

По традиции каждый новый год начинается с новых мер по контролю продаж алкоголя. Начало 2010 года запомнилось обрушением рынка вина. Что ждет потребителей на этот раз?

В новом году можно прогнозировать введение повсеместного запрета на продажу алкоголя ночью, причем теперь, вероятно, он коснется и пива крепостью выше 5% (дневную продажу ограничат крупными и средними магазинами, удаленными от вокзалов, аэропортов и прочих мест скопления граждан). То есть «Миллер» (4,5%), скажем, купить будет можно, а какую-нибудь «Балтику № 7 Экспортное» (7%) или «Асахи» (5%) — уже нет. Мера не вполне последовательная, ведь о запрете на ночную торговлю чудовищными алкококтейлями речь пока не идет. Но это, конечно, коренным образом изменит привычки россиян, хотя никакой революции на рынке не будет.

— На легальном сегменте алкогольного рынка запрет на ночную продажу спиртного никак не отразился. Законопослушные граждане, которым присуща культура потребления, алкоголем запасаются впрок, а те, кто хочет напиться именно ночью, всегда найдут «пьяный угол», и ничто их не остановит, — подтверждает президент ОАО «Промышленная группа «Ладога»» Вениамин Грабар.

С нового года вступают в силу поправки в Налоговый кодекс, а значит, акцизы на алкоголь возрастут примерно на 10%. Розничные цены тоже на месте не останутся: минимальная цена на водку, например, увеличится с 89 до 98 рублей за пол-литра. Символический рубеж в 100 рублей не пройден, очевидно, из политических соображений — чтобы не вызвать народного недовольства. Антиалкогольная риторика, довольно популярная в этом году, вылилась пока в гораздо менее решительные действия, чем можно было ожидать. Средний класс вообще вряд ли обратит внимание на небольшое повышение цен. Гораздо интереснее некоторые тенденции, которые могут отразиться на развитии рынка качественных напитков.

Пиво есть?

Самая решительная мера государства в этом году — жест Госдумы, приравнявшей пиво к остальному алкоголю. Пиво составляет 75–80% в структуре российского алкопотребления, и именно пивной алкоголизм власти считают проблемой номер один, что справедливо. Но кроме ограничения продаж вводится лицензирование, которое ударит скорее не по массовому потребителю самого дешевого пива, а по надеждам на производство в России штучного и уникального товара для ценителей.

Теперь коммерческое производство пива будет требовать лицензии, а некоммерческое,

для личных нужд, подлежит декларации в местных органах исполнительной власти. То есть, если вы решили воспроизвести дедушкин рецепт какого-нибудь яичного пива, сначала сообщите в администрацию дачного поселка.

Понятно, что лицензирование, хотя и будет вводиться поэтапно, ударит в первую очередь по мелким местным пивоварням. Очевидно, что с утопической мечтой о маленьком локальном производстве пива на английский или американский манер можно смело прощаться: общение с чиновниками наверняка лишит иллюзий даже самого пылкого пивовара-энтузиаста.

Но гиганты тоже пострадают.

— Лицензирование оборудования, которое предлагается ввести в новом законопроекте, усложнит жизнь всем пивоварам. Существующий закон об обороте алкоголя ввел в свое время лицензирование для борьбы с нелегальным оборотом алкоголя, но пиво подделать практически невозможно, — считает руководитель пресс-службы МПБК «Очаково» Софья Сониная.

Где взять настоящее вино

Вину, впрочем, и так постоянно достаётся. Не то чтобы кто-то хотел намеренно искоренить в России этот и без того маргинальный продукт (вино ведь занимает на российском рынке какие-то скромные 10%, причем четверть ассортимента — это низкопробные суррогаты). Но как-то так получается, что страдают от алкогольных нововведений именно импортеры вина. Главный источник проблем для них сейчас — это таможенный союз России, Белоруссии и Казахстана. Союз заключили еще в январе 2010-го, и для простых граждан это стало отличной новостью: ввоз товаров для личного пользования упростился, с июля в РФ можно беспрошленно ввозить до трех литров алкоголя (раньше разрешалось всего два). Но пострадали импортеры, которые покупают французское или испанское вино относительно небольшими партиями для настоящих ценителей.

Все началось с того, что в РФ по примеру Белоруссии и Казахстана были введены лицензии на импорт вина, но по техническим причинам выдавать их начали только в феврале. Все это время рынок стоял. Вторая серия кошмара началась в июле: под предлогом приведения российской законодательной базы в соответствие с союзнической прежнюю систему регистрации вина (как ввозимого, так и

произведенного в РФ) заменили на новую, якобы прогрессивную. Хорошая идея единого пожизненного сертификата на деле стала кошмаром из множества безумных документов. Импортёры были в панике и ожидали драматического снижения ассортимента — не меньше чем на треть:

— Роспотребнадзор оказался совершенно не склонен к сотрудничеству, — рассказывает Максим Каширин, гендиректор компании Simple. — У них какой-то карательный подход: есть решение комиссии таможенного союза по госрегистрации — вот и морочьтесь сами. Мы им объясняли, что вот это сложно, а вот это требование невозможно выполнить. Ответ один: «Нам все равно». Сейчас благодаря общим усилиям импортёров нам удалось внести изменения в процедуру регистрации. Отменили справку о свободном хождении продукта, отменили апостиль. Но в результате у нас из ассортимента временно выпало порядка 20–25 позиций. С июля до 20 ноября мы не могли получить регистрацию для одного из наших важных поставщиков. Рестораторы были с нами постоянно на связи: клиенты просят, а вина нет.

Обычные покупатели, теряющиеся перед длинными полками с незнакомыми французскими названиями, ничего не заметили: общий объем импорта за это время изменился незначительно, ведь старые сертификаты на ввоз вина будут действовать еще год. Проблемы возникли у коллекционеров и ресторанов — хорошо разбирающаяся в вине и обеспеченная публика недоумевала, почему из меню исчезли их любимые позиции. А судьба бордоских вин в России до сих пор под угрозой.

— Есть также определенные проблемы со всеми Шато Бордо, — продолжает господин Каширин. — Для них непонятны некоторые вещи даже в упрощенной процедуре регистрации. Их вообще все это ставит в тупик, и это понятно: когда вы делаете великое вино, все эти бюрократические процедуры вызывают у вас отторжение и обиду.

Водка остается

Водка в России традиционно окружена особой аурой универсального эквивалента и политического индикатора. Но, как ни странно, доля водки в продажах составляет скромные 13–15%. Можно было бы, конечно, предположить, что новые ограничения на пиво и вино существенно расширят долю водки в ассортименте россиян, но, скорее всего, никакие меры не смогут поколебать уже сложившуюся структуру потребления.

— Пиво и крепкий алкоголь — это абсолютно разные сегменты напитков, которые не пересекаются между собой. У каждого из них есть свой потребитель, имеющий разную мотивацию потребления и вполне определенные вкусовые предпочтения, — считает Вениамин Грабар.

А главным трендом года, по мнению директора по маркетингу компании «Байкал» Марины Новожиловой, стало стремительное развитие премиального сегмента. Массовый потребитель склонен покупать водку минимум в два раза дороже самой дешевой. То есть он предпочитает не просто водку и не просто пиво, а продукты с гарантированным качеством и какими-нибудь уникальными свойствами, даже если они в большей мере результат маркетинга, чем специфических качеств напитка.