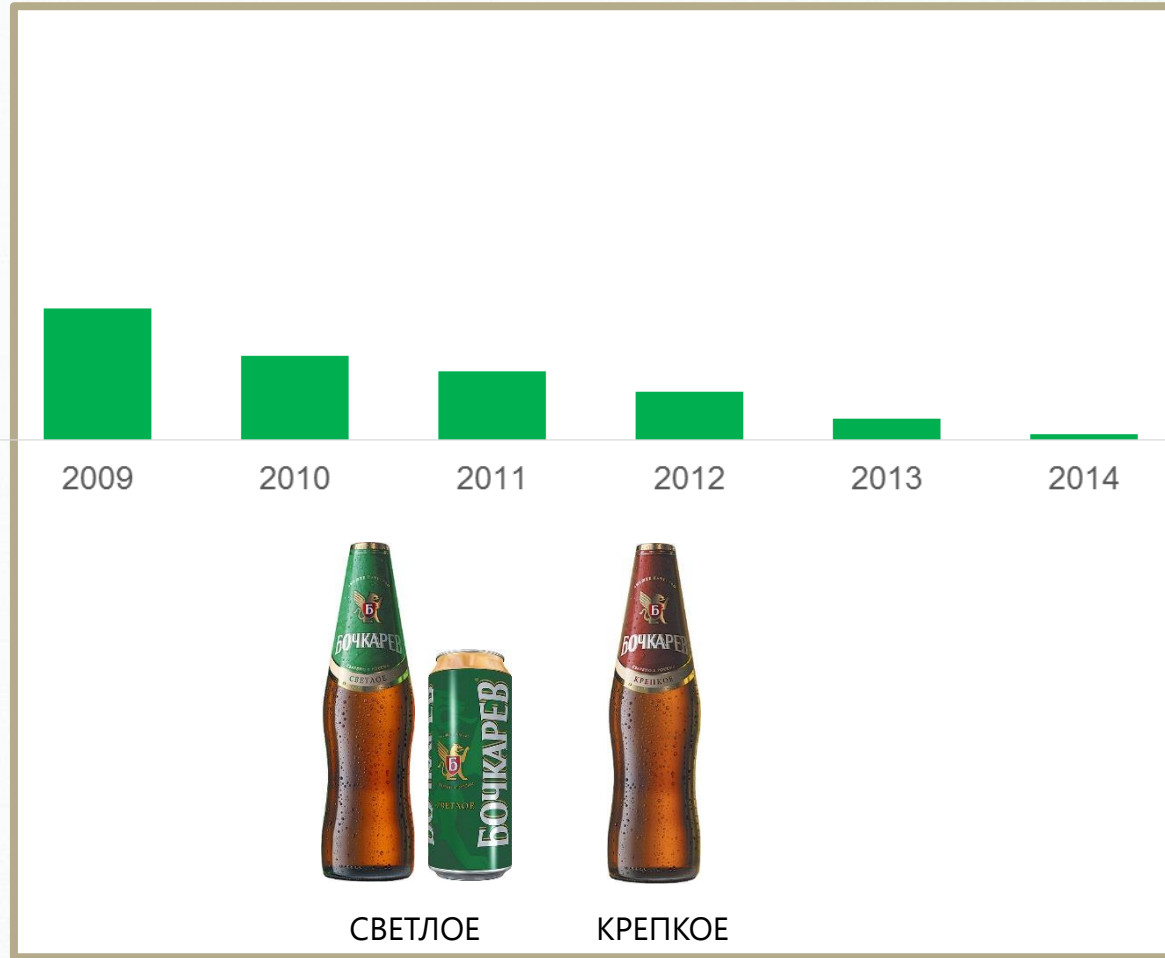
- ▶ Мужчины 30+
- ▶ Средний и ниже доход
- ▶ Выбирают пиво исходя из соотношения цена/качество
- ▶ Выбирают известные и проверенные бренды



БОЧКАРЕВ – БРЕНД СО СПЯЩИМ EQUITY



БОЧКАРЕВ. ДИНАМИКА ПРОДАЖ





СОБСТВЕННАЯ АЙДЕНТИКА, ВЫСОКАЯ УЗНАВАЕМОСТЬ



ПРЯМАЯ АССОЦИАЦИЯ С ВЫСОКИМ КАЧЕСТВОМ



ОТСУТСТВИЕ ПРОДУКТОВОГО ОТЛИЧИЯ ОТ КОНКУРЕНТОВ

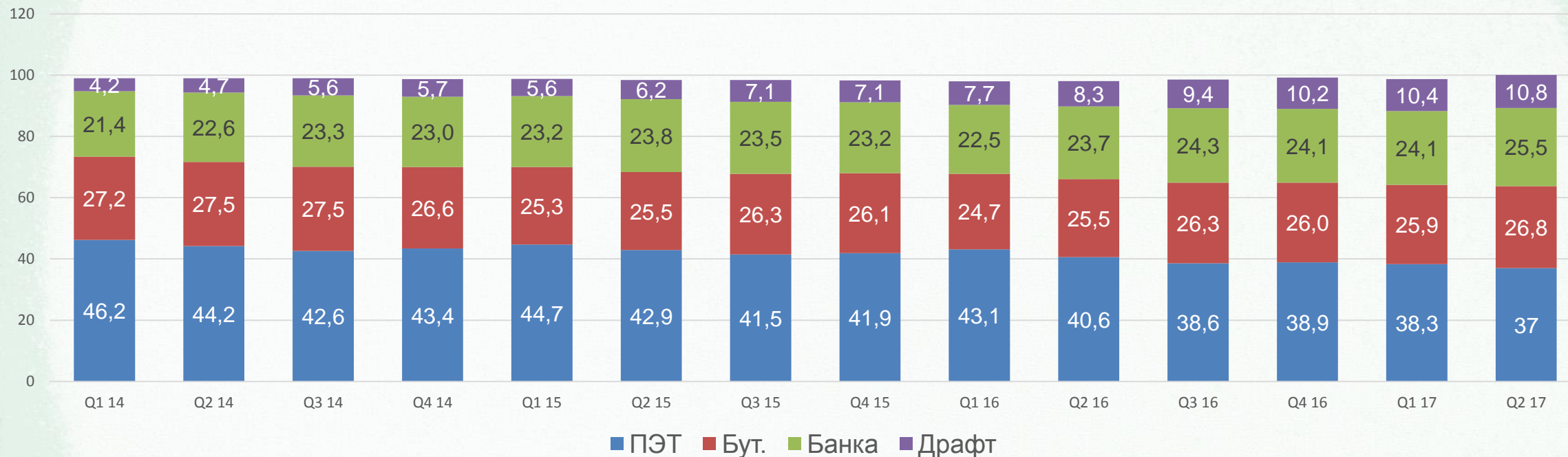


НЕГАТИВНАЯ ИСТОРИЯ ПРОДАЖ / НЕЖЕЛАНИЕ РИТЕЙЛА
СТАВИТЬ НА ПОЛКУ

ЗОНА РОСТА НА РЫНКЕ



Динамика рынка по типам упаковки*



- Разливное пиво (Драфт) – самый быстрорастущий формат потребления (+30% CAGR 2014-2016) на рынке
- Доля рынка разливного пива в 2016 году превысила 10%

ДРАФТ – ЗОНА ЕСТЕСТВЕННОГО СПРОСА



▶ Розница – производитель определяет спрос

▶ Драфт – потребитель формирует спрос



ЧЕШСКОЕ – ЕСТЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ*



▶ Первый выбор ~12%

«Жигулевское», «Рижское»
и проч.



▶ Второй выбор ~8%

Пиво в чешских традициях



▶ Третий выбор ~4%

Пиво в немецких традициях



БОЧКАРЕВ ЧЕШСКОЕ



СОБСТВЕННАЯ АЙДЕНТИКА, ВЫСОКАЯ УЗНАВАЕМОСТЬ



ПРЯМАЯ АССОЦИАЦИЯ С ВЫСОКИМ КАЧЕСТВОМ



ПРОДУКТОВОЕ ОТЛИЧИЕ ОТ КОНКУРЕНТОВ



НЕГАТИВНАЯ ИСТОРИЯ ПРОДАЖ / НЕЖЕЛАНИЕ
РИТЕЙЛА СТАВИТЬ НА ПОЛКУ



ПЕРВАЯ РОЛЬ У ПРОДУКТОВОГО ДИСКЛЕЙМЕРА



СОБСТВЕННАЯ АЙДЕНТИКА, ВЫСОКАЯ УЗНАВАЕМОСТЬ



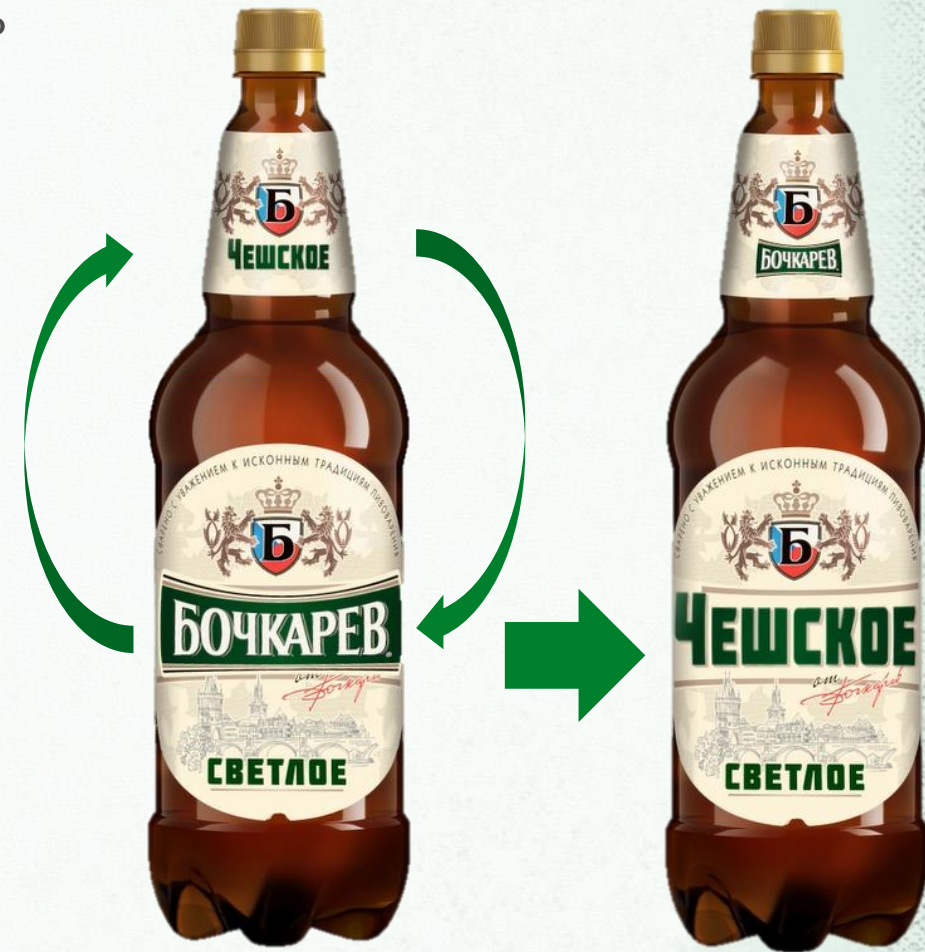
ПРЯМАЯ АССОЦИАЦИЯ С ВЫСОКИМ КАЧЕСТВОМ



ПРОДУКТОВОЕ ОТЛИЧИЕ ОТ КОНКУРЕНТОВ



НОВОЕ ВОСПРИЯТИЕ РИТЕЙЛОМ



МАКСИМАЛЬНЫЙ РИСК БЫТЬ ПРОДАННЫМ

БОЧКАРЕВ®

▶ Бесплатная доп. выкладка
в холодной зоне



▶ Бесплатная доп. выкладка
в теплой зоне



РАСШИРЕНИЕ ЛИНЕЙКИ 2018

БОЧКАРЕВ

- ▶ Запуск «Бочкарев Немецкое» (два вида хмеля из Германии)
- ▶ Запуск в формате разливного пива (кег) основной линейки



РЕЗУЛЬТАТЫ



Новинка
№1

За все время деятельности ОПХ в России «Бочкарев» стал самым большим запуском в объемном выражении за первые 12 мес.*

№2
Бренд в портфеле

В портфеле компании в России

№1
SKU

«Бочкарев Чешское» - самое большое SKU по доле рынка в объемном выражении в канале традиционной торговли. (по данным Nielsen, Авг. 2018)

Бренд
№1

В 2018 году «Бочкарев» остается брендом номер один по продажам в канале традиционной розницы в портфеле ОПХ* .

Лучший
результат
за 10 лет

Лучшие результаты по продажам бренда, начиная с 2007 года.

Бренд
№1

Запуск №1 в категории в объемном выражении в 2017 году (по данным Nielsen)

НАГРАДЫ



Effie Silver 2018



Effie Bronze 2018



1

Средне и долгосрочные преимущества будут получать организации и профессионалы умеющие искать «свободные зоны» / «голубые океаны».

2

Рост сегментации потребления, количества потребителей-новаторов, спроса на смелые решения / продукты / услуги, созданные вне клише

3

Даунтрейдинг брендов в более дешевые ценовые сегменты

4

Увеличение роли продукта

