



ОЛЬГА СОЛОМАТИНА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ПИВОВАРЕННАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ»

С ПЕНОЙ ДНЕЙ

Удивительно, как много слухов и мнений можно услышать в последнее время о пиве. Например, бытует мнение, что вкус у пива стал неживым, ненатуральным. Якобы из-за химических добавок и консервантов, которые в него добавляют. При этом любой технолог скажет, что в пиво не вводится ничего ненатурального, тем более химических компонентов искусственного происхождения: в этом просто нет необходимости. Консерванты добавляются в скоропортящиеся, например молочные и кисломолочные, продукты — в те, которые подвержены быстрому микробиологическому заражению и без консервантов не проживут больше одного дня. Пиву это не нужно. В нем есть натуральные вещества, которые по своей природе предотвращают развитие вредных микроорганизмов. Прежде всего это углекислота. Играет роль также рН пива (мера щелочности или кислотности среды): он кислотный — от 4,0 до 4,5, тогда как нейтральная среда имеет значение 7. Кроме того, бактериостатический эффект оказывают горькие вещества, хмелевые кислоты. Так же действует содержащийся в пиве алкоголь. Поэтому консерванты попросту не нужны. Конечно, пиво пастеризуют, но только для того, чтобы предотвратить действие ферментов, которые разрушают пену и, соответственно, ухудшают потребительские качества. Поэтому нет и не может быть в нашей стране, как и в любой другой, «своей особенной технологии пивоварения». Ни одна страна не может внести ничего нового или особенного в изготовление пива, ведь это биохимия, природный процесс. Оборудование работает по одному и тому же принципу.

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (Business Guide-Пивоваренная промышленность)

Демьян Кудрявцев — генеральный директор
Азер Мурсалиев — шеф-редактор
Анатолий Гусев — арт-директор
Эдди Опп — директор фотослужбы
Валерия Любимова — директор по рекламе.

Рекламная служба:
Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353
Алексей Харнас — руководитель службы
«Издательский синдикат»

Ольга Соломатина — выпускающий редактор
Наталья Дашковская — редактор
Сергей Цомык — главный художник
Виктор Куликов — фоторедактор
Екатерина Бородулина — корректор
Адрес редакции: 125080, г. Москва, ул. Врубелья, д. 4.
Тел. (499) 943-9724/9774/9198

Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом». Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2. Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010

Типография: «Сканвеб Аб». Адрес: Корьяланкату 27, Коувола, Финляндия
Тираж: 75000. Цена свободная

Рисунок на обложке: Мария Заикина

ПИВО ПОД ПРИЦЕЛОМ

В НАЧАЛЕ 2010 ГОДА ДЕПУТАТЫ ГОСДУМЫ ВЫСТУПИЛИ С «АНТИПИВНЫМ» ПРЕДЛОЖЕНИЕМ — ОГРАНИЧИТЬ ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖУ ПИВА. ПАКЕТ ПОПРАВОК К ЗАКОНУ О ГОСРЕГУЛИРОВАНИИ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ СОДЕРЖИТ ПЕРЕЧЕНЬ МЕР, КОТОРЫЕ У УЧАСТНИКОВ РЫНКА ВЫЗЫВАЮТ ВОПРОС: ЧЕГО ЖЕ ХОТЯТ ДЕПУТАТЫ — СОКРАТИТЬ ПОТРЕБЛЕНИЕ ПИВА В СТРАНЕ ИЛИ «НАСТУПИТЬ» НА ПИВОВАРЕННЫЕ КОМПАНИИ? ДАРЬЯ ЖИГАНОВА

ЧЕГО ХОТЯТ ДЕПУТАТЫ?

Хотя комиссия по регулированию алкогольного рынка не поддержала инициативу депутатов, утверждать, что опасность для рынка миновала, рано: в конце весенней сессии депутаты рассмотрят поправки к 171-ФЗ во втором чтении. Наступление на пивоваренную отрасль носит комплексный характер: в целях снижения уровня потребления пенного напитка в России депутаты предлагают ввести лицензирование производства, запретить использование ПЭТ-упаковки, ввести ЕГАИС, ограничить потребление пива в общественных местах и т. д.

По мнению Кирилла Болматова, директора по корпоративным вопросам компании «САБМиллер РУС», все антипивные меры, когда-либо предлагаемые в России, можно разделить на три категории. К первой стоит отнести те, которые действительно направлены на снижение объемов злоупотребления алкоголем. В числе таких эксперт называет меры, предложенные президентом Дмитрием Медведевым, — право продавца требовать у покупателя документ, подтверждающий возраст, ужесточение рекламных ограничений, запрет на торговлю алкоголем ночью, запрет на распитие алкоголя в общественных местах и др.

Ко второй категории можно отнести ограничения, которые в случае принятия способны нанести большой вред пивоваренной отрасли и никак не повлияют на снижение уровня потребления пива в стране. «В качестве примера можно назвать попытку введения баварского Закона о чистоте пива 1516 года, запрещающего использовать в пивоварении что-либо, кроме ячменя, хмеля и воды. Этот закон давным-давно существует только в маркетинговых легендах, нигде в мире таких ограничений нет, зачем они понадобились в России — не понятно», — говорит Кирилл Болматов.

И, наконец, к третьей категории эксперт относит меры, способствующие процветанию коррупции. К ним, в частности, можно отнести лицензирование производства и продажи алкоголя. «Лицензирование стало замечательным способом выбивания взятки из лицензируемых компаний. Лицензионные требования настолько сложны и запутанны, что без взятки получить или сохранить лицензию почти невозможно», — рассказывает Кирилл Болматов. — А в последние годы добавилось еще и рейдерство. Десятки региональных водочных заводов под любыми предлогами лишаются ли-

цензий, после чего либо их производственные активы за бесценок прибираются к рукам „правильными“ компаниями, либо они закрываются совсем, а их рыночную долю забирают конкуренты, у которых простаивало оборудование».

Позицию компании «САБМиллер РУС» разделяет и первый заместитель председателя Совета федерации Александр Торшин. По его мнению, лицензирование — это неоправданно избыточная форма контроля в отношении пивоваренной отрасли, поскольку собираемость акциза на пиво в РФ превышает 97%, а поддельная продукция на рынке отсутствует. «Необходимость получать любую разрешительную документацию — это почва для коррупции и противоречит заявлениям президента и правительства России о необходимости снижать административное воздействие на бизнес», — говорит господин Торшин. Введение этой меры будет иметь и другое последствие — появится необходимость переоснащения пивоваренных производств, поскольку в настоящее время на предприятиях установлены разнообразные технологические линии.

ЕГАИС, ТАРА, ДЕНЬГИ

Стоит отметить, что на этом перечень мер, предлагаемых депутатами в целях уменьшения уровня потребления пива в России, не заканчивается. Возможное введение ЕГАИС в пивоваренной отрасли может повлечь за собой несколько последствий.

«Предприятиям придется устанавливать не только разные счетчики учета спирта, но и получать массу дополнительных разрешительных документов. Малые пивоварни вообще могут исчезнуть», — уверен Владимир Антонов, генеральный директор ЗАО «МПБК „Очаково“».

Эти опасения небеспочвенны. По экспертным оценкам, оснащение одной линии розлива на заводе счетчиками и ЕГАИС может обойтись примерно в 1 млн руб. одновременных инвестиций, кроме того, поддержка оборудования потребует как минимум 300 тыс. руб. ежегодных расходов. Далеко не все предприятия отрасли готовы к подобным тратам. По мнению Александра Торшина, из более чем 300 предприятий эти процедуры смогут пройти в лучшем случае несколько десятков средних и крупных компаний, остальные (включая рестораны-пивоварни) закроются. Рынок может потерять примерно 50 тыс. рабочих мест.

Тревогу у пивоваров вызывает и решение депутатов установить запрет на продажу пива в пластиковой упаковке с 1 января 2013 года. «Запрет на пиво в ПЭТ-таре — дискриминационная мера не только по отношению к пивоварам, но и ко всем участникам рынка: огромному числу российских и зарубежных компаний, активно инвестирующих средства в развитие отрасли, а также российскому потребителю», — говорит Владимир Антонов. — Сегодня половина (48%) производимого в России пива выпускается в ПЭТ-упаковке. Общий объем рынка пластиковой упаковки в стране составляет около \$1,5 млрд, на долю пива приходится 30%».

Изменение формы упаковки потребует от производителей переоборудования производств, компании понесут мно-

гомиллионные затраты, что, в свою очередь, приведет к росту цен на пиво. Для сравнения: сейчас средняя стоимость одного литра в алюминиевой банке дороже аналогичного объема пива в ПЭТ-упаковке на 48%. Один литр пива в стеклянной бутылке дороже для потребителя на 40%, чем тот же самый объем в ПЭТ-таре.

В «Очаково» говорят и о других последствиях для рынка: запрет на использование ПЭТ-упаковки в пивной отрасли автоматически приведет к увеличению использования стеклянной и алюминиевой тары. Например, десятипроцентное замещение пивного ПЭТ-сегмента потребует дополнительной переработки около 1 млрд бутылок и банок.

ПИВОВАРЫ — ЗА ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Критикуя поправки в ФЗ № 171, пивоваренные компании отнюдь не снимают с себя ответственности за потребление пенного напитка в стране. Более того, они прикладывают значительные усилия для того, чтобы потребление было ответственным, грамотным и умеренным.

«Мы понимаем, что в краткосрочной перспективе любая борьба с пьянством сократит наши продажи. Однако в долгосрочном плане для пивоваров это принесет выгоду, поскольку сделает их бизнес более устойчивым. Растущее здоровое и богатящее население, которое иногда позволяет себе умеренное количество пива, принесет нам гораздо больше прибыли, чем сильно пьющие люди, которые меньше зарабатывают, не могут растить детей и в конце концов рано умирают», — говорит Кирилл Болматов. — Именно поэтому мы выступаем и против продажи алкоголя детям, и за запрет нетрезвого вождения, и за запрет ночной торговли алкоголем, и за другие подобные ограничения. И, конечно, важную роль играют образовательные программы».

К слову, в прошлом году компании приняли общепромышленный Кодекс коммерческих коммуникаций, призванный не допустить безответственную рекламу пива. За выполнением норм и правил кодекса следит специально созданный наблюдательный совет, состоящий из представителей общественности. Кстати, решения совета обязательны для всех производителей (см. материал на стр. 12). Также компании-производители ведут активную агитационную работу среди розничных продавцов. В частности, компании размещают рекламные щиты на улицах Москвы и других городов, проводят специальные рейды по торговым точкам и осуществляют информационную кампанию в прессе. Например, «САБМиллер РУС» разработала специальный веб-сайт об ответственном употреблении алкоголя www.alcofact.ru.

«Государству надо бороться за потребителя. Отучать граждан от питья, предлагать им интересные альтернативные формы проведения досуга. Если потребитель осознает всю пагубность чрезмерного употребления алкоголя, то это и будет решение проблемы. А запреты приведут только к „серому“ рынку: будут гнать самогон и прочие суррогаты», — резюмирует Александр Торшин. ■

ЗАКОН О ЧИСТОТЕ ПИВА 1516 ГОДА, ЗАПРЕЩАЮЩИЙ ИСПОЛЬЗОВАТЬ В ПИВОВАРЕНИИ ЧТО-ЛИБО, КРОМЕ ЯЧМЕНЯ, ХМЕЛЯ И ВОДЫ, ДАВНЫМ-ДАВНО СУЩЕСТВУЕТ ТОЛЬКО В МАРКЕТИНГОВЫХ ЛЕГЕНДАХ — НИГДЕ В МИРЕ ТАКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ НЕТ



ЕВГЕНИЙ ЛУДИН

НАСТУПЛЕНИЕ НА ПИВОВАРЕННУЮ ОТРАСЛЬ НОСИТ КОМПЛЕКСНЫЙ ХАРАКТЕР

ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА