

## **Обзор пивоваренной отрасли по итогам IV квартала 2012 года**

### **ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПИВОВАРЕННОЙ ОТРАСЛИ**

Объемы производства пива в России в 2012 г. составили 974 млн. дал, что на 2,1% меньше показателя предыдущего года. По сравнению с максимальным значением объемов производства, которое отрасль продемонстрировала в 2007 г. (1147,2 млн. дал), спад достиг 15%. Особенностью отчетного года стало то, что сокращение производства пива проходило на фоне ощутимого роста выработки крепких алкогольных напитков - водки (+13,2%) и коньяка (+20,4%).

В целом, ежемесячные объемы производства пива в 2012 г. были на уровне предыдущего года, за исключением января, февраля и сентября, когда наблюдалось существенное отклонение в меньшую сторону. При этом низкие показатели первых двух месяцев года связаны с повышением акцизной ставки на 20% (с 1.01.2012), что спровоцировало накопление запасов в рознице в декабре 2011 г. В результате производственный показатель января 2012 г. сократился на 15,9% в сравнении с январем предыдущего года, а показатель I квартала - на 6,7%. Однако объемы производства пива во II квартале несколько превысили показатель II квартала предыдущего года. По итогам января-июля отставание уменьшилось до 2,2%, и это значение, с небольшими колебаниями, сохранилось до конца года.

Наилучший показатель отрасли был достигнут по итогам января-августа, когда отставание от предыдущего года сократилось до 1,8%. Однако снижение объемов производства в сентябре вернуло производственную динамику по итогам января-сентября к значению -2,2%. В целом производственный показатель третьего квартала продемонстрировал спад на 1,6% по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. В IV квартале отчетного года объемы производства пива сократились на 1,4% по сравнению с IV кварталом 2011 г. При этом ноябрьский объем производства практически сравнялся с показателем ноября предыдущего года, тогда как объемы производства в октябре и декабре снизились в большей степени.

Между тем, если сравнивать объемы пива, произведенные с марта по декабрь, то отставание отчетного года от предыдущего составило лишь 0,6%. Дополнительные 1,5% годового производственного спада связаны с негативным влиянием роста акцизной ставки, что ухудшило показатели I квартала. Спад в III и IV кварталах, на фоне более удачного для отрасли II квартала, связан с влиянием уже других негативных факторов, которые, волей законодателей, вступили в силу со второй половины 2012 г. (запрет на рекламу пива в электронных СМИ, в интернете, в наружной рекламе и на транспорте; запрет на продажу пива в малых торговых точках).

Продажи пива в рознице по итогам 2012 г. составили 1055,7 млн. дал. Сравнение с данными Росстата по розничным продажам за 2011 г. (1077,5 млн. дал) демонстрирует сокращение показателя на 2,0%, что соответствует тенденции, наблюдаемой в производственной сфере. При этом в первом полугодии 2012 г. отрасль демонстрировала положительную динамику продаж, с ростом 4% по итогам полугодия. Однако дополнительные ограничения на рекламу и дистрибуцию пива, вступившие в силу со второй половины года, негативно отразились на продажах в июле 2012 г. и в целом на годовой динамике продаж. По итогам января-августа спад достиг 2,9%. Объемы продаж в III квартале сократились на 12% к показателю III квартала 2011 г. Но по мере адаптации пивного рынка к новым правилам игры, отставание от предыдущего года в январе-октябре уменьшилось до 2,1%, а по результатам января-декабря сократилось еще на 0,1%. В IV квартале 2012 г. падение объемов продаж составило 1,2% к показателю IV квартала предыдущего года.

В целом можно сделать вывод о том, что жесткие ограничительные меры со стороны государства не позволили закрепиться тенденции к росту пивного рынка в отчетном году, которая прослеживалась в первом полугодии, и которая позволила рынку в четвертом квартале быстро восстановиться после ущерба, понесенного в третьем квартале. Закономерным итогом существующей политики в отношении регулирования алкогольного рынка стал рост продаж крепкого алкоголя, на фоне сокращения продаж пива, виноградных и плодовых вин. При этом относительный рост рынка водки и ЛВИ составил примерно ту же величину (2,2%), на которую сократился рынок пива.

## **ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОТРАСЛИ**

Акцизные поступления от оборота пива (производство и импорт) за январь-декабрь 2012 г. составили 114,59 млрд. рублей, что на 17,79 млрд. рублей превышает результат января-декабря 2011 года. В то же время относительный рост суммы акцизных поступлений составил 18,4%, что на 1,6% ниже роста ставки акциза с начала 2012 г. (+20%). Доля пива в росте общей суммы акцизных сборов от оборота напитков за 2012 г. составила 32,6%, тогда как в январе-декабре предыдущего года этот показатель достигал 56,5%.

В 2011 году накопленный объем акцизных поступлений от оборота пива (производство и импорт) уже в январе-апреле превзошел аналогичный показатель для крепкого алкоголя\*, и это положение сохранялось до конца года. Между тем, в 2012 г. накопительные поступления от оборота пива превысили аналогичный показатель по крепкому алкоголю только в июне, а уже по итогам января-ноября акцизные сборы от крепкого алкоголя снова превысили сборы от пива. Тем не менее, в отношении напитков, производимых в России, сборы от оборота пива по итогам 2012 г. превысили сборы от оборота крепкого алкоголя на 4,1 млрд. рублей.

В целом, доля пива в акцизных поступлениях от оборота напитков в отчетном году составила 45,1%, что на 3,4% меньше показателя за 2011 г. (48,5%). При этом доля крепкого алкоголя возросла с 42,5% до 48,7%. Доля пива снизилась также в акцизных поступлениях от оборота напитков, производимых в России, с 51,7% до 48,3%. Доля крепкого алкоголя при этом повысилась с 40,4% до 46,5%. Доля пива в акцизах от оборота импортируемых напитков снизилась с 16,9% до 16,1%. В 2012 г. на импортируемую продукцию пришлось 3,6% акцизных сборов от оборота пива, что на 0,4% превышает аналогичный показатель 2011 г.

Как и в предшествующие годы, акцизные поступления от оборота пива продемонстрировали выраженную сезонность. Минимальные месячные поступления зафиксированы в феврале, 4,85 млн. руб., максимальные - в июле, 13,28 млн. руб. При этом доля пива в общей сумме акцизных сборов достигла минимального значения в декабре (30,9%), а максимального - в августе (61,4%). В течение 6 месяцев 2012 г. (с марта по июнь и в августе-сентябре) ежемесячные поступления от оборота пива превышали таковые от

оборота крепкого алкоголя. При этом доля пива превышала 50% от общей суммы акциза на протяжении 5 месяцев (с апреля по июнь и в августе-сентябре). В ноябре и декабре акцизные поступления от пива составляли менее трети от общей суммы акцизных сборов.

Эффективность сбора акциза от оборота пива в 2012 г. составила 92%, что на 1%<sup>00</sup> превышает показатель предыдущего года. (Оценка эффективности сбора акциза проводилась при сопоставлении данных Росстата о розничной продаже с данными Федерального казначейства по фактическому поступлению акциза) Аналогичный показатель для крепкого алкоголя в 2012 г. составил 66%, для вин - 65%. Таким образом, даже без учета теневого рынка крепкого алкоголя, собираемость акциза от оборота пива традиционно остается лучшей в группе подакцизных напитков.

В связи с новым порядком распределения акцизных доходов по бюджетам разных уровней, в 2012 г. значительно выросла роль пива в плане пополнения региональных бюджетов. Если по итогам 2011 г. доля пива в акцизных поступлениях от оборота напитков в региональные бюджеты составляла 52,1%, то в 2012 г. она достигла 67,2%. В отчетном году пиво обеспечивает две трети акцизных поступлений в региональные бюджеты, тогда как крепкий алкоголь - чуть больше четверти (25,9%). Это дает существенные преимущества тем регионам, которые в предшествующие годы создавали благоприятные условия для развития пивоваренной отрасли. За январь-декабрь 2012 г. акциз на оборот пива обеспечил поступление 110,43 млрд. рублей в бюджеты российских регионов. Для сравнения, за тот же период расходы регионов на скорую медицинскую помощь составили 73,3 млрд. рублей, на физическую культуру - 39,0 млрд. рублей (по обеим расходным статьям финансирование из федерального бюджета незначительно или отсутствует).

\*Примечание. С января 2012 г. в отчетности Федерального Казначейства РФ больше не выделяется позиция «алкогольная продукция с объемной долей спирта этилового свыше 9 до 25 процентов включительно (за исключением вин)», и данные по ней причисляются к данным по крепкому алкоголю. В данном обзоре, в целях корректного сравнения с показателями предыдущих лет, обе категории задним числом рассматриваются как одна, и показатели для крепкого алкоголя за прошлые годы пересчитаны с учетом этого изменения).

## **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ ОТРАСЛИ**

Резкое сокращение возможностей рекламы пива со второй половины 2012 г. превратило вывод новых брендов на российский рынок в крайне трудную задачу. В IV квартале отчетного года крупные компании отрасли практически не представили новинок на рынке тарированного пива. Исключением стал МПБК «Очаково», который в октябре начал продажи новой экономичной марки «Народное пиво». Это легкое светлое пиво, разливаемое в ПЭТ бутылку 1,5 литра, а в перспективе - стеклянную бутылку 0,5 литра. Маркетологи компании указывают, что этот новый сорт будет продаваться без дополнительной рекламной поддержки: акцент поставлен на яркий дизайн, способный привлечь потребителя к продукту на полке магазина.

В то же время российский рынок не перестает пополняться импортными марками пива, как из ближнего, так и из дальнего зарубежья. Компания «САН ИнБев» представила на российском рынке популярный украинский бренд «Чернігівське» (Черниговское), производимый компанией «САН ИнБев Украина». В ноябре бренд немецкого премиального пива Krombacher начал продажи нового сорта Krombacher Weizen («Кромбахер Вайцен»). Это светлое пшеничное нефилтрованное пиво, которое производится на пивоваренном заводе Krombacher Brauerei. Пиво разливается в стеклянные бутылки ёмкостью 0,5 и 0,33 литра, а также в кеги объемом 30 л. Кроме того, появится и безалкогольный вариант этой марки, разливаемый в бутылки 0,5л.

Фактическое ограничение рекламы пива местом продаж повысило интерес производителей к собственным торговым маркам розничных сетей. Так, компания ОАО «Дека» (В. Новгород) в 2012 г. увеличила отгрузки пива и кваса под собственными марками сетей на 42%. Доля частных марок в общем объеме производства напитков компании выросла за год с 14,2% до 20,5%, причем доля пива в продукции, производимой для сетей, выросла на 11,5%. Другое направление, устойчивое перед лицом ограничений на рекламу, - продажа разливного пива в сегменте HoReCa. О темпах роста этого сегмента в России свидетельствуют, к примеру, успехи сети ирландских пабов «Harat's pub», которая в 2012 г. удвоила количество своих заведений в регионах России, а объем разливаемого пива увеличила в четыре раза.

Трудности, вызванные ужесточением политики регулирования пивного рынка, негативно сказались на деятельности пивоваренных компаний, включая крупнейшие. Так, компания «САН ИнБев» сообщает о снижении продаж в России в 2012г. на 12,0%. Одна из причин этого спада - повышение цен, вызванное ростом акцизной ставки. Концерн Carlsberg по итогам 2012 г. сообщает о росте объемов реализованной продукции в России на 2%, однако отгрузки пива в РФ в 2012 г. снизились на 4% по сравнению с 2011 г. из-за сокращения товарных запасов в I квартале. При этом цена на реализуемую продукцию также повышалась в течение года.

Сложная экономическая ситуация ставит многие компании пивоваренной отрасли, особенно средние и малые, перед жестким выбором: либо совсем свернуть производство пива и переориентироваться на другие напитки, либо наоборот, вложиться в модернизацию производства и повышение конкурентоспособности. Пример первой стратегии - компания ЗАО «Читинские Ключи», которая решила прекратить производство пива из-за дороговизны сырья и невозможности конкурировать с федеральными брендами. Примеры второй стратегии - ОАО «Вятич» (Кировская область), «Борихинский пивоваренный завод» (Алтайский край), пивзавод «Майкопский».

«Борихинский пивоваренный завод» в отчетном году провел полную реконструкцию производства, что позволило довести мощность предприятия до 1,08 млн. дал пива в год. В следующем году планируется увеличить мощности производства на 30% за счет ввода в эксплуатацию нового бродительного отделения. Компания «Вятич» в начале 2013 г. рассчитывает провести модернизацию, которая позволит компании разливать пиво в 30-литровые ПЭТ-кеги (в дополнение к стальным), что облегчит вывоз готовой продукции в другие регионы. Пивзавод «Майкопский» (ОАО «МПК», Адыгея) в 2013 г. планирует увеличить производство пива и безалкогольных напитков почти в 1,5 раза, - до 850 тыс. дал. В октябре 2012 года на предприятии был открыт цех ПЭТ, оснащенный новым немецким оборудованием. В рамках продолжения многолетней реконструкции завод за 1 млн. евро закупил 6 цилиндрико-конических танков вместимостью около 100 тонн. Планируется, что они уже весной 2013 г. будут установлены на бродительном участке пивоваренного цеха.

Крупные компании отрасли не в меньшей степени проявляют заинтересованность в развитии своих региональных филиалов. Так, компания «Балтика» провела реконструкцию солодовенно-элеваторного корпуса на территории своего филиала в Воронеже. Общий объем строительных работ составил 47 тыс. кубометров. «Балтика» объявила о намерении инвестировать в свой воронежский филиал порядка двухсот миллионов рублей. В то же время компания ОАО «Сан ИнБев» сообщила о планах инвестировать 100 млн. рублей на строительство очистных сооружений на своем филиале в Иваново.

С учетом возросшего значения пивоваренной отрасли для региональных бюджетов, все более актуальным становится сотрудничество пивоваров и региональных властей, которые заинтересованы в расширении налоговой базы и создании новых рабочих мест. Так, в 2011 году депутаты нижегородского законодательного собрания предоставили пивоваренному заводу «Волга», который входит в группу компаний Heineken в России, налоговые льготы на сумму 372,6 млн. рублей на период с 2011 по 2016 год. Это предприятие, начиная с 2007 г., осуществляет масштабный план реконструкции, оцениваемый в 5,6 млрд. рублей, который позволит довести мощность до 52 млн. дал в год. Нарастивание производственных показателей уже позволило заводу с начала периода налоговых льгот перечислить в бюджет Нижегородской области 3,126 миллиарда рублей в виде налогов и акцизов. Таким образом, поддерживая пивоваров на трудном для отрасли этапе развития, региональные законодатели способны оказать своему региону серьезную услугу.