Review **Табачные инновации**

Пар Отечества

Зарождение рынка альтернативных средств доставки никотина (АСДН) в России началось примерно десять лет назад. Сначала это были вейпы, пользующиеся спросом в основном в Москве и Санкт-Петербурге. Чем сильнее власти закручивали гайки для обычных сигарет, тем больше улицы столиц погружались в клубы пара. В последние годы наряду с вейпом все большее распространение в России получают системы нагревания табака, чьи производители продвигают их как менее вредную для здоровья альтернативу сигаретам.

— российский опыт —

ТАСС

С 2013 года доля потребителей АСДН в России увеличилась кратно

Свободное парение было недолгим

Первые вейп-устройства появились в России в 2008 году, но популярность к ним пришла пятью годами позже. По оценке Euromonitor International, в 2013 году различных вейпинговых систем в РФ было продано на $101,1 млн, или на 5,9 млрд руб. (Euromonitor в своих данных использует средневзвешенный курс доллара 2017 года), по итогам 2017 года эта цифра увеличилась уже в четыре раза — до $404 млн (23,57 млрд руб.). В мире за тот же период продажи таких устройств росли чуть медленнее — в 3,4 раза, до $11,44 млрд.

Согласно исследованию EY, в 2013 году электронными сигаретами в России пользовалось 0,6% совершеннолетнего населения, а в 2016 году эта доля увеличилась более чем вдвое — до 1,4%. Всемирная организации здравоохранения сообщала, что в 2016 году число пользователей электронных сигарет в России достигло 4,2 млн человек. Наибольшее распространение вейпы получили в Москве, Санкт-Петербурге и ряде других крупных городов.

Председатель правления Профессионального альянса участников русского рынка электронных никотиновых систем (ПАУРРЭНС) Максим Королев утверждает, что с 2016 года число российских вейперов не выросло. Причиной тому, по его словам, стало введение в 2017 году акцизов на электронные сигареты и жидкости для них. Согласно Налоговому кодексу, в 2017–2019 годах электронные сигареты облагаются акцизами в размере 40, 44 и 48 руб. за штуку соответственно, а никотиновые жидкости — 10, 11 и 12 руб. за 1 мл. Как говорит господин Королев, акцизы привели к развязыванию самой настоящей ценовой войны на рынке: «Сам факт введения акцизов поставил всех участников перед выбором — работать дальше в этой категории или нет. И очень многие компании, причем довольно крупные, выбрали второй вариант».

В качестве примера глава ПАУРРЭНС приводит производителя электронных сигарет Pons, который занимал лидирующие позиции на российском рынке электронных одноразовых сигарет. Решив уйти из России, он начал продавать оставшиеся довольно большие запасы товара по сниженным ценам. Из-за снижения торговой наценки и трудностей, возникающих с оформлением документов на подакцизные товары, стали закрываться некогда активно развивающиеся сети магазинов, специализирующихся на продаже вейпов. В результате за 2017 год снизилось как количество торговых точек, продающих электронные сигареты, так и ассортимент самой продукции.

Euromonitor International в 2017 году лидерами российского рынка электронных сигарет среди закрытых вейпинговых систем называл устройства Smokoff, Pons и Luxlite, среди открытых — Joyetech, Eleaf и Savourea. В настоящее же время, по оценке Максима Королева, основными игроками на этом рынке являются крупные табачные компании. Это JTI, которая с 2017 года начала продавать в Россию свой бренд электронных сигарет Logic Pro, и Imperial Tobacco, весной 2018 года запустившая продажи устройства myblu. Но значительную часть этого рынка господин Королев считает темным лесом.

Руководитель по нормативному регулированию «БАТ Россия» (российское подразделение British American Tobacco, BAT) Олег Барвин отмечает, что российский рынок электронных сигарет крайне фрагментированный. Согласно его данным, в стране продается больше 100 разных брендов жидкостей и около 50 брендов самих устройств. Что касается розницы, то, по словам господина Барвина, на продаже вейпинг-продукции сегодня специализируются более 4 тыс. онлайн- и офлайн-магазинов.

Нагреваются, но не горят

Следующим этапом развития рынка АСДН в России стало появление систем нагревания табака. Из данных Euromonitor International следует, что первые их продажи начались в стране в 2015 году. Как раз в ноябре того года Philip Morris International (PMI) представила свое устройство IQOS в России, ставшей для него четвертым рынком после Италии, Японии и Швейцарии. IQOS сегодня уже продается в ключевых городах более 40 стран мира, а число переключившихся совершеннолетних курильщиков постоянно растет и уже достигло почти 6 млн человек, которые отказались от сигарет. По задумке компании IQOS позволяют потребителям, не желающим отказываться от табака, уменьшить риски, которые вызывает курение. Под контролем точной электроники устройство нагревает табак до температуры не более 350°C, что намного ниже температуры горения табака. «Система нагревания табака IQOS — один из первых бездымных продуктов в портфолио инновационных продуктов компании, который, с одной стороны, удовлетворяет потребности курильщика в никотине, с другой стороны, значительно снижает риски для его здоровья. При использовании IQOS образуется аэрозоль, в котором содержится никотин, а уровень выделяемых вредных веществ в среднем на 90–95% ниже по сравнению с дымом стандартной сигареты»,— подчеркивает Сергей Слипченко, вице-президент по корпоративным вопросам PMI в России. В прошлом году компания локализовала производство табачных стиков для IQOS на фабрике «Филип Моррис Ижора» в Ленинградской области.

Похожий на IQOS по технологии продукт под брендом glo в октябре 2017 года начала продавать в России BAT. Стики для своего устройства компания стала выпускать на петербургском предприятии еще в 2016 году, экспортируя их на другие рынки, где glo в то время уже продавалось.

Из отчетности PMI следует, что продажи стиков для IQOS в России хотя и занимают пока небольшую долю от общего объема отгрузок компании, но стремительно растут. Так, по итогам четвертого квартала 2018 года эта доля составляла 9,3% (1,8 млрд единиц), тогда как в аналогичном периоде годом ранее она была только 1% (200 млн единиц). В России IQOS представлен в 18 городах и доступен в продаже онлайн по всей стране. По данным компании на конец 2018 года, доля стиков для IQOS на рынке в России составила 1,8%. «Уровень переключения достаточно высок: более 76% совершеннолетних курильщиков, купивших IQOS, полностью или преимущественно переключились на него, а следовательно, отказались от курения сигарет. По нашей статистике уже более 500 тыс. курильщиков в России перешли на использование IQOS»,— отметил господин Слипченко.

Сведения о продажах стиков для glo не раскрываются. В «БАТ Россия» говорят, что рассчитывают в течение ближайших двух лет переключить на glo до 2% московских курильщиков. «В России glo продается только с конца позапрошлого года. Потребителям необходимо время, чтобы познакомиться с ней и понять преимущества нагревания табака»,— поясняет господин Барвин. По его словам, на японском рынке, где премьера glo прошла на год раньше, компании удалось достигнуть солидных результатов: доля рынка устройства в городе Сендай (там начались первые продажи продукта) в конце 2017 года достигала 10,4%. В столице Южной Кореи у glo было уже 3,5% после первых девяти недель продаж.

В России конкуренция между IQOS и glo оказалась выгодной для потребителей устройств. Если в момент запуска IQOS его цена была 7 тыс. руб. при цене пачки табачных стиков 150 руб., то позднее, когда на рынке появился glo, его стоимость снизилась. Сейчас стартовый набор IQOS можно приобрести за 3,99 тыс. руб., упаковку стиков — за 130 руб. В начале 2019 года стоимость glo, согласно российскому сайту устройства, была 2,5 тыс. руб. Пачка стиков, как у IQOS, продается за 130 руб.

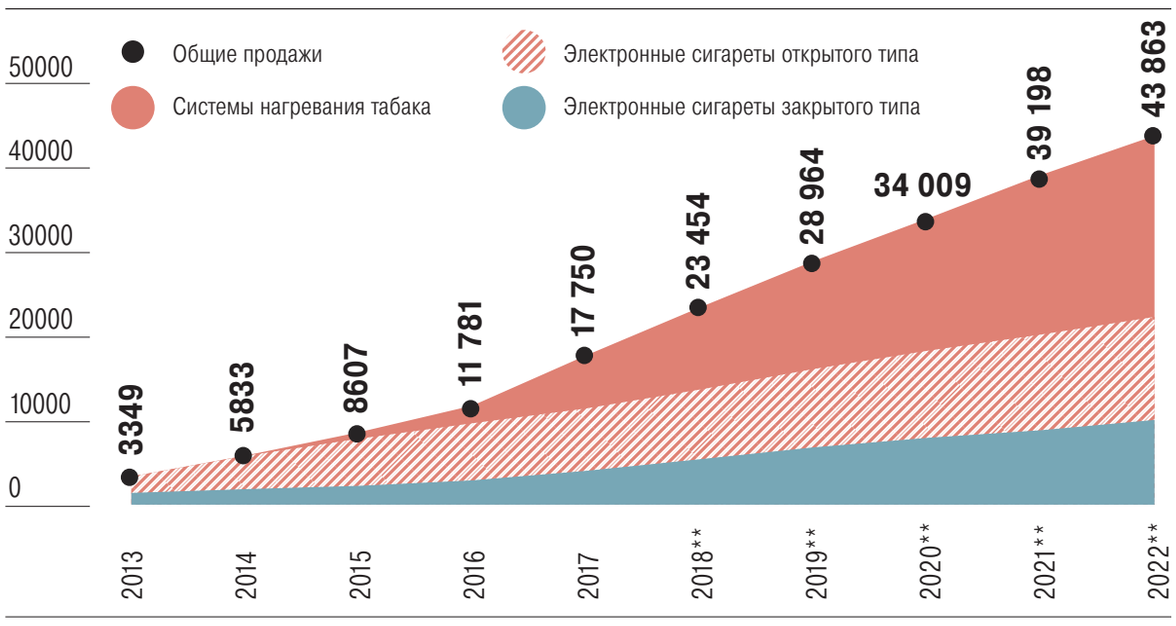
Будущие перспективы

Из данных Euromonitor International видно, что в России темпы роста продаж нагреваемого табака демонстрируют впечатляющие результаты. Если в 2016 году такой продукции было реализовано на $15,4 млн в розничных ценах, то в 2017-м — на $30,9 млн, то есть в два раза больше. Продажи вейпинговых систем также показывают рост, но из-за высокой базы он не такой ощутимый — всего 11,2%. Общие продажи АСДН в России по итогам 2017 года составили $435 млн (25,38 млрд руб.).

В декабре, выступая на заседании экспертного совета по развитию табачной продукции в Федеральной антимонопольной службе, управляющий по взаимодействию с органами власти PMI в России Константин Райнот сказал, что по итогам 2018 года никотинсодержащая продукция (электронные сигареты, жидкости для них и системы нагревания табака) займет более 2,5% российского рынка табачной продукции в объемном выражении, а ее стоимостной объем превысит 40 млрд руб. Менее оптимистичные прогнозы приводит Euromonitor International. Согласно ожиданиям его аналитиков, продажи АСДН в России в 2018 году составят только 29 млрд руб., но в 2022 году они должны превысить уже 48 млрд руб.

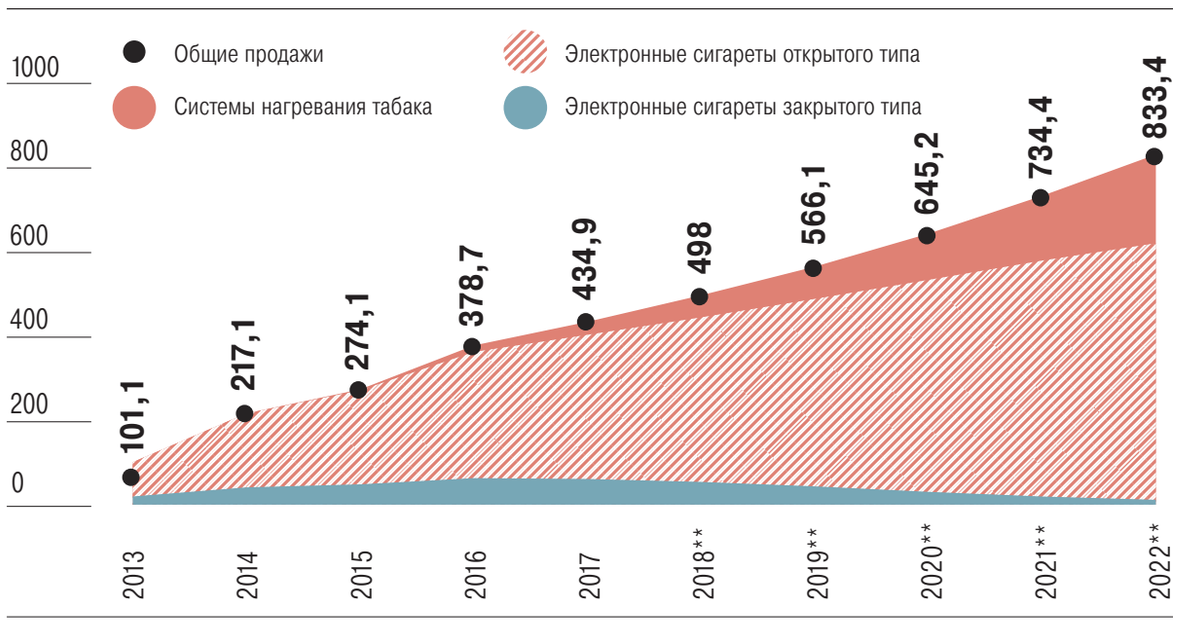
Виктория Андреева

КАК ПРОДАЮТСЯ АСДН В МИРЕ ($МЛН*) ИСТОЧНИК: EUROMONITOR INTERNATIONAL.



*ПО СРЕДНЕВЗВЕШЕННОМУ КУРСУ 2017 ГОДА. **ПРОГНОЗНЫЕ ДАННЫЕ.

КАК ПРОДАЮТСЯ АСДН В РОССИИ ($МЛН*) ИСТОЧНИК: EUROMONITOR INTERNATIONAL.



*ПО СРЕДНЕВЗВЕШЕННОМУ КУРСУ 2017 ГОДА. **ПРОГНОЗНЫЕ ДАННЫЕ.