

ЛЕТО-2020 ПОКАЗАЛО НАИБОЛЬШИЕ ПРОДАЖИ ПИВА ЗА 3 ГОДА

Три летних месяца (июнь-август 2020 года) на пивном рынке России продемонстрировали существенный прирост не только к 2019 (6,2%), но и к 2018 году (5,5%), когда в стране проходил Чемпионат мира по футболу. Такие данные были представлены на состоявшейся 18 ноября совместной онлайн-пресс-конференции Ассоциации производителей пива (АПП) и занимающейся ритейл-аудитом компании Nielsen.

Спикерами пресс-конференции стали: **Андрей Губка**, председатель Совета Ассоциации производителей пива, **Ирина Федорова**, старший директор по работе с органами государственной власти региона Восточная Европа ООО «Пивоваренная компания «Балтика»», **Ораз Дурдыев**, директор по правовым и корпоративным вопросам АО «АБ ИнБев Эфес», **Кирилл Болматов**, директор по корпоративным отношениям ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен», а также **Павел Фунтиков**, руководитель группы по работе с клиентами компании Nielsen.

Участники АПП представили общий обзор пивоваренной отрасли за последние годы. В частности, **Андрей Губка** отметил, что в 2019 году отрасль только вернулась на показатели 15-летней давности и достигла производственной мощности 2003-2004 годов.

В то же самое время акцизные отчисления в 2019 году от производства пива в России обеспечили поступление около 153 млрд рублей, что составило 41% от общего сбора акцизов во всей алкогольной группе (ликероводочные изделия, вино, слабоалкогольные напитки, пиво).

На данный момент одна из ключевых задач АПП — это поддержание конструктивного диалога с представителями федеральных и региональных органов власти для создания комфортной бизнес-среды.

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РЫНКА ПИВА В ВЫСОКОМ СЕЗОНЕ 2020 ГОДА

Три летних месяца (июнь-август 2020 года) показали существенный прирост не только к 2019 (6,2%), но и к 2018 году (5,5%), когда в России проходил Чемпионат мира по футболу. За время изоляции продажи категории пива увеличились: если за 12 месяцев по февраль 2020 года средний прирост продаж в литрах составлял 3% по отношению к аналогичному периоду 2019 года, то за март-май динамика составила уже 5%.

В целом в январе-августе розничные продажи пива в России выросли как в объемном (5,9%), так и в денежном (6,5%) выражении. Увеличилось также и количество брендов — 2908 против 2442 в 2019 году. Спрос на среднюю торговую точку вырос с 2,6 до 2,8 тыс. литров в месяц. При этом средняя цена за литр осталась на том же уровне (98 р.), а промонагрузка в современной торговле уменьшилась с 52% до 49%.

Среди сегментов по типу фильтрации активный рост натуральных продаж (16,8%) показывает нефильтованное пиво, по цвету — полутемное пиво (73,7%). Безалкогольное пиво выросло в продажах на 16%.

Несмотря на напряженную экономическую ситуацию, рынок алкоголя в целом (включая пиво и водку) показывает положительную динамику. Больше всего в период изоляции выросли продажи по отношению к аналогичному периоду 2019 года для джина (36%), рома (26%) и шампанского (23%). При этом снизилась динамика продаж по таким крупным категориям, как бренди (с 6% до 0%) и игристые вина (с 5% до -4%).

В ходе пресс-конференции были освещены ключевые риски для отрасли, которые в наибольшей степени волнуют производителей. Так, **Кирилл Болматов** отметил: «Безусловно, сейчас на первый план выходят риски по маркировке пива. Не менее значимым для отрасли является и риск установления минимальной розничной цены (МРЦ) на пиво, которую некоторые представители рынка считают эффективным методом по снижению объемов безалкогольной пивоваренной продукции. МРЦ однозначно не рассматривается нами как инструмент борьбы с нелегальным рынком. Она избыточным бременем ложится на законопослушных производителей и

создает дополнительные преимущества для нелегальных производителей. Ведь при отсутствии контроля качества установление МРЦ приведет лишь к дальнейшему увеличению разницы в прибыли добросовестных и недобросовестных производителей».

Особое внимание было уделено инициативе введения маркировки для пивоваренной продукции. **Ирина Федорова** подчеркнула, что введение маркировки для пива нецелесообразно ввиду наличия действующей системы прослеживаемости ЕГАИС и отсутствия контрафакта. Инициатива по введению маркировки пива — чрезвычайно дорогостоящий и избыточный инструмент регулирования. Маркировка, по сути, дублирует функции ЕГАИС в ее нынешнем виде, и ее введение будет иметь негативные последствия как для бизнеса, так и для потребителя и государства. Для борьбы с нелегальным рынком необходимо повышать контроль и ответственность, а не вводить чрезмерные механизмы, такие как маркировка.

Вместе с тем маркировка как инструмент контроля должна отвечать выбранному Правительством РФ риск-ориентированному подходу, призванному решать точечные проблемы, не оказывая влияния на весь процесс. Такой проблемой видится канал разливного пива, контроль оборота которого на текущий момент затруднен. «Ассоциация считает направление профилактики нелегального пива важным для своей деятельности и готова к взаимодействию с профильными органами государственной власти для поиска оптимальных решений для снижения доли нелегального рынка пива и обеспечения прослеживаемости, используя имеющиеся сегодня меры контроля», — отметила **Ирина Федорова**.

Ораз Дурдыев также отметил важность конструктивного диалога между бизнесом и государством в процессе «регуляторной гильотины», которая позволит уже в ближайшем будущем упростить существующее алкогольное законодательство и сделать его актуальным. По словам спикера, в ходе эффективного взаимодействия с регулятором на сегодняшний день уже удалось провести пересмотр нормативно-законодательной базы и сформировать более современный подход. Эта работа проводилась в течение всего 2020 года при участии отраслевых организаций, представителей бизнеса, общественных организаций с целью обеспечить внесение в законодательство Российской Федерации изменений, предусматривающих отмену с 1 января 2021 г. всех устаревших или противоречащих современным реалиям требований и введение в действие новых норм, разработанных с учетом риск-ориентированного подхода. **Ораз Дурдыев** также отметил, что «задача «гильотины» — создать новую систему понятных и четких требований к хозяйствующим субъектам, снять избыточную административную нагрузку на субъекты предпринимательской деятельности, снизить риски причинения вреда (ущерба) охраняемым ценностям».

Важно отметить, что у Ассоциации есть предложения и по модернизации федерального закона №171 — ключевого документа в сфере государственного регулирования производства и оборота алкогольной продукции, а также по разработке отдельного закона для пивоваренной продукции. «Мы считаем работу по совершенствованию нормативно-правовых актов для отрасли наиболее приоритетной в ближайшей перспективе», — подчеркнул **Ораз Дурдыев**.

Для получения презентаций пресс-конференции:

Оф. тел: +7 495 228 83 12
М.т. +7 916 610 35 70
troitsky@beerassociation.ru
Троицкий Александр
www.beerassociation.ru