

БЕЗ АКЦИЗА, С ЛЮБОВЬЮ

В 2007 ГОДУ ОБЪЕМ ПРОДАЖ АЛКОГОЛЯ В МАГАЗИНАХ БЕСПОШЛИННОЙ ТОРГОВЛИ DUTY FREE ВЫРОС НА 10,7% И СОСТАВИЛ \$5,5 МЛРД. ПОЛОВИНУ ЭТОГО РЫНКА ДЕЛЯТ МЕЖДУ СОБОЙ ДВА КРУПНЕЙШИХ В МИРЕ ПРОДАВЦА СПИРТНОГО — DIAGEO И PERNOD RICARD. ОСТАЛЬНЫЕ, В ТОМ ЧИСЛЕ ЛИШЬ НЕДАВНО ВСЕРЬЕЗ ЗАЯВИВШИЕ О СЕБЕ НА ЭТОМ РЫНКЕ РОССИЙСКИЕ ВОДОЧНИКИ, РАССМАТРИВАЮТ ЛИСТИНГ В МАГАЗИНАХ DUTY FREE СКОРЕЕ КАК ИМИДЖЕВЫЙ ШАГ, ЧЕМ КАК ПОЛНОЦЕННЫЙ БИЗНЕС. ПЕТР ЕРШОВ

ВОДКУ НА БОРТ История рынка беспошлинной торговли в аэропортах началась в Ирландии в 1947 году. Идею duty free воплотил в жизнь Брендан О'Реган в аэропорту Дублина, открыв первый магазин. В международной правовой системе сложилась практика, когда экспорт алкогольной продукции осуществляется по нулевой ставке НДС и без акциза. Все налоговые отчисления производитель оплачивает в казну той страны, где осуществляется продажа алкоголя. Клиенты О'Регана после прохождения паспортного контроля формально покидали страну, поэтому его покупки не облагались налогами того государства, из которого он улетал.

Спустя несколько лет концепция беспошлинной торговли получила распространение и в других странах — Голландии, Бельгии, Великобритании. Вскоре зоны беспошлинной торговли стали появляться в международных аэропортах и на бортах самолетов, на международных паромов и в магазинах для дипломатов. В 1988 году первый магазин беспошлинной торговли был открыт в СССР в аэропорту Шереметьево. Для запуска новой системы продаж Совету министров СССР пришлось даже подписать специальное постановление, после чего «Аэрофлот» и ирландская сеть Aer Rianta International создали совместное предприятие Aerofirst. Другие крупные операторы, среди которых Gebr. Heinemann's и Dufry, пришли в Россию лишь недавно.

Сегодня поставщики алкоголя в duty free работают по следующей схеме. Продавец экспортирует товар на складской терминал оператора беспошлинной торговли, где формируется и отправляется заказ для конкретной зоны duty free. Часто продукция возвращается в ту страну, где была произведена. При этом налогообложения продуктов не возникает, так как формально продукция границу не пересекает. «В России мы сотрудничаем с Aer Rianta International. По ее заказу транспортная компания забирает и транспортирует наш ликер Saint Brendan's из Ирландии на таможенный склад в немецкий Гамбург, откуда ликер попадает в Россию. По аналогичной схеме сотрудничаем и с другими регионами», — говорит руководитель дивизиона «Европа и Россия» американской компании Luxco (ликер Saint Brendan's, ром Admiral Nelson's, водка Pearl) Майкл Дорфман.

Внимание российских производителей крепкого алкоголя новый канал сбыта привлек еще в начале 1990-х. Однако отечественные компании до самого последнего времени отгружали алкоголь в российские магазины duty free как в обычную розницу: стоимость спиртного включала НДС и акциз. Местные представительства операторов беспошлинной торговли имеют право работать с локальными поставщиками и заключать контракты на местах, продавая продукцию своего партнера только в конкретном магазине — по точкам сети в других странах продукция не распространяется. В этом случае продукцию получает юридическое лицо, зарегистрированное в России, и алкоголь облагается всеми местными налогами. По словам гендиректора «Алкогольных заводов „Гросс“» Виктора Самойлова, в этом случае производители спиртного теряют главное преимущество, которое имеют мага-

РЫНОК, УШЕДШИЙ ОТ НАЛОГОВ

Оборот мирового рынка беспошлинной торговли в 2007 году, по предварительным данным шведской исследовательской компании Generation Group, составил \$31,5 млрд (в 2006 году — \$29 млрд). Лидером является Европа (включая Россию) с 41,8% рынка, на долю Азии приходится 26,9%, США — 24,3%, Ближний восток — 5,6%, Африки — 1,3%.

По данным на первую половину 2007 года, в России рынок duty free сократился на 0,5%, в то время как в целом по Европе вырос на 7,3%. Основную долю мирового рынка в настоящее время составляют предметы роскоши (около 35% продаж). Косметика и парфюмерия занимают почти 30%, алкоголь — около 17%, табачные изделия и продукты питания — по 9%. Продажи алкоголя и парфюмерии значи-

тельно снизились за последние два года (почти вдвое) из-за ограничений на провоз жидкостей, в некоторых компаниях — до 75%. Основные каналы продаж беспошлинных товаров — это магазины в аэропортах (доля рынка — 55%), продажи на борту самолета и на паромов (по 8%). В среднем в мире пассажир тратит в duty free около \$20, в аэропортах России и СНГ — от \$40 до \$120.

В Топ-10 лидеров мирового рынка беспошлинной торговли входят: DFS Group (Гонконг, оборот — около \$2,5 млрд), Gebr. Heinemann (Германия, \$2,2 млрд), The Nuance Group (Швейцария, \$1,6 млрд), Dufry Group (Швейцария, \$1,2 млрд), Aldeasa (Испания, \$1,2 млрд), Lotte Group (Южная Корея, \$977 млн), World Duty Free (Великобритания, \$847 млн), Alrha Airports (Великобритания, оценочно \$804 млн), Aer Rianta

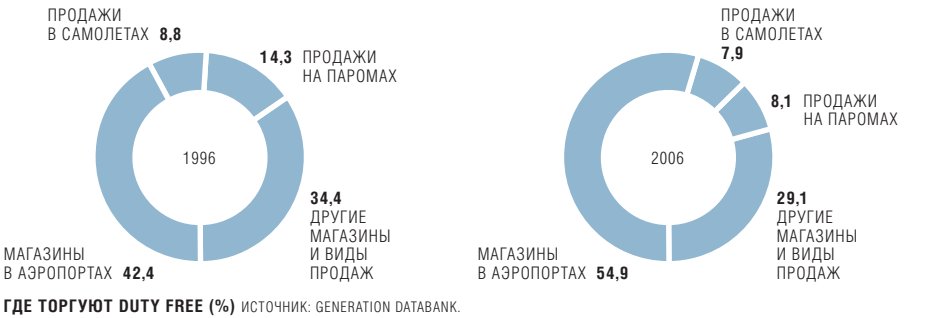
International (Ирландия, \$700 млн), Dubai Duty Free (ОАЭ, \$695 млн). По данным Generation Group, оборот продаж на российском рынке беспошлинной торговли в 2006 году составил \$300 млн. В стране представлены две международные компании — ирландская Aer Rianta International (ARI) и швейцарская Dufry. ARI пришла в страну в 1988 году, создав СП «Аэроферст» с «Аэрофлотом» для торговли в

Шереметьево-2. В данный момент также работает в Пулково, Домодедово и Внуково. В конце 2007 года подписала контракт с ОАО «Терминал», по которому получит 2,2 тыс. кв. м торговых площадей в строящемся третьем терминале Шереметьево. Dufry управляет сетью магазинов в Домодедово. В ноябре 2007 года о планах по выходу на российский рынок объявила немецкая Gebr. Heinemann Group.



ТИП ТОРГОВОЙ ТОЧКИ	ПРОДАЖИ В 2006 ГОДУ		ПРОДАЖИ В 2005 ГОДУ		ПРИРОСТ	
	ОБЪЕМ ПРОДАЖ (\$ МЛРД)	ДОЛЯ РЫНКА (%)	ОБЪЕМ ПРОДАЖ (\$ МЛРД)	ДОЛЯ РЫНКА (%)	ПРИРОСТ ПРОДАЖ (%)	КОЛЕБАНИЯ ДОЛИ РЫНКА (%)
МАГАЗИНЫ В АЭРОПОРТАХ	15,915	54,9	14,096	52,2	12,9	2,7
ПРОДАЖА В САМОЛЕТАХ	2,277	7,9	2,009	7,4	13,3	0,4
ПРОДАЖА НА ПАРОМАХ	2,356	8,1	2,422	9	-2,7	-0,8
ДРУГИЕ МАГАЗИНЫ И ВИДЫ ПРОДАЖ	8,45	29,1	8,471	31,4	-0,3	-2,2

ИСТОЧНИК: GENERATION DATABANK.



ГДЕ ТОРГУЮТ DUTY FREE (%) ИСТОЧНИК: GENERATION DATABANK.

зины duty free в глазах потребителя, — ценовое, поэтому подобные варианты всерьез не рассматривались.

Ситуация стала меняться лишь после того, как начиная с 2006 года российские производители стали наращивать экспортную активность. Сегодня целый ряд отечественных производителей работает по традиционной для международных производителей алкоголя схеме, экспортирует продукцию на зарубежные склады той или иной сети duty free. Сегодня по такой схеме работает «Русский стандарт», «Парламент», «Русский алкоголь», а также украинский «Nemiroff Холдинг». В конце 2007 года «Алкогольные заводы „Гросс“» заключили договор с ведущим международным оператором Dufry, а в феврале «Синергия» объявила о начале сотрудничества с небольшой сетью Global Planet. «Теперь наша водка „Русский бриллиант“ попадает в российские магазины Dufry через Швейцарию. Логистика получается сложной, зато стоимость водки остается выгодной на фоне большинства отечественных производителей», — отмечает Виктор Самойлов.

Значительная доля отечественных водок тем не менее поставляется в российские магазины duty free по старой

ИЗ-ЗА ОГРАНИЧЕННОЙ ПЛОЩАДИ МАГАЗИНОВ В АЭРОПОРТУ И ВЫСОКОЙ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПАССАЖИРОВ ОПЕРАТОРЫ DUTY FREE БЕРУТ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ТОЛЬКО ВЫСОКОРЕНТАБЕЛЬНЫЕ ТОВАРЫ