



# ВИТАМИНЫ, СУПЕРМАРКЕТЫ И ПРЕМИАЛЬНЫЙ ПАРИЖ ПО-ВОЛЖСКИ

Продолжает  
свое активное  
позиционирование  
Группа Компаний  
«Бородино»

К лету портфолио ее продуктового дивизиона пополнился линией прохладительных напитков «Фрупс», обогащенных витаминами. Этот газированный напиток с содержанием сока 10% адресован, в первую очередь, детям. Разливается в 0,55 л ПЭТ-бутылку на заводе «Спасо-Бородинские воды» в Можайске. Как отметил Вице-Президент продуктового дивизиона Карен Вартамян, тенденции российского рынка прохладительных напитков подстегивают к выпуску новинок: модных «энергетиков», холодного чая, натурального кваса и сокосодержащих напитков (за исключением последнего, «Бородино» ранее было представлено во всех сегментах). Россияне считают сокосодержащие и витаминизированные газированные напитки полезной альтернативой «газировке». Осваивать сокосодержащий сегмент «Бородино» решило с продукта для детей – основных любителей лимонада. В августе выпускается пробная партия, дальнейшие планы скорректирует рынок. Названием «Фрупс», в котором слышится «фрукты», акцентировано внимание на полезности напитка и его фруктовом вкусе. У линейки пять вариаций: красный апельсин, яблоко, груша, лесная ягода и банан-клубника. На этикетке изображена забавная фруктовая капля. Витамины А, Е и С во «Фрупс», повышают иммунитет и стимулируют активность, что крайне важно для детского рациона. «Фрупс» успешно сочетает свойства соков и «минералки». Воду для напитков добывают из скважины глубиной 170 метров на территории завода в Можайске. Благодаря ее уникально сбалансированному составу, напитки отличаются мягким вкусом. Концепцию «Фрупс» разработали маркетологи Группы. Рекомендованная розничная цена – 18 рублей – соответствует сегменту «эконом-класс». Другая новость связана с уже существующей ритейлом «Продуктория», которая теперь будет включать и формат супермаркета. Управляющая ритейлом Группа «Бородино-Агро» до 2008 откроет 5 объектов площадью не менее 15000 кв.м. Первый супермаркет, размещенный в торгово-развлекательном центре Можайска, начнет функционировать в декабре 2007. Общая площадь «Продуктории» составит 3000 кв.м., из них 2000 отводится под торговый зал. В запуск одного объекта будет инвестировано \$1,2 млн. Торгово-развлекательный центр в Можайске площадью 5000 кв.м – это стартовый объект торгово-развлекательных центров строительного дивизиона Группы Компаний. В него будет вложено \$8 млн. Аналогичные Центры вскоре появятся в Москве и других городах, имеющих производственные активы ГК. Типовой ТРЦ кроме супермаркета «Продуктория», размещенного на правах аренды, включает в себя непродовольственные магазины, кафе, различные бытовые предприятия, кинотеатр и боулинг. «На определенном этапе стратегического развития своей торговой сети мы не исключали возможности появления разных форматов ритейла. Сегодня у нас для супермаркетного формата есть уже солидная база поставщиков, – заявил гендиректор «Бородино-Агро» Виген Авалян. – Наша торговая сеть является завершающим звеном интегрированной цепочки продуктового дивизиона «Бородино». Вдвойне приятно, что наш первый супермаркет станет «якорным» брендом для ТРЦ, которые строит Группа. Мы, как говорится, «бросим якорь» в родной гавани».

Еще одним ньюсмейкером стала волгоградская составляющая продуктового дивизиона «Славянка». Эта фабрика в июне 2007 запустила в серию конфеты «ассорти» верхнего ценового сегмента – «Safe City». Приобретена высокотехнологичная линия для шоколадных конфет и плиточного шоколада с начинкой и без неё производительностью 400 кг в час. «Славянка» способна поставлять до 700 тонн продукции в месяц, при этом число наименований доведено до 170. С новым оборудованием существенно расширятся возможности фабрики, например, появится обертка «саше». Благодаря гибкости автоматической линии, за счёт отсутствия закрепления отливочных форм на конвейере, одновременно будут производиться разные виды изделий. (Формы для отливки шоколада поставит завод «Бормаш»). Запуск начался с наиболее популярных начинок «Safe City»: айриш-крим, коньяк, амаретто и кофейный ликёр. Под новой маркой вскоре появятся серии горького и молочного шоколада. Технологи «Славянки» разработали улучшенную рецептуру на основе натуральных ингредиентов. Дизайн упаковки переносит нас в мир фантазии об уютном кафе где-то на парижских окраинах. «Safe City» продаются по 200 гр. в стильных коробках и в элитных красочных пакетах. Упаковка обеспечивает длительность хранения без потери вкуса конфет. Выпуск «Safe City» Группа укрепляет свои позиции в сегменте «шоколадные конфеты в коробках», где уже достаточно известны, например, «Тайны Двора» в изысканных упаковках 160, 170 и 250гр. Розничные сети начали продавать новинку в середине июля. Изделия «Славянки», как и остальную продукцию Группы, на эксклюзивных условиях реализуют Торговые Дома «Бородино» Москвы, Санкт-Петербурга, Волгограда, Оренбурга и Кисловодска. Основной рынок сбыта «Славянки» в России – Центральный регион, Юг и Поволжье.



Группа Компаний  
«Бородино», основанная  
в 1993, входит в список  
крупнейших

отечественных торгово-промышленных холдингов. Объединяет более 60 компаний и промышленных предприятий. Свыше 15 тысяч сотрудников. Основные направления бизнеса выделены в дивизионы – продуктовый, строительный, машиностроительный и дивизион услуг. Продуктовый дивизион представляют: ЗАО «Бородино» – «Спасо-Бородинские воды», ЗАО «ППК «Славянка»», ООО «Бородино-Оренбург», ООО «КавМинВоды», ООО «Русское мороженое», ООО «Армянский консервный завод «Бородино»», ОАО «Сыр-молоко», ЗАО «Совпродпром», ООО «Борснаб», ООО «Бородино-Агро» – Сеть магазинов «Продуктория». Предприятия Группы производят и реализуют соки и нектары «7Я», «Mr. Juice» и «Monte Fresh», квас брожения «Старый» и серию лимонадов «7Я», минеральную воду «Mineraloff», холодный чай «Infinitea», лечебно-столовые и питьевые воды, консервацию «Долина вкуса», кондитерские изделия, мороженое и другие продукты питания. Можайский адрес «Продуктории»: улица Бородинская, д.31а. Время работы с 9.00 до 23.00 без обеда и выходных. Ассортиментная линейка насчитывает более 30 000 видов наименований, из которых 70% приходится на продовольственную группу и 30% на сопутствующие товары. В торговом зале предусмотрена стройная система навигации, а современные технологии обслуживания и 20 кассовых терминалов позволят «не застаиваться» в кассовой зоне. Обслуживать супермаркет будут 150 профессиональных специалистов, прошедших подготовку в учебном центре компании. Предполагается, что в будние дни поток покупателей составит более 5 тысяч человек, а в выходные и праздничные – свыше 10 000. деятельность Группы собственными сырьевыми и интеллектуальными ресурсами.

