

Продукты информационного агентства "INFOLine" были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство "INFOLine" было принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира "ESOMAR". В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства "INFOLine" сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует нашим клиентам получение качественного продукта и постпродажного обслуживания.



Крупнейшая информационная база данных мира включает продукты агентства "INFOLine". Компания "Lexis-Nexis" с 1973 года интегрирует информацию от 9000 СМИ всего мира, в рамках работы по мониторингу данных о России и странах СНГ сбор информации осуществляет с помощью продуктов агентства "INFOLine".



Информационное агентство "INFOLine" имеет свидетельство о регистрации средства массовой информации ИА № ФС 77 – 37500.

База событий

“Рынок слабоалкогольных и безалкогольных напитков, пива, соков и минеральной воды, чая и кофе РФ”

2011-2014

Демонстрационная версия



Содержание выпуска

Новости рынка напитков	4
<i>Власти РФ поддержали закон о запрете продукции с ГМО.....</i>	<i>4</i>
<i>Внезапные инспекции продуктов и лекарств повысят их качество.....</i>	<i>4</i>
<i>Nielsen: мы то, что мы едим.....</i>	<i>5</i>
<i>Кремль отказался от закупок продовольствия за рубежом.....</i>	<i>7</i>
<i>Алкогольное взросление. "Курс Дела". 20 января 2015.....</i>	<i>8</i>
Отраслевые мероприятия.....	9
<i>X АЛКОКОНГРЕСС на ПРОДЭКСПО предоставит площадку для проведения расширенного заседания Экспертного совета ФАС.....</i>	<i>9</i>
<i>Центральная встреча поставщиков и сетей 2015 года.....</i>	<i>9</i>
<i>Все для СТМ на единственном в России и СНГ Private Label Show.....</i>	<i>9</i>
Слабоалкогольные и безалкогольные напитки.....	11
Новости рынка соков	11
<i>Распоряжение Правительства от 21 января 2015 года №54-р "О внесении в Госдуму законопроекта, направленного на приведение российского законодательства в соответствие с техническими регламентами Таможенного союза".....</i>	<i>11</i>
<i>Результаты бизнеса Unilever четвертого квартала и всего 2014 года.....</i>	<i>11</i>
<i>Ноль отходов на захоронение уходит теперь с производств Unilever в России.....</i>	<i>12</i>
<i>Отчет Unilever не оправдал ожиданий из-за развивающихся рынков.....</i>	<i>12</i>
<i>Мэр Москвы Сергей Собянин открыл современное производство натуральных соков в "Очаково" (Москва).....</i>	<i>13</i>
<i>"Нестле Россия" представляет новое фруктовое пюре GERBER в мягкой упаковке.....</i>	<i>13</i>
<i>Компания "Сады Придонья" планирует к середине лета построить завод в Саратовской области.....</i>	<i>14</i>
<i>В Гулькевичском районе ищут инвесторов для строительства завода по переработке овощей и фруктов (Краснодарский край).....</i>	<i>14</i>
<i>Министр сельского хозяйства Саратовской области Александр Соловьев: "Совместный график реализации инвестиционного проекта компании "Сады Придонья" составлен, необходимо четко соблюдать сроки выполнения работ".....</i>	<i>15</i>
<i>Сварог Вест Груп начнет поставлять соки в розничные сети.....</i>	<i>15</i>
Новости рынка безалкогольных напитков	16
<i>Контрольная Закупка: Ягодный морс.....</i>	<i>16</i>
<i>Безалкогольные напитки идут на смену алкоголю.....</i>	<i>16</i>
Новости рынка слабоалкогольных напитков.....	18
<i>На Вологодчине запретили продавать детям Coca-Cola и энергетики.....</i>	<i>18</i>
<i>Компания Atway начнет продавать энергетик XS Energy.....</i>	<i>18</i>
<i>Чтобы жизнь медом показалась. "КоммерсантЪ". 22 января 2015.....</i>	<i>18</i>
<i>Алкоголь хотят лишить энергии. "Деловой Петербург". 26 января 2015.....</i>	<i>18</i>
Минеральная и питьевая вода	19
<i>"Барнаульская водянная компания" выпустила уникальную питьевую воду с янтарной кислотой.....</i>	<i>19</i>
<i>Питьевую воду "Ледниковая свежесть" отзовут из магазинов.....</i>	<i>19</i>
<i>"Актис" выпустил нестандартную фигурную бутылку для производителя минеральной воды.....</i>	<i>19</i>
<i>Ставропольские предприятия отмечены на "Зеленой неделе".....</i>	<i>19</i>
Кофе и чай.....	21
<i>Импорт кофе в Россию составил 14,1 тыс. тонн в ноябре.....</i>	<i>21</i>
<i>Разработан дизайн упаковки для травяного чая Meadow.....</i>	<i>21</i>
<i>Индийский чай составит компанию белгородскому меду.....</i>	<i>21</i>
<i>В Китае цены на чай не растут.....</i>	<i>21</i>
Рынок пива.....	22
Общие новости рынка пива	22
<i>Ужесточение законодательного регулирования пивоваренной отрасли негативно сказалось на экономике России - исследование.....</i>	<i>22</i>
<i>Госдума рассмотрит законопроект о введении ЕГАИС на пивоваренных предприятиях в марте.....</i>	<i>22</i>
<i>Комментарий. "Зеленая неделя" в контексте "продуктовой войны". "Крестьянские ведомости". 20 января 2015.....</i>	<i>23</i>
<i>Юбилей пивной банки. "Upirask.ru". 23 января 2015.....</i>	<i>23</i>
Новости компаний пивной отрасли	24
<i>Пивоваренная компания "Балтика" стала финалистом "Премии HR-бренд 2014".....</i>	<i>24</i>
<i>Компания "Балтика" запустила мобильное приложение для диалога со своими потребителями.....</i>	<i>24</i>
<i>Барнаульский пивоваренный завод: Любимая марка-2014.....</i>	<i>25</i>



"Очаково" тестирует бутылки с надписью "Тюмень"	25
Изменения в руководстве корпоративных отношений компании "САН ИнБев"	26

Региональные новости рынка пива27

В Омске произвели рекордное количество пива.	27
Екатеринбургские рестораторы взялись за эксперименты с крафтовым пивом.	27

Зарубежные новости рынка пива28

Пиво с 1 июля в Украине будет считаться алкогольным напитком.	28
125 тысяч "промышленных туристов" посетили пивоварню "Оболонь".	28
Украина: Выпуск пива в декабре увеличился до 16,8 млн. дал.	28
Непогода в Китае ухудшила продажи SABMiller.	28
Канадское агентство Rethink Creative получило задание от пивоваренной компании Rickard's оформить бутылку для пива в стиле Окtoberфеста.	29
Студия 43'oz представила проект по разработке дизайна серии этикеток "Sunstone Alehouse".	29

Новости рынка напитков

Власти РФ поддержали закон о запрете продукции с ГМО.

Комиссия правительства РФ по законопроектной деятельности одобрила проект закона, запрещающий выращивать и разводить растения, содержащие генно-модифицированные организмы (ГМО), сообщается на сайте кабмина во вторник.

"Законопроектом устанавливается запрет на выращивание и разведение генно-инженерно-модифицированных растений и животных на территории России, за исключением их использования для проведения экспертиз и научно-исследовательских работ", - говорится в сообщении.

Правительство, согласно документу, будет наделено правом запрещать ввозить в Россию продукции с ГМО на основе данных мониторинга. Кроме того, документом предлагается ввести административную ответственность за использование ГМО с нарушением разрешенного вида и условий использования.

Законопроект, направленный на совершенствование государственного регулирования генно-инженерной деятельности, был внесен Минобрнауки и будет рассмотрен на заседании кабмина.

Ранее премьер-министр РФ Дмитрий Медведев заявлял, что Россия не намерена ввозить к себе продукты с ГМО. Он уточнял, что поручил провести широкий мониторинг в этой области, проанализировав нынешнее состояние рынка. Позже президент РФ Владимир Путин заявил, что рынок и граждане должны быть защищены от недоброкачественной и такой продукции, употребление которой в пищу будет иметь пока не просчитанные последствия.



Для справки: Название компании: Правительство Российской Федерации Адрес: 103274, Россия, Москва, Краснопресненская наб., 2, стр. 2 Телефоны: +7(495)6055329; +7(495)6055243; +7(495)9854280 Факсы: +7(495)6055362 E-Mail: duty_press@aprf.gov.ru Web: <http://government.ru> Руководитель: *Медведев Дмитрий Анатольевич, Председатель Правительства* (ПРАЙМ 20.01.15)

Внезапные инспекции продуктов и лекарств повысят их качество.

На этой неделе Роспотребнадзор получил возможность проводить внеплановые проверки предприятий по производству и обращению пищевой продукции, включая БАДы, а также предприятий общепита без предварительного их уведомления за сутки, как это требовалось прежде. Такая норма внесена в Федеральный закон "О качестве и безопасности пищевых продуктов" с 23 января с.г. Это, по мнению законодателя, позволит активно бороться с контрафактной, поддельной и недоброкачественной продукцией.

- Нововведение не приведет к ущемлению бизнеса в России, - заявила руководитель Роспотребнадзора Анна Попова. - Никаких злоупотреблений или усиления административной нагрузки не будет. Закон принят в интересах сохранения здоровья и обеспечения безопасности населения.

Введение новой нормы связано с тем, что существенно ужесточены наказания за производство фальсифицированных и контрафактных лекарств и БАДов - такие поправки внесены в Уголовный и Административный кодексы. Однако поскольку БАДы являются пищевым продуктом, потребовалось внести дополнения и в закон о них. Соответствующие поправки внесены также и в Закон "Об обращении лекарственных средств", но они вступят в действие лишь с 1 июля с.г. Однако тут изменения еще радикальнее: для внезапной проверки участников рынка лекарств Росздравнадзору теперь не потребуется ни уведомление проверяемых, ни согласование с прокуратурой. Ее можно будет известить задним числом - в течение трех рабочих дней после проведения инспекции.

- Добросовестному производителю не страшны никакие проверки, если они проходят в рамках закона, - говорит исполнительный директор НП "Объединение производителей БАД" Леонид Марьяновский. - Они будут лишь способствовать очищению рынка от фальсификатов.

- Наряду с новыми фармпредприятиями, соответствующими всем международным стандартам, у нас до сих пор функционируют и полукустарные производства, не имеющие права на существование в цивилизованном обществе, - подчеркивает председатель совета директоров компании "Рафарма" Надежда Брусницына. - Для тех, кто не стремится соответствовать современным требованиям, эта поправка в законе может стать проблемой. Те предприятия, которые сертифицированы по стандартам GMP и которым нечего скрывать от контролирующих органов, получают дополнительную защиту от недобросовестных конкурентов, больше доверия от врачей и пациентов. А в целом она заставит производителей строго соблюдать стандарты качества, что позитивно отразится и на потребителе.

- Для тех, кто на здоровье людей делает бизнес, мы и сами предлагали сделать проверки внезапными, - говорит исполнительный директор Национальной фармацевтической палаты Елена Неволлина. - Потому что за сутки после



уведомления все нарушения успевают скрыть, но как только проверяющие уходят, все возвращается. А когда проверка приходит в добросовестную аптечную организацию, то грубых нарушений, как правило, там не находят. Так что для них ничего страшного в этих изменениях нет. (Российская газета 20.01.15)

Nielsen: мы то, что мы едим.

По данным исследования "Глобальное бремя болезней" Всемирной организации здравоохранения, в 2013 году почти 30% людей на земле страдали от избыточного веса или ожирения – это около 2,1 млрд. человек. Их число не перестает расти: за последние 30 лет с проблемой лишнего веса столкнулось на 28% больше взрослых и на 47% больше детей.

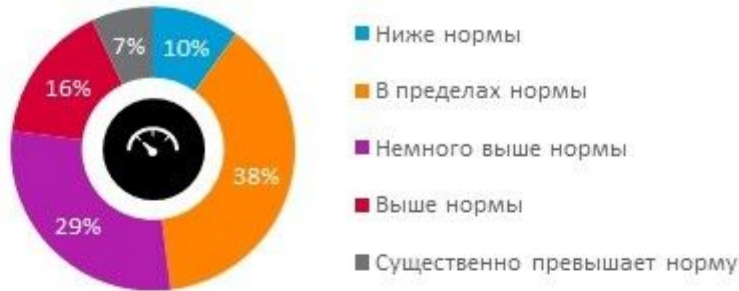


Хорошая новость: потребители не отрицают, что вопрос избавления от избыточных килограммов для них актуален. Как показало исследование Nielsen Global Health and Wellness Study, каждый второй потребитель соглашается с тем, что его вес превышает норму и утверждает, что старается похудеть.

Самый расхожий способ сбросить лишний вес – придерживаться диеты: так заявили 75% глобальных респондентов и 84% российских. Чем моложе потребитель, тем больше он озабочен своей физической формой и правильным рационом питания. Среди респондентов по всему миру поколение молодых людей до 20 лет, а также в возрасте 21-34 лет с большим энтузиазмом готовы переплачивать за то, чтобы питаться здоровыми продуктами, чем старшие поколения.

"Совокупность факторов: ритм жизни, экология, стандарты общества вынуждают людей следить за тем, что они едят. Однако те российские потребители, которые заявляют, что здоровые атрибуты продуктов для них важны, не всегда готовы платить за них больше. Грань здесь весьма тонкая: если цена натуральных, свежих продуктов становится слишком высокой – во времена кризисов, сопровождаемых скачками цен, - от стратегии правильного питания отказываются. Косвенно это подтверждается тем, что только 62% россиян готовы придерживаться диеты для предотвращения развития диабета, повышенного холестерина и высокого давления", - комментирует Юлия Маруева, партнер продовольственной группы, Nielsen Россия.

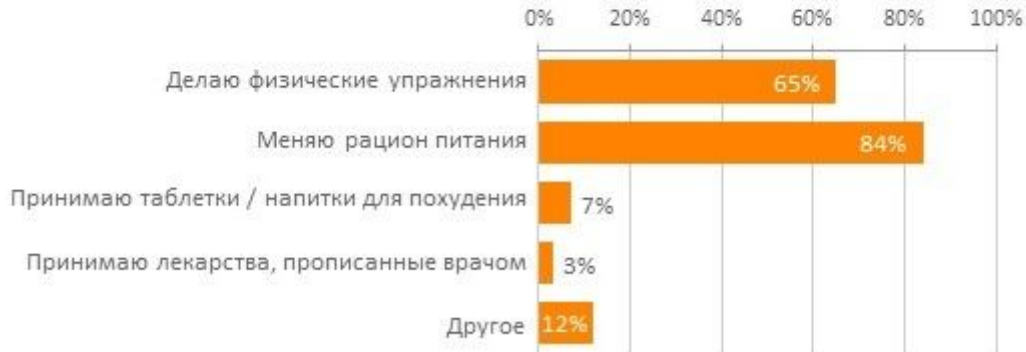
В ДАННЫЙ МОМЕНТ ВЫ СЧИТАЕТЕ, ЧТО ВАШ ВЕС:



СТАРАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ СБРОСИТЬ ВЕС?



ЧТО ВЫ ПРЕДПРИНИМАЕТЕ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ СБРОСИТЬ ВЕС?



Источник: Nielsen Global Health & Wellness Report, January 2015

Данные приведены для респондентов в России



В целом тренды среди мировых потребителей и российских относительно здорового питания и образа жизни перекликаются, однако жители США, например, в меньшей степени озабочены полезностью продукта для организма, но в большей - эффектом, помогающим им хорошо выглядеть. Так, наиболее популярным атрибутом по мнению американских респондентов стали высокое содержание протеина (73%), а также клетчатки и цельного зерна (по 71%).

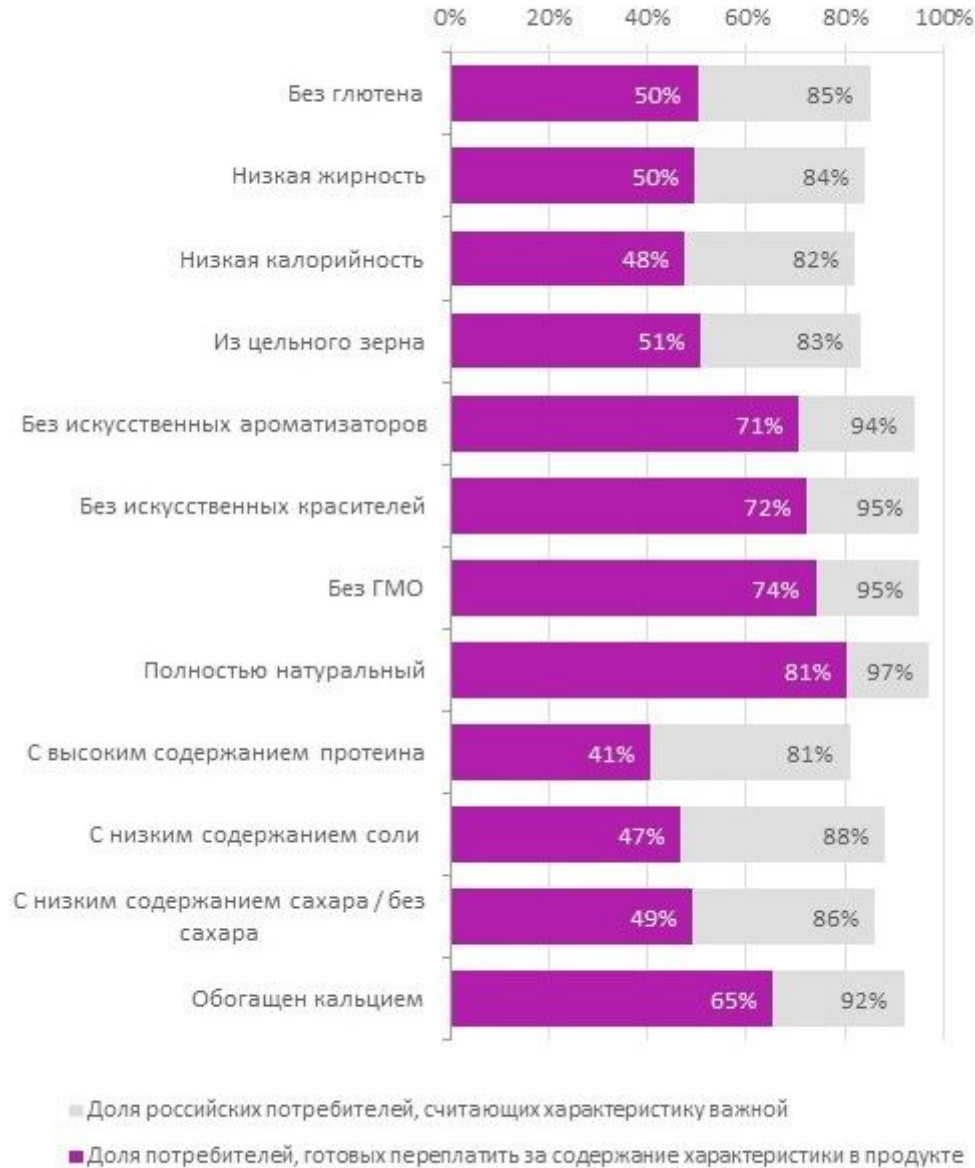
Лидерами среди атрибутов продуктов в России стали натуральность, отсутствие искусственных красителей, ароматизаторов и ГМО - более 90% россиян считают эти характеристики в той или иной степени важными при выборе продуктов. Поддерживают правильный образ жизни при помощи занятия спортом 72% глобальных, 51% российских потребителей и 66% респондентов в США.

"Я то, что я ем", - согласились три четверти российских потребителей. Говоря о своих планах на ближайшие полгода, 32% и 29% россиян заявили о готовности увеличить потребление овощей и фруктов. Есть больше мяса собираются 17% российских потребителей, рыбы и морепродуктов - 22%, йогуртов - 14%. Категориям шоколадных



конфет, печенья, пирожных и чипсов, наоборот, придется не сладко: каждый третий в России планирует сократить их потребление в ближайшие шесть месяцев.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКТА, ВАЖНЫЕ ДЛЯ РОССИЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ



Источник: Nielsen Global Health & Wellness Report, January 2015

Данные приведены для респондентов в России

Для справки: Название компании: Nielsen Адрес: 125362, Россия, Москва, ул. Тушинская, 17, а/я 43 Телефоны: +7(495)6633683; +7(495)6633680 Факсы: +7(495)6633684 E-Mail: info.russia@nielsen.com Web: <http://www.acnielsen.ru> (INFOline, ИА (по материалам компании) 22.01.15)

Кремль отказался от закупок продовольствия за рубежом.

Управление делами президента РФ практически отказалось от закупок продовольствия за рубежом. Об этом заявил в интервью РИА Новости управляющий делами президента РФ Александр Колпаков.

Все продукты, в том числе для официальных приемов - отечественного производства.

"Значительная часть овощей, фруктов, мясо-молочной продукции поступает и из предприятий агропромышленного комплекса, находящихся в структуре Управления делами", - сказал Колпаков.



Теперь на приемах в Кремле кроме русской водки подаются и отечественные вина, которые производятся в Краснодарском крае, Крыму и других регионах страны. (Российская газета 23.01.15)

Алкогольное взросление. "Курс Дела". 20 января 2015

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге "**Тематические новости**" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

Отраслевые мероприятия

Х АЛКОКОНГРЕСС на ПРОДЭКСПО предоставит площадку для проведения расширенного заседания Экспертного совета ФАС.

Многолетнее сотрудничество организаторов АлкоКонгресса и Федеральной антимонопольной службы в этом году выльется в новый формат. Во время проведения АлкоКонгресса пройдет заседание Экспертного Совета ФАС.

К дискуссиям данного мероприятия будут приглашены представители Евразийской экономической комиссии (ЕЭК), Минпромторга, Росалкогольрегулирования, других министерств и ведомств, а также союзов, ассоциаций и других объединений участников рынка алкоголя и розничной торговли.

"Темы АлкоКонгресса коррелируют с задачами ФАС по защите конкуренции, поэтому проведение Экспертного Совета на удобной отраслевой площадке позволит получить наиболее полную картину проблем от представителей алкогольного рынка" - говорит начальник Контрольно-финансового управления ФАС России Владимир Борисович Мишеловин.

Программа построена таким образом, что заседание ЭС ФАС будет проходить после завершения мероприятий АлкоКонгресса, что позволит вынести вопросы, назревшие у делегатов, на Экспертный Совет, таким образом, минимально сократив "путь" отраслевых инициатив до представителей власти. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 20.01.15)

Центральная встреча поставщиков и сетей 2015 года.

Полгода "ломки" продовольственного рынка коснулись всех его участников. Сети продолжают тотальное обновление своих матриц. Рубль "в штопоре", цены летят вверх, потребители от "сброса наличных" переходят к экономии и переключаются на новые продукты. Растут риски поставщиков, конкуренция ужесточается. Но сети остаются главной движущей силой продовольственного рынка, а их полки – наиболее желаемой целью для производителей и дистрибьюторов. Договариваться с сетями надо сегодня, через год освободившиеся места на полках будут заняты другими. Центральной площадкой для переговоров о поставках станет 10-й Всероссийский ПродФорум "ПОСТАВЩИК В СЕТИ" с Центром Закупок Сетей™. Мероприятие пройдет 10–11 февраля 2015 в рамках выставки "Продэкспо-2015", Москва, ЦВК "Экспоцентр", генеральный партнер – ЗАО "Экспоцентр".

УЧАСТНИКИ ПРОДФОРУМА:

Более 300 компаний-поставщиков кондитерских изделий, бакалеи, мясной гастрономии, молочных продуктов, напитков, консервации, рыбы, заморозки и др.;

Более 100 розничных сетей: директора по закупкам, коммерческие директора и категорийные менеджеры международных, федеральных и региональных розничных сетей.

ГЛАВНЫЕ ВОПРОСЫ ПРОДФОРУМА:

Ценовая война "Сети vs Поставщики". Стратегия маржинальных поставок-2015;

Ассортиментные матрицы сетей России "после санкций";

Главная проблема поставщика – инертность байера;

Подбираем "ключи" к сетям и закупщикам: экспресс-подготовка к блиц-переговорам.

Подробнее: <http://postavki.prodforum.ru/>

Центр Закупок Сетей™ – прямые переговоры с закупщиками розничных сетей, в рамках ПродФорума "Поставщик в сети"

11 февраля в крупнейшем Центре Закупок Сетей™ на индивидуальных переговорах о поставках Вас ждут закупщики более 100 региональных и федеральных розничных сетей! Именно сейчас, когда идет длительная и масштабная переделка ассортиментных матриц сетей, Вы можете использовать шанс и занять достойное место на продовольственной карте России.

Участие в Центре Закупок Сетей™ даст Вам:

Возможность, не тратя времени на выход на закупщиков, договоренности и командировки, провести более 20 переговоров о поставках в сети за 1 день в 1 зале. Вы можете выбрать любую из 100 федеральных и региональных сетей, установить личные контакты с закупщиком, выявить интерес к Вашей продукции и договориться о дальнейшем сотрудничестве.

Увеличение эффективности в работе с сетями в несколько раз! Сравните: если Ваш менеджер обычно проводит за месяц переговоры с 20 сетями, тратя на каждую встречу массу времени, то в Центре Закупок Сетей™ Вы охватите такое же и даже большее количество сетей за 1 день работы. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 19.01.15)

Все для СТМ на единственном в России и СНГ Private Label Show.

25-26 марта 2015 года приглашаем Вас на выставку "Собственная торговая марка" (IPLS) 2015. Это единственное специализированное мероприятие по данной тематике в России и СНГ пройдет во второй раз в МВЦ Крокус Экспо, Москва (Павильон 2, зал 10).



На выставке "Собственная Торговая Марка" (IPLS) 2015 Вы найдете ответы на все интересующие вопросы касательно производства и реализации товаров под собственной торговой маркой. Здесь Вы встретитесь с лучшими производителями самых разных видов товаров и продуктов со всего мира и сможете лично провести переговоры о том, что необходимо именно Вам и Вашим покупателям.

Предстоящее мероприятие объединит производителей со всего мира. Свое участие в выставке уже подтвердили компании из Беларуси, Великобритании, Германии, Дании, Израиля, Индии, Италии, Китая, Польши, России, Словакии, Словении, Тайваня, Франции и Чехии - именно поэтому выставка IPLS по праву является международным событием. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 22.01.15)

Слабоалкогольные и безалкогольные напитки

Новости рынка соков

Распоряжение Правительства от 21 января 2015 года №54-р "О внесении в Госдуму законопроекта, направленного на приведение российского законодательства в соответствие с техническими регламентами Таможенного союза"

Проект федерального закона "О признании утратившими силу отдельных законодательных актов Российской Федерации" (далее – законопроект) внесен Минсельхозом России. Законопроект направлен на приведение российского законодательства в соответствие с обязательствами, принятыми Российской Федерацией в рамках Договора о Евразийском экономическом союзе (подписан 29 мая 2014 года, далее – Договор).

С 1 июля 2013 года вступили в силу технические регламенты Таможенного союза "Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей" и "Технический регламент на масложировую продукцию".

В соответствии с Договором со дня вступления в силу технического регламента Евразийского экономического союза на территориях государств-членов обязательные требования, установленные законодательствами России, Белоруссии и Казахстана или актами Евразийской экономической комиссии, действуют только в части, определённой переходными положениями, и с даты завершения действия переходных положений, определённых техническим регламентом Евразийского экономического союза и (или) актом Евразийской экономической комиссии, не применяются.

Согласно решениям Комиссии Таможенного союза, до 15 февраля 2015 года допускается производство и выпуск в обращение продукции в соответствии с обязательными требованиями, ранее установленными нормативными правовыми актами Таможенного союза или законодательством государства – члена Таможенного союза, при наличии документов об оценке (подтверждении) соответствия продукции этим обязательным требованиям, выданных или принятых до дня вступления в силу указанных технических регламентов Таможенного союза.

В связи с этим с 16 февраля 2015 года должны быть признаны утратившими силу Федеральный закон от 24 июня 2008 года №90-ФЗ "Технический регламент на масложировую продукцию" и Федеральный закон от 27 октября 2008 года №178-ФЗ "Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей".

Законопроект рассмотрен и одобрен на заседании Правительства Российской Федерации 15 января 2015 года.

Для ознакомления с распоряжением перейдите по ссылке [здесь](#) (INFOLine, ИА (по материалам Правительства РФ) 23.01.15)

Результаты бизнеса Unilever четвертого квартала и всего 2014 года.

ПРИБЫЛЬНЫЙ РОСТ В ЕЩЕ БОЛЕЕ ЖЕСТКИХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Основные показатели 2014 года

" Базовый рост продаж составил 2,9%, что опережает показатели наших рынков; объем продаж увеличился на 1,0%, рост цен составил 1,9%

" Товарооборот снизился на 2,7% до 48,4 млрд евро, в частности под влиянием уменьшения курса иностранной валюты на 4,6%

" Операционная маржа выросла до 40 базисных пунктов на фоне текущего курса валют

" Свободный денежный поток составил 3,1 млрд евро после оплаты налога на прибыль от продажи активов в размере 0,8 млрд евро

" Чистая прибыль на одну акцию выросла на 11% при постоянном курсе валют, на 2% по текущему курсу, и составила 1,61 евро

Основные показатели четвертого квартала

" Базовый рост продаж составил 2,1%, включая увеличение объема продаж на 0,4% и базовый рост цен в размере 2,5%

" Товарооборот увеличился на 2,4 %, принимая во внимание положительное влияние увеличения курса иностранной валюты на 1,6% и сделок по приобретениям в размере 1,3%

Пол Полман, Главное должностное лицо, Unilever

"Несмотря на сложный период для нашей отрасли со значительными экономическими сложностями и слабой рыночной конъюнктурой, в этом году мы вновь добились конкурентных преимуществ в виде базового роста продаж и увеличения маржи. Мы достигли этого благодаря стабильной работе в течение шести лет в период высокой волатильности, еще больше укрепив устойчивый рост компании.



Мы все больше и больше сосредоточены на развитии основного направления нашей деятельности и выстраиваем стратегию развития каждой из четырех категорий. В сегодняшних условиях слабого роста мы повышаем эффективность работы и продвигаем инициативы, направленные на создание более гибкой организации, способной быстро реагировать на неожиданные изменения. Мы, по-прежнему, сокращаем затраты и оптимизируем производственные процессы для обеспечения дальнейшего роста. Реализация инновационных программы компании ускоряется. Мы вывели наши ключевые бренды на новые рынки. Мы продолжаем приобретать и продавать активы для укрепления портфеля продукции.

План устойчивого развития и улучшения качества жизни компании Unilever все также является основой всех аспектов бизнес-модели, начиная с добычи сырья до создания инновационных продуктов. Наши инициативы укрепляют репутацию компании и корпоративного бренда. Они являются широко признанными и важными способами снижения затрат и рисков в современном непростом обществе.

Мы не рассчитываем на значительное улучшение рыночных условий в 2015 году. На этом фоне мы ожидаем, что основные показатели деятельности в новом году будут схожи с показателями 2014 года, в первом квартале рост несколько замедлится, но сохранится в течение года. Мы, по-прежнему, сосредоточены на конкурентоспособности, прибыльном и стабильном росте".

Основные финансовые показатели (неаудированные) по текущему обменному курсу	2014 год	
	Базовый рост продаж (*)	2,9%
Товарооборот	48,4 млрд. евро	-2,7%
Операционная прибыль	8,0 млрд. евро	+6%
Чистая прибыль	5,5 млрд. евро	+5%
Чистая прибыль на акцию (*)	1,61 евро	+2%
Прибыль на обыкновенную акцию	1,79 евро	+8%
Квартальные дивиденды, выплачиваемые в марте 2015 г.	0,285 евро за акцию	

Для справки: Название компании: *Юнилевер Русь, ООО (Unilever)* Адрес: 123022, Россия, Москва, ул. Сергея Макеева, 13 Телефоны: +7(495)7457500; +7(495)2283862 Факсы: +7(495)7457359 E-Mail: Communications.Russia@unilever.com; Ekaterina.Odintsova@unilever.com Web: <http://www.unilever.ru>; <http://www.unilever.com> Руководитель: *Одинцова Екатерина, Старший управляющий по работе со СМИ и кампаниям по развитию корпоративного бренда Unilever NAMETRUB (INFOLine, ИА (по материалам компании) 20.01.15)*

Ноль отходов на захоронение уходит теперь с производств Unilever в России.

С начала 2015 года все фабрики компании в России прекратили отправлять свои безопасные промышленные и бытовые отходы на полигоны захоронения. Об этом Первому заместителю Председателя Правительства Российской Федерации И.И.Шувалову в рамках Гайдаровского форума рассказал Лоран Клейтман, Президент Unilever в России, Украине и Беларуси.

К концу 4 квартала 2014 года четыре производственных центра компании в России (а это фабрики по выпуску пищевой продукции и мороженого в Тульской области, фабрика мороженого в Омске, фабрика косметической продукции в Екатеринбурге и фабрика по выпуску косметической продукции и бытовой химии в Санкт-Петербурге) начали отправлять 100% своих безопасных отходов на переработку или дальнейшее использование в качестве вторичного сырья в других отраслях. Первым производством Unilever, обеспечившим реализацию такого подхода в России, еще два года тому назад стала чаеразвесочная фабрика в Санкт-Петербурге.

"Это стало возможным благодаря применению принципа "трех R" - Reduce, Reuse, Recycle (снижение, вторичное использование, переработка отходов) и формированию "культуры нулевых отходов" у сотрудников Unilever. Наше достижение - отличный пример воплощения в действие стратегии устойчивого развития, нацеленной на то, чтобы рост нашего бизнеса не был достигнут в ущерб окружающей среде", - говорит Дэйв Хьюз, Старший вице-президент компании по производству и поставкам в регионе Россия, Северная Африка, Ближний Восток, Турция и Израиль. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 20.01.15)

Отчет Unilever не оправдал ожиданий из-за развивающихся рынков.

Рост базовых продаж производителя потребительских товаров Unilever оказался ниже прогнозов в четвертом квартале из-за слабости развивающихся рынков, ознаменовав собой конец наиболее сложного года для сектора в современной истории.



Производитель мороженого Ben & Jerry's, мыла Dove и чая Lipton сообщил, что базовые продажи, исключая эффект от курсовых разниц, приобретений и списаний, выросли на 2,1 процента в четвертом квартале. Опрошенные Рейтер аналитики в среднем ждали рост показателя на уровне 2,6 процента.

Из-за значительного ослабления развивающихся рынков в 2014 году, сделавшего третий квартал худшим для Unilever за пять лет, годовые базовые продажи компании выросли на 2,9 процента при прогнозе аналитиков на уровне 3,1 процента.

При этом на рынках развитых стран ситуация для компании была стабильной, а небольшой рост в США помог компенсировать сокращения ряда рынков Европы.

"Мы не ждем значительного улучшения рыночных условий в 2015 году", - сообщил глава Unilever Пол Полман.

Полман также сказал, что компания не ждет значительного изменения годовых показателей в 2015 году. При этом первый квартал будет несколько слабее, но затем рост ускорится в течение года.

Базовая операционная прибыль компании в 2014 году составила 7,02 миллиарда евро при прогнозе 6,9 миллиарда евро благодаря сокращению расходов.

Более половины продаж Unilever приходится на развивающиеся рынки, поэтому по компании больно ударили замедление экономического роста в Китае, рецессия в Бразилии и влияние западных санкций на Россию. (Рейтер 20.01.15)

Мэр Москвы Сергей Собянин открыл современное производство натуральных соков в "Очаково" (Москва).

В пятницу, 23 января 2015 года, Мэр Москвы Сергей Собянин побывал на открытии новой линии по производству натуральных отечественных соков на Очаковском заводе.



"Все знают, что Москва является финансовым центром. Здесь расположена масса учреждений, организаций, но мало кто знает, что город является одним из крупнейших, центров пищевой и перерабатывающей промышленности. Продукция Москвы поставляется практически во все регионы России и десятки зарубежных стран. Одним из таких крупнейших предприятий является "Очаково", - сказал Мэр Москвы.

По словам Сергея Собянина, запуск новой производственной линии в Москве является доказательством привлекательности Москвы для размещения новых производств и вносит свой вклад в решение актуальной задачи импортозамещения. "Сегодня запускается линия по производству отечественных соков. Я надеюсь, что московские предприниматели используют возможность в той нише, которая появляется на рынке, на российских рынках, на зарубежных рынках", - отметил столичный градоначальник.

Компания "Очаково" является одним из крупнейших в России отечественных производителей пива и безалкогольных напитков. Предприятие оснащено новейшим оборудованием ведущих европейских фирм. Его филиалы находятся в Москве, Краснодаре, Тюмени, Пензе и других регионах страны.

С 2015 года московский филиал "Очаково" приступает к выпуску новой для себя продукции — 100-процентных натуральных соков. Линия по их производству станет первой. "Мы начали думать об этом проекте два года назад. Выпускать не просто соки, а уникальные, очень полезные, вкусные смеси. Сегодня, я считаю, это единственное предприятие не только в Москве, а в России, которое выпускает такой ассортимент", - рассказал Сергею Собянину президент ЗАО МПБК "Очаково" Алексей Кочетов.

Разработка рецептов смесей соков из овощей, фруктов и ягод заняла более полутора лет. Для производства используют отечественные продукты, за исключением фруктов и овощей, которые не растут в нашей стране в силу климатических условий.

"Будем ждать вашей продукции на прилавках Москвы. Я думаю, москвичи её оценят", — добавил Сергей Собянин.

Москва - одной из мощнейших производственных площадок пищевой и перерабатывающей промышленности России. В столице действуют 70 крупных и средних предприятий. В отрасли работают около 50 тысяч человек.

Для справки: Название компании: Московский Пиво-Безалкогольный Комбинат Очаково, ЗАО Адрес: 121471, Россия, Москва, ул. Рябиновая, 44 Телефоны: +7(495)7853932; +7(495)7853933; +7(800)1007777; +7(495)7853912 Факсы: +7(495)7853911 E-Mail: reception@ochakovo.ru Web: <http://www.ochakovo.ru> Руководитель: Антонов Юрий Владимирович, генеральный директор; Кочетов Алексей Андреевич, Президент ЗАО МПБК "Очаково" (INFOline, ИА (по материалам Администрации) 23.01.15)

"Нестле Россия" представляет новое фруктовое пюре GERBER в мягкой упаковке.

Решение о выпуске нового формата было принято в ответ на просьбы мам об удобном продукте для кормления малышей во время прогулок.

"Мягкая упаковка легче и удобнее стеклянных банок, более проста в использовании и, что самое важное, — способствует скорейшему приобретению навыков самостоятельного питания у ребенка. Пюре в мягкой упаковке идеально подходит для кормления во время





прогулки и станет еще одной возможностью побаловать малыша вкусным угощением", - сообщили в пресс-службе компании.

В линейке фруктового пюре GERBER в мягкой упаковке представлено 3 вкуса: "Яблоко", "Яблоко-банан" и "4 фрукта".

Новый продукт доступен на полках магазинов по всей России.



Для справки: Название компании: *Нестле Россия, ООО* Адрес: 115054, Россия, Москва, пл. Павелецкая, 2, стр. 1
Телефоны: +7(495)7257000; +7(800)2007200 Факсы: +7(495)7257070 E-Mail: contact@ru.nestle.com Web: <http://www.nestle.ru> Руководитель: *Патарнелло Маурицио, генеральный директор* (Unipack.ru 21.01.15)

Компания "Сады Придонья" планирует к середине лета построить завод в Саратовской области.

Национальная продовольственная группа "Сады Придонья" планирует к середине лета 2015 года построить завод по переработке плодов в Ртищевском районе Саратовской области, объем инвестиций составит 500 миллионов рублей, сообщает министерство сельского хозяйства региона.

Компания работает на территории Саратовской области с 2005 года. В хозяйстве, расположенном в Ртищевском районе, общая площадь садов составляет 1043 гектаров. Сейчас вся продукция в регионе отправляется на головное предприятие агрохолдинга в Волгоград. С целью оптимизировать логистику компания приняла решение о строительстве нового производства мощностью переработки в 50 тысяч тонн яблок в год. Также планируется увеличить площадь яблочных садов до 2,5 тысячи гектаров.

Инвестпроект компании "Сады Придонья", предполагающий строительство завода по переработке плодов и развитие сельскохозяйственного подразделения, рассчитан на 2014-2017 годы. Планируемый общий объем инвестиций - 500 миллионов рублей.

"По информации представителей компании "Сады Придонья", озвученной на совещании, строительные работы планируется завершить 1 июля текущего года. Основной объем строительных материалов есть в наличии", - говорится в сообщении.

По данным ведомства, вопрос с оформлением земли решен, договор аренды заключен. "Совместный график реализации инвестиционного проекта компании "Сады Придонья" составлен. ... Рабочие встречи по вопросам строительства завода по переработке плодов в Ртищевском районе будут проводиться регулярно", - приводятся в сообщении слова заместителя председателя правительства области - министра сельского хозяйства Александра Соловьева.

НПГ "Сады Придонья" занимается выращиванием и переработкой фруктов, а также производством соков, нектаров, пюре для детского питания, злаковых коктейлей. Продукция под торговыми марками "Сады Придонья", "Золотая Русь", "Мой" и "Спеленок" реализуется на территории всех регионов РФ, а также в странах ближнего зарубежья.

Для справки: Название компании: *НПГ Сады Придонья, ОАО (Национальная продовольственная группа Сады Придонья)* Адрес: 403027, Россия, Волгоградская область, Городищенский район, пос. Сады Придонья, Телефоны: +7(84468)48317; +7(495)9801370; +7(499)7946613; +7(499)6136790 Факсы: +7(84468)48437 E-Mail: referent-spr@pridonie.ru; contact@pridonie.ru; referent@pridonie.ru Web: <http://www.pridonie.ru> Руководитель: *Самохин Андрей Павлович, Президент* (ПРАЙМ 22.01.15)

В Гулькевичском районе ищут инвесторов для строительства завода по переработке овощей и фруктов (Краснодарский край).



Гулькевический район предлагает инвесторам проект строительства завода по переработке овощей и фруктов в промзоне села Майкопское. В его рамках предусмотрено создание производства овощных и фруктовых соков, томатной пасты, джемов и другой плодоовощной консервной продукции, сообщает пресс-служба краевого министерства стратегического развития.

"По оценке, производственная мощность завода составит 11,5 млн. условных банок консервной продукции в год", – уточнили в ведомстве.

В качестве сырья будет использоваться продукция кубанских сельхозпроизводителей. Инвестиции в реализацию проекта составят 241,8 млн рублей. (Юга.ру 23.01.15)

Министр сельского хозяйства Саратовской области Александр Соловьев: "Совместный график реализации инвестиционного проекта компании "Сады Придонья" составлен, необходимо четко соблюдать сроки выполнения работ"

20 января 2015 года в рамках рабочей поездки в Ртищевский муниципальный район заместитель Председателя Правительства области – министр сельского хозяйства Александр Соловьев провел совещание по вопросу строительства завода по переработке плодов компаний "Сады Придонья".

В совещании приняли участие директор Ртищевского филиала ООО "Сады Придонья" Владислав Ханов; начальник отдела капитального строительства ООО "НПГ "Сады Придонья" Дмитрий Шалунов; заместитель министра экономического развития и инвестиционной политики области Александр Гречиго; представители министерства промышленности и энергетики области и министерства сельского хозяйства области, администрации Ртищевского района, ресурсоснабжающих организаций.

Глава администрации Ртищевского муниципального образования Александр Санинский проинформировал участников совещания, что на сегодняшний день решен вопрос с оформлением земли и заключен договор аренды с компанией "Сады Придонья"; подготовлена аукционная проектно-сметная документация на строительство дорожного покрытия, газификацию и геолого-разведочные работы по проведению водоснабжения. В стадии решения вопрос с энергообеспечением, инвестору предложено несколько вариантов.

По информации представителей компании "Сады Придонья", озвученной на совещании, строительные работы планируется завершить 1 июля текущего года. Основной объем строительных материалов есть в наличии.

Подводя итоги совещания, Александр Соловьев сказал: "Для реализации инвестиционного проекта необходима активная работа инвесторов во взаимодействии с органами региональной и муниципальной власти. Совместный график реализации инвестиционного проекта компании "Сады Придонья" составлен, необходимо четко соблюдать сроки выполнения работ. Рабочие встречи по вопросам строительства завода по переработке плодов в Ртищевском районе будут проводиться регулярно".

Справка:

Сроки реализации инвестиционного проекта компании "Сады Придонья":

- по строительству завода по переработке плодов: 2014-2015 г.;

- по развитию сельскохозяйственного подразделения: 2015-2017 годы.

Планируемый общий объем инвестиций – 500 млн. рублей.

Планируется создание 40–50 новых рабочих мест, привлечение 100-150 сезонных рабочих в сельскохозяйственное подразделение.

Средняя ежемесячная заработная плата – 23 тыс. рублей.

Объем налоговых отчислений в бюджеты всех уровней после выхода предприятия на проектную мощность составит 15 млн. рублей в год. (INFOLine, ИА (по материалам Администрации) 21.01.15)

Сварог Вест Груп начнет поставлять соки в розничные сети.

Соки собственного производства начнет поставлять в розничные сети в середине 2015 г корпорация "Сварог Вест Груп" (Хмельницкая обл.), пишет fruit-info.com со ссылкой на слова председателя правления компании Андрея Гордейчука.

Он отметил, что в торговые сети будут поставляться соки исключительно прямого отжима и производимые из собственного сырья.

Информацию об объемах поставок в розничные сети, а также о том, под какой торговой маркой соки будут реализовываться, представители компании не уточнили. (Watermarket 21.01.15)

Новости рынка безалкогольных напитков

Контрольная Закупка: Ягодный морс.

Участники:

1. "Добрый"
 2. "О!"
 3. "Северная ягода"
 4. "Услада для души"
 5. "Я"
 6. "Ягодный край"
- Победитель: "Я"

Вы можете приготовить сырное пирожное с ягодным морсом по рецепту шеф-повара Константина Жука

Повтор от 17.01.2014

Народный отбор

Наибольшее количество голосов было отдано за морс торговых марок "Добрый", "Северная ягода" и "Я". По результатам народного голосования лидирует продукция торговой марки "Я".

Полуфинал

И. Сорокина, эксперт испытательного центра: Мы определили фактические составы образцов и сравнили с указанными на этикетках. А так же проверили на наличие искусственных красителей. Нарушений обнаружено не было.

Внеконкурсная экспертиза

И. Фокина, эксперт испытательного центра: В ходе проверки было установлено, что в морсе торговой марки "Услада для души" отсутствует заявленный в составе ежевичный сок. Образцы торговых марок "О!" и "Ягодный край" соответствуют всем требованиям стандарта и безопасности.

Выбор победителя "Контрольной закупки"

И. Сорокина, эксперт испытательного центра: Мы измерили массовую долю сока и пюре в образцах. Чем выше значение этого показателя, тем больше натуральных ягодных компонентов содержится в продукте. Победителем становится морс торговой марки "Я".

Вкусные советы

Константин Жук, шеф-повар

Сырное пирожное с ягодным морсом

Миндаль – 100 г, несоленые помидоры – 100 г, сахар – 2 ст. ложки, сливочный сыр – 200 г, цедра одного лимона, мята – 2 веточки, сахарная пудра – 2 ст. ложки. Ягодный соус: морс – 250 мл, свежие ягоды – 100 г, сок одного апельсина, крахмал – 1 ст. ложка.

Мелко порубите орехи и крекеры. Насыпьте в разогретую сковороду сахар, добавьте орехи с печеньем и обжарьте до золотистого цвета. Снимите с огня. Смешайте сливочный сыр, цедру лимона, мяту и сахарную пудру. Выстелите стеклянную форму пищевой пленкой и засыпьте дно обжаренным миндалем с печеньем. Выложите сырную массу и снова засыпьте орехами с печеньем. Прижмите и оставьте на 15 минут. Переложите в тарелку, украсьте мятой подайте с ягодным соусом.

Для приготовления соуса разогрейте в сотейнике ягодный морс, добавьте ягоды и сок апельсина. Прогрейте на медленном огне. Растворите в морсе крахмал и влейте в соус, помешивая.

Все под контролем

На вопросы отвечает директор консервного завода Алексей Пенюгалов

Классический морс производят из двух видов ягод – брусники и клюквы. Осадок в виде мякоти – признак натурального продукта.

с, добавьте ягоды и сок апельсина. Прогрейте на медленном огне. Растворите в морсе крахмал и влейте в соус, помешивая.

Все под контролем

На вопросы отвечает директор консервного завода Алексей Пенюгалов

Классический морс производят из двух видов ягод – брусники и клюквы. Осадок в виде мякоти – признак натурального продукта. (Первый канал 16.01.15)

Безалкогольные напитки идут на смену алкоголю.

Вечеринки на "трезвую голову" завоевывают все большую популярность.

Такая тенденция заставила производителей развивать новое направление – безалкогольные напитки для вечеринки.

Привлечь трезвеющую публику производители газировки пытаются напитками с ароматами, имитирующими алкоголь. В этом помогают и сложные ингредиенты, используемые в некоторых коктейлях, помимо таких штампов как кола, вишня и лимон-лайм.



Наиболее широкие перспективы замены алкоголя газировкой имеют потребители в Европе. Все более популярными становятся инновации в ароматизаторах — ароматы трав и ботанических растений, а в Германии и Испании увеличили количество видов безалкогольного пива.

Между тем упаковка газировка все больше напоминает упаковку алкогольных напитков. Этим они отвечают на запросы покупателей, желающих имитировать, что они пьют спиртное. Число европейцев, пьющих газировку вместо алкоголя значительно. Причем, лидируют итальянцы (23%), потом идут испанцы (22%) и немцы (20%). (Watermarket 26.01.15)

Новости рынка слабоалкогольных напитков

На Вологодчине запретили продавать детям Coca-Cola и энергетики.

В Вологодской области вступил в силу запрет на продажу несовершеннолетним тонизирующих напитков с кофеином, сообщает пресс-служба регионального парламента.

В документе к безалкогольным тонизирующим напиткам относятся безалкогольные напитки, содержащие кофеин и (или) экстракты растений, являющиеся источником тонизирующих компонентов - кофеина, гингозидов, элеутерозидов и схизандрин. Исключения сделаны лишь для чая и кофе либо напитков на их основе.

Как известно американская Coca-Cola содержит кофеин в качестве одного из главных ингредиентов, поэтому также подпадает под запрет.

Региональный закон вводит полный запрет на продажу безалкогольных тонизирующих напитков (как и их слабоалкогольных аналогов) в местах проведения культурно-массовых мероприятий для детей, подростков и молодежи, а также в детских, образовательных и медицинских организациях, организациях культуры и на объектах спорта. Кроме того, отныне запрещено продавать энергетики всем подросткам, не достигшим 18 лет.

Местные власти заявляют, что ограничение продажи распространяется не на продукцию отдельных компаний, а лишь на напитки, содержащие кофеин и подобные вещества - вне зависимости от их процентной доли. А сотрудникам магазинов отныне предписано проверять состав напитков на этикетках, чтобы не допустить продажи запрещенных товаров.

- Данный закон был принят в первую очередь, в защиту здоровья несовершеннолетних. Ведь на стадии разработки документа мы получили экспертное мнение о воздействии данных напитков на организм детей и подростков. И это влияние крайне негативно. Кроме того, мы запретили не продукцию конкретных компаний, а напитки, содержащие в своем составе те или иные вредные вещества. Если предприятие заинтересовано в продвижении своей продукции, оно может исключить из состава вещества, прописанные в законе, и тогда проблем с его продажей не возникнет, - подчеркнул глава регионального комитета по экономической политике и собственности Евгений Коротков. (Российская газета 22.01.15)

Компания Amway начнет продавать энергетик XS Energy.

Компания Amway решила завоевать новую перспективную нишу – рынок энергетических напитков, который по всему миру расширился с 3,8 млрд долларов в 1999 года до 27,5 млрд долларов в 2013 году. По прогнозам компаний Euromonitor и Research and Markets, до 2018 года он будет расти ежегодно на 13%.

В этом направлении компания Amway приобрела бренд XS Energy, одним из основателей которого является бывший владелец бизнеса Amway Дэвид Вандервин, сообщает B2BLogger.com со ссылкой из пресс-релиз американского гиганта прямых продаж. В рамках сделки Вандервин войдет в компанию Amway в качестве вице-президента и генерального менеджера бренда XS.

Бренд XS завоевал популярность среди молодых потребителей за счет весьма успешных вечеринок, акцентов на приключения и безупречного сочетания работы и отдыха. (Watermarket 26.01.15)

Чтобы жизнь медом показалась. "Коммерсантъ". 22 января 2015

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге

"[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

Алкоголь хотят лишить энергии. "Деловой Петербург". 26 января 2015

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге

"[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

Минеральная и питьевая вода

"Барнаульская водяная компания" выпустила уникальную питьевую воду с янтарной кислотой.

ООО "Барнаульская водяная компания" представляет новый продукт - воду высшей категории качества "Легенда Жизни" с добавлением янтарной кислоты и селена. Это уникальный продукт, не имеющий аналогов в Алтайском крае и соседних регионах, уверяет производитель.

В компании сообщают, что янтарная кислота является кладом полезных веществ. Она улучшает клеточное дыхание – кожа станет более упругой и сияющей. Благодаря антиоксидантным свойствам, янтарная кислота замедляет процессы увядания – тем самым вы продлите свою молодость и сохраните природную красоту. Янтарная кислота и селен уберегут от гриппа и простудных заболеваний, освободит организм от токсинов. Янтарная кислота в сочетании с чистой артезианской водой – природный энергетик. Она придает сил, стимулирует умственную деятельность.

Концентрация янтарной кислоты в воде "Легенда Жизни" с добавлением янтарной кислоты и селена составляет 5 мг/л, селена – 10 мкг/л. При термической обработке (нагревании и охлаждении) содержание полезных веществ не меняется.

"Легенда Жизни" с добавлением янтарной кислоты и селена подходит для ежедневного употребления не только в качестве напитка и основы для приготовления блюд. Продукт может быть использован и в косметических целях – базы для кремов, масок, тоников. (Unipack.ru 26.01.15)



Питьевую воду "Ледниковая свежесть" отзовут из магазинов.

Питьевую воду "Ледниковая свежесть" отзовут из оборота. Соответствующее требование выдвинуло управление Роспотребнадзора по Амурской области после проверки, которая выявила многочисленные нарушения.

Как пишет amur.info, компания-производитель ООО "Риквер" уже отозвала 238 бутылок воды общим объемом 245,5 литра. Потребители также могут вернуть воду, изготовленную 16 и 17 октября 2014 года, производителю.

Поводом для проверки послужило поступившее от потребителя обращение, в котором говорилось о том, что питьевая артезианская негазированная вода первой категории "Ледниковая свежесть", которую продают в Благовещенске, имеет посторонние примеси.

Выяснилось, что данная продукция маркируется знаком обращения на рынке государств – членов таможенного союза ("ЕАС"). При этом документ, подтверждающий проведение процедуры соответствия требованиям законодательства о техническом регулировании, на данную продукцию не выдавался.

По результатам проведенных лабораторных исследований питьевая вода "Ледниковая свежесть", изготовленная 16 и 17 октября 2014 года в Благовещенске по адресу – улица Партизанская, 89/1, признана опасной для жизни и здоровья потребителей. В ней обнаружили повышенное содержание общего микробного числа. (Watermarket 26.01.15)

"Актис" выпустил нестандартную фигурную бутылку для производителя минеральной воды.

Новочеркасский завод "Актис" выпустил первую партию стеклотары для производителя минеральной воды премиум-класса ZEDAZENI. Это первый заказ на нестандартную фигурную бутылку объемом 0,25 л, который завод выполнил для грузинской компании.

"Наши производственные мощности спроектированы таким образом, что мы можем в сжатые сроки перестраиваться с одного вида стеклотары на другой — говорит генеральный директор ОАО Фирма "Актис" Владимир Базиян, — Заказ грузинской компании не слишком велик для тех объемов, на которые способен "Актис", но для нас он интересен стратегически. Во-первых, это демонстрация наших производственных возможностей на практике, во-вторых один из шагов по расширению внешнеэкономической деятельности. Сегодня в условиях заметного падения пивного рынка мы активно развиваем другие направления, в частности работу с производителями безалкогольных напитков, в том числе и зарубежными". (Unipack.ru 26.01.15)



Ставропольские предприятия отмечены на "Зеленой неделе".

Предприятия Ставрополя приняли участие в Международной торговой выставке пищевой промышленности, садоводства, сельского и лесного хозяйства "Зеленая неделя - 2015". Она проходила с 16 по 25 января в Берлине.

В рамках выставки состоялся дегустационный конкурс "Безопасность и качество сельскохозяйственной продукции и продовольствия". Семь сельскохозяйственных организаций края стали его победителями, получив 19 "золотых" медалей, четыре – "серебряных" и одну "бронзу".



Обладателям высших наград стали ОАО "Сыродел" (г. Ипатово), ООО "Европа" (Кочубеевский район), ИП Г.П.Удовитченко (г. Светлоград), ООО "Консервный завод Русский" (с. Русское, Курский р-н), ООО "Петровские нивы" (г. Светлоград), ООО "Пятигорский хлебокомбинат" (г. Пятигорск). Рекордное количество "золотых" медалей – пять - у ЗАО "Минеральные Воды Железноводска".

– Политическая и экономическая конъюнктура меняется. Но всегда остается неизменным высочайшее качество ставропольской продовольственной продукции. "Зеленая неделя-2015" это еще раз подтвердила, – прокомментировал итоги выставки Губернатор Ставрополя Владимир Владимиров.

Напомним, по решению главы региона официальная делегация Ставропольского края не принимала участия в выставке в связи со сложившейся внешнеполитической обстановкой и напряженностью краевого бюджета. (Интернет-портал органов государственной власти Ставропольского края 21.01.15)

Кофе и чай

Импорт кофе в Россию составил 14,1 тыс. тонн в ноябре.

Импорт кофе в ноябре увеличился до 14,1 тыс. тонн, против 13,8 тыс. тонн в октябре. Об этом сообщила Федеральная таможенная служба. В январе-ноябре импорт кофе в Россию составил 140,8 тыс. тонн. Из них 0,5 тыс. тонн импортировано из стран СНГ и 140,2 тыс. тонн из стран дальнего зарубежья. Как сообщила "Агро Перспектива", в сентябре Россия импортировала 15,2 тыс. тонн кофе. (Агроперспектива 20.01.15)

Разработан дизайн упаковки для травяного чая Meadow.

Ирина Васильева, студентка Британской высшей школы дизайна, разработала дизайн упаковки для травяного чая Meadow. Задача заключалась в том, чтобы создать продукт для определенной аудитории.

Заданная целевая аудитория включала современную молодежь (преимущественно женщин 20-30 лет). Потенциальные покупательницы ведут активный образ жизни, они принимают участие в массовых спортивных мероприятиях, которые проводятся в московских парках. Они постоянно заботятся о своем здоровье и красоте: никакого сахара, консервантов и вредной еды. Одновременно они всегда хотят быть модными. Из всех здоровых напитков эти покупательницы могут купить в магазинах только воду. Но иногда им хочется чего-то повкусней, но сделать самим напиток нет времени. Поэтому хорошим решением является травяной чай без сахара.

Основной идеей дизайна стал луг (англ.: meadow). Но не традиционный луг в старом стиле, а современный и оригинальный. В качестве упаковки дизайнер выбрала алюминиевую банку 330 мл, так как она занимает мало места в сумке, а также ее формат подходит для продажи в вендинговых автоматах. Кроме того, банки оснащены многоразовой крышкой.



(Unipack.ru 22.01.15)

Индийский чай составит компанию белгородскому меду.

Новый бренд – "Мёд – чай" может появиться в Белгородской области в рамках реализации индийско-российского проекта "Мёд – чай" на территории области.

О перспективах его развития говорили на встрече представителей регионального департамента АПК с координатором федерального проекта "Зелёная Россия", руководителем Союза пчеловодов Воронежской области и представителями индийской чайной компании "Махараджа".

Проект "Мёд – чай" в первую очередь предусматривает совместную продажу белгородского мёда и индийского чая в магазинах. Департамент АПК продолжит разрабатывать концепцию проекта. (Watermarket 24.01.15)

В Китае цены на чай не растут.

В Китае цены на дорогие сорта чая не снижаются даже на фоне растущей любви китайцев к кофе. Как пишет газета South China Morning Post, считается, что бум на элитные сорта продержится еще несколько лет, пишет газета South China Morning Post.

Так, в 2013 году в Гонконге чайном аукционе 20-килограммовая упаковка чая нарцисс улун (narcissus oolong tea) была продана почти в 1 миллион гонконгских долларов, а на аукционе "Очарование чаем" (Fascination of Tea) в 2014 году упаковка чая Цюаньлижэнь Сонпиньяо Пуэр (Qianlizhen Songpinhao puer), считающимся одним из самых редких сортов, была оценена в 2 млн гонконгских долларов. (Watermarket 26.01.15)

РЫНОК ПИВА

Общие новости рынка пива

Ужесточение законодательного регулирования пивоваренной отрасли негативно сказалось на экономике России - исследование.

Рост акцизов на алкогольную продукцию привел к заметному сокращению рабочих мест в пивоваренной отрасли и удорожанию пива по отношению к более крепкому алкоголю, отмечается в исследовании, проведенном экспертами Института экономической политики им. Е.Т. Гайдара.

Результаты исследования, полная версия которого будет доступна в начале февраля, были озвучены во время экспертной дискуссии "Проблемы и перспективы развития пивоваренной отрасли в России", прошедшей в рамках Гайдаровского форума.

По данным авторов исследования, запрет рекламы пива, ограничение продаж этого напитка в общественных местах, увеличение акцизного сбора привели к тому, что система регулирования и налогообложения пивной отрасли в России оказалась одной из наиболее жестких в Европе.

Эксперты напомнили, что повышение акцизов на пивоваренную продукцию сказалось на себестоимости пива, которое теперь в пересчете на процентное содержание алкоголя стоит в 1,5 раза дороже крепких спиртных напитков.

В исследовании отмечается, что рост акцизов на фоне ужесточения регулирования привел к снижению потребления пива в России на 2,3 млрд литров в 2009-2012 годах, что в свою очередь повлекло сокращение 61 тыс. рабочих мест и снижение ВВП на 59 млрд руб. или 0,09% за 2013 год.

Вместе с тем, как подчеркивается в исследовании, согласно данным Росстата, за последние 10 лет уровень смертности от алкоголя в России снизился на 56%, а его потребление также сократилось – на 18%. При этом эксперты Института Гайдара не обнаружили зависимости между потреблением пива и смертностью от алкоголизма. По их данным, если доля крепкого алкоголя в указанные годы уменьшилась, то доля пивоваренной продукции, наоборот, увеличилась.

Директор департамента оценки регулирующего воздействия министерства экономического развития РФ Вадим Живулин в ходе дискуссии отметил: "Важно тщательно оценивать последствия введения ограничений. В последнее время в отношении ряда отраслей российской экономики, в том числе и пивоваренной, постоянно появляется большое количество законодательных инициатив, принятие большей части из которых нецелесообразно. Безусловно, государственное регулирование необходимо, но оно должно быть обоснованным и предсказуемым, поскольку бизнес нуждается в долгосрочном планировании инвестиций".

В свою очередь, начальник отдела косвенных налогов департамента налоговой и таможенно-тарифной политики министерства финансов РФ Нина Нечипорчук сообщила во время экспертной дискуссии "Проблемы и перспективы развития пивоваренной отрасли в России", что в Минфине осознают нецелесообразность чрезмерного увеличения ставок акцизов, учитывая сложившуюся экономическую ситуацию и существенное падение рынка пива.

"Пивовары уплачивают акцизные платежи, которые имеют существенное значение для субъектов РФ, добросовестно и стабильно. При этом важно отметить, что нелегального рынка пива в России нет", - сказала Н.Нечипорчук.

По мнению участников дискуссии, необходимо создать рабочую группу при правительственной комиссии по повышению конкурентоспособности и регулированию алкогольного рынка с участием представителей заинтересованных министерств и ведомств под руководством Минэкономразвития.

В ходе дискуссии предлагалось также выделить пивоваренную отрасль в отдельную категорию регулирования, ввести "законодательные каникулы" (например, на два года, до 1 января 2017 года), снизить акцизную ставку для пива и напитков на его основе. Кроме того, ряд экспертов выступил за пересмотр ранее принятых "непопулярных" мер, как то запрет продаж пива и напитков на основе пива в киосках. (Интерфакс - Россия 21.01.15)

Госдума рассмотрит законопроект о введении ЕГАИС на пивоваренных предприятиях в марте.

Госдума рассмотрит в первом чтении законопроект о введении ЕГАИС на пивоваренных предприятиях в марте 2015 года. Об этом говорится в опубликованной на сайте нижней палаты парламента примерной программе законопроектной работы Государственной думы в весеннюю сессию 2015 года.

Законопроект № 686588-6 "О внесении изменений в Федеральный закон "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" в части совершенствования учета оборота алкогольной и спиртосодержащей продукции" включен в список законопроектов, подлежащих первоочередному рассмотрению.



Законопроект направлен на решение проблем, связанных с оборотом контрафактной алкогольной продукции и предлагает распространить требование об обязательной фиксации информации в ЕГАИС на организации, осуществляющие производство пива, пивных напитков, сидра, пуаре и медовухи, а также на оборот и оптовую торговлю, что значительно расширяет число вовлеченных субъектов.

Союз российских пивоваров считает введение ЕГАИС избыточной мерой регулирования пивоваренного рынка, на котором нет контрафактной продукции.

Принятие законопроекта обернется для пивоваров массовыми остановками пивоваренных производств, дополнительными необоснованными расходами на приобретение, наладку и обслуживание оборудования.

Данная норма более всего ударит по среднему пивоварению, так как затраты на подключение одной линии на одном предприятии к ЕГАИС составляют порядка 2,3 млн. руб., еще 1,5 млн. руб. каждый год нужно тратить на обслуживание оборудования.

Особенно важно учесть, что пивоваренным предприятиям, подключенным к системе ЕГАИС, запрещено производить на данном оборудовании безалкогольные напитки, а таких предприятий около 80%. Сейчас на таких пивоваренных предприятиях выпускается порядка 50% кваса и 40% безалкогольных напитков. Для этих предприятий это означает дополнительные затраты на переоборудование или прекращение производства безалкогольных напитков в регионах, что не минуемо скажется на снижении занятости населения.

Предлагаемый законопроект срок введения ЕГАИС на пивоваренных предприятиях – с 1 июля 2015 года, что абсолютно нереалистично, поскольку для ввода системы необходимо наладить работу базового звена (АСИиУ) и перестроить всю операционную деятельность под новые условия работы.

Таким образом, данная законодательная инициатива представляет собой очередную меру для давления на пивоваренную отрасль в России и идет вразрез с задачами по поддержке бизнеса в настоящих сложных экономических условиях, о которых говорил Президент РФ В.В.Путин во время выступления с Посланием к Федеральному Собранию 4 декабря 2014 года.

По сути, ЕГАИС станет очередным механизмом, препятствующим деятельности пивобезалкогольной отрасли в России, ухудшающим инвестиционный климат и деловую активность в отечественном пивоварении.

К настоящему времени введено достаточное количество механизмов контроля и надзора за производством и оборотом пива, и такая избыточная мера контроля, как ЕГАИС, повлечет дублирование отчетности, предоставляемой предприятиями в контролирующие органы.

Срок введения ЕГАИС на пивоваренных предприятиях – 1 июля 2015 года – можно назвать экстремальным. Отрасли не предоставляется достаточного количества времени для перехода к новым условиям работы, перестройке производственного цикла. Внедрение такого сложного технологического решения, как ЕГАИС, требует минимум 18-месячного периода, а также обязательного наличия тестового периода.

Отрасль готова принять участие в пилотном тестировании ЕГАИС на ряде крупных и средних пивоваренных площадок. Представляется, что если тестирование продлится в течение 12 месяцев, то оценка возможности внедрения ЕГАИС на рынке пива в целом получится объективной.

В связи с этим, пивовары России считают, что до получения и анализа результатов пилотного тестирования системы ЕГАИС, а также оценки возможности решения проблем, связанных с внедрением АСИиУ на пивоваренных производствах, из законопроекта по ЕГАИС нужно исключить учет производства и оборота пива и пивных напитков. (Союз российских пивоваров 21.01.15)

Комментарий. "Зеленая неделя" в контексте "продуктовой войны". "Крестьянские ведомости". 20 января 2015

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге

"[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

Юбилей пивной банки. "Unipack.ru". 23 января 2015

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге

"[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

Новости компаний пивной отрасли

Пивоваренная компания "Балтика" стала финалистом "Премии HR-бренд 2014".

Компания вышла в финал в номинации "Федерация" с проектом управления изменениями и раскрытия потенциала сотрудников производства "Поворот".

"Балтика" — один из крупнейших производителей товаров народного потребления России и лидер российского рынка пива. При этом удержание лидерства в условиях текущей ситуации в отрасли, которая постоянно усугубляется жесткими законодательными ограничениями, возможно только за счёт работы отлаженных бизнес-процессов, рационального управления затратами и культуры высокой эффективности.

С помощью проекта "Поворот" компании удалось достичь повышения вовлеченности производственного персонала и улучшить производственные показатели за счет участия сотрудников в инициативных проектных группах по приоритетным темам: безопасность на производстве, эффективность затрат, командная работа и развитие потенциала сотрудников.

Светлана Старикова, директор по организационному развитию и управлению талантами ООО "Пивоваренная компания "Балтика":

"Проект 2014 года "Поворот" был направлен на сотрудников одной из самых многочисленных функций в компании — Supply Chain, которая объединяет логистику, производство и техническую службу. Целью проекта было усиление производственной культуры и управленческой эффективности, вовлечения сотрудников в разработку инновационных идей и добровольную реализацию новых проектов. Все это в непростых условиях рынка и географической распределённости компании.

"Поворот" — это нестандартный проект по своему масштабу, идее и результатам, который демонстрирует, насколько ценными могут быть идеи сотрудников для достижения стратегических целей компании и сохранения лидерства на рынке".

Компания не первый раз участвует в "Премии HR-бренд": В 2007 году "Балтика" уже становилась победителем в номинации "Лучший работодатель в секторе FMCG: продукты питания, напитки".

"Премия HR-бренд" — это независимая ежегодная премия за наиболее успешную работу над репутацией компании как работодателя. Организатор премии — группа компаний HeadHunter (hh.ru), один из известнейших онлайн-ресурсов для поиска работы и найма персонала. Церемония награждения победителей "Премии HR-бренд 2014" состоится 11 марта 2015 года в Московском международном Доме музыки.

Пивоваренная компания "Балтика", часть Carlsberg Group — один из крупнейших производителей товаров народного потребления России, с 1996 года — 21 на российском рынке пива. "Балтике" принадлежат 10 заводов в России, широкий портфель брендов. Компания является значительной частью Carlsberg Group и её региона Восточная Европа, к которому также относятся Азербайджан, Беларусь, Казахстан, Украина и Узбекистан. Пивоваренная компания "Балтика" — ведущий экспортер российского пива: продукция "Балтики" представлена в более чем 75 странах мира, на долю компании приходится 67% всех экспортных поставок российского пива. Бренд "Балтика" занимает первое место по продажам в Европе (Euromonitor 2013).

Пивоваренная компания "Балтика" ? обладатель премий: HR-БРЕНД ГОДА-2007 в номинации "Лучший работодатель в секторе FMCG: продукты питания, напитки", "Гран-при в потребительском секторе" всероссийской премии PEOPLE INVESTOR-2008 и Гран-при в номинации "Управление человеческими ресурсами" всероссийской премии PEOPLE INVESTOR-2010, Trainings INDEX'09 в сфере корпоративного обучения, а также победитель конкурса "Лучший кадровый проект" в номинациях "Лучший антикризисный проект" (2009), "Лучший инновационный проект" (2010) и "Лучший кадровый проект по изменению в системе управления человеческими ресурсами" (2011). Корпоративный университет "Балтики" - призер Trainings INDEX-2012 в номинации "Эффективное решение в области обучения, развития и повышения результативности персонала". (INFOLine, ИА (по материалам компании) 23.01.15)

Компания "Балтика" запустила мобильное приложение для диалога со своими потребителями.

Пивоваренная компания "Балтика", часть Carlsberg Group, всегда открыта к диалогу со своими потребителями. Чтобы сделать его еще удобнее и оперативнее, компания запустила специальное мобильное приложение для смартфонов.

Компания "Балтика" регулярно запускает новые проекты, направленные на расширение возможностей обратной связи с потребителями. В любое время задать свой вопрос, высказать мнение о продукции компании или записаться на экскурсию по заводу можно по телефону "горячей линии" 8-800-333-33-03 (звонок бесплатный для жителей любого региона РФ) или отправив сообщение через корпоративный сайт. Кроме того, компания поддерживает специальные сайты для каждой проводимой промо-акции.

В этот юбилейный для компании год — в 2015 году "Балтике" исполняется 25 лет — ряд таких каналов пополнило бесплатное мобильное приложение "Baltika". С его помощью можно не только обращаться к экспертам компании с



вопросами о продукции, процессе ее производства и способах контроля качества или другим поводам, но и получать достоверную актуальную информацию о новостях компании, акциях и проектах, направленных на развитие культуры потребления и ответственного отношения к пиву.

Вся полученная по каналам обратной связи информация анализируется и используется для усовершенствования процессов, улучшения качества продукции и новых разработок. Несмотря на то что "Балтика" контролирует качество пива примерно по 100 критериям и параметрам, значительно превышающим требования ГОСТа, для компании очень важно знать, как оценивают качество продукции потребители. Учитывая их пожелания и предпочтения, а также лучший мировой опыт, эксперты компании создают множество самых популярных сортов и стилей пива, среди которого каждый сможет найти себе напиток по вкусу.

Сегодня "Балтика" - это современные заводы, тысячи специалистов, которые изо дня в день варят качественное пиво, постоянно расширяя ассортимент продукции для своих потребителей. Убедиться в этом может любой совершеннолетний желающий, записавшись на бесплатную экскурсию по заводу на сайте или по телефону горячей линии, который можно найти на любой этикетке продукции, выпускаемой "Балтикой".

Пока мобильное приложение доступно только для смартфонов на платформе Android, но уже в ближайшее время появится версия и для обладателей "яблочных" гаджетов. Скачать приложение можно по ссылке или задав в графе поиска Google Play название "Baltika".

Важно отметить, что мобильное приложение предназначено только для лиц старше 18 лет, так как компания "Балтика" выступает за ответственное потребление и недопустимость продажи пива несовершеннолетним. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 26.01.15)

Барнаульский пивоваренный завод: Любимая марка-2014.

Сразу 2 диплома второй степени в номинациях "Вода" и "Безалкогольные напитки" стали высокой наградой для продукции Барнаульского пивоваренного завода на ежегодном конкурсе "Любимая марка - 2014", проводимом изданием "Комсомольская правда" (издательский холдинг "Прожектор").

"Любимая марка" - это проект, рассчитанный на год. В течение года в газете публиковался опросный лист, в котором было перечислено 38 номинаций. Заполняя анкеты, читатели присылали их в редакцию "Комсомолки" (за прошлый год в рамках акции поступило более 30 тысяч писем), на основании которых по итогам читательского голосования определялись марки-победители в каждом сегменте. Предприятия, продукция или услуги которых названа читателями лучшими, получили право использовать фирменный логотип "Любимая марка-2014".

Александр Локтев, директор по стратегическому развитию и управлению:

- В 2014-м году количество читателей, проголосовавших за продукцию БПЗ, увеличилось в несколько раз, и, по нашему мнению, это связано в первую очередь с тем, что весь коллектив завода постоянно работает над повышением качества нашей продукции. При изготовлении напитков используются только натуральные ингредиенты, преимущественно Алтайские. Вода, являющаяся основой любого напитка, у нас своя, она добывается из собственных артезианских скважин глубиной более 200 метров. Наша продукция упакована в красивые стильные бутылки с яркими запоминающимися этикетками, дизайн и форма которых разрабатываются с учётом пожеланий покупателей. Да и цена на продукцию весьма конкурентоспособна!

За производимые нами напитки голосовали, в основном, жители Барнаула. Однако продукция Барнаульского пивоваренного завода популярна не только в нашем городе и Алтайском крае. География распространения весьма высока: 50% продукции, действительно, продаётся на Алтае, остальная половина расходуется по всей России, начиная от Кемерово, Красноярска, Москвы, Санкт-Петербурга, и доходит до Дальнего Востока.

Поздравляю уважаемых коллег с очередной победой и заслуженными высокими наградами! (INFOLine, ИА (по материалам компании) 26.01.15)

"Очаково" тестирует бутылки с надписью "Тюмень".

На заводе "Очаково" тестируют новую продукцию компании "Стеклотех". Темные бутылки с надписью "Тюмень" выпустили специально для тюменского предприятия.

"Мы давно работаем со "Стеклотехом", но сейчас пытаемся отойти от стандарта, сделать что-то новое. Можно говорить, что у нас начался новый этап сотрудничества", – сообщил директор тюменского филиала "Очаково" Евгений Фёдоров.

Как только испытания завершатся, первая партия эксклюзивных бутылок отправится на завод для розлива продукции. Всего же в планах "Очаково" заказать у "Стеклотека" около 4 миллионов бутылок в 2015 году.

Выпуск тюменских бутылок не единственная цель местных стеклодувов – они планируют выйти с такой же облегченной бутылкой премиум-класса и на европейский рынок. Производитель уже прошел проверку качества и перенастроил технику под выпуск тонкого стекла. "Вес такой тары на 20-30 процентов меньше, чем у аналогичной стандартной бутылки. Себестоимость и затраты на логистику при этом ниже", – пояснил технический директор завода "Стеклотех" Сергей Никулин.

По словам генерального директора завода Елены Острягиной, перспективы открываются неплохие: "Мы работаем во многих направлениях, стараемся быть конкурентоспособными. Осваивать новые рынки. Пробные партии нашей



продукции уже отправились на проверку заказчиком в Германию. Если немецким пивоварам понравится качество и вид тюменских бутылок, "Стеклотех" станет выпускать для них около 800 тысяч штук в сутки". На заводе отмечают, что заказчики проявляют повышенный интерес именно к литровым стеклянным бутылкам, так как они экологичнее пластика, позволяют сохранить вкусовые качества и увеличить срок годности готового продукта. (INFOLine, ИА (по материалам Администрации) 23.01.15)

Изменения в руководстве корпоративных отношений компании "САН ИнБев".

Компания ОАО "САН ИнБев" сообщает, что с 1 января 2015 года направление внешних коммуникаций и связей с органами власти возглавил директор по правовым вопросам и корпоративным отношениям ОАО "САН ИнБев" Ораз Дурдыев.

Ораз Дурдыев начал работу в компании "САН ИнБев" в 2009 году. За 6 лет в компании он прошёл путь от юридического консультанта до директора по правовым отношениям и зарекомендовал себя в качестве эксперта отрасли, в том числе в области правового регулирования, антимонопольного законодательства и коммерческой деятельности. В новой должности он сконцентрируется на вопросах регулирования российского рынка пива. В последние годы состояние пивоваренной отрасли России определяется рядом негативных тенденций. В частности, за период с 2009 по 2014 гг. ставка акциза на пиво была увеличена в 6 раз - с 3-х до 18 рублей за литр.

"Любые сложные времена - это также время новых возможностей. Кто первым сможет правильно воспользоваться этим, найти альтернативы и новые подходы - тот получит конкурентное преимущество" - отмечает директор по правовым вопросам и корпоративным отношениям "САН ИнБев" Ораз Дурдыев. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 23.01.15)

Региональные новости рынка пива

В Омске произвели рекордное количество пива.

За 2014 год рост производства пенного напитка и мясных полуфабрикатов составил 30%. А вот производство хлеба и молока сократилось.

Омкстат опубликовал данные об объемах и динамике промышленного производства в Омске и Омской области в декабре прошлого года и за весь 2014 год в целом. Из них следует, что в последний месяц 2014 года в регионе были зафиксированы рекордные темпы прироста производства пива (на 27%) и мясных деликатесов (на 30%), на 20% увеличились объемы производства кондитерских изделий. За весь 2014 год по этим показателям также зафиксирован рост объемов производства.

При этом в декабре прошлого года и в течение всего минувшего года в регионе сократилось производство молочной продукции (на 3 и 6% соответственно), хлебобулочных изделий (на 6 и 8% соответственно), производство колбасных изделий за год сократилось на 2%. А вот производство сыров увеличилось сразу на 18% – вероятно, это связано с запретом импорта иностранной продукции. (РИА ОмскИнформ 26.01.15)

Екатеринбургские рестораторы взялись за эксперименты с крафтовым пивом.

На Урале растет количество заведений, экспериментирующих с крафтовым пивом. За счет девальвации варить его стало выгоднее, чем покупать иностранное пиво, хотя у рестораторов есть и другие мотивы.

Вслед за уральской пивоварней Jaws Brewery, расположенной в Заречном, за эксперименты с крафтовым пивом взялись и другие заведения. Первую партию напитка изготовили в пивоварне Ural's Custom Brewery для заведения The Yankee Bar, рассказал DK.RU совладелец обеих компаний Иван Подузов. Сейчас посетители несколько устали от обычного пива, которое продается во всех местах, поэтому было решено варить свое, объясняет он. К тому же, если сравнивать крафтовое пиво со стандартным, первое будет доступнее — в зависимости от сорта и места продажи.

"На самом деле варить свое пиво сегодня нам дешевле, так как мы и производитель, и продавец. Но если же завтра придет представитель другого заведения, то для него оно будет дешевле, чем зарубежное пиво. Может, громко сказано, но это позиция импортозамещения. Конечно, если сравнивать с "Жигулевским", то оно будет дороже, но если брать настоящее иностранное пиво, то дешевле", — говорит ресторатор.

Производство позволит обеспечить собственный бар и еще несколько заведений — с отработкой рецептуры и технологий при выходе на планируемую мощность объем возрастет. Размер инвестиций в пивоварню г-н Подузов не раскрывает.

С началом девальвации пиво существенно подорожало, продолжает он. Все ингредиенты, за исключением пробки, бутылки и воды: дрожжи, солод и хмель — иностранные и покупаются за валюту.

"Разумеется, это повлияло на стоимость, но пока производить можно и сегодня мы можем обеспечить более выгодную цену. Хотя мы шли не от ценового фактора, а начали думать о производстве еще раньше, до всех событий в экономике: нам интересно варить свое пиво", — рассказывает г-н Подузов.

Рост цен на пиво отмечают и представители других заведений, особенно это сказывается на импортных напитках:

"Примерно с 20 декабря импортное пиво стало дороже на 30%, отечественное — на 10%. Сейчас мы внедряем систему лояльности к посетителям, чтобы удержать их: если человек пьет хорошее пиво, то он не перейдет на более низкий сорт. Для нас собственная пивоварня неактуальна, поскольку мы больше алкогольно-коктейльное заведение, а не пивной паб", — сказала DK.RU управляющая сетью баров XXXX Татьяна Давыденкова.

Впрочем, интерес посетителей к крафтовому пиву растет: в целом люди в большей степени интересуются каким-то другим продуктом, качественным и необычным, говорит Иван Подузов. Среди заведений же есть те, которые целенаправленно ищут крафтовое пиво, а есть те, кто пытается найти замену подорожавшему пиву: к примеру, если раньше его покупали по 200 руб. за литр и продавали по такой цене кружку объемом 0,5 литра, то сейчас поставщик может предупредить его о росте цен до 300 руб. за литр. В такой ситуации заведению нужно делать выбор: либо повышать цену (а доходы людей снижаются), либо снижать выручку, резюмирует ресторатор.

Впрочем, рынка крафтового пива как такового в России еще нет. Есть несколько сообществ энтузиастов — одни варят, другие продают. Ранее г-н Подузов отмечал, что на формирование рынка уйдет еще 2-4 года. Пока же даже точную долю крафта в общем обороте пива в России никто не подсчитывал. Иван Подузов говорит, что в России крафт продают около двадцати пивоварен средней мощностью до 20 т в месяц каждая. Таким образом, по грубым подсчетам, они производят до 400 т в месяц. Капля в море 100 млн декалитров пива, которые, по данным Росалкогольрегулирования, ежемесячно продавались в России в 2013 г.

Игорь Елсуков, управляющий пивоварни Jaws Brewery говорил, что торговый оборот его компании формируют московские, петербургские и местные заказы, и объемы выпуска выросли с первоначальных 30 т в год до 15 т в месяц. Этого не хватит, чтобы удовлетворить растущий спрос, отмечал он, поэтому в течение трех лет Jaws Brewery планирует выйти на оборот в 100 т в месяц. (Деловой квартал (Екатеринбург) 23.01.15)

Зарубежные новости рынка пива

Пиво с 1 июля в Украине будет считаться алкогольным напитком.

Пиво с содержанием этилового спирта от 0,5% с 1 июля 2015 года в Украине будет приравнено к алкогольным напиткам.

Об этом говорится в законе о внесении изменений в Налоговый кодекс (№71-VIII от 28 декабря 2014 года), опубликованном в газете "Голос Украины" 31 декабря. Кроме того, согласно документу, слабоалкогольными напитками, виноградными винами, вермутами и другими сброженными напитками (например, сидр, перри) будут считаться алкогольные напитки с содержанием этилового спирта более 0,5%, а не 1,2%, как это предусматривала предыдущая редакция Налогового кодекса.

Как сообщалось, акциз на пиво в Украине с 1 июля 2014 года был повышен на 42,5%, до 1,24 грн/л. Производство пива в Украине за 11 месяцев, по данным Госстата, сократилось на 11,2%, до 225 млн дал, передает УНИАН. (Акциз (Украина) 23.01.15)

125 тысяч "промышленных туристов" посетили пивоварню "Оболонь".

В рамках проекта обзорных экскурсий "Открытая Оболонь" главную пивоварню корпорации в Киеве посетили более 125 тыс. отечественных и иностранных гостей благодаря организации 4,6 тыс. экскурсий. Реализация проекта направлена на объективное информирование потребителей о процессе создания и потребления пива, а также особенностях современного производственного процесса.

В частности, в 2014 году к экскурсионному проекту компании присоединились 4 тыс. участников, 65% из которых составили мужчины. По сравнению с предыдущими годами наблюдается положительная динамика роста посещаемости пивоварни: количество экскурсий выросло на треть и достигла 280 встреч в год. Кроме сограждан, в прошлом году на пивоварню посетили также иностранные гости из Грузии, России, Казахстана, Беларуси, Польши, Германии, Нидерландов и Франции.

Татьяна Мостипанская, менеджер проекта "Открытая Оболонь": "За двенадцать лет реализации проекта возросла и социально ответственная составляющая экскурсионной программы. В прошлом году компания инициировала разработку специального маршрута для людей с особыми потребностями. Около полусотни человек с ограниченными возможностями, нарушениями зрения успешно посетили наш промышленный объект. Мы рады, что программа промышленного туризма "Открытая Оболонь" развивает украинцев и помогает компании популяризировать свою деятельность".

Программа "Открытая Оболонь" носит также и профориентационный характер для старшекурсников профильных вузов страны. Так, в прошлом году было организовано 110 экскурсий для студентов ведущих высших учебных заведений Украины, среди которых Национальный университет пищевых технологий, КНЭУ им. В. Гетьмана, КНУ им. Шевченко, НТУУ "КПИ" и другие. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 22.01.15)

Украина: Выпуск пива в декабре увеличился до 16,8 млн. дал.

Выпуск пива увеличился до 16,8 млн. дал в декабре против 14,2 млн. дал в ноябре. Об этом сообщила Государственная служба статистики. В целом в 2014 году выпуск пива сократился до 241 млн. дал по сравнению с 270,2 млн. дал в 2013 году. Как сообщала "Агро Перспектива", в октябре выпуск пива составил 14,3 млн. дал. (Агроперспектива 23.01.15)

Непогода в Китае ухудшила продажи SABMiller.

Пивоваренная компания SABMiller сообщила в среду о росте продаж в прошлом квартале, несмотря на сохраняющиеся слабые показатели в Китае из-за дождливой погоды в прошлом году.

Производитель таких марок, как Regoni и Grolsch, а также совладелец наиболее популярного китайского бренда, зафиксировал рост выручки на 4 процента в третьем квартале финансового года, истекшем 31 декабря.

Объем проданного лагера снизился на 1 процент, безалкогольных напитков - вырос на 4 процента. В ряде регионов SABMiller реализует безалкогольные напитки собственного производства, включая Латинскую Америку, а в Африке продает продукцию Coca-Cola.

"Наш бизнес в Латинской Америке и Африке продолжил рост, это касается как объемов, так и выручки, вместе с Европой, хотя более трудные условия для торговли, в особенности в Китае, сдерживали показатели всей группы", - сообщил глава компании Алан Кларк.

В Китае выручка сократилась на 7 процентов при падении объемов на 9 процентов, на северо-востоке и в центральных провинциях снижение измерялось двузначными цифрами. Компания объяснила спад сохраняющимся эффектом плохой погоды прошлым летом, из-за которой она недосчиталась прибыли и в предыдущем квартале.

Что касается других регионов, в Латинской Америке выручка увеличилась на 5 процентов, в Африке - 7 процентов, в Европе - на 3 процента. Снижение было отмечено в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Северной Америке, где SABMiller имеет СП с Molson Coors Brewing, - на 2 и 1 процент соответственно. (Рейтер 21.01.15)



Канадское агентство Rethink Creative получило задание от пивоваренной компании Rickard's оформить бутылку для пива в стиле Октоберфеста.

Так как в бутылке немецкий лагер в стиле Октоберфеста, поэтому и упаковка должна была иметь явную, прямую ассоциацию. Поэтому дизайнеры прониклись духом праздника и создали образ с юмором и с прямой ассоциацией с Октоберфестом. Бутылка превратилась в немецкого джентльмена в кожаных бриджах и тирольской шляпе.



(Unipack.ru 23.01.15)

Студия 43'oz представила проект по разработке дизайна серии этикеток "Sunstone Alehouse".



Существует красивая легенда о мифическом компасе викингов именуемым "Солнечным Камнем", благодаря которому исландский шпат и получил свое "второе" название. Легенда гласит, что отважные мореходы викинги отлично ориентировались в море благодаря Солнечному Камню, который позволял им определять положение солнца на небе (как основного ориентира при навигации) даже в пасмурную погоду.

Именно легенда о солнечном камне легла в основу дизайна этикеток для пива домашнего приготовления "Sunstone Alehouse". В данном проекте необходимо было подчеркнуть крафтовость и специфичность самого продукта, поскольку каждый сорт пива, представленный в линейке, является оригинальным продуктом "homemade". (Unipack.ru 26.01.15)