



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

ЭКСПЕРТЫ НАЗЫВАЮТ РОСТ ОБЪЕМА ПРОДАЖ КРЕПКОГО АЛКОГОЛЯ ВРЕМЕННЫМ ЯВЛЕНИЕМ И ЖДУТ НЕИЗБЕЖНОГО СНИЖЕНИЯ

Одной из наиболее заметных тенденций на рынке алкоголя страны стал рост российского рынка пива, который впервые за 11 лет показал положительную динамику. По итогам 2018 года его объем возрос на 3%, подсчитали в компании «Балтика» (входит в датский концерн Carlsberg). AB InBev Efes (марки Bud, «Клинское» и др.) сообщал, что отечественная пивная отрасль в 2018 году увеличила производство примерно на 2,5%.

Позитивный тренд продаж пенного напитка продолжился и в этом году. По оценке НП «Клуб профессионалов алкогольного рынка», за шесть месяцев этого года в Петербурге было продано пива и пивных напитков 11 млн дал, а в Ленобласти — 5,3 млн дал, что на 6% больше аналогичных показателей предыдущего года (РФ — плюс 1,8%). В «Балтике», ссылаясь на данные Nielsen, говорят об увеличении объема продаж пива в Петербурге в абсолютном выражении на 0,2%. В начале этого года наблюдался значительный рост продаж, но в мае — июне их темпы замедлились, уточняют в компании. Произошло это в основном из-за контраста с прошлым годом. Тогда потребительская активность была выше из-за более жаркой, чем в этом году, погоды и чемпионата мира по футболу, объяснили в «Балтике».

Несмотря на менее благоприятные условия для высоких продаж пива по сравнению с прошлым годом, продажи напитка в этом году не снизились, и на это, по мнению генерального директора НП «Клуб профессионалов алкогольного рынка» Максима Черниговского, повлияли три основных фактора. «Во-первых, за год цены на этот продукт практически не изменились. Во-вторых, на потребительской активности сказались и грамотная маркетинговая политика пивоваренных компаний, которые увеличили бюджеты на рекламу своих безалкогольных продуктов на федеральных ТВ-каналах. В-третьих, реализованную продукцию просто стали лучше считать», — перечислил Максим Черниговский. Директор ЦИФРРА Вадим Дробиз считает, что еще одной причиной, которая «оживила» продажи пива в стране, стал демографический фактор. «На пивной рынок начали выходить потребители, появившиеся на свет в 2000–2001 го-

дах. В эти годы рождаемость была выше, чем в 1990-е годы», — пояснил Вадим Дробиз.

Что касается производства пива и пивных напитков, то в Петербурге его объем, так же как и продажи, с января по июль увеличился на 6% (26,5 млн дал), а в Ленобласти — на 71% (617 тыс. дал). Общероссийский показатель составил почти 388 млн дал (+2,3%).

К основным тенденциям на рынке пива в «Балтике» относят растущий интерес потребителей к крафтовым сортам, а также темному и пшеничному пиву. Благодаря тренду на здоровый образ жизни пользуется популярностью у покупателей и безалкогольный пенный напиток. За шесть месяцев текущего года рынок этого вида продукции в Петербурге вырос на 10,5%, а в целом по России — на 11,1% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года, приводят данные Nielsen в «Балтике».

ПОТРЕБИТЕЛИ ЕЩЕ ВЗРОСЛЕЮТ

С производством водки ситуация обстоит не так радужно. Если в Петербурге с января по июль этого напитка было произведено на 3% больше (1,9 млн дал), то в Ленобласти оно обвалилось на 98,5%, до 1 тыс. дал, по сравнению с аналогичным периодом 2018 года, следует из оценки Вадима Дробиза, основанной на данных ЕГАИС. Такой обвал объемов производства водки в регионе связан с закрытием завода в Кингисеппе в прошлом году. Ранее актив принадлежал бизнесмену Вадиму Мамчуру, который купил его у обанкротившегося холдинга «Веда». Летом этого года завод приобрел крупнейший независимый производитель и дистрибутор алкоголя в Великобритании Halewood Wines & Spirits. На его мощностях новый собственник будет производить до 500 тыс. дал водки в год под брендом Red Square и экспортировать ее в страны Европы.

Продажи водки в двух регионах оказались выше общероссийских. В Ленобласти рост составил 3% (711,8 тыс. дал), в Петербурге — 9% (1,4 млн дал), в России — 0,8%. По подсчетам Вадима Дробиза, в переводе на душу населения среднестатистический петербуржец в этом году выпил водки больше по сравнению

со среднестатистическим москвичом или россиянином. Так, за шесть месяцев этого года в Петербурге этот показатель составил 2,62 литра на человека, в Москве — 1,84 литра, в России — 2,42 литра.

Однако эксперты ВГ называют рост объема продаж крепкого алкоголя временным явлением. По прогнозам Вадима Дробиза, снижение произойдет по двум причинам. Первая, как и в случае с пивом, — демографическая «яма» в 1990-е годы. «Водку чаще всего пьют с 29 лет. Из-за низкой рождаемости потребителей этой возрастной группы сейчас меньше. Поэтому вплоть до 2030 года объем продаж водки будет снижаться на 1% ежегодно», — уверен Вадим Дробиз.

Вторая причина прогнозируемого падения продаж — отток спроса в нелегальный сектор реализации крепкого алкоголя. «Легальная продукция значительно подорожала, поэтому на протяжении последних пяти лет спрос перетекал в нелегализованную розницу, где водка стоит в 2–4 раза дешевле. Поэтому на фоне снижающихся доходов населения эта тенденция может иметь продолжение», — считает Вадим Дробиз. По оценкам Максима Черниговского, в период с 2007 по 2019 годы водка в стране подорожала в 3,4 раза. Сегодня в России употребляют нелегальную суррогатную алкогольную продукцию около 20 млн человек, добавил он.

ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ

Производство игристых вин и шампанского в России за семь месяцев этого года выросло впервые с 2015 года, причем сразу на 11%, указывает генеральный директор ЗАО «Игристые вина» Юрий Дудко. «Это вселяет оптимизм, но пока рано говорить о выходе отрасли из кризиса, который длится с 2012 года», — говорит он. За этот период объем производства игристых вин в стране сократился на 40% (с 20,5 до 12,4 млн дал).

Виноделы СЗФО продолжают испытывать трудности, дополняет Максим Черниговский. Производство игристых вин и шампанского в Ленобласти в первом полугодии 2019 года сократилось на 42% по сравнению с тем же периодом прошлого года и составило 219,6 тыс. дал, вина — на 12% (1,08 млн дал). В Петербурге про-

ПОДНЯВШАЯСЯ ПЕНА

В ЭТОМ ГОДУ ПРОДАЖИ ПИВА, ВИНА И ВОДКИ В ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНОБЛАСТИ ПОШЛИ ВВЕРХ. ПРИ ЭТОМ ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА ВИНА И ШАМПАНСКОГО МЕСТНЫЕ ЗАВОДЫ СОКРАЩАЛИ. ПРОИСХОДИТ ЭТО ПОТОМУ, ЧТО МЕСТНЫМ ВИНОДЕЛАМ НЕЛЕГКО КОНКУРИРОВАТЬ С ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ ПОЛНОГО ЦИКЛА, ОТМЕЧАЮТ УЧАСТНИКИ РЫНКА. ОЛЬГА БЕЛЫХ

изводство вина рухнуло на 75% (28,5 тыс. дал), а игристых вин шампанского — почти не изменилось: 603,9 тыс. дал (-2%).

Одна из главных проблем отечественных виноделов — подорожавшее из-за падения курса рубля импортное сырье. Хорошее российское сырье для игристых вин стоит дорого и по соотношению цена/качество радикально уступает зарубежному, считает Юрий Дудко. Кроме того, для покрытия потребностей виноделов российского виноделия не хватает.

Драйверами роста в этом году стали виноделы с юга России, подчеркивает Юрий Дудко. Эти производители получают разные виды господдержки, в числе которых и меньшие ставки акцизов на вина из российского винограда (36 рублей за литр игристого против 14 рублей), что дает ценовое преимущество на полке.

Сегодня, по мнению господина Дудко, на рынке происходит противостояние между производителями полного цикла и представителями вторичного виноделия. Первые — это компании Кубани и Крыма, которые сами и выращивают виноград, и делают из него вино, в том числе игристое. Вторые не имеют своих виноградников, а производят продукцию из сырья, получаемого в основном из-за границы. «Мы относимся ко второй группе, и на фоне кубанских виноделов наша динамика не такая яркая. 2018 год „Игристые вина“ закончили первыми в рейтинге производителей РФ с долей рынка 18,8%, а этот год пока идем с нулевым приростом. Конечно, мы чувствуем „южное“ давление, но знаем, что делать в маркетинге и производстве. Традиционно мы выходим на пик производительности в третьем-четвертом кварталах года, когда завод работает в три смены шесть дней в неделю», — сказал Юрий Дудко.

Если говорить о продажах этих видов алкогольных напитков, то их темпы в Петербурге и Ленобласти демонстрируют положительную динамику. В частности, по данным Вадима Дробиза, продажи вина в Ленобласти увеличились на 9% (572,3 тыс. дал), игристых вин и шампанского — на 3% (129 тыс. дал). В Петербурге продажи вина возросли на 5% (1,9 млн дал), шампанского и игристых вин — почти на 2% (462 тыс. дал). ■