



## БИЗНЕС, ТРЕБУЮЩИЙ ОСОБОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

«Бритиш Американ Табакко Россия» («БАТ Россия») является подразделением Группы компаний British American Tobacco, одной из крупнейших международных табачных компаний, которая занимает порядка 15% мирового табачного рынка и присутствует более чем в 180 странах. За столетнюю историю British American Tobacco добилась прочной репутации производителя табачных изделий высокого качества, отвечающих самым разнообразным потребительским вкусам. British American Tobacco по праву гордится своими достижениями на крупнейших мировых рынках, своей историей и тем, что за это время сложился ее уникальный, поистине интернациональный характер.

### Продукция и ценности бренда

Около миллиарда людей в мире курят, и каждый седьмой из них выбирает сигареты, произведенные British American Tobacco. Компаниям Группы принадлежат права на более чем 300 марок сигарет. В России «Бритиш Американ Табакко Россия» присутствует во всех сегментах рынка.

Особое внимание British American Tobacco уделяет развитию ведущих международных брендов – DUNHILL, Kent, Pall Mall и Vogue. Их совокупные продажи, начиная с 1999 г., выросли на 50%.

Сбалансированный портфель марок из всех ценовых сегментов, от нижнеценового до суперпремиального – позволяет удовлетворить любой, даже самый взыскательный вкус потребителя. Он включает такие популярные международные и локальные марки, как DUNHILL, Kent, Vogue, Rothmans, Pall Mall, Viceroy, Lucky Strike, «Ява Золотая», Alliance и «Ява».

**DUNHILL** – это первоклассные сигареты и авторская линия сигар. На протяжении почти ста лет, с 1907 г., эксперты DUNHILL создают эксклюзивные табачные продукты для истинных ценителей. DUNHILL – эксперт в табачном деле, а также символ современной классики, сочетающий изысканный Стиль и исключительное Содержание. DUNHILL в России демонстрирует постоянный рост в сегменте «супер-премиум».

**Kent** – лидер в сегменте «премиум» в России. Торговая марка Kent была впервые запущена в Америке в 1952 г. Сегодня Kent продается в 70 странах и является самым инновационным брендом в портфеле марок British American Tobacco. На протяжении нескольких лет марка демонстрирует феноменальный рост продаж в нашей стране.

**Vogue** впервые появились на зарубежных рынках в 1987 г. В нашей стране марка представлена с 1989 г. Vogue стали первыми сигаретами формата superslims на российском рынке и эталоном «женских» сигарет. Марка Vogue продолжает из года в год восхищать своих потребителей

Джон Тэйлор  
(John Taylor),  
Управляющий  
директор  
«БАТ Россия»



изысканностью, элегантным дизайном и ароматами, что позволяет ей занимать прочную лидирующую позицию в сегменте «премиум» среди сигарет для женщин.

**Pall Mall** – эта марка известна в России с 1997 г. и пользуется популярностью среди наиболее динамичных, совершеннолетних потребителей в возрасте 30 лет.

**Viceroy** – сигареты этой марки появились в США в 1936 г. и к настоящему времени заслужили доверие курильщиков в 55 странах мира благодаря прекрасному сочетанию качества международной марки и доступной цены.

«Ява Золотая» вышла на рынок в 1997 г. и сразу завоевала признание потребителей. Эта марка сигарет стала одной из самых успешных в Европе за всю историю существования табачного бизнеса и сегодня занимает одну из лидирующих позиций на российском рынке по объему продаж среди сигарет с фильтром.

При всем успехе компания British American Tobacco придерживается

позиции не навязывать людям процесс курения, а дать возможность взрослым потребителям, уже сделавшим свой выбор в пользу курения, получать информацию о приобретаемой ими продукции от производителя их марки сигарет. Кроме того, основополагающим в работе British American Tobacco остается принцип: деятельность по продвижению и дистрибуции табачных изделий не должна быть направлена на несовершеннолетних.

### Инновации и реклама

Для того чтобы выделить коммуникацию своих брендов из конкурентного окружения, «Бритиш Американ Табакко Россия» активно использует в их продвижении нестандартные решения, нетрадиционные каналы сбыта, например, HoReCa (Hotels, Restaurants, Cafes), где высока концентрация наиболее динамичной и активной части общества, а также со всей серьезностью подходит к выбору ключевых клиентов.

**DUNHILL**. С момента перезапуска в России в 2004 г. DUNHILL следует стратегии ограниченной доступности, основанной на контроле за дистрибуцией (эксклюзивный продукт требует эксклюзивной дистрибуции) в лучших ресторанах и магазинах российских городов с высокой концентрацией целевых потребителей и на сфокусированной коммуникационной платформе в средствах массовой информации. DUNHILL – постоянное стремление к совершенству.

**Kent**. Мир бренда Kent – это новые технологии, яркие идеи, лаконичные решения, инновации и тенденции будущего, ставшие реальностью в наши дни.

В числе последних достижений этой инновационной марки – создание высокотехнологичного трехсекционного фильтра с активированным углем «3-ТЕК», благодаря чему потребители получают наиболее современный продукт. Прогрессивный имидж марки поддерживается осуществлением нестандартных проектов, таких как ежегодная премия инновационного дизайна DIA, спонсорство российского

фестиваля электронной музыки FortDance в Кронштадте, куда съезжаются самые активные люди со всей страны – основная целевая аудитория брэнда.

**Vogue.** Марка создана специально для женщин и является олицетворением истинной женственности в современном ее воплощении и эталоном «женских» сигарет в России. Эксклюзивность мероприятий, проводимых в канале HoReCa, например, Vogue Atelier, способствуют созданию неповторимого имиджа марки – изысканно-утонченной, элегантной и чарующе-вдохновляющей. А успех новой ароматической линии от Vogue – Vogue Arome – превосходит самые смелые ожидания.

**Pall Mall.** Одна из самых ярких и динамичных марок в портфеле компании. Именно потому что Pall Mall – сигареты для динамичной аудитории, марке требуется постоянное обновление имиджа. К примеру, в 2005 г. Россия стала первой страной в мире, где Pall Mall появился в новом формате superslims. Среди значимых событий в жизни марки – летний гипер-проект 2006 г. «Самый жаркий маршрут лета» на Черноморском побережье России. В этот маршрут вошли известные клубы крупных городов побережья, где прошли серии вечеринок с модными диджеями.

**Viceroy.** С появлением этой марки в России многие потребители смогли убедиться, что необязательно переплачивать, чтобы получить качественные сигареты международного уровня. Завоеванию такой степени доверия способствует яркая рекламная кампания Viceroy, в которой потребители делятся своими впечатлениями о вкусе и качестве этих сигарет.

**«Ява Золотая».** Начиная с 1999 г. «Ява Золотая» завоевала множество престижных наград – несколько лет подряд побеждала в конкурсе «Брэнд года» и была отмечена национальной премией «Товар года». В рекламе «Ява Золотая» прославилась легендарной кампанией «Ответный удар», а в течение последних лет – суперуспешными рекламными акциями «Почувствуй скорость!», где разыгрывались тюнингованные «десятки», и «Взлети на МИГ-29!» с главным призом – полетом на реактивном истребителе.

## Достижения и перспективы

«Бритиш Американ Табакко Россия» строит свой бизнес на основе принципа социальной ответственности, считая его неотъемлемой составляющей любого коммерческого успеха. В 2001 г. компания первой на российском рынке начала процесс социальной отчетности в соответствии с международными стандартами.

«Бритиш Американ Табакко Россия» ставит перед собой цель стать лидером

российского табачного рынка по всем показателям к концу 2010 г. При этом компания определяет лидерство не только как первое место на рынке по объему и стоимости продаж, но и как первенство с точки зрения репутации компании и условий труда для сотрудников. «Бритиш Американ Табакко Россия» стремится быть одним из лучших работодателей на российском рынке труда. По результатам опроса участников менеджера сообщества E-executive, компания занимает третье место в рейтинге лучших работодателей России, предлагая потрясающие возможности роста для выпускников вузов, молодых специалистов и профессионалов высшего уровня. Для этого «Бритиш Американ Табакко Россия» реализует целый ряд многоуровневых кадровых программ.

Помимо этого, одним из ключевых корпоративных принципов компании является действие экономического и социального развития страны: социальная помощь незащищенным группам населения (пожилым людям, инвалидам и людям, проходящим реабилитацию), поддержка экологических проектов и мероприятий, направленных на благоустройство территорий дворов и улиц российских городов, институтов искусства и культуры, вовлечение сотрудников в благотворительную деятельность.

## Экономика и финансы

К концу 2005 г. объем инвестиций «Бритиш Американ Табакко» в российскую экономику превысил \$630 млн. В настоящее время «Бритиш Американ Табакко Россия» является одним из лидеров российского табачного рынка. По данным ACNielsen, доля рынка компании по стране составляет более 21% (21,6% по состоянию на сентябрь 2006 г.). География деятельности «Бритиш Американ Табакко Россия» охватывает свыше 200 городов. Поступательное развитие бизнеса «Бритиш Американ Табакко Россия» идет по направлению вглубь страны. Сегодня в распоряжении компании находятся 13 собственных распределительных центров, которые помогают координировать логистику продукта по всей России, а также сотни логистических складов.

«Бритиш Американ Табакко Россия» делает акцент на работу в крупнейших российских городах и усиление своего присутствия в тех регионах, где уже работают торговые представители компании. Объем продаж в 2005 г. превысил 73 млрд сигарет. В компании работают более 3,7 тыс. человек. В 2005 г. совокупные налоговые отчисления компаний, входящих в группу «Бритиш Американ Табакко Россия», в бюджеты различных уровней и государственные внебюджетные фонды составили свыше 12,33 млрд рублей.

## То, чего вы не знали о брэнде

**Четвертый год подряд** компании British American Tobacco Plc. и British American Tobacco Malaysia входят в индексы Доу Джонса по рейтингу мировой надежности (DJSI World) и устойчивости развития бизнеса (DJSI STOXX), являясь единственными представителями табачной отрасли в этих списках.

**«Бритиш Американ Табакко Россия»** оказывает спонсорскую помощь Государственной Третьяковской галерее (Москва), Государственному Русскому музею (Санкт-Петербург) и передвижной выставке произведений из коллекции музея в рамках программы «Россия», Собиновскому музыкальному фестивалю, фестивалю «Нева впадает в Волгу» (Саратов), а также циклу концертов «Музыкальные собрания в доме Третьяковых», организованных Академическим камерным оркестром Musica Viva (Москва).

**С 2004 г. компания проводит** грантовый конкурс социальных проектов по определенной тематике. В 2006 г. темой конкурса «Время помогать!» стала помощь в социальной адаптации совершеннолетних людей с ограниченными возможностями.

**Сотрудники компании** принимают личное участие в благотворительной деятельности с помощью программы частных пожертвований «Им нужна Ваша помощь». Ежемесячно сотрудники из своих зарплат перечисляют средства на лечение тяжелобольных детей, поддержку инвалидов, а также оказание помощи Московскому отделению «Красного Креста», клубу для трудных подростков и приюту для бездомных животных.



### 1902

В результате объединения английской Imperial Tobacco и американской American Tobacco родилась British American Tobacco Company LTD

### 1912

British American Tobacco Company LTD зарегистрирована на Лондонской бирже. Треть акций до 1970-х годов принадлежала Imperial Tobacco

### 1927

British American Tobacco вновь вышла на американский рынок, став владельцем американской компании Wawn & Williamson

### 1930

Начало бурного роста бизнеса British American Tobacco в Юго-Восточной Азии, Северной и Южной Америке, Африке. Доля рынка компании в Китае достигла 50%

### 1998

От В.А.Т. Industries отделены финансовые подразделения. На Лондонской фондовой бирже зарегистрирована компания British American Tobacco Plc

### 1999

Слияние с Rothmans International

### 2001

Начало крупных инвестиционных программ в различных странах земного шара, открытие офиса British American Tobacco в России