

Продукты агентства INFOLine были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство INFOLine 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 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.

Информационная услуга «Тематические новости»

Рынок напитков РФ и мира

Демонстрационная версия
Периодичность: 1 раз в неделю

Информационные услуги для Вашего бизнеса

- Тематические новости
- Отраслевая лента новостей
- Готовые маркетинговые продукты
- Заказные исследования
- Доступ к базе данных 7000 СМИ

и многое другое





Содержание выпуска

Общие новости рынка напитков.....	6
Общие новости рынка напитков	6
<i>Закупки в пищевой промышленности за год показали рост на 23%.....</i>	<i>6</i>
<i>Водка подорожала на 15% за год. Фруктовые соки — на очереди.....</i>	<i>6</i>
<i>Рынок напитков после 2022-го: кто занял полку и что с ней будет.....</i>	<i>6</i>
<i>В ВОЗ оценили эффективность ограничения продаж алкоголя в регионах России.....</i>	<i>7</i>
<i>Глава Минэкономразвития РФ Максим Решетников: скачок цен на энергоносители не повлечет рост цен на продукты.....</i>	<i>7</i>
<i>Доставить с холодком: ставки на рефрижераторные перевозки взлетели на 50%. "Forbes". 30 марта 2026.....</i>	<i>8</i>
<i>Какие продукты больше всего "похудели" в 2025 году. "Российская газета". 31 марта 2026.....</i>	<i>10</i>
<i>У 70% компаний в России упала выручка. Ждать ли массовых закрытий. "РБК.Отрасли". 1 апреля 2026.....</i>	<i>11</i>
Государственное регулирование отрасли	15
<i>Россия повышает пошлины на экспорт алкоголя.....</i>	<i>15</i>
<i>Организациям и ИП изменяют формы деклараций о производстве и обороте алкоголя.....</i>	<i>15</i>
<i>В Госдуме предложили ограничить рекламу напитков с сахаром.....</i>	<i>15</i>
<i>В России утвердили изменения в ГОСТ на органическую продукцию.....</i>	<i>16</i>
<i>СФ одобрил закон о возврате господдержки малому бизнесу, производящему газировку.....</i>	<i>16</i>
<i>Роскачество разрабатывает ГОСТ по выкладке российских вин на полке.....</i>	<i>16</i>
<i>Минздрав заблокировал принятие закона о возвращении пива на стадионы.....</i>	<i>16</i>
<i>ЕЭК внесла изменения в перечень стандартов к техрегламенту на упакованную питьевую воду.....</i>	<i>17</i>
<i>Распоряжение от 28 марта 2026 года №645-р: Правительство утвердило Стратегию по противодействию незаконному обороту промышленной продукции на период до 2030 года и план мероприятий по её реализации.....</i>	<i>17</i>
<i>Контрмеры для контрафакта. "КоммерсантЪ". 1 апреля 2026.....</i>	<i>18</i>
Новости маркировки.....	20
<i>"Честный знак" вывел из тени более 40 производителей какао в России.....</i>	<i>20</i>
<i>Старт маркировки чая и усиление проверок пива на кассе: новинки системы "Честный знак" в апреле.....</i>	<i>20</i>
Отраслевые мероприятия.....	22
<i>Вкусарома приглашает 28-30 апреля на отраслевую выставку GLOBAL INGREDIENTS SHOW - 2026 в "Крокус Экспо".....</i>	<i>22</i>
<i>Ингредиенты растительного происхождения на GIS-2026.....</i>	<i>22</i>
<i>В Санкт-Петербурге пройдет V юбилейная выставка ArmWine — событие для профессионалов винной индустрии и винолюбов, посвященное армянскому виноделию.....</i>	<i>23</i>
<i>Дни российских вин, фестиваль розе и квизы для сомелье. "КоммерсантЪ". 1 апреля 2026.....</i>	<i>23</i>
Региональные новости рынка напитков.....	25
<i>В Ленобласти пока не планируется выпускать вино.....</i>	<i>25</i>
Регулирование продажи алкоголя.....	26
<i>Новые правила продажи алкоголя в Магаданской области: что предлагают изменить.....</i>	<i>26</i>
<i>В Севастополе ужесточили правила продажи спиртного.....</i>	<i>26</i>
<i>Чукотским селам урезали время продажи алкоголя до трех дней в неделю.....</i>	<i>26</i>
<i>В Магаданской области планируют запретить продажу алкоголя в жилых домах.....</i>	<i>26</i>
<i>В Орловской области сократилось количество действующих лицензий на розничную продажу алкогольной продукции за 2025 год.....</i>	<i>27</i>
Зарубежные новости рынка напитков.....	28
<i>ДРА: в Германии могут запретить употребление алкоголя 14-летним подросткам.....</i>	<i>28</i>
<i>В Таиланде ввели тесты на трезвость для покупки алкоголя.....</i>	<i>28</i>
Рынок пива.....	29
Общие новости рынка пива.....	29
<i>Популярность "пенного" из Китая у россиян выросла почти на 70%.....</i>	<i>29</i>
<i>Почему безалкогольное пиво становится трендом в России. "КоммерсантЪ". 31 марта 2026.....</i>	<i>29</i>
<i>Трезвый взгляд на традиции: как пиво стало безалкогольным, но сохранило вкус. "Ведомости". 31 марта 2026.....</i>	<i>31</i>
Новости холдинга Пивоварни Бочкарев.....	33
<i>Пивоварни Бочкарев представляют новинку Black Sheep Pub Lager.....</i>	<i>33</i>
Новости Пивоваренной компании Балтика.....	34



"Балтика" показала существенный рост чистой прибыли по итогам 2025 года.....	34
Новости пивоваренных компаний.....	35
"Томский бочковой" - вкус детства!.....	35
Встречайте – "Томское. 1876"!.....	35
"Крюгер1876. Честная традиция" - с уважением к основателю завода.	36
Новинка - Васья & Волчок Strong Ale.	36
Юзберг Хеллес в новом дизайне.....	37
"ЮЗБЕРГ ДУНКЕЛЬ" главное пиво России.....	37
И.о. губернатора Курской области Александр Чепик осмотрел производственные мощности курской пивоваренной компании.	38
Региональные новости рынка пива	39
Россельхознадзором досмотрено 1,2 тысячи тонн пивоваренного солода, ввезенного в Кировскую область.	39
Россельхознадзором проверена первая поставка ячменного солода в Чувашию из Белоруссии.	39
"Всё жестче и дороже": пивная отрасль Алтайского края с трудом пробивает путь в сети. "ТОЛК". 31 марта 2026.....	39
Зарубежные новости рынка пива	41
AVTORSKOE в новом формате.....	41
Новинка от "Криницы" – GOLD LAGE.....	41
"Аливария Red Ale" – уникальная новинка в линейке бренда.	42
"Горьковская пивоварня" представляет новый крафтовый сорт Vanana Weizen.	43
Simcoe-Citra IPA: яркая крафтовая коллаборация от "Аливарии" и Robim Good Brewery.	43
Рынок слабоалкогольных и безалкогольных напитков	44
Общие новости слабоалкогольных и безалкогольных напитков	44
Что изменилось в стандартах на безалкогольные напитки и упакованную воду?	44
Новости рынка безалкогольных напитков	45
Агропромышленный комплекс Подмосковья представляет продукцию в Ташкенте.	45
Derot разработали дизайн упаковки для эксклюзивных линеек сока Сады Придонья X5 Exclusive.	45
Рост без развития: упаковка и лимонад спасают статистику перевозок.	46
Завод "Денеб" оперативно обеспечит торговые сети Дагестана продукцией стратегического значения.	47
RUSSIAN — новинка от TORNADO MAX ENERGY.	47
AsepEnergy: новый дизайн упаковки для высокобелковых напитков с двойным белком.	48
Чай "Перфект Раинн Спарклинг Ти" выпустила чайная "Нитка".	49
Региональные новости рынка слабоалкогольных и безалкогольных напитков	50
Прокуратура Дагестана проверит рост цен на бутылированную воду.	50
Новости компании Мултон	51
Бренд "Добрый" и "Газинформсервис" автоматизировали управление доступом для 8500 сотрудников.	51
Новости ГК Черноголовка.....	52
Бренд "Черноголовка" выпустил новые вкусы Cola.....	52
Новости рынка соков	53
Эксклюзивные соки "Сады Придонья" будут доступны только в сети X5.....	53
Новости рынка растительных напитков.....	54
"Логика молока" прогнозирует рост рынка растительных напитков в ближайшее десятилетие.	54
Новости рынка минеральных и питьевых вод	55
Подмосковная продукция признана одной из лучших на Всероссийском конкурсе "Росглаводо".	55
Донские производители питьевой воды удостоены высших наград международного отраслевого конкурса.	55
Питьевая вода из Иркутской области признана одной из лучших в России.	56
Приморский филиал Россельхознадзора провёл почти 3000 исследований воды.	56
Зарубежные новости рынка слабоалкогольных и безалкогольных напитков	57
Кыргызстан в сотни раз нарастил экспорт фруктовых соков в другие страны ЕАЭС.....	57
Улучшение вкуса сывороточных протеиновых коктейлей: новые исследования открывают перспективы.	57
27 марта 2026 года Глава Национального агентства по инвестициям при Президенте Кыргызской Республики посетил завод ООО "Кока-Кола Бишкек Боттлерс" в городе Бишкек.	57
Открытие предприятия по производству напитков "Сугд саноат холдинг" в городе Худжанде (Таджикистан).	58
Армения экспортировала более 88 млн литров питьевой воды за последние три года.	58



Недооцененный рынок: почему Coca-Cola верит в регион. "Forbes (Казахстан)". 31 марта 2026.....	59
"И это не шутка": в Финляндии подорожали сладкие напитки из-за нового налога. "Деловой Петербург". 1 апреля 2026	61
Рынок чая, кофе и какао	63
Общие новости рынка чая, кофе и какао	63
Россия увеличила экспорт продукции АПК в Грузию почти до 500 млн долларов.	63
Новости производителей чая, кофе и какао	64
Компании Тверской области участвуют в бизнес-миссии в Узбекистан.	64
Производитель колбасы "Дымов" регистрирует бренд для чая и кофе. "Shopper's". 27 марта 2026.....	64
Региональные новости рынка чая, кофе и какао.....	66
Аграрии Сочи планируют занять 40% рынка субтропической продукции в РФ.	66
Порядка 30 тыс. тонн чая произведи в Подмосковье в 2025 году.	66
Урожай чая на Кубани за год снизился на 9%.	67
Зарубежные новости рынка чая, кофе и какао.....	68
Узбекистан сократил импорт чая до 2,6 тыс. тонн в январе.	68
Рынок крепких алкогольных напитков.....	69
Общие новости рынка крепких алкогольных напитков	69
Рост пошлин на крепкий алкоголь: как изменятся ассортимент и цены в магазинах с 1 мая 2026 года. "Российская газета". 27 марта 2026.....	69
Инвестиционные проекты на рынке крепких алкогольных напитков.....	70
Росимущество выставило на торги бывшие активы украинской алкогольной группы "Баядера".	70
Покупатели не проявляют интереса к акциям Бутуриновского ЛВЗ в Воронежской области.....	70
Новости производителей крепких алкогольных напитков.....	71
Прибыль пермского производителя водки снизилась на 13%.	71
"Зелёная Марка" представляет новую сладкую настойку.....	71
Ростовский бизнесмен увеличил выручку "Алкоголь статус групп" втрое.....	71
Чистая прибыль "Новабев групп" упала на 68,3% в 2025 году.	72
"Дербентский коньячный комбинат" увеличил выручку до 2,8 млрд рублей (Дагестан).....	72
"Баиспирит" отчитался об итогах 2025 года.	72
Продукция Уржумского спиртоводочного завода завоевала 5 золотых медалей, Большую золотую медаль и Гран При конкурса "EURASIA SPIRITS DRINKS 2026".	73
Бутуриновский ЛВЗ в Воронежской области гасит долги по зарплате на 14 млн.	73
Акции французского гиганта LVMH установили антирекорд по снижению цены.	74
Рынок вина.....	75
Общие новости рынка вина	75
Глава Роскачества раскрыл данные о подделке вин.	75
Рынок российского вина. Главные цифры.	75
Количество знаков "Вино России" приблизилось к 350 млн – маркировка охватывает значимую часть рынка.....	75
ВИН ВИИ: новая цифровая платформа, которая соединяет вино, гастрономию и технологии.	76
SimpleWine: продажи безалкогольного игристого выросли за два года на 173%.	77
Продажи безалкогольного вина увеличились за два года на 120%.	79
Каберне фран: пить или хранить? "КоммерсантЪ". 27 марта 2026.....	79
Из пробирки. "КоммерсантЪ". 1 апреля 2026	81
Новости виноградариков.....	84
В России в 2026 году планируется заложить 5 тыс. га новых виноградников.	84
Новости производителей вина.....	85
Чистая прибыль "Абрау-Дюрсо" по РСБУ в 2025 году упала на 36%.	85
Кагор "Партенит" - лучший ординарный кагор России.....	85
"Абрау-Дюрсо" будет сотрудничать с производителем черной икры из Китая.	85
Компания "АВ Трейд" завершила ребрендинг вин Alma Valley.....	86
"Цимлянские вина" получили 43 млн рублей убытка в 2025 году (Ростовская область).	87
"Массандра" в 2025 году увеличила чистую прибыль почти в 5 раз, выручку – на 23%.	87
Винодельня "Кубань-Вино" открыла новый фирменный магазин в Кирове.	88
"ФАНАГОРИЯ" подвела итоги 2025 года.	89
"Фанагория" вложит в модернизацию производства 1,1 млрд рублей (Краснодарский край).	90



<i>Елена Еремина, директор AGORA WINERY: "Мы планируем и дальше развивать крымские терруары". "ИА Про вина". 30 марта 2026</i>	91
<i>Михаил Николаев: винный мир ждет новых героев. "КоммерсантЪ". 31 марта 2026</i>	93
<i>"Я люблю делиться своими открытиями с другими энтузиастами". "КоммерсантЪ". 31 марта 2026</i>	95

Региональные новости рынка вина 98

<i>В Севастополе стартовал отбор заявок на субсидии для виноградарей: поддержка молодых виноградников до 4 лет.</i>	98
<i>Минсельхоз РФ рассмотрит обращение донских виноделов о лицензировании алкоголя.</i>	98
<i>Специалисты Азово-Черноморского филиала подведомственного Россельхознадзору ФГБУ "ЦОК АПК" подтвердили соответствие 1,7 млн черенков крымского винограда.</i>	98
<i>РБК ТВ Юг: винодельни Кубани поделились прогнозами на урожай винограда. "РБК-Краснодарский край". 2 апреля 2026.</i>	99

Зарубежные новости рынка вина 100

<i>Дистанционное открытие торгово-сервисного центра, птицеводческого предприятия и ознакомление с развитием ипалерного виноградника в Бободжон Гафуровском районе Таджикистана.</i>	100
<i>Грузия продолжает активно продвигать свое вино – финансирование получили пять винкомпаний.</i>	101
<i>Президент Швейцарии призвал к ограничению импорта вина.</i>	101
<i>Американские рестораны изменили меню из-за роста цен на импортные вина.</i>	101
<i>В борьбе за это. "КоммерсантЪ". 30 марта 2026.</i>	102

Информационные продукты INFOLine 105



Общие новости рынка напитков

Общие новости рынка напитков

Закупки в пищевой промышленности за год показали рост на 23%.

Аналитический центр В2В-РТС подвел итоги закупочной активности за 2025 год. Агросектор и пищевая промышленность продемонстрировали контрастные тренды: если АПК показал спад, то промышленность, напротив, вышла в активный рост, показав прирост на 23% год к году.

Как отмечают в отчете, в сельском хозяйстве ключевым фактором развития отрасли стала господдержка — увеличение объема льготного кредитования и реализация нового национального проекта "Технологическое обеспечение продовольственной безопасности".

Однако, несмотря на это количество компаний-заказчиков, как и **объем закупок в АПК сократились до 31,7 тыс. процедур (-5% к 2024 г.)**. Оставшиеся участники проводили в среднем на 16% меньше процедур чем годом ранее.

Наиболее заметное падение зафиксировано в закупках сельхозтехники и оборудования (-27%), а также семенного фонда (-6%).

Пищевая промышленность на этом фоне, напротив, показала рост, на фоне снижения производства продуктов (-0,7%) и напитков (-3,6%), закупки выросли до 27,6 тыс. процедур (+23%).

Закупки пищевого оборудования увеличились на 58%, упаковочного оборудования — на 64%, транспортных услуг — на 44%. Закупки ПО, рекламных и маркетинговых услуг выросли в два раза.

Ранее стало известно, что растениеводство и производство пищевых продуктов вошли в список отраслей с пониженным тарифом страховых взносов. (OleoScore 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Водка подорожала на 15% за год. Фруктовые соки — на очереди.

Водка — второй в рейтинге роста цен после мороженой рыбы: +15,3% за год по данным АБ-Центр на январь 2026. Рынок напитков в целом ведёт себя неоднородно: вода растёт умеренно (+0,2% в неделю), соки держатся, пиво стабильно. Но один сигнал тревоги уже мигает: российская таможня может присвоить фруктовым напиткам подсанкционную классификацию — это способно взвинтить цены на сок моментально.

Водка: акциз плюс инфляция

Рост на 15,3% — закономерный результат двух факторов. Во-первых, акцизное повышение: ставки на крепкий алкоголь индексируются ежегодно. Во-вторых, общая продовольственная инфляция 5,98% г/г (Росстат, 23.03.2026) давит на себестоимость: зерно, упаковка, логистика. Для ритейла это означает пересмотр алкогольной маржи — не в пользу полки.

Соки и фруктовые напитки: таможенный риск

Ситуация с классификацией фруктовых напитков на таможне — потенциальная бомба для категории. Если напитки на основе фруктового сока попадут под ограничительную классификацию, цены на полке могут вырасти на 20–30% в течение одного-двух месяцев. Производители и импортёры уже мониторят ситуацию.

Контринтуитивный тезис: рост цен на алкоголь — подарок безалкогольному сегменту

Когда водка дорожает, часть потребителей переключается на пиво. Когда пиво дорожает — на функциональные напитки и воду. Рынок безалкогольных напитков в России рос в 2023–2025 годах именно на этом эффекте замещения. Для производителей комбучи, электролитов и витаминизированных напитков — сейчас лучшее время для агрессивного ценового позиционирования. (Drinkinfo.ru 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Рынок напитков после 2022-го: кто занял полку и что с ней будет.

Сола ушла. Полка не опустела. За два года российский рынок безалкогольных напитков пережил самую быструю реконфигурацию за всю постсоветскую историю. Разберём, кто выиграл, кто проиграл и что будет дальше.

Уход — и что за ним последовало

В марте 2022 года Coca-Cola и PepsiCo объявили о приостановке продаж в России. Это был шок — две компании контролировали около 60% рынка газированных безалкогольных напитков. Эксперты предрекали коллапс категории.

Коллапса не случилось. Случилось другое: в течение 6–9 месяцев полку заняли российские производители и параллельный импорт. "Очаково", "Черноголовка", региональные производители, узбекские и казахстанские лимонады — рынок проявил неожиданную эластичность.



Но вот нюанс: доля потребителей, которые "не заметили" замены, по данным опросов NielsenIQ 2023 года, составила лишь около 40%. Остальные либо переключились на другие категории, либо ищут привычный вкус через параллельный импорт. Лояльность к вкусу Cola оказалась реальной, а не маркетинговым мифом.

Пиво: главный бенефициар

Пивной рынок пережил 2022–2023 годы лучше всех в категории напитков. Причин несколько. Во-первых, ключевые игроки (AB InBev Efes, Heineken Russia, Балтика) либо остались, либо передали активы местным менеджерам с сохранением производства. Во-вторых, потребитель в период неопределённости традиционно смещается к более доступным удовольствиям.

Объём рынка пива в 2023 году превысил 800 млн декалитров — рост около 3% к 2022-му. Крафтовый сегмент продолжает расти двузначными темпами, хотя его доля пока невелика — около 2–3% рынка.

Вода: скучная, но золотая

Рынок питьевой воды — один из самых стабильных и маржинальных. Россияне пьют всё больше воды в бутылках: потребление превысило 20 литров на человека в год. Это всё ещё вдвое меньше средневропейского уровня — то есть потенциал роста огромен.

СТМ (собственные торговые марки) сетей агрессивно заходят в воду. "Вкусвилл", "Магнит", "Пятёрочка" имеют свои бренды воды. Это давит на маржу национальных брендов, но не останавливает рост категории.

Функциональные напитки: ниша, которая взрывается

Энергетики, напитки с витаминами, электролиты, комбуча — этот сегмент рос на 20–30% в год в 2022–2023 годах. Потребитель молодеет, следит за здоровьем, хочет "пить с пользой". Импортные бренды ушли или сократились — российские зашли активно. Пожалуй, функциональные напитки — это главная точка роста для инвесторов в категорию на ближайшие 3–5 лет. (Drinkinfo.ru 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В ВОЗ оценили эффективность ограничения продаж алкоголя в регионах России.

Злоупотребление алкоголем сокращается, когда его доступность снижается, показывают многочисленные исследования, заявил глава офиса ВОЗ в России. В качестве примера он привел Швецию, где проводится сильная антиалкогольная политика.

Ограничение физической доступности алкоголя, часов и дней его продажи, сокращение плотности торговых точек являются одной из самых эффективных мер снижения потребления спиртного населением, заявил в эфире Радио РБК глава офиса Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) в России Батыр Бердыклычев, оценивая применение таких мер в ряде российских регионов.

"Многочисленные международные данные, исследования показывают, что, когда доступность алкоголя снижается, общее потребление и злоупотребление алкоголем, как правило, уменьшаются", — отметил Бердыклычев.

По его словам, меры по ограничению доступности алкоголя влияют позитивно на число инцидентов, связанных с ДТП, насилием, получением травм. Кроме того, наблюдается увеличение продолжительности жизни. Он привел в пример Швецию, где сильная антиалкогольная политика и, чтобы купить спиртное, надо идти в специализированное заведение.

"И это действительно оказывает влияние на потребление. Это ведет к существенному снижению достаточно быстро", — указал он.

Весной 2025 года ограничение розничной продажи алкоголя ввели в Вологодской области, там разрешили его продавать по будням только с 12:00 до 14:00, это не затронуло бары, кафе и рестораны. В конце прошлого года правила были немного смягчены в отношении некоторых будних дней накануне и после Нового года.

В начале 2026 года вологодский губернатор Георгий Филимонов заявил, что в регионе закрылись или были перепрофилированы все 610 алкомаркетов, а само понятие "алкомаркет" на территории области "больше не существует".

С 1 марта 2026 года ограничения на продажу алкоголя ввели в еще нескольких регионах, в Республике Алтай розничную торговлю спиртным запретили по воскресениям полностью и ограничили по времени в другие дни. Также ограничения на продажу алкоголя в вечернее время ввели в Курганской, Смоленской, Пензенской областях, в Пермском крае. (РосБизнесКонсалтинг 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Глава Минэкономразвития РФ Максим Решетников: скачок цен на энергоносители не повлечет рост цен на продукты.

Говоря о том, не дойдет ли влияние мирового роста цен на энергоносители до продуктовой линейки на полках российских магазинов, глава Минэкономразвития заверил, что подобного не произойдет

Глобальный скачок цен на энергоносители не отразится на отечественной продуктовой линейке и ценах внутри страны. В данном случае ситуация касается экспорта и в первую очередь индекса цен самих производителей, обратил внимание министр экономического развития РФ Максим Решетников в беседе с Первым каналом.



Говоря о том, не дойдет ли влияние мирового роста цен на энергоносители до продуктовой линейки на полках российских магазинов, глава Минэкономразвития заверил, что подобного не произойдет. "Скорее речь идет не о продуктовых позициях, речь идет об индексе цен производителей, - объяснил Решетников, - и в первую очередь о тех позициях, которые мы экспортируем". (ТАСС 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Доставить с холодком: ставки на рефрижераторные перевозки взлетели на 50%. "Forbes". 30 марта

2026

Стоимость рефрижераторных перевозок продуктов питания, лекарств, промышленной химии и электроники резко выросла за последние четыре месяца. На некоторых направлениях тарифы увеличились на 50%. Одновременно растут железнодорожные тарифы, а скидки отменяются. У автоперевозчиков свои проблемы: прошлый год заставил их вернуть транспорт лизинговым компаниям, большая часть парка рефрижераторов устарела, а запчастей для ремонта нет из-за санкций. Государство вводит все новые меры контроля, из-за чего перевозки еще сильнее дорожают. Зачем логистическим компаниям рентгеновские аппараты и служебные собаки, сколько теряет РЖД из-за повышения тарифов и почему повышенные цены на холодильники — это надолго, разбирается Forbes

К марту 2026 года тарифы на рефрижераторные перевозки, автомобильные и железнодорожные, выросли на 30% по сравнению с осенью 2025 года, а на некоторых направлениях повышение достигло 50%. "Повышение тарифов на 50% — пиковые значения для Сибири и Урала, где спрос на перевозки существенно превышает предложение транспорта", — отмечает директор по локальному транспорту FM Logistic в России Маргарита Табунова. В среднем с прошлого года заметен устойчивый рост на 17–20%, говорит она.

С октября 2025-го по февраль 2026 года тарифы выросли в среднем на 25-50% в зависимости от направления, говорит операционный директор Pooling.me, платформы для оптимизации логистических процессов, Александр Никонов. Но есть маршруты, где цены удвоились. "Если осенью рейс Москва — Новосибирск стоил 250 000 без НДС, то сейчас — все 500 000 рублей", — говорит он.

Значительный рост — 30-40% год к году — в марте 2026 года показали железнодорожные тарифы на Юг и Дальний Восток, говорит гендиректор транспортно-логистической компании "Байт Транзит" Алексей Шпикельман. Это самые сложные и длинные маршруты с ограниченной пропускной способностью, где операционные затраты и так высоки из-за долгого пути, количества перегрузок и сильного влияния сезонных факторов. Так что здесь стоимость доставки росла активнее.

"Если смотреть динамику с октября 2025-го по февраль 2026 года, ставка на авторефрижераторы выросла с 78,9 до 87,7 рубля за километр, почти на 11%, а по тентованным машинам изменений практически нет — около 69 рублей за километр. Если сравнивать февраль 2025-го и 2026-го, то рост составил 24%", — говорит директор по управлению данными логистической платформы "Монополия" Александр Отрощенко.

Весной рост продолжился, говорит совладелец и заместитель директора ПЭК Вадим Филатов. Даже во второй половине марта тарифы на автоперевозки с температурным режимом выросли на 20-30% по сравнению с тем же периодом прошлого года. Например, стоимость доставки тягачом с рефрижераторным полуприцепом грузоподъемностью 20 т из Москвы в Санкт-Петербург составляет 106 рублей за километр, а год назад — 79,8 рубля за километр без НДС (+33%).

От цветов до вакцин

В рефрижераторах везут все, что может испортиться от перегрева или замерзания, говорит Шпикельман. Значительный объем занимают вакцины и лекарственные препараты, косметика и бытовая химия, парфюмерия, лакокрасочные материалы, уточняет Табунова.

Международный оборот продукции, требующей соблюдения температурного режима, увеличивается, растут и перевозки рефконтейнерами, говорит директор по развитию ООО "Полярная звезда", член ассоциации АСОРПС Антон Востриков. Например, по данным Национального союза свиноводов, за десять месяцев 2025 года экспорт свинины в Китай увеличился на 84%, и рост идет в обе стороны, Россия тоже наращивает импорт мяса.

Доля скоропортящейся и чувствительной к температуре продукции растет и внутри страны, в том числе из-за динамики рынка готовой еды, говорит создатель платформы "Постмаркетинг" Игорь Бевзенко. "Сегодня это один из немногих растущих сегментов в ретейле, на него делают ставку все игроки: от крупных торговых сетей до малых игроков", — отмечает он.

Ключевым драйвером стал не рост физических объемов, а переход компаний на более жесткие стандарты после усиления контроля и роста цен на продукцию, говорит Шпикельман. Если раньше пытались экономить, перевозя грузы в тентованных машинах с минимальной термоизоляцией, в изотермах без включенной установки, с частичной загрузкой к "холодному" товару или с расчетом "доедет быстро и не испортится", то сейчас число товаров, перевозимых по правилам, рефрижераторами, увеличилось, отмечает Шпикельман.

Но у каждого вида транспорта есть и характерные только для них причины роста цен.

Железнодорожные тарифы



С 2021 года по 2026-й тарифы ОАО "РЖД" на перевозку рефрижераторными контейнерами выросли на 85%, говорит Востриков из "Полярной звезды". Инфляцию за тот же период ЦБ оценивает в 51%. "Грузы, отправляющиеся с Московской и Октябрьской железных дорог на Красноярскую и Восточно-Сибирскую, получали до июня 2024 года 20% скидку, а объемы постоянно росли. В июле 2024 года скидку отменили и начался резкий спад, который к январю 2025-го привел к околонулевым показателям перевозок рефконтейнерами на этих направлениях", — рассказывает эксперт.

С 1 января 2026 года из-за отмены понижающего коэффициента тарифы на железнодорожную перевозку продовольствия в рефрижераторных контейнерах выросли по сравнению с ноябрем 2025 года примерно на 20-25%, отмечает Шпикельман. Добавилась и ежегодная индексация тарифов в декабре 2025 года на 10%, в марте их повысили еще на 1,1%, плюс 2% повышение НДС, напоминает Востриков.

Эти прибавки привели к обратному эффекту: РЖД теряет деньги, считают участники рынка. "За 2025 год объем перевозок рефконтейнерами по сети РЖД увеличился на 1%. За январь и февраль 2026 года трафик упал на 11,2%. За первые два месяца прошлого года отгружено 7304 рефконтейнера, в этом году — 6392. Возьмем средний тариф без учета НДС, 250 000 рублей. Выходит, РЖД недополучили за первые два месяца текущего года 230 млн", — подсчитывает Востриков.

Другие оценки у заместителя директора департамента мультимодальных перевозок АО "РЖД Логистика" Аркадия Прасолова. Он говорит, что растут и спрос на рефрижераторные перевозки, и их объем. "В перевозках задействован практически весь парк автономных рефрижераторных контейнеров "РЖД Логистики", а самое востребованное направление в экспортном, импортном и транзитном сообщении — Китай", — говорит Прасолов. Рынок температурных перевозок сегодня высококонкурентный, это сдерживает рост тарифов и дает возможность предложить грузоотправителям комфортные финансовые условия транспортировки, полагает Прасолов.

Ставки РЖД на рефрижераторные перевозки выросли заметнее, чем на другие, говорит Востриков. "На рефконтейнеры не распространяются скидки и коэффициент за дальность. Даже на порожние рефконтейнеры тариф выше, чем на универсальные", — говорит он. По словам Вострикова, из-за стоимости рефрижераторов перевозчики и грузоотправители выбирают универсальные контейнеры, нарушая требования производителей продовольствия. Доставка ОАО "РЖД" с Урала на Дальний Восток в универсальном контейнере обойдется в 113 000 рублей, в рефрижераторном — почти в 264 000 рублей, разница 233%, подсчитывает Востриков. Даже с учетом того, что универсальный контейнер нужно обшить пенопластом, часть замороженного груза придется выбросить, а качество оставшегося оставляет желать лучшего, это выгоднее, чем оплачивать разницу в тарифах, говорит он. Грузополучатели, которые не хотят снижать качество, переходят на автомобильные перевозки, которые традиционно дешевле рефконтейнеров на расстояниях до 4000 км, и сравниваются с ними по стоимости только после 4000-5000 км.

Меньше машин — больше клиентов

Цена на автоперевозки тоже растет. Главная причина — сокращение количества операторов и доступного парка. В 2024-2025 годы спрос был меньше предложения, и большинство компаний вернули транспорт, взятый в лизинг, поясняет Никонов из Pooling.me. Рост тарифов связан с естественным восстановлением рынка после выбытия техники, соглашается Филатов. "По данным аналитиков сервиса "Без торга", по итогам 2025 года бизнес вернул лизинговым компаниям 33 300 транспортных средств, 60,2% из которых — грузовая техника", — напоминает он. Для сравнения, общий объем продаж новых тяжелых грузовиков в 2025 году составил всего 43 800 единиц, говорит Филатов. Если учитывать, что 60,2% возвратов пришлось на грузовую технику (около 20 000 грузовиков), можно говорить о колоссальном давлении на рынок, считает он.

Как и в железнодорожных перевозках, есть дефицит рефрижераторов, парк автомобилей стареет, говорит Табунова. Из-за санкционных ограничений остро ощущается нехватка комплектующих для холодильно-отопительных установок, добавляет директор департамента по работе с медицинскими и температурными грузами "Курьер Сервис Экспресс" Магомед Цокиев. Запчасти для холодильных установок (Thermo King, Carrier) поставляются по параллельному импорту, это увеличивает стоимость каждого ТО, указывает Табунова. "Стараемся держать цены, где-то удастся снизить издержки, а где-то — сокращать собственную маржинальность", — говорит Цокиев.

Еще одной причиной роста цен в начале года, рассказывает Никонов, стала очень холодная зима. Снегопады и низкие температуры, во-первых, сильно осложнили движение, а во-вторых, не позволили использовать вместо рефрижераторов, например, кузова с изотермическими стенками.

Текущая динамика идет вразрез с классическим сезонным трендом, отмечает Отрощенко из "Монополии". В холодный период часть грузов, чувствительных к температуре, например, консервы, можно перевозить в тентах, и стоимость рефрижераторных перевозок обычно снижается. "Но сейчас мы видим рост тарифов", — говорит Отрощенко. Это можно было бы объяснить эффектом низкой базы 2025 года, но текущие ставки выше, чем зимой 2024 года на 11,6%. "Это указывает на более фундаментальный фактор — рост себестоимости перевозок", — считает Отрощенко.

Ключевые причины: удорожание эксплуатации и обновления парка прицепов, говорит Отрощенко. По данным Росстата, стоимость топлива за год к марту увеличилась на 11,7%, тарифы в системе "Платон" с 1 марта выросли на 63% — до 5,19 рублей/км, утильсбор на новую технику, тягачи 12–20 т, вырос на 20% год к году, перечисляет



Филатов. Также с начала года НДС увеличился на 2% и теперь обязателен для компаний на упрощенной системе налогообложения. "Это сокращает дробление бизнеса для уклонения от налогов, но повышает себестоимость доставки", — говорит он.

Рентген и служебные собаки

Тарифы на рефрижераторные перевозки в 2026 году скорее стабилизируются на высоком уровне, чем продолжат взрывной рост, считает Шпикельман.

Магомед Цокиев из "Курьер Сервис Экспресс" ожидает роста тарифов на рефрижераторные перевозки, но на 50% или 30%, пока сказать сложно. Он напоминает о нововведениях, которые повышают нагрузку на перевозчиков. С 1 марта 2026 года транспортно-экспедиционной деятельностью могут заниматься только юрлица и индивидуальные предприниматели, включенные в специальный реестр на базе национальной цифровой транспортно-логистической платформы "ГосЛог". С 1 сентября 2026 года экспедиторские документы будут полностью переведены в электронный вид, их потребуется загружать в государственную информационную систему электронных перевозочных документов (ГИС ЭПД).

Также с 1 марта этого года ввели новые требования к логистическим компаниям. Теперь перед отправкой они обязаны проверить груз на соответствие документам, при выявлении несоответствия запросить у владельца разрешение на вскрытие упаковки, а в случае отказа — проверить груз с помощью рентгена и служебных собак либо отказаться от перевозки. "Не каждый бизнес может позволить себе приобрести рентгеновские установки или служебных собак. Многие компании будут вынуждены уйти с рынка, а оставшиеся — закладывать эти расходы в себестоимость перевозок. Нарушение этих требований влечет для юридических лиц штрафы до 1 млн рублей при повторном инциденте", — говорит Цокиев. Как рынок справится с этой ситуацией, станет понятно к августу-сентябрю, резюмирует эксперт.

Маргарита Табунова из FM Logistic считает, что летом стоит ждать временной стабилизации тарифов на рефрижераторные перевозки, и цены опустятся на 5–7%. Это сезонное явление, связанное с перераспределением мощностей. "Осенью будет очередная волна роста. Дефицит транспортных средств наложится на пик деловой активности и подготовку к новому сезону, рост тарифов может составить 10–15% к уровню лета", — прогнозирует Табунова. По ее словам, грузовладельцам стоит готовиться к долгосрочному тренду на удорожание температурной логистики. (Forbes 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Какие продукты больше всего "похудели" в 2025 году. "Российская газета". 31 марта 2026

Пирожные, рыбные снеки и прохладительные напитки больше всего потеряли веса в прошлом году. С помощью шринкфляции (уменьшение упаковки, веса при неизменной цене) российский рынок продуктов продолжает адаптироваться к росту издержек и изменению потребительских привычек, поясняют эксперты.

По данным аналитической компании NTech (есть у "РГ"), наиболее заметно "похудели" товары импульсного спроса. В лидерах - пирожные: их средний вес сократился на 9% в 2025 году, рыбные снеки потеряли столько же, прохладительные напитки - 7%, растворимый кофе, томатная паста и полутвердые сыры - по 6%, шоколадные плитки - 5%.

Доцент кафедры торговой политики РЭУ им. Г. В. Плеханова Светлана Ильяшенко объясняет, что в список наиболее "похудевших" попадают товары, особенно чувствительные к цене и одновременно испытывающие давление из-за роста издержек.

"Пирожные - это товар импульсного спроса. Покупатель часто ориентируется на ценник и не обращает внимание на вес. Производители могут уменьшить порцию, сделать продукт более "воздушным" или сократить слой крема, сохранив привычный внешний вид", - поясняет эксперт.

С шоколадом ситуация во многом связана с ростом стоимости сырья. За последние два года мировые цены на какао-бобы достигли рекордных значений. Чтобы не увеличивать цену на привычную плитку, производители меняют ее структуру - например, делают более глубокие прорезы между дольками, благодаря чему вес уменьшается при сохранении размера упаковки.

А растворимый кофе - это импортозависимый продукт, себестоимость которого выросла из-за курсовых колебаний и удорожания логистики, поэтому производители чаще уменьшают объем упаковки, чем поднимают цену, поясняет Ильяшенко.

По словам председателя Ассоциации компаний омниканальной розничной торговли (АКОРТ) Станислава Богданова, шринкфляция может проявляться практически во всех сегментах упакованных продуктов - от бакалеи и молочной продукции до кондитерских изделий. В ряде категорий она напрямую связана с удорожанием сырья. Например, растворимый кофе производится преимущественно из робусты, урожай которой в последние годы сократился во Вьетнаме и Бразилии, что привело к росту цен на сырье. В сегменте шоколада на себестоимость производства влияет подорожание какао-бобов, а на рынке сушеных рыбных снеков - увеличение затрат на сырье и логистику.

Богданов говорит, что шринкфляция наблюдается на рынке упакованных товаров уже около двух лет и связана прежде всего с ростом производственных издержек. При этом производители и торговые сети указывают



фактический вес и объем товара на упаковке и ценниках, поэтому покупатель может видеть реальные параметры продукта.

"Производители уменьшают вес и размер упаковки, чтобы оптимизировать рост затрат, сохранив для покупателя возможность приобрести привычный продукт по прежней цене", - отмечает он.

По словам Богданова, дополнительным фактором становится распространение модели осознанного потребления. Покупатели все чаще выбирают небольшие упаковки, приобретая ровно столько продукта, сколько планируют съесть. Широкий выбор фасовок на полках магазинов позволяет подобрать товар как по объему, так и по цене.

Исполнительный директор ассоциации "Руспродсоюз" Дмитрий Востриков соглашается, что распространение шринкфляции связано не только с экономическими факторами, но и с изменением структуры потребления. Современный ритм жизни формирует спрос на формат "купил и съел сразу", а рост числа одиночных домохозяйств делает небольшие упаковки более востребованными. Кроме того, часть покупателей сознательно контролирует размер порций и калорийность рациона.

Эксперты считают, что у шринкфляции есть естественные ограничения. Доцент Финансового университета при правительстве РФ Игорь Балынин отмечает, что покупатели постепенно становятся более внимательными к информации на упаковке и все чаще сравнивают цену за грамм или литр.

Кроме того, уменьшать вес бесконечно невозможно: технологические особенности производства и привычная форма продукта задают определенные пределы. Если же потребитель начинает замечать существенное снижение массы товара, это может подорвать доверие к бренду и привести к переходу к конкурентам.

"Как правило, покупатель не уходит из категории - он перераспределяет свои предпочтения в пользу того предложения, которое воспринимается как более выгодное соотношение цены и объема", - говорит Богданов.

В перспективе на ситуацию может повлиять и регулирование, отмечает Ильяшенко. Одной из обсуждаемых мер является обязательное указание на ценниках стоимости товара за килограмм или литр. В этом случае основное преимущество шринкфляции - ее незаметность - практически исчезнет. (Российская газета 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

У 70% компаний в России упала выручка. Ждать ли массовых закрытий. "РБК.Отрасли". 1 апреля

2026

В нескольких отраслях предприятия балансируют на грани — предприниматели консервируют бизнес или пытаются его продать. В каких отраслях ждут закрытий? И почему повышение НДС не единственная причина, по которой бизнесу поплохело?

Малый и средний бизнес оказался в непростой ситуации. Опрос, проведенный среди предпринимателей "Опорой России", показал пессимистичные настроения: подавляющее большинство респондентов (94,7%) заявили, что ситуация в их бизнесе ухудшилась, 70% зафиксировали падение выручки. Опасным трендом стал рост числа закрытий малых бизнесов, оформленных как ИП. В 2025 году количество ИП, прекративших свою деятельность в связи с банкротством, по данным Единого федерального реестра сведений о банкротстве (ЕФРСБ), подскочило на 38% по сравнению с 2024 годом. А за первые два месяца 2026 года оно выросло на 34% по сравнению с тем же периодом 2024-го, приводит данные юрист, специалист по банкротствам Юлия Ахонина (ранее работала руководителем практики банкротства и реструктуризации в российском PwC). Чаще всего закрываются компании из сфер торговли, строительства и обрабатывающего производства — отраслей, традиционно сильно зависимых от экономической конъюнктуры.

Среди причин не только повышение НДС и снижение покупательной способности, но и широко распространенная проблема, из-за которой часть экспертов считают, что из-за закрытия многих фирм рынок только выиграет. Что это за проблема?

Скудный день

Выводы "Опоры России" подтверждаются другими цифрами. Около трети (31%) российских предпринимателей задумались о закрытии или продаже своего бизнеса, говорят данные исследования Фонда общественного мнения "Лонгитюд малого бизнеса", опубликованные в "Ведомостях". Доля бизнесменов с такими настроениями в первом квартале выросла на 8 п.п. год к году. Более половины (52%) предпринимателей уверены, что положение в их компаниях ухудшилось. Исследователи признают, что настроения бизнесменов оказались самыми плохими за все время наблюдений.

В 2025 году бизнес намного чаще искал в интернете информацию на темы, связанные с закрытием и ликвидацией. "Предприниматели массово читали, как правильно провести процедуру банкротства, минимизировать риски при ликвидации ООО и какие последствия их ждут при сдаче отчетности задним числом", — поясняет Татьяна Фаузер, замгендиректора аутсорсинговой компании "Информаудитсервис", которая анализирует поисковые запросы малого и среднего бизнеса.

Среди факторов, из-за которых предприниматели задумались о закрытии своих дел, они сами чаще всего называют повышение налогов. Компании, превысившие лимит оборота в 60 млн руб., теперь должны платить НДС. "Надо понимать, что оборот — это не прибыль. В ряде сфер, например в агентском бизнесе или ивент-индустрии, значительная часть оборота проходит транзитом. Фактическая прибыль может составлять лишь небольшую долю",



— подчеркивает руководитель Московского бизнес-клуба Анна Маркина. Для крупных компаний, работающих на общей системе налогообложения или и так плативших НДС, рост налога на добавленную стоимость не всегда критичен, так как они могут его возместить с помощью налоговых вычетов. А вот для малого бизнеса он может привести к резкому падению спроса на его услуги и продукцию, ведь компании пытаются выжить за счет повышения цен. "Мы знаем случаи, когда предприниматели из-за повышения НДС потеряли до 30–40% постоянных клиентов", — приводит оценку Маркина.

Структурам, вынужденно перешедшим с УСН на НДС, пришлось экстренно выставлять счета-фактуры, разбираться в сложном администрировании и менять ценообразование, напоминает Фаузер. Ситуацию усугубил рост других зарплатных налогов — прогрессивная шкала НДФЛ, доходящая до 22%, ударила по тем секторам, где высока доля высококвалифицированных специалистов с белыми зарплатами, уточняет эксперт.

При чем тут Telegram

Повышение налогов не единственная проблема, на которую жалуются предприниматели. "Мы в ковид сидели на карантине, в 2022–2023 годах за бешеные деньги переводили инфраструктуру из Европы в Россию, выполняли различные требования по хранению и обработке данных. Потом искали альтернативу заблокированным либо ушедшим от нас сервисам. Затем стали недоступны больше половины каналов маркетинга", — перечисляет Олег Воробьев, владелец агрегатора SpeedRent, через который можно снимать площадки для проведения вечеринок, корпоративов, дней рождения и свадеб.

Агрегатор перестал приносить доход — выходить в ноль удается лишь за счет постоянного урезания расходов. Много времени и денег уходит на то, чтобы приводить ПО, на котором работает SpeedRent, в соответствие с меняющимися правилами игры. Отдельная статья расходов — перестройка документооборота. "Например, из-за того что мы работаем по агентской схеме, при формировании бухгалтерских документов приходится учитывать изменения в налогообложении наших принципалов", — поясняет Воробьев. А маркетинг он вынужден оплачивать из личных средств. "Живу с ощущением, что все может оборваться в любой день. Нас может убить любое сильное, чем обычно, колебание рынка или новые регуляции", — подводит итог предприниматель.

С похожими проблемами столкнулись и многие другие. Основатель бизнес-клуба EW Club Ирина Поддубная рассказывает о двух знакомых предпринимателях, у каждого из которых была торговая сеть. В каждую входило около 30 магазинов. Первая специализировалась на продаже товаров для дома в среднем ценовом сегменте: точки работали в Краснодаре, Новосибирске и других областных городах. Вторая сеть, московская, торговала детскими товарами премиального сегмента. Оба предпринимателя столкнулись с падением трафика в торговых центрах и снижением среднего чека. Цена аренды при этом продолжала расти — ТЦ не были готовы идти на уступки арендаторам. Увеличивались и операционные расходы. Добил магазины рост налоговой нагрузки: их стало просто невыгодно держать.

Первый бизнесмен решил сильно сократить розничное присутствие — оставил только четыре точки и интернет-магазин, на который сделал основной акцент. Параллельно начал сдавать в аренду офис, который раньше использовал для операционной работы компании. Второй открыл за рубежом бизнес по поставкам вина и деликатесов из Европы на рынки Китая и других стран Азии.

Со схожими трудностями столкнулся и знакомый управляющего партнера юридической компании Vita Liberta Сергея Конона. Он владел в Подмоскowie небольшой строительной фирмой, оформленной как ИП и занимавшейся ремонтом. До 2026 года средний чек за ремонт квартиры составлял около 500–700 тыс. руб., оборот компании был 30 млн руб. в год. Но в 2026 году она оказалась вынуждена платить 5% НДС без возможности вычета. Одновременно выросли страховые взносы за рабочих, достигнув 30% для зарплат более 28,8 тыс. руб. В итоге налоговая нагрузка на фирму увеличилась с 1,8 млн руб. почти до 5 млн руб. в год. Маржинальность упала с 15 до 3–4%. Бизнесмен жаловался Конону, что закрывать ИП ему жалко. У него уже была наработанная база и постоянные заказчики, но компания начинала работать в убыток. Поднимать цены было нельзя — клиенты ушли бы к частным ремонтникам, работающим без договоров. В итоге бизнесмен решил заморозить набор новых сотрудников и начал вместе с оставшимися сам делать ремонты. Он хочет дождаться итогов второго квартала, чтобы понять, как жить дальше. "Особенно тяжело сейчас тем, кто сидит на маленькой марже", — резюмирует Конон.

Неважно чувствуют себя бизнесмены, занимающиеся розничной торговлей и обрабатывающей сферой, свидетельствуют опрошенные РБК эксперты. У их компаний сильно снизилась рентабельность. С проблемами столкнулся бизнес по торговле электротехникой, поставкам решений для газовой и нефтяной отрасли, строительства. Замдиректора компании стратегического консалтинга "АРБ Про" Роман Копосов рассказывает, что знает некоторых владельцев бизнеса из этих сфер и все они в панике — вероятно, большинство закроют бизнес. "Рынок сбыта сейчас сократился, а рост налогов и давление на рентабельность не позволяют работать по прежней модели", — поясняет Копосов.

Сложности начались у ресторанов, салонов красоты, а также фитнес-центров. Налоговая реформа особенно сильно ударила по владельцам небольших сетей. "Предпринимателям, у которых три-четыре небольшие фитнес-студии, пришлось срочно пересматривать всю расходную модель", — поясняет эксперт, директор по развитию FitBase



Анастасия Гулянина. Часть владельцев даже приняли решение переехать в Дубай и развивать проекты там. Другие уехали в Казахстан и Узбекистан, рассказывает Гулянина.

И даже компании со стабильной выручкой столкнулись с тем, что реальная прибыль за последний год резко сократилась, подводит итог Артем Галкин, CEO компании "Свияга", которая занимается продажей товаров для рыбалки и отдыха. "В нашей нише логистика за последний год подорожала на 15–25%, фонд оплаты труда вырос на 20% и больше, рекламный трафик увеличился в цене кратно. Все это сильно сжимает маржу. У многих предпринимателей сейчас похожая ситуация: есть команда и оборот, но зарабатывать, как раньше, больше нельзя. Ты либо выходишь в ноль, либо пытаешься вытащить деньги из оборота", — констатирует Галкин.

Не все эксперты и предприниматели винят в проблемах лишь повышение налогов и макроэкономические факторы. Многие отмечают, что стал неэффективным маркетинг. После блокировки Instagram и Facebook (принадлежат Meta, признана в России экстремистской и запрещена) компании массово развивали привлечение клиентов через Telegram. Теперь, когда его "автомозили", приходится переносить рекламу во "ВКонтакте", однако эта соцсеть не приводит клиентов так же хорошо, как делали ее западные конкуренты, жалуются опрошенные РБК бизнесмены.

Другие признают, что столкнулись с кризисом управленческих стратегий: за несколько лет они так и не нашли никаких новых бизнес-моделей и попросту не знают, что делать дальше. "Еще несколько лет назад стратегия развития бизнеса строилась в среднем на три—пять лет. Сегодня — всего на полгода, максимум на год", — поясняет Борис Боготудников, управляющий партнер консалтинговой группы "2Б Диалог". Собственники начали больше заниматься ручным управлением — втягиваться в процесс продаж, следить за контролем качества, анализировать финансовые потоки.

Предприниматели оказались на перепутье: думают либо о консервации бизнеса, либо о том, как вывести из него хотя бы часть средств, пока не поздно. Консервация означает отказ от роста. Бизнес перестает открывать новые точки, режет капитальные затраты, замораживает эксперименты, сокращает маркетинг до минимума и удерживает только самые основные траты — на продукт, продажи и привлечение ключевых клиентов, поясняет Роман Копосов. Бизнесмены, вставшие на этот путь, переходят к сверхосторожной финансовой политике. "Стараются накапливать резерв, а не "кормить рост". Деньги остаются в компании или переводятся в более ликвидные и понятные инструменты. Бизнес в новых условиях снова учится резервировать прибыль, а не раздавать ее целиком в дивиденды и сжигать в расширении", — анализирует Копосов.

Другие и вовсе начинают выводить из фирм средства. Проще всего это сделать, продав бизнес. Но если покупателя нет, практикуются более хитрые схемы — например, выплата больших дивидендов людям, связанным с владельцем, или распределение имущества через ликвидацию. Некоторые бизнесмены не чураются даже более рискованных методов. Например, используют займы учредителей или арендные платежи за счет передачи бизнесу в аренду имущества собственника, рассказывает Боготудников. Наконец, в ход идут консалтинговые договоры с аффилированными структурами или перевод части активов на другие юрлица.

Часто бизнесмены переводят деньги в более стабильные активы — недвижимость и валюту — или инвестируют в небольшие новые проекты с более низкими рисками. "Некоторые предприниматели вкладываются в смежные виды бизнеса: например, владельцы ресторанов могут инвестировать в производство полуфабрикатов или онлайн-проекты", — поясняет старший преподаватель кафедры "Инновационное предпринимательство" МГТУ им. Н.Э. Баумана, специалист по оптимизации бизнес-процессов в организациях с использованием ERP-систем Теймураз Кемхашвили.

В зависимости от вида бизнеса предприниматели могут вывести из него деньги в размере оборота за несколько месяцев. "Допустим, у вас есть небольшая успешная кофейня с оборотом около 1–1,5 млн руб. в месяц. При нормальной маржинальности чистая прибыль может составлять около 150–300 тыс. руб. Если вы захотите ее закрыть, то сможете вывести накопленную прибыль за несколько месяцев, распродать оборудование и вернуть часть оборотных средств. В сумме это может составлять условно от 1 млн до 3 млн руб. в зависимости от состояния бизнеса", — приводит пример Кемхашвили. В производственном или сервисном секторе суммы могут быть выше, однако и обязательства перед поставщиками, арендодателями и персоналом также значительно серьезнее.

Время сильных

До нынешнего кризиса многие компании двигались по накатанной, признают эксперты. Компании копировали бизнес-модели друг у друга и чаще всего не могли сказать, в чем их уникальное предложение. Менеджмент и анализ хромали настолько, что руководство часто не понимало, откуда приходят клиенты, кто из сотрудников генерирует выручку, а кто нет. Теперь, когда грянул гром, многие осознали, что пришла пора учиться азам, но уже не успевают это сделать. Малые и средние предприятия становятся легкими жертвами кризиса в том числе из-за плохого управления.

Их уход поможет очистить рынок, сделать его конкурентным — частая мысль экспертов. В упорной борьбе самые мудрые и трудолюбивые смогут улучшить свой продукт. "Рынок очищается, и в долгосрочной перспективе это создает более здоровую среду для добросовестных игроков", — считает Татьяна Фаузер.

Следует отметить, что закрытие бизнеса далеко не всегда означает, что предприниматель решил переqualificироваться в управдомы. Адвокат, эксперт при Совете предпринимателей Госдумы Анастасия Порохова рассказывает о предпринимателях, которые закрывают бизнес в розничной торговле, изготовлении,



продаже мебели, краткосрочном найме жилья, строительстве, но не унывают и пытаются освоить новые направления. "Бывший строитель налаживает поставку продуктов из Вьетнама, розничный торговец меняет ассортимент и торговые площади. Бизнесмен, занимавшийся изготовлением и продажей мебели, уходит из производства в продажи, его коммерческие площади сдаются для востребованных сейчас ПВЗ", — рассказывает Порохова. Еще один ее знакомый, подавший на личное банкротство, организовал в своем доме частный детсад.

Парадокс: на фоне общего пессимизма предприниматели не оставляют попыток делать бизнес. "Мы запустили специальный проект для анализа поведения малого и среднего бизнеса. И фиксируем, что число попыток запуска новых проектов увеличилось. Правда, перспективных немного: из десяти идей лишь одна-две доходят до стадии полноценного бизнеса", — комментирует президент холдинга Finbridge Рафаэль Абрамян. Он связывает этот тренд с появлением инструментов ИИ, которые позволяют совершать обкатку новых бизнес-идей с меньшими ресурсами. Если еще два-три года назад на запуск пилотного проекта уходили месяцы и миллионы рублей, сегодня проверка одной гипотезы через MVP, созданный с помощью ИИ-инструментов и no-code платформ, может занимать четыре—шесть недель и стоить 500–700 тыс. руб., приводит цифры эксперт.

Тем не менее, если текущая макроэкономическая ситуация сохранится, 2026 год станет годом не массовых банкротств, а скорее эпохой остановки роста, прогнозируют опрошенные РБК эксперты. Компании будут закрываться реже, чем ожидается, но и развиваться они тоже не будут. "Основной сценарий у бизнеса сегодня — сжатие, оптимизация и борьба за ликвидность", — подытоживает Артем Галкин. (РБК.Отрасли 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Государственное регулирование отрасли

Россия повышает пошлины на экспорт алкоголя.

Пошлина на ввоз крепкого алкоголя из недружественных стран в РФ может повыситься до 5 евро за литр спирта с мая, пишет в пятницу "Коммерсантъ" со ссылкой на источники.

Увеличение пошлин поможет снизить проседание спроса на российские коньяк и виски. При этом Минфин не ответил на запрос издания о причинах повышения пошлин.

С сентября 2024 года действует пошлина на крепкий алкоголь из недружественных стран в размере 20% таможенной стоимости, но не менее 3 евро за литр безводного спирта.

Эксперты ожидают подорожания иностранного алкоголя ко второй половине 2026 года из-за повышения пошлин.

Крупные российские производители коньяка и виски выиграют от повышения пошлин, считают опрошенные эксперты.

Рост издержек частично переложат на конечного потребителя. Но, в любом случае, доля импортного алкоголя в нижнем и среднем ценовых сегментах сократится. (Коммерсантъ 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Организациям и ИП изменят формы деклараций о производстве и обороте алкоголя.

Организациям и ИП изменят формы деклараций о производстве и обороте алкоголя

Росалкогольтабакконтроль подготовил новые формы деклараций об объемах, поставках, перевозках, розничной продаже алкогольной и спиртосодержащей продукции.

Проект соответствующего приказа опубликован на Едином портале для размещения проектов НПА.

Напомним, правила представления электронных деклараций об объеме производства, оборота и (или) использования спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, утверждены приказом Росалкогольрегулирования от 17.12.2020 № 396 (с изменениями и дополнениями).

Вместе с тем, с 1 сентября 2026 года вступят в силу поправки в закон о регулировании производства и оборота алкоголя (от 22.11.1995 № 171-ФЗ), внесенные Федеральным законом от 28.12.2025 № 509-ФЗ.

Новые положения сократили перечень документов, которые необходимо предоставлять для получения лицензии на розничную продажу алкогольной продукции, в том числе в сфере услуг общественного питания.

Также поправками с 1 января 2026 года упразднена норма, согласно которой организации, осуществляющие производство и оборот этилового спирта (за исключением фармацевтической субстанции спирта), алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции, а также спиртосодержащей непивной продукции с содержанием этилового спирта более 25% объема готовой продукции, обязаны осуществлять декларирование объема розничной продажи алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания.

Кроме того, новые нормы устанавливают, что с 1 января по 31 декабря 2026 года разрешаются хранение и поставки абсолютированного этилового спирта (ректификованного этилового спирта, содержащего не более 0,2% воды по объему), в том числе денатурированного абсолютированного этилового спирта, организациями, имеющими лицензию на производство, хранение и поставки произведенного биоэтанола и производившими указанный спирт в 2025 году.

В связи с этим Росалкогольтабакконтроль подготовил новые редакции форм деклараций:

об объеме поставки этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции;

об объеме закупки этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции (декалитров);

об объеме перевозки этилового спирта (в том числе денатурата), алкогольной и спиртосодержащей продукции (декалитров);

об объеме розничной продажи алкогольной (за исключением пива и пивных напитков, сидра, пуаре и медовухи) и спиртосодержащей продукции (декалитров);

об объеме розничной продажи пива и пивных напитков, сидра, пуаре и медовухи (декалитров);

об объеме производства, изготовления и оборота (за исключением розничной продажи) спиртосодержащих лекарственных препаратов и (или) спиртосодержащих медицинских изделий.

Новые формы деклараций должны вступить в силу с 1 сентября 2026 года. (БУХ.1С 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В Госдуме предложили ограничить рекламу напитков с сахаром.

Депутаты Госдумы от КПРФ (Нина Останина, Владимир Исаков, Мария Дробот, Алексей Куринный, Олег Михайлов и Николай Осадчий) внесли законопроект об ограничении рекламы сахаросодержащих напитков с 1 сентября 2026 года. Документ опубликован на сайте системы обеспечения законодательной деятельности (СОЗД).

Сахаросодержащими предлагается признать напитки, в составе которых есть различные виды сахаров, сироп с сахаром или мед. При этом количество углеводов в таких товарах должно превышать 2 г на 100 мл.



Согласно проекту, реклама сахаросодержащих напитков не должна утверждать, что их употребление помогает улучшить физическое или эмоциональное состояние. Кроме того, нельзя заявлять, что они безвредны или полезны для здоровья. В том числе в рекламе не должно быть информации о наличии в таких напитках БАДов и витаминов. Депутаты также хотят запретить упоминать в рекламе, что употребление сахаросодержащих напитков позволяет утолить жажду. Кроме того, предлагается запретить в рекламе таких товаров обращаться к несовершеннолетним. Создатели проекта также предлагают сопровождать каждую такую рекламу предупреждением о вреде чрезмерного употребления сахаросодержащих напитков. В объявлениях на радио предупреждения должны идти не менее трех секунд, на ТВ и в кино — не менее пяти при условии, что ему отведено как минимум 7% площади экрана. (Коммерсантъ 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В России утвердили изменения в ГОСТ на органическую продукцию.

Изменения, в частности, затронули разрешенные к применению технологии при производстве органического вина

В России утвердили изменения в ГОСТ на органическую продукцию, которые вступят в силу с 1 октября. Стандарт будет действовать в странах СНГ, рассказали ТАСС в Роскачестве.

"Согласно нововведениям, основной термин "Органическое сельское хозяйство" теперь более четко раскрывает основные принципы органического производства, а также пункт, затрагивающий правила управления экосистемой, в части перечня сред обитания", - рассказали в организации.

Кроме этого, изменения затронули и разрешенные к применению технологии при производстве органического вина и винодельческой продукции. С 1 октября допускается использовать гороховый, картофельный и пшеничный протеин в качестве технологических вспомогательных средств при производстве вина в целях его оклейки. Это позволит выпускать вино органического производства для вегетарианцев и веганов. (ТАСС 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

СФ одобрил закон о возврате господдержки малому бизнесу, производящему газировку.

Закон вступит в силу после подписания президентом и со дня официального опубликования

Совет Федерации на пленарном заседании одобрил закон, который предусматривает возвращение господдержки для субъектов МСП, производящих лимонады и газированные напитки.

Документ был инициирован Законодательным собранием Пермского края. Лимонады и газировки относятся к сахаросодержащим напиткам, которые были признаны подакцизными товарами с июля 2023 года. С того же периода небольшие производители лимонадов и газировок потеряли право на господдержку, так как по действующему законодательству она не предусмотрена для субъектов МСП, занимающихся реализацией подакцизных товаров.

Изменения возвращают небольшим производителям сахаросодержащих напитков право на государственную поддержку. При этом уточняется, что на производителей энергетиков это послабление действовать не будет.

Закон вступит в силу после подписания президентом и со дня официального опубликования.

Правительство РФ ранее дало на инициативу положительное заключение: малые производители напитков исторически были одними из активных получателей грантов и льготных займов, а утрата этого ресурса после 2023 года ударила по сегменту наиболее остро. (ТАСС 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Роскачество разрабатывает ГОСТ по выкладке российских вин на полке.

Документ направлен на то, чтобы повысить видимость вина из РФ, упростить выбор и создать дополнительные возможности для производителей

Роскачество разрабатывает ГОСТ по выкладке российских вин на полке, сообщил руководитель организации Максим Протасов на открытии весеннего этапа Всероссийской акции "Дни российских вин - 2026".

"По поручению регуляторов Роскачество разрабатывает стандарт выкладки российских вин. Это инструмент развития рынка российской продукции", - сказал он.

Документ направлен на то, чтобы повысить видимость российского вина, упростить выбор и создать дополнительные возможности для производителей. (ТАСС 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Минздрав заблокировал принятие закона о возвращении пива на стадионы.

Запрет на продажу пива на стадионах на матчах чемпионата России не снимут в ближайшее время, Минздрав заблокировал соответствующий законопроект. Об этом заявил "Спорт-Экспрессу" первый зампреда комитета по физической культуре и спорту Госдумы Дмитрий Свищев.

"В ближайшее время перспектив по возвращению пива нет. Минздрав говорит, что пиво на стадионе - это алкоголизация общества", - отметил Свищев.



В России с 1990-х гг. пиво на стадионах продавалось свободно, запрет на продажу такой продукции вступил в 2005 г. на фоне погромов и драк с участием футбольных болельщиков. Среди них инциденты с участием фанатов на матче ЦСКА – "Спартак" в 1997 г., перед игрой в Раменском между болельщиками "Спартака" и ОМОНОм в 1999 г. и массовые беспорядки в 2002 г. на Манежной площади Москвы после проигрыша национальной сборной в матче с Японией.

С момента запрета пиво на российских футбольных стадионах продавалось трижды: на Кубке конфедераций – 2017, чемпионате мира – 2018 и Евро-2020. (Ведомости 28.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

ЕЭК внесла изменения в перечень стандартов к техрегламенту на упакованную питьевую воду.

Коллегия Евразийской экономической комиссии утвердила изменения в перечень стандартов на методы исследований (испытаний) к техническому регламенту Евразийского экономического союза "О безопасности упакованной питьевой воды, включая природную минеральную воду" (ТР ЕАЭС 044/2017).

В перечень стандартов, в частности, включён ГОСТ 35066-2024 "Качество воды. Спектрометрический метод определения массовой концентрации бора".

ГОСТ 23268.0-91 "Воды минеральные питьевые лечебные, лечебно-столовые и природные столовые. Правила приемки и методы отбора проб" заменен на ГОСТ 23268.0-2025 "Воды питьевые природные минеральные лечебные, лечебно-столовые и столовые. Правила приемки и методы отбора проб".

СТ РК 2486-2014 "Охрана природы. Вода питьевая, природная, технологически чистая, сточная, очищенная сточная. Определение массовых концентраций кобальта, олова и свинца методом инверсионной вольтамперометрии" заменен на ГОСТ 34934-2023 "Вода питьевая, природная, технологически чистая, сточная, очищенная сточная. Определение массовых концентраций кобальта, олова и свинца методом инверсионной вольтамперометрии".

СТ РК 2487-2014 "Охрана природы. Вода питьевая, природная, технологически чистая, сточная, очищенная сточная. Определение массовых концентраций таллия, селена и серебра методом инверсионной вольтамперометрии" заменен на ГОСТ 34933-2023 "Вода питьевая, природная, технологически чистая, сточная, очищенная сточная. Определение массовых концентраций таллия, селена и серебра методом инверсионной вольтамперометрии".

Методика МП УВК 1.106-2014 "Методика измерений массовой концентрации хлорит-иона, хлорат-иона и бромат-иона в питьевых и природных водах методом ионной хроматографии" заменена на ГОСТ 34801-2021 "Вода питьевая. Определение содержания бромат-ионов методом ионной хроматографии".

Также СТБ ISO 6461-2-2016 "Качество воды. Обнаружение и подсчет спор сульфитредуцирующих анаэробов (Clostridia). Часть 2. Метод мембранной фильтрации" заменен на ГОСТ ISO 6461-2-2023 "Качество воды. Обнаружение и подсчет спор сульфитредуцирующих анаэробов (clostridia). Часть 2. Метод мембранной фильтрации".

Изменения вступают в силу через 180 календарных дней с даты официального опубликования решения Коллегии ЕЭК.

Все указанные стандарты разработаны в рамках реализации Программы по разработке (внесению изменений, пересмотру) межгосударственных стандартов к ТР ЕАЭС 044/2017, утвержденной Решением Коллегии ЕЭК от 15 января 2019 года № 4. Изменения подготовлены Комиссией в соответствии с Порядком разработки и принятия перечней международных и региональных (межгосударственных) стандартов, утвержденным Решением Совета ЕЭК от 18 октября 2016 года № 161.

Внесение таких изменений осуществляется без проведения процедур публичного обсуждения и без рассмотрения на заседании профильного Консультативного комитета, на основании предложений от уполномоченных органов по стандартизации при условии присоединения к таким стандартам всех стран ЕАЭС. (INFOLine, ИА (по материалам Евразийской экономической комиссии) 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Распоряжение от 28 марта 2026 года №645-р: Правительство утвердило Стратегию по противодействию незаконному обороту промышленной продукции на период до 2030 года и план мероприятий по её реализации.

Правительство продолжает системную работу по формированию регуляторных и организационных мер для защиты граждан от некачественной продукции, поддержки добросовестных предпринимателей и минимизации влияния теневого рынка на социально-экономическую ситуацию в стране. Эти направления легли в основу новой Стратегии по противодействию незаконному обороту промышленной продукции, рассчитанной на период до 2030 года. Распоряжение о её утверждении подписал Председатель Правительства Михаил Мишустин.





Стратегия разработана в продолжение аналогичного документа, действовавшего до 2025 года. Она включает анализ достигнутых результатов в этой сфере за прошедшие пять лет, даёт оценку текущей ситуации, определяет актуальные проблемы и механизмы для их решения.

Также в стратегии представлен план мероприятий, нацеленных на совершенствование законодательства в сфере противодействия незаконному обороту продукции, разработку новых мер такого противодействия.

В частности, в рамках реализации стратегии будут разработаны предложения о внесении изменений в действующее законодательство для усиления мер административной и уголовной ответственности за преступления в сфере обращения лекарств, медицинских изделий и биологически активных добавок, за незаконную выдачу, подделку рецептов и других документов, дающих право на получение наркотических средств или психотропных веществ, за перевозку сельскохозяйственных животных без ветеринарных сопроводительных документов. Также будут подготовлены предложения по исключению возможности проведения исследований для декларирования зерна в неаккредитованных лабораториях, по разработке порядка размещения объектов реализации питьевой воды в розлив и системы государственного контроля за размещением и эксплуатацией таких объектов.

Для развития государственных систем прослеживаемости промышленной продукции на всех этапах жизненного цикла планируется расширить перечень отдельных видов пищевой продукции в потребительской упаковке, подлежащих обязательной маркировке, обеспечить интеграцию федеральной государственной информационной системы в области карантина растений и федеральной государственной информационной системы лесного комплекса.

Также предлагается расширить перечень индикаторов риска нарушений обязательных требований на основе информации из государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке. Это позволит усовершенствовать риск-ориентированный подход, применяемый в надзорной деятельности.

Кроме того, планируется организовать регулярные исследования по выявлению нарушений обязательных требований при дистанционном способе продажи товаров в интернете, установить единые стандартизированные методологии полевых исследований рынков по определению доли незаконного оборота продукции и провести такие исследования по различным группам товаров. В их числе – товары лёгкой промышленности, обувь, детские и спортивные товары, упакованная вода, медицинские изделия, корма для животных, духи и туалетная вода, табачная продукция, автомобильные товары и запчасти, шины и покрышки пневматические, велосипеды и рамы. В результате реализации стратегии к 2030 году доля незаконного оборота таких товаров должна сократиться в несколько раз. По отдельным группам товаров – до 0,4%.

Реализация новой стратегии обсуждалась на совещании с вице-премьерами 31 марта. Михаил Мишустин подчеркнул, что необходимо надёжно защитить граждан от некачественных товаров, не создавая при этом ограничений для экономического роста.

"Предприниматели и компании, которые добросовестно ведут своё дело, должны получить дополнительные возможности для развития", – подчеркнул глава Правительства.

Для получения текста документа нажмите [здесь](#)

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; +7(495)9854444 Факсы: +7(495)6055362 E-Mail: duty_press@apr.gov.ru Web: <http://government.ru> Руководитель: *Мишустин Михаил Владимирович, Председатель Правительства (INFOLine, ИА (по материалам Правительства РФ) 31.03.26)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Контрмеры для контрафакта. "КоммерсанТЪ". 1 апреля 2026

Белый дом утвердил Стратегию противодействия незаконному обороту продукции

Принятая правительством Стратегия по противодействию промышленному контрафакту станет частью пакета мер по обелению экономики. Речь, в частности, идет о противодействии все еще существенному обороту небезопасных товаров с поддельными документами, о параллельном производстве на одном предприятии одновременно легальной и нелегальной продукции, о незаконном импорте из третьих стран через внутренние границы Евразийского экономического союза. С помощью 45 мероприятий плана по реализации стратегии власти обещают до 2030 года существенно сократить долю контрафакта и фальсификата на товарных рынках.

Белый дом утвердил Стратегию по противодействию незаконному обороту промышленной продукции на период до 2030 года. Документ принят как продолжение аналогичной стратегии на предыдущую "пятилетку". Как сообщил 31 марта на оперативном совещании у главы правительства Михаила Мишустина первый вице-премьер Денис Мантуров, за это время долю незаконного оборота потребительских товаров в его общем объеме удалось снизить с 17% до 10%.

За 2019–2024 годы, следует из документа, благодаря мерам по обелению товарных рынков, охваченных маркировкой системы "Честный знак", бюджет получил дополнительные 1,2 трлн руб.

Проблем, впрочем, осталось немало:



- оборот продукции без соблюдения обязательных требований к ее качеству и безопасности,
- использование бизнесом поддельных документов в сфере технического регулирования,
производство на одном предприятии одновременно легальной и нелегальной продукции,
рост объемов незаконного импорта из третьих стран через внутренние границы Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

В стратегии приведены данные за 2023 год — доля незаконного оборота автотоваров и запчастей в его общем объеме составляла 44%, одежды и текстиля — 23%, спорттоваров — 22%, косметики и бытовой химии — 15%, табачных изделий — 10,8%. Также проблема контрафакта есть на рынке детских товаров (в том числе питания), продуктов и лекарств, а это уже вопрос не только качества, но и безопасности потребителей.

В связи со всем этим, доложил Денис Мантуров, на ближайшие пять лет в приоритетах властей — улучшение института оценки соответствия промышленной продукции и надзора за ней, борьба с дистанционными продажами контрафакта и фальсификата, гармонизация законодательств стран ЕАЭС в сфере незаконного товарооборота.

Решать эти задачи правительство намерено комплексно: стратегия содержит план по ее реализации из 45 мероприятий. Так, предлагается ужесточить административную и уголовную ответственность за производство, хранение, перевозку и сбыт контрафакта и фальсификата (в том числе лекарств, медизделий, БАДов). Речь, в частности, о разработке законопроекта об автоматических штрафах за нарушения, зафиксированные в системе мониторинга маркируемых товаров.

По части технического регулирования обещана доработка техрегламента о безопасности детской и подростковой продукции, а также введение запрета на декларирование зерна в лабораториях, не аккредитованных в национальной системе. Кроме того, будет расширен перечень сведений, содержащихся в едином реестре сертификатов и деклараций соответствия. Инструментарий рискориентированного подхода к контролю бизнеса будет усовершенствован, в том числе за счет новых индикаторов риска нарушений требований к маркируемым товарам. Для "полевых" исследований товарных рынков будут приняты единые стандартизированные методологии — такому изучению подвергнется продукция легпрома, детские и спортивные товары, медицинские изделия, табачная продукция и т. д. В результате к 2030 году, как обещает Белый дом, доля незаконного оборота сократится: по рынку автотоваров как минимум до 23%, спорттоваров — до 12%, детских товаров — до 7%, продукции легпрома — до 6,8%, табачной продукции — до 6,7%.

Принятая стратегия по факту развивает уже действующие тренды в этой сфере. Напомним, Минпромторг недавно разработал законопроект о возвращении госконтроля за отдельными видами промышленной продукции (см. "Ъ" от 26 марта), а Росаккредитация получила расширенные полномочия по отзыву сертификатов и деклараций, оформленных с нарушениями в других странах ЕАЭС (см. "Ъ" от 10 марта). Кроме того, для контроля за импортом в ускоренном порядке была разработана система подтверждения ожидания товаров (см. "Ъ" от 20 февраля). Все это укладывается в общую работу властей по обелению теневых секторов экономики (см. "Ъ" от 26 марта). (Коммерсантъ 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости маркировки

"Честный знак" вывел из тени более 40 производителей какао в России.

С момента введения обязательной маркировки какао-продукции в России 1 декабря 2025 года в легальное поле вышли 46 новых производителей, которые ранее не были известны государству. Об этом сообщили в Центре развития перспективных технологий (ЦРПТ), операторе системы "Честный знак". До старта обязательных требований в реестре числилось 116 компаний, а за четыре месяца к системе присоединились 162 участника оборота.

"Маркировка какао показала: рынок готов к прозрачности, а прогнозы о сложностях не подтвердились. Бизнес продолжает стабильную работу, ассортимент на полках расширяется. Но главное — добросовестных участников оборота стало больше, соответственно — у покупателя тоже расширился потребительский выбор", — отметил заместитель генерального директора ЦРПТ Реваз Юсупов.

За четыре месяца в системе промаркировано более 4 тыс. т продукции, из которых свыше 3,4 тыс. т произведено в России. Производители использовали 14 различных форматов упаковки. (Коммерсантъ 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Старт маркировки чая и усиление проверок пива на кассе: новинки системы "Честный знак" в апреле.

С 1 апреля в системе маркировки "Честный знак" стартуют нововведения, затрагивающие несколько товарных групп: запускается нанесение кодов на чай, начинается поэземплярный учет автомасел и усиливаются проверки на кассе в отношении некоторой продукции, включая воду, обувь и парфюмерию.

Теперь встретим коды на чае и детском какао

С 1 апреля 2026 года коды стартует обязательное нанесение кодов маркировки на чай, чайные напитки, детский чай и детское какао (привычное какао маркируется еще с 1 декабря прошлого года). Теперь потребители получают возможность проверять легальность таких товаров в один клик с помощью бесплатного приложения Честный ЗНАК, которым пользуются уже 36 млн россиян. В нем покупатели смогут узнать всю ключевую информацию о продукте, включая срок годности.

Система маркировки — источник ценных данных не только для покупателей, но и для бизнеса, отмечает директор компании "Витачай" Иван Шевченко.

"Два года назад мы начали маркировать свои биологически активные добавки в системе "Честный знак". Оператор помог подобрать оборудование, бесплатно протестировать технологические процессы. Все заработало, и мы увидели: данные — это сила. Информация, которую предоставляет система, позволяет нам отслеживать, как продукт расходуется в регионах. При этом "Честный знак" борется с недобросовестными дистрибьюторами, "теневым" сегментом. Сейчас стартует нанесение кодов маркировки на чай — мы уже готовы на 100%. Планируем использовать аналитику системы для оптимизации своего чайного производства. Для нас маркировка — это не просто требование законодательства, это инструмент для развития бизнеса", — подчеркивает он.

Поэземплярный учет

В апреле новинки в "Честном знаке" — и в поэземплярном учете, который обеспечивает прослеживаемость каждой единицы маркируемой продукции от производства до продажи уже в 19 товарных группах, включая лекарства, пиво и товары легкой промышленности. Теперь он охватит и моторные масла.

В компании "Топ Лубрикантс", выпускающей моторные масла и смазочные материалы под брендом Lemarc, отмечают, что старт поэземплярного учета в отрасли поможет вытеснить с рынка нелегальных участников, тем самым защитив локальных производителей и автомобилистов.

"Для бренда Lemarc маркировка — важный инструмент, помогающий в развитии бизнеса и укреплении доверия к своей продукции. "Честный знак" гарантирует потребителям подлинность нашего товара, которую можно мгновенно проверить в точке продажи — это важное конкурентное преимущество, которое мы используем и в маркетинговой стратегии. Поэземплярный учет моторных масел поможет укрепить справедливую конкуренцию на легальном рынке, обеспечиваемую маркировкой. В то же время этот этап станет дополнительным заслоном от "серых" игроков и производителей контрафакта, продукция которых причиняет ущерб автомобилистам", — комментируют представители компании.

Маркировка на защите потребителей — усиление проверок на кассе





В рамках разрешительного режима, который защищает россиян на кассах от покупки товаров с различными нарушениями, с 1 апреля расширяются причины для блокировки продукции на кассе в пяти товарных группах: упакованная вода, пиво и пивные напитки, обувь, шины и парфюмерия. Теперь эти товары будут блокироваться, если на них предоставлена прекращенная или признанная недействительной органами госконтроля разрешительная документация (декларация или сертификат соответствия). Проверка будет проходить в онлайн-режиме с помощью инструментов системы маркировки – это дополнительная мера по защите потребителей от небезопасной продукции. В дальнейшем список товаров, в отношении которых будет действовать эта мера, планируется расширить.

Кроме того, 1 апреля начинает действовать контроль единой минимальной цены в табачной продукции: продать товар по стоимости ниже допустимой не получится. Проверки также стартуют в режиме онлайн.

Реагенты в эксперименте

Со 2 апреля расширяется перечень продукции в эксперименте в рамках товарной группы "Медицинские изделия 2.0". Теперь он охватит реагенты и наборы реагентов, которые используются для клинической лабораторной диагностики (реагенты *in vitro*). Это вещества, с помощью которых специалисты определяют показатели крови и других биоматериалов, включая сахар, холестерин, гормоны и маркеры инфекций. От качества реагентов напрямую зависит точность диагноза. Напомним, что пилотный проект проходит до 28 февраля 2027 года.

Для справки: Название компании: *Оператор-ЦРПТ, ООО* Адрес: 121609, Россия, Москва, шоссе Рублевское, 28, эт. 18, ком.28 Телефоны: +74993508559; +7(499)3508596; +79262587531 E-Mail: info@crpt.ru; pr@crpt.ru Web: www.crpt.ru Руководитель: *Алхазов Дмитрий Михайлович, генеральный директор* (По материалам компании 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Отраслевые мероприятия

Вкусарома приглашает 28-30 апреля на отраслевую выставку GLOBAL INGREDIENTS SHOW - 2026 в "Крокус Экспо".

Бесплатный билет по промокоду vkrm6

Приглашаем посетить наш стенд А-319 на выставке GLOBAL INGREDIENTS SHOW - 2026.

УК "Торговый Дом ВКУСАРОМА" примет участие в 28-й Международной выставке ингредиентов, сырья и оборудования для их производства – Global Ingredients Show – 2026!

Даты проведения: 28–30 апреля 2026 года

Место: Москва, МВЦ "Крокус Экспо", павильон 2, этаж 3, зал 11

Номер стенда: А-319

Выставка Global Ingredients Show – это профессиональная площадка для производителей ингредиентов, сырья и технологий, где встречаются лидеры рынка, обсуждаются новые тренды, презентуются инновации и заключаются стратегические соглашения.

В 2026 году в выставке примут участие более 220 компаний - производителей ингредиентов и сырья, поставщиков и дистрибуторов, разработчиков и технологов производственных предприятий из России, Китая, Малайзии и Индии. В числе участников: COFCO BIOTECHNOLOGY, RETAIL.RU, ENCAPSCIFI LIFESCIENCES PRIVATE LIMITED, ALASHANKOU DENUI INTERNATIONAL TRADE CO.,LTD и т.д.

Здесь рождаются решения, формирующие будущее пищевой промышленности, косметики, БАД и контрактного производства. Выставка демонстрирует передовые технологические разработки и реальные кейсы российских и международных лидеров рынка. Аналитика потребительских предпочтений и тренды ритейла раскрывают новые возможности для создания продуктов, отвечающих самым высоким требованиям современного рынка.

На Global Ingredients Show – 2026 мы будем рады встретиться с партнерами, клиентами и новыми заказчиками, чтобы обсудить перспективы сотрудничества и представить наши новые решения для индустрии.

Как попасть на выставку?

Зарегистрируйтесь и получите бесплатный билет, используя наш промокод vkrm6

Ссылка для регистрации: <https://new.ingred.ru/ru-RU/>

Ждем вас на стенде ВКУСАРОМА на Global Ingredients Show – 2026! (По материалам компании 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Ингредиенты растительного происхождения на GIS-2026.

Рынок растительных ингредиентов находится в стадии роста. Потребители всё чаще выбирают продукты на основе растений из-за их предполагаемых полезных свойств для здоровья.

Ключевые игроки отрасли активно внедряют инновации в этой области, сосредотачиваясь на рецептурах с "чистой этикеткой".

На выставке Global Ingredients Show, которая пройдет 28–30 апреля в "Крокус Экспо", компании представят ингредиенты из растительного сырья для производства продуктов питания, косметики и парфюмерии.

Представим некоторых участников.

- Компания "Аметис" — крупнейшее промышленное предприятие по производству дигидрокверцетина, арибиногалактана и различных экстрактов из лиственницы, березы и гриба чаги.
- Маслоэкстракционный завод "Амурский" — предприятие по производству гидратированного соевого масла; рафинированного дезодорированного соевого масла; лецитина; шрота соевого пищевого; соевого изолята, пищевой клетчатки и другой продукции из сои и зерновых культур.
- Компания "ИнВита" является дистрибьютором ингредиентов и экстрактов из растительного сырья для производства БАД, функционального питания и косметики: моноингредиентов, комплексных смесей, премиксов и полуготовых форм.
- Компания Kingherbs Limited специализируется на производстве растительных ингредиентов, используемых в качестве пищевых добавок, натуральных подсластителей, красителей, а также компонентов косметики и фармацевтических препаратов.
- Компания "НоваПродукт АГ" производит продукты для здорового питания, диетические и диабетические продукты: гранолу без сахара, мюсли, батончики, заменители сахара, протеиновую линейку и цикорий, а также поставляет сырье для производства подобных продуктов.

Представить свою продукцию на выставке Global Ingredients Show можно, подав заявку на сайте выставки.

Посетить выставку Global Ingredients Show и форум "Ингредиенты и добавки" можно, получив бесплатный электронный билет по промокоду bfi-online26. (Бизнес пищевых ингредиентов 25.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



В Санкт-Петербурге пройдет V юбилейная выставка ArmWine — событие для профессионалов винной индустрии и винолюбам, посвященное армянскому виноделию.

18–19 апреля "Брусницын Холл"

ArmWine 2026 — это:

- 20 виноделен из всех винных регионов Армении, включая несколько компаний-дебютантов выставки
- более 150 автохтонных вин, в том числе десятки неизвестных российскому рынку
- 50 армянских виноделов, создателей и глав производств, энологов, бренд-амбассадоров, сомелье, организаторов винных туров
- динамичная деловая программа с участием ведущих винных экспертов Армении и России
- дегустационные мастер-классы от российских сомелье и армянских виноделов
- Выставка "Сделано на века: история винодельческих технологий Армении"



Для клиентов, партнеров и друзей INFOline - промокод infoline на скидку 10% infoline

Купить билет на ArmWine 2026 <https://t.me/ArmWinePro>

#новостинашихпартнеров 18+ (INFOline 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Дни российских вин, фестиваль розе и квизы для сомелье. "Коммерсантъ". 1 апреля 2026

Анонсы наиболее значимых винных событий апреля — в обзоре "Ъ. Сомелье"

"Дни российских вин" открывают весенний сезон

Весенний этап "Дней российских вин-2026" стартует 2 апреля и продлится по 31 мая. Организаторами акции "Дни российских вин" выступают Минпромторг России, Минсельхоз России и Роскачество при поддержке Ассоциации виноградарей и виноделов России, Российской ассоциации экспертов рынка ритейла и Россельхозбанка. Мероприятие нацелено на поддержку локальных производителей вина, а также на знакомство покупателей с российскими винами. Акция проводится уже девятый год. Если на старте в ней участвовало не более пяти торговых сетей, то к весне 2026 года их число превысило 20, включая региональные, общее количество задействованных торговых точек превышает 50 тыс. Инициатива по продвижению российского вина в ресторанах и отелях, запущенная осенью прошлого года, получит развитие и в весеннем этапе. Количество участников в сфере HoReCa увеличилось до 200 благодаря заведениям со всей страны. Формат участия и сроки проведения каждая сеть или ресторан определяет индивидуально, все участники акции, как магазины, так и рестораны, будут обозначены специальной символикой.

Кависты, на старт!

X Всероссийский конкурс кавистов пройдет в Москве 4 апреля в отеле "Золотое кольцо" в Москве. Конкурс традиционно проводит Ассоциация кавистов России. Заявленная цель конкурса — "уделить должное внимание профессии кавист благодаря оценке знаний, сенсорных возможностей и квалификации участников".

В заданиях для участников конкурса сочетаются тестирование, слепые дегустации и практические кейсы у импровизированной винной полки. Кроме того, в течение дня для участников пройдут мастер-классы, конкурсная площадка будет работать не только как пространство соревнования, но и как место для профессионального общения и обмена знаниями, здесь также пройдет винный салон. После официальной части конкурса пройдет мероприятие гибридного формата — в клубе Laski профессионалы вина попробуют себя в стендапе.

Фестиваль "Вин Вин"

Совместный проект Novikov Group, Bartello и портала Vino.ru стартует с началом апреля. В проекте участвуют 11 ресторанов холдинга: "Ветерок", "Веранда у дачи", "Причал", "Царская охота", Mogo, Miss You, "564 Высота", оба ресторана BRO&N, а также "Аист" и Onest. Последний станет проводником концепции "вино как часть гастрономического опыта" благодаря его шефу Мирко Дзаго, подготовившего к запуску проекта авторский гастрономический сет. Благодаря фестивалю гости ресторанов смогут познакомиться с разнообразием российских виноделен через интерактивное онлайн-меню, доступное по QR-коду, в нем будут представлены разные категории вин — от игристых до десертных, каждая позиция сопровождается описанием региона, стилистики и гастрономическими рекомендациями.

Розе и апельсинах на "Винзаводе"

Фестиваль Orange & Rose пройдет 16 апреля в акцизном зале "Винзавода" при участии российских производителей и приглашенных участников из Грузии и Армении.



Фестиваль объединит винных энтузиастов, сомелье, профессионалов рынка, рестораторов и всех, кто хочет лучше понимать вино, развивать свой вкус и знакомиться с новыми именами. Посетителей ждут большая круговая тематическая дегустация, знакомство с виноделами, общение с сомелье и профессионалами рынка, мастер-класс по технологии производства розовых и оранжевых вин. Среди участников фестиваля заявлены такие винодельни, как "Реноме", "Золотая Балка", "Галицкий и Галицкий", "Шумринка", "Мантра", "Дербент Вино", "Реликта", "Плигория", "Усадьба Перовских", Alma Valley, Hills & Rocks, Domaine de la Vivandiere, Domaine Bonamy, Cloudy Winery, КНМЕ.

Все краски "Ароматного мира"

Весенний московский салон популярной сети "Ароматный мир" пройдет 18 апреля в Москве в отеле "Балчут Кемпински". В новом сезоне будет сохранен традиционный формат "круговой" дегустации. Известные мировые производители и совсем молодые бренды представят более 300 позиций вина и другой алкогольной продукции, а также гастрономическое сопровождение к ним. Ведущим мероприятия неизменно остается Евгений Богданов, сомелье и автор видеоканала "Ароматного мира" "Вино без воды".

"Встреча выпускников" столкнет сомелье

Проект "Вино и люди.Квиз" впервые проведет игру "Встреча выпускников" между командами ведущих школ сомелье. Состязание состоится 19 апреля в московском ресторане "Террин". Свое участие подтвердили команды школ "Энотрия", Wine State, Wine People, "Академия российского вина РАКО", "Школа русского вина", "Академия вина" (СПб), участие еще нескольких команд ждет подтверждения. По условиям игры каждая команда состоит из шести человек, при этом все ее участники должны окончить школу сомелье не более трех лет назад. Игра будет состоять из пяти раундов вопросов и дегустации двух вин вслепую, учитывая, что никто так не стремится похвастаться знаниями, как свежеспеченные выпускники винных школ, она обещает быть увлекательной.

"Винорус.Винотех"

Выставка вина, оборудования и технологий для виноградарства и виноделия пройдет с 22 по 24 апреля в Краснодаре в ВКК "Экспоград Юг" уже в двадцать седьмой раз. В 2026 году "Винорус.Винотех" разместится в отдельном павильоне. На выставке будут представлены два направления: "Винорус" посвящен винодельческой продукции, "Винотех" — оборудованию и технологической составляющей отрасли в целом. В рамках первого свою продукцию представят предприятия Краснодарского края, Ростовской области, Ставропольского края, Крыма и Севастополя, Северной Осетии, Волгоградской области, Дагестана и Самарской области. В разделе "Винотех" посетители смогут найти оборудование и готовые решения от российских и зарубежных поставщиков. Всего в экспозиции выставки примут участие более 110 компаний, в этом году в ней впервые появится отдельный подраздел сидров и пуаре.

Деловая активность выставки будет сосредоточена в рамках 5-го форума "Экономика российского вина". Также перед выставкой пройдет дегустационный конкурс "Винорус", результаты которого будут объявлены в первый день выставки. Паблик-ток с членами жюри конкурса "Винорус" подытожит торжественное оглашение результатов конкурса.

С прицелом на премиум

Ярмарка премиальных российских вин пройдет с 23 по 26 апреля в Москве на территории фуд-молла "Депо" на Лесной улице. Организатором проекта заявлен президент Российской ассоциации сомелье Алексей Сидоров при участии Федерации рестораторов и отельеров России, Ассоциации виноградарей и виноделов России.

Ярмарка объединит на одной площадке виноделов, экспертов и любителей вина. Гостей ждут дегустации, прямые продажи от производителей, мастер-классы и живое общение. Проект задуман как площадка для знакомства с российским виноделием, где главным трендом, согласно воззрениям устроителей, является именно премиумизация. "Премиальное вино — это не только высокая цена, но прежде всего качество, внимание к деталям, уникальный терруар, мастерство винодела и потенциал к выдержке", — объясняют они. Событие будет сопровождаться обширной (более 30) программой мастер-классов. (Коммерсантъ 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Региональные новости рынка напитков

В Ленобласти пока не планируется выпускать вино.

Сейчас регион делает упор на выпуск сидра

Производство вина в Ленинградской области пока не планируется, несмотря на то, что в регионе уже занимаются выращиванием винограда. Об этом на пресс-конференции ТАСС рассказал вице-губернатор по вопросам развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплекса - председатель комитета по агропромышленному и рыбохозяйственному комплексу Олег Малащенко.

"История с виноградом (выращивание культуры - прим. ТАСС) у нас продолжается. В общей сложности у нас пока только по 10 га винограда растет. Получается достаточно интересный результат. Выпускать вино мы пока точно не планируем", - сказал Олег Малащенко.

По словам вице-губернатора, сейчас Ленинградская область делает упор на выпуск сидра. На данный момент производством этих напитков занимается более семи компаний региона.

"Если посмотреть по алкогольным напиткам, в этом плане Ленинградская область является лидером по производству сидра. Мы идем по традиционно русским рецептам, выпускаем сидр, который на сегодняшний день у нас активно расходуется. И праздники (в том числе Чемпионат по пахоте и фестиваль сидра - прим. ред. ТАСС) показывают, что сидр у нас раскупается в течение фактически в течение дня-двух. Сегодня он востребованный, его можно встретить по всей Российской Федерации", - резюмировал Малащенко. (ТАСС 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Регулирование продажи алкоголя

Новые правила продажи алкоголя в Магаданской области: что предлагают изменить.

Министерство сельского хозяйства Магаданской области объявило о начале публичных консультаций по законопроекту, который может ввести дополнительные ограничения на розничную продажу алкогольной продукции в регионе. Обсуждение инициативы проходит в рамках процедуры оценки регулирующего воздействия, предусмотренной постановлением Правительства области от 1 июня 2022 года.

Суть предлагаемых изменений касается размещения торговых точек, где продают алкоголь. Законопроект предлагает установить запрет на розничную продажу спиртных напитков в стационарных объектах, расположенных в помещениях многоквартирных домов, которые были переведены из жилых в нежилые. Также ограничения затронут магазины, находящиеся в подвальных, цокольных и подземных этажах жилых зданий. Ещё одно условие касается организации доставки товара: если в торговом объекте отсутствует отдельный вход для погрузки и разгрузки алкогольной продукции, не совмещённый с входом для покупателей, продажа алкоголя в такой точке также может быть ограничена.

Важно отметить, что новые правила планируется применять не повсеместно, а только на территориях муниципальных образований, где численность населения составляет не менее 10 тысяч человек. В небольших населённых пунктах действующий порядок продажи алкоголя сохранится.

Полный текст законопроекта размещён на официальном сайте министерства сельского хозяйства Магаданской области. Все желающие могут ознакомиться с документом и направить свои предложения до 6 мая 2026 года.

Обращения принимаются по адресу: город Магадан, улица Пролетарская, дом 14, кабинет 129, а также в электронном виде на адрес электронной почты министерства. Все поступившие замечания и предложения будут рассмотрены в установленном порядке при доработке документа. (INFOline, ИА (по материалам Администрации Магаданской области) 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В Севастополе ужесточили правила продажи спиртного.

Власти Севастополя ограничили продажу алкоголя в жилых домах. Об этом "Ъ" сообщили в правительстве города-героя. По информации чиновников, 30 марта вступил в силу региональный закон, ужесточающий реализацию алкогольной продукции в торговых точках, которые расположены в жилых домах.

Согласно документу, теперь в регионе нельзя продавать спиртное с 22:00 до 10:00. Помимо этого, заведения, занимающиеся продажей алкоголя, обязаны иметь соответствующую лицензию и отдельный вход в помещение. Его площадь не должна быть менее 50 кв. м, а также иметь не менее 30 посадочных мест. Обслуживающий персонал в таких точках должен работать в брендированной форме.

Также городские власти усиливают контроль за размещением точек продажи алкоголя рядом со школами, больницами, спортивными объектами и другими социальными учреждениями. До конца мая правительство города определит границы территорий, где продажа алкоголя будет запрещена полностью.

С 2025 года власти нескольких российских регионов вводят ограничения на торговлю спиртным под лозунгами борьбы с "наливайками", расположенными в многоквартирных домах или возле них, которые, в отличие от ритейлеров, могут продавать алкоголь в ночное время. Соответствующий федеральный закон, расширивший полномочия регионов в борьбе с такими заведениями, был принят в феврале 2024 года. (Коммерсантъ 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Чукотским селам урезали время продажи алкоголя до трех дней в неделю.

В семи населённых пунктах на Чукотке ограничили время продажи алкоголя. Депутаты приняли закон сразу во втором и третьем чтениях. В селах Снежное, Чуванское Анадырского округа и Биллингс в округе Певек запретили продавать спиртное с понедельника по четверг включительно. Запрет не коснулся лишь общепита.

В селах Алькатваам, Канчалан, Усть-Белая и Омолон разрешенное время продажи алкоголя в ограничили 2-4 часами ежедневно, за исключением предпраздничных и выходных дней.

На всей территории округа нельзя продавать спиртное во Всемирный день здоровья (7 апреля), в Международный день защиты детей (1 июня), День молодежи (27 июня), День семьи, любви и верности (8 июля), Международный день коренных народов мира (9 августа) и День знаний (1 сентября). (PROFIBEER 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В Магаданской области планируют запретить продажу алкоголя в жилых домах.

В Магаданской области разработали законопроект, призванный запретить продажу алкоголя в жилых домах — в помещениях бывших квартир, а также в подвальных, цокольных и подземных этажах. Ограничение будет распространяться на города и поселки с населением от 10 тысяч человек.



Законопроект вводит еще одно требование к точкам продаж спиртного — отдельный вход для погрузки и разгрузки продукции, не совмещенный с входом для посетителей.

Как сообщает пресс-служба Магаданской области, все желающие могут направлять свои предложения по законопроекту до 6 мая 2026 года. Сделать это можно по электронной почте Министерства сельского хозяйства региона или явившись лично по адресу: г. Магадан, ул. Пролетарская, д. 14, каб. 129. (PROFIBEER 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В Орловской области сократилось количество действующих лицензий на розничную продажу алкогольной продукции за 2025 год.

Об этом стало известно в ходе аппаратного совещания в администрации Орловской области, которое сегодня провел Губернатор Андрей Клычков.

Один из вопросов повестки дня касался итогов работы в сфере лицензирования розничной продажи алкогольной продукции.

Губернатор Андрей Клычков отметил, что в прошлом году сумма поступлений в областной бюджет за предоставление данной государственной услуги составила 21,5 млн рублей.

"Приоритетным направлением остается реализация профилактических и иных мер совместно с сотрудниками правоохранительных органов в отношении предприятий розничного сегмента. В том числе с учетом установленного нами ограничения по времени продажи алкогольной продукции в объектах общепита, расположенных в многоквартирных домах", – сказал Андрей Клычков.

По информации Департамента промышленности и торговли Орловской области, количество действующих лицензий на розничную продажу алкогольной продукции за 2025 год по сравнению с 2024 годом сократилось на 5,4% - с 223 до 211 лицензий.

Численность обособленных подразделений лицензиатов за год сократилась на 5,7% (с 1 433 до 1 352). Это объясняется многолетним трендом на укрупнение участников регионального алкогольного рынка.

На конец 2025 года розничный сегмент регионального алкогольного рынка представлен 1 180 магазинами и 172 объектами общественного питания. Всего лицензируемый вид деятельности осуществляют 198 организаций, их количество за год сократилось на 4%.

В рамках регионального государственного контроля за прошедший год сотрудники Департамента провели 482 профилактических мероприятия, в том числе проведено 316 консультаций и объявлено 166 предостережений. Проведено также 144 контрольных мероприятия, включая 44 выездных обследования, 99 наблюдений за соблюдением обязательных требований и одну контрольную закупку.

С 1 сентября 2024 года в Орловской области для обеспечения тишины и покоя граждан установлено ограничение времени розничной продажи алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания с 21 часа до 10 часов по местному времени в объектах общественного питания (за исключением ресторанов), расположенных в многоквартирных домах или на прилегающих к ним территориях.

В Департамент продолжают поступать обращения граждан по фактам нарушения отдельными объектами общепита указанных ограничений.

Наиболее эффективным и результативным методом борьбы с нарушителями остается работа, которую проводят сотрудники полиции, когда в ходе проведенных рейдов с привлечением общественно активных граждан выполняются проверочные закупки алкогольной продукции. За 2025 год полицейские составили девять протоколов на индивидуальных предпринимателей и 53 протокола – на продавцов. Суды, как правило, накладывают штрафы в размере от 20 000 до 40 000 рублей на ИП и от 1 500 до 2 000 рублей – на продавцов. (Администрация Орловской области 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Зарубежные новости рынка напитков

ДРА: в Германии могут запретить употребление алкоголя 14-летним подросткам.

По действующему законодательству, употреблять пиво, вино или коктейли на их основе в присутствии родителей или других опекунов можно с 14-15 лет

Правительство Германии планирует запретить употребление алкогольных напитков подросткам в возрасте 14-15 лет. Об этом сообщило агентство DPA.

По действующему законодательству, употребление спиртных напитков в Германии разрешено с 16 лет. При этом подростки 14-15 лет могут употреблять пиво, вино или коктейли на их основе в присутствии родителей или других опекунов. Министр по делам семьи Германии Карин Прин планирует отменить эту норму, которая была узаконена в ФРГ в 1952 году.

Министр критиковала такую практику еще в прошлом году, указывая на опасность развития зависимости у несовершеннолетних. Она подготовила законопроект, направленный на защиту прав детей и подростков. В нем отмечается, что действующее законодательство "ослабляет меры по защите молодежи от опасности злоупотребления алкоголем и таким образом противоречит целям федерального правительства в политике по борьбе с зависимостями".

"Нормы Закона о защите молодежи, которые делают возможным для подростков 14-15 лет покупать и потреблять алкогольные напитки в присутствии опекуна, будут отменены", - говорится в законопроекте.

Ожидается, что министерство обсудит документ с представителями заинтересованных общественных групп. Далее законопроект должен будет одобрить кабмин, после чего парламент проведет дебаты и проголосует по нему. Пока не ясно, когда все эти стадии могут быть пройдены, а изменения вступят в силу. (ТАСС 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В Таиланде ввели тесты на трезвость для покупки алкоголя.

В Таиланде с 28 марта вступили в силу новые правила продажи алкоголя в магазинах и барах. Покупателям нужно будет пройти проверку на опьянение. Соответствующий документ Департамента по контролю заболеваний Минздрава Таиланда опубликован в Royal Government Gazette.

Для желающих купить алкоголь ввели три теста:

- коснуться кончика носа с закрытыми глазами (промах более чем на 1 см будет свидетельствовать об опьянении);
- пройти десять шагов по прямой, развернуться и повторить путь (признаком опьянения будет, если покупатель выйдет за черту, остановится или использует руки для поддержания равновесия);
- постоять 30 сек на одной ноге, подняв вторую не ниже чем на 15 см от пола (тест провален, если покупатель совершит минимум две ошибки: опустит ногу раньше времени, использует руки, потеряет равновесие, встанет на цыпочки).

В декабре 2025 года в Таиланде отменили запрет на продажу алкогольных напитков в обеденное время, действовавший более полувека. Правительство разрешило реализацию алкоголя с 14:00 до 17:00. По оценкам ресторанного бизнеса, благодаря смягчению правил доходы заведений могут вырасти минимум на 20%. (Коммерсантъ 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



РЫНОК ПИВА

Общие новости рынка пива

Популярность "пенного" из Китая у россиян выросла почти на 70%.

Россияне стали все чаще отдавать предпочтение пиву и пивным напиткам из Китая. По данным системы маркировки "Честный знак", если за январь-февраль 2025 года жители страны выпили 3,2 млн л китайского "пенного", то за те же месяцы 2026-го - на 69% больше, 5,4 млн л. В денежном выражении продажи выросли на 74%. 99,5% от объема реализованного продукта в этом, как и прошлым году, пришлось на пиво крепостью от 3 до 6%.

Лидером китайского пивного сегмента в нашей стране, как показывают данные "Честного знака", является марка Harbin. В январе-феврале этого года россияне выпили 2 млн л пенного этого бренда (+45% к тем же месяцам 2025-го). Ближайший конкурент - Tsingtao с 920 тыс. л и ростом в 2,5 раза в сравнении с первыми двумя месяцами прошлого года.

На третьем месте - пиво марки Cheerday (748 тыс. л; +35%). Четвертое место многих удивит - его заняла Corona (625 тыс. л; рост в 2,5 раза). Речь про известное пиво родом из Мексики, но произведенное именно в Китае (напиток зачастую описывается как более мягкий в сравнении с заморской версией). Замыкает пятерку пиво Xiaoha с проданными 220 тыс. л (+8% к январю-февралю 2025-го).

Год к году больше чем в два раза выросло и потребление в сегменте прочих напитков крепостью менее 7% - в их числе сидр и медовуха: если в январе-феврале 2025-го жители России выпили 76 тыс. л, то в те же месяцы 2026-го - 162 тыс. л.

Наибольшим спросом китайское пиво и другие слабоалкогольные напитки пользуются в Чукотском автономном округе. За первые два месяца этого года их потребление на 1 тыс. жителей региона достигло 1,5 тыс. л. На втором месте - Приморский край с 729 л на 1 тыс. человек. В Хабаровском крае тот же показатель чуть скромнее - 672 л. В пятерку субъектов - "пивных синофилов" вошли также Сахалинская область (669 л) и Камчатский край (555 л).

Дороже всего пиво и пивные напитки из Поднебесной обойдутся жителям Чечни (606 руб. за л), Ненецкого автономного округа (563 руб.), Севастополя (552 руб.), Крыма (543 руб.) и Татарстана (499 руб.). Выгоднее всего такая покупка будет в Еврейской автономной области (274 руб.), Приморском крае (290 руб.), Брянской области (292 руб.), Хабаровском крае (315 руб.) и Амурской области (319 руб.) ([Ритейл.ру](#) 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Почему безалкогольное пиво становится трендом в России. "Коммерсантъ". 31 марта 2026

Популярность напитков без градуса в России растет

Рост популярности активного образа жизни, тренд на осознанное потребление и развитие технологий производства с каждым годом делают все более популярными такие напитки, как безалкогольное пиво. Продажи в этой категории растут более чем на 10% в год, и такая динамика сохранится за счет отсутствия ограничений по времени продаж и возрасту, а также в результате расширения ассортимента в ритейле и ресторанах, считают эксперты.

Сегодня в России наблюдается глобальная трансформация культуры потребления напитков в сторону снижения градуса и роста безалкогольных альтернатив, сообщили "Ъ-Review" в агентстве Infoline. Так, рынок безалкогольного пива в стране в 2025 году был одним из самых динамично развивающихся сегментов напитков. По данным аналитического агентства "Нильсен", с января по июль 2025 года продажи этой продукции выросли на 7,4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В 2024 году этот сегмент увеличился на 12%.

Также стабильно растут показатели экспорта безалкогольного пива за рубеж. В 2025 году экспортные поставки выросли на 17%, до 13 тыс. тонн. Крупнейшими потребителями российской продукции стали Белоруссия, Казахстан, Иран, ОАЭ и Узбекистан.

Факторы роста

В развитых странах безалкогольное пиво уже стало массовой категорией с двузначными темпами роста и значительной долей рынка. В России выпуск безалкогольного пива стартовал в самом начале XXI века. В 2001 году первой в стране его начала производить пивоваренная компания "Балтика". В ее рецептуре используется специальный штамм дрожжей, который позволяет повторить полный цикл производства, используемый для алкогольного пива.

Пока безалкогольный сегмент пива в России находится на более ранней стадии развития и остается нишевым (его доля составляет 3-4% от общего объема производства), но динамика интереса потребителей и расширение ассортимента свидетельствуют о постепенном сближении с глобальными тенденциями, отмечают в Infoline "Ъ-Review". Эксперты уверены, что этот тренд сохранится и в отдаленной перспективе. Ключевые факторы изменения парадигмы потребления — смена поколений, рост осознанности потребления, тренд на активный образ жизни.



С советских времен и до недавнего времени пивоваренная отрасль называлась пивобезалкогольной промышленностью. Она объединяла производителей пива, кваса, минеральных вод и безалкогольных напитков. Ведь до 2011 года любое пиво в России не являлось алкоголем, а относилось к категории пищевых продуктов (безалкогольных или с низким содержанием спирта). После были приняты поправки к законодательству, приравнявшие пиво крепостью более 0,5% к алкогольной продукции.

Дополнительную роль в развитии сектора пива без спирта играет популярная среди зумеров и миллениалов практика zebra striping, когда во время мероприятий чередуют алкогольные и безалкогольные напитки для контроля уровня потребления алкоголя, говорят в Infoline.

Гендиректор коммуникационного агентства Grand Media Service, председатель digital-комитета АКАР СЗ Андрей Волков отмечает, что отношение потребителей к безалкогольному пиву изменилось радикально: из напитка "для тех, кому нельзя", оно превратилось в осознанный выбор "для тех, кто ценит качество жизни". По его словам, раньше заказ "нулевки" в баре воспринимался как признак болезни, кодировки или досадной необходимости ("я за рулем"). Сегодня это признак высокого самоконтроля и осознанности. "В молодежной среде (поколение Z) не пить алкоголь — это модно и социально одобряемо", — отмечает эксперт.

В Infoline добавляют, что безалкогольное пиво перестает восприниматься как "компромиссный" вариант и все чаще рассматривается как самостоятельная категория напитков.

Ведущие производители активно вкладываются в оборудование, запуск линий, а также в разработку и выпуск новых линеек безалкогольной продукции, указывали аналитики.

По данным Infoline, в 2025 году доля новинок среди безалкогольных альтернатив в категории "пиво и пивные напитки", выпущенных крупнейшими производителями, составила около 15%. Крупные компании активно выводят продукты с содержанием алкоголя 0%, включая классические и ароматизированные варианты.

Сегмент вкусовых напитков становится одним из наиболее востребованных у потребителей. Эксперты оценивают долю вкусового пива более чем в 7% от общих объемов продаж. За 2021–2024 годы продажи таких напитков подскочили на 59%.

По данным "Нильсен", цитрусовые, ягодные и мультифруктовые варианты стали лидерами потребления в этой категории. "Такой ассортимент способен конкурировать с лимонадами, газированными напитками и квасом, расширяя сценарии потребления", — считают в Infoline.

Немаловажную роль в развитии индустрии безалкогольного пива играет повсеместное расширение электронной коммерции. Такие напитки можно купить на маркетплейсах или в доставке сетевого магазина в любое время суток, в то время как продажи алкогольной продукции в России ограничены временными интервалами и ночью она недоступна. Рост спроса подтверждают сами торговые площадки. В Ozon "Ъ-Review" сообщили, что в 2025 году продажи безалкогольного пива выросли на маркетплейсе в 2,6 раза.

Рынок безалкогольного пива становится все более привлекательным для ритейла благодаря своей устойчивой динамике, высокой маржинальности и расширению целевой аудитории, включая водителей, спортсменов и потребителей, придерживающихся ЗОЖ. Безалкогольное пиво очень выгодно ритейлу по нескольким причинам — высокая маржинальность, отсутствие ограничений по времени продаж и возрасту, а также создание "якорного" товара для осознанных потребителей, считает Андрей Волков. "Если у магазина широкая линейка безалкогольного крафта, он притягивает платежеспособную аудиторию 25–40 лет, которая заодно покупает дорогие закуски, сыры и суперфуды", — говорит он.

Ресторанам и барам безалкогольное пиво позволяет увеличивать средний чек без роста алкогольной нагрузки и удовлетворять спрос на умеренное потребление, указывают эксперты.

Без вреда здоровью

Рост интереса к безалкогольному пиву в России в "Нильсен" связывают с тем, что его все чаще выбирают люди, ведущие активный образ жизни и стремящиеся сохранять привычные вкусовые предпочтения в ситуациях, где необходима максимальная концентрация: на работе, во время спортивных занятий или важных мероприятий.

Эксперты подтверждают, что многие мифы, касающиеся безалкогольного пива, не соответствуют действительности. Например, стереотип о его ненатуральном происхождении.

"Современные технологии производства (специальные штаммы дрожжей, мембранная фильтрация, вакуумная дистилляция) позволяют варить настоящее пиво из традиционных ингредиентов (солод, хмель, вода, дрожжи)", — поясняет заведующая клиникой факультетской терапии СПбГМУ им. И. П. Павлова Римма Голикова.

В свою очередь, Андрей Волков указывает, что безалкогольное пиво начинает восприниматься как полезный для здоровья продукт. Например, в Европе, особенно в Германии, пшеничные сорта позиционируются как спортивный напиток. "Потребители начали воспринимать его как здоровую альтернативу газировкам: в нем меньше сахара, есть витамины группы В и антиоксиданты", — говорит эксперт.

Но госпожа Голикова подчеркивает, что безалкогольное пиво может быть частью здорового питания, если не превышать разумный объем (одна-две порции в день) и учитывать его углеводный состав. Например, при диабете или строгой низкоуглеводной диете нужно выбирать сорта с пометкой Low Carb или Lite.

Такого же мнения придерживается доцент Президентской академии в Санкт-Петербурге, руководитель клуба профессионалов алкогольного рынка Максим Черниговский: "Если говорить строго, здоровому образу жизни



соответствует не сам ярлык "безалкогольное", а общий профиль потребления. Безалкогольное пиво можно рассматривать как более мягкую альтернативу алкогольному".

С учетом кардинальных изменений потребительского поведения эксперты уверены в сохранении положительного тренда в сегменте безалкогольного пива. Как отмечает Максим Черниговский, при этом рост продолжится не за счет огромных абсолютных объемов, а за счет расширения аудитории и увеличения ассортимента. (Коммерсантъ 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Трезвый взгляд на традиции: как пиво стало безалкогольным, но сохранило вкус. "Ведомости". 31 марта 2026

Что нужно знать о безалкогольном пиве и технологиях его производства

Пиво известно с древнейших времен: еще в летописях Шумера и Египта времен фараонов есть упоминания о нем. Но напиток тех времен сильно отличался от современных образцов, зачастую напоминая даже не жидкость, а питательную похлебку с обильным осадком. "Если бы современный человек попробовал то прото-пиво, которое производилось даже 200-300 лет назад, не говоря уже о более глубокой древности, то ничего общего с привычным нам напитком он бы, скорее всего, не почувствовал - разве что оттенки ароматов хмеля", - рассказывает пивной блогер, автор канала "Просто про пиво" Александр Савицкий. Сохранение алкоголя в нем было небольшим, он был важен прежде всего с точки зрения сроков хранения и обеззараживания продукта, отмечает эксперт.

"Мы часто читаем в СМИ "шокирующие факты" о том, что строителям пирамид или солдатам Наполеона выдавали пять литров пива в день, - иронизирует один из популярных российских пивных блогеров Александр Иджен. - Как правило, комментарии к подобному рода заметкам сводятся к воздыханиям из серии "вот жили же люди". Но если бы строители или солдаты получали по пять литров напитка, аналогичного современному, сомнительно, что пирамиды были бы построены, а армия Наполеона вообще сдвинулась с места, отмечает он. Пиво, которое варили тысячи лет назад, поясняет эксперт, было сродни квасу - с содержанием алкоголя 1-1,5%.

Правда, по его словам, скорее всего, были и относительно крепкие сорта пива. Не так давно, рассказывает Иджен, израильские ученые совместно с пивоварами сбродили пиво с дрожжами, обнаруженными при раскопках древнего поселения. Получилось 4,7% алкоголя, но следует учитывать, что солод был современным, что очень важно, и оборудование тоже. "Возможно "крепкие" сорта пива того времени были около 2,5-3% алкоголя, это явно был напиток не для постоянного употребления", - резюмирует Иджен. В Европе, в частности в Бельгии, до сих пор распространено "таффельбир" - столовое пиво, рассказывает эксперт. "Продается оно в литровых пластиковых бутылках, содержит от одного до 2% алкоголя и на вкус действительно очень похоже на квас. До недавнего времени его даже продавали в школьных столовых", - добавляет он.

Питательная среда

Интерес древнего человечества к пиву вполне понятен прежде всего потому, что этот напиток содержит натуральный ингредиент для сохранения свежести, рассказывают опрошенные "Ведомости. Научкой" эксперты. Это гарантирует, что пища безопасна, а также увеличивает ее срок хранения. Но современный мир не таков, отмечают они: качественное сырье и высокотехнологичное производство позволяют упаковывать напиток в стерильных условиях, создавая режим и среду для длительного хранения. Но и в этих условиях пиво продолжает оставаться популярным продуктом. По словам экспертов, одна из причин устойчивой популярности пива - его насыщенный микроэлементный состав. В напитке содержатся калий, магний, кальций, фосфор, цинк, железо и медь. Калий, который присутствует в наибольшем количестве, поддерживает нормальное артериальное давление и работу сердца. Такие данные приводит исследование, вышедшее в журнале Food Chemistry в 2015 г. Магний, как поясняют специалисты, участвует в работе огромного числа ферментных систем - более трехсот. От него зависят синтез белков, состояние костной ткани, уровень глюкозы в крови, а также тонус сосудов и работа нервной системы. Кальций и фосфор содержатся в пиве в растворимой форме и необходимы для крепости костей, что делает напиток неплохим дополнением к повседневному рациону. Цинк, в свою очередь, важен для иммунитета и метаболизма.

При этом полезные качества пива сохраняются и при отсутствии в напитке алкоголя, отмечают специалисты. "Если говорить о некоторых полезных для организма веществах, которые обычно упоминают в связи с пивом, например полифенолах, то и в безалкогольном пиве они сохраняются", - рассказывает заместитель директора Всероссийского научно-исследовательского института пивоваренной, безалкогольной и винодельческой промышленности Константин Кобелев.

При этом, по мнению экспертов, сегодня говорить о безалкогольном пиве как о полноценном диетическом продукте преждевременно - доказательная база еще формируется. "В составе безалкогольного пива есть пищевые волокна (?-глюкан, арабиноксилан, манноза), полифенолы и флавоноиды, которые могут питать полезную микробиоту и стимулировать выработку короткоцепочечных жирных кислот, а одно из исследований показало улучшение метаболизма глюкозы после 30 дней ежедневного употребления", - рассказывает врач, клинический нутрициолог сервиса Novabiom Дарья Русанова. Ароматические метаболиты полифенолов, по ее словам, подавляют рост условно-патогенных бактерий Clostridium perfringens и Clostridium difficile. Флавоноиды в пиве, поясняет эксперт, помогают росту пробиотиков Lactobacillus и Bifidobacterium и могут снижать концентрацию С-



реактивного белка в плазме. *Lactobacillus fermentum* T1U19 из пива может подавлять активность устойчивых к нескольким препаратам бактерий *E. coli* и *E. faecalis* благодаря способности разрушать их биопленку. "E. coli и E. faecalis часто провоцируют инфекции мочевыводящих путей и сложно поддаются лечению как раз из-за биопленки, которая защищает их от действия иммунной системы и противомикробного лечения", - предостерегает Русанова. Ее коллега, эксперт по разработке и производству нутрицевтиков Novabiom, инженер-биотехнолог, нутрициолог Юлия Муратшина, считает, что "пиво - это вкусный и интересный напиток", но при выборе между алкогольным и безалкогольным вариантом рациональнее отдать предпочтение последнему. Главное - соблюдать меру, советует эксперт: придерживаться безопасной нормы (до 300-400 мл в день) и не пить его часто", - считает Муратшина.

Производственный процесс

Существует несколько методов производства безалкогольного пива, рассказывает Идзон. Первый - мембранная фильтрация: обычное пиво прогоняют через специальный фильтр типа осмоса (жидкость проходит через полупроницаемую мембрану, разделяя вещества. - "Ведомости. Наука") и таким образом удаляют алкоголь. Но такая установка стоит очень дорого, поэтому данная технология встречается достаточно редко. Второй - прерванное брожение. Работа дрожжей останавливается охлаждением в самом начале, затем пиво пастеризуется. До недавнего времени это был самый популярный способ, отмечает Идзон, хотя вкус напитка при данной процедуре получается слегка сладковатым. Третий - выпаривание, когда алкоголь удаляется в ходе нагревания. Сейчас он почти не применяется, поскольку сильно изменяет вкус конечного продукта. И, наконец, наиболее популярный на данный момент метод, по словам Иджона, - специальные дрожжи, которые не сбраживают мальтозу и мальтотриозу (основные сахара в пивном сусле). Таким образом, пиво бродит всего до 0,5-1% алкоголя.

Для производства безалкогольного пива используются особые дрожжи, которые в отличие от обычных почти не вырабатывают алкоголь, но при этом благодаря использованию натуральных ингредиентов и традиционных технологических процессов удается сварить столь же насыщенное вкусом и ароматом безалкогольное пиво, как и содержащее алкоголь, рассказали "Ведомости. Наука" в пивоваренной компании "Балтика": весь цикл брожения повторяется полностью, что позволяет получить продукт с богатым вкусом без содержания этанола.

Особое внимание при этом уделяется системам контроля качества, отмечают эксперты. Есть ГОСТы на безалкогольное пиво, в них четко отражены требования к качеству напитка, в том числе к таким показателям, как пенистость и пеностойкость - то есть высота пены и время, в течение которого она держится, рассказывает Кобелев. При этом, по его словам, минимальные требования к таким показателям для безалкогольного пива ниже, чем для алкогольного, что не свидетельствует о потере качества.

Существенных отличий в контроле качества при производстве продуктов питания или напитков нет, так как это все пищевая продукция, говорит директор Центра компетенций в области пищевой безопасности Роскачества Елена Спеценко. По ее словам, везде существует входной контроль сырья и расходных материалов, соблюдение технологии, но в каждой отрасли есть свои особенности: лабораторные показатели, виды упаковки, применение разных технологических решений и так далее.

"Все пиво больших пивоварен является качественным, в том числе безалкогольное. Контроль качества на больших заводах очень серьезный", - считает Идзон.

Правила потребления

Говоря о том, как рядовому потребителю оценить качество безалкогольного пива, Спеценко советует в первую очередь обращать внимание на условия хранения, этикетку и срок годности продукции. "При вскрытии продукция должна соответствовать характеристикам данного продукта, то есть напиток должен быть в меру прозрачным, цвет должен соответствовать заявленному сорту, без мути, осадка, неприятного запаха", - говорит она.

"У качества есть определенные измеряемые параметры, большинство из которых обычному потребителю ничего не скажут, - поясняет Савицкий. - Но если совсем упростить, то можно считать, что если безалкогольное пиво не из фруктовых сортов не пахнет чем-то посторонним, то с ним все в порядке". Также он отмечает, что безалкогольные сорта выпускаются в основном крупными пивоваренными компаниями, поэтому "за качество там особо переживать не стоит".

Кроме того, эксперты не считают употребление безалкогольного пива в умеренных количествах вредным. "Разделение на пиво и квас весьма условно, - рассуждает Идзон. - Когда раздаются возгласы, что безалкогольное пиво вредно, как и алкогольное, задаю вопрос: а квас? В чем разница? При том что по российскому ГОСТу в безалкогольном пиве допускается не более 0,5% алкоголя, а в квасе - до 1,2%". По его словам, отличие только в отсутствии в традиционном квасе хмеля. "Безалкогольное пиво куда как полезнее сладкой газировки. В нем почти нет сахара, но есть ряд витаминов и микроэлементов, полезных для человека", - резюмирует он. (Ведомости 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости холдинга Пивоварни Бочкарев

Пивоварни Бочкарев представляют новинку Black Sheep Pub Lager.

Пивоварни Бочкарев выводят на рынок новый лагер от легендарного Black Sheep — Black Sheep Pub Lager.

Это пиво с характером: мягкий лавинный эффект при наливе, кремовая пена, насыщенный вкус и долгое бархатистое послевкусие со сливочными оттенками создают ощущение по-настоящему премиального пива.

В основе Black Sheep Pub Lager — тщательно подобранный состав: карамельный и жженный солод придают пиву глубину, насыщенный вкус и выразительный цвет, а три вида хмеля — Magnum, Auroga и Saaz — балансируют хмелевую горчинку и аромат.

Black Sheep — это линейка премиальных специалитетов Пивоварен Бочкарев, родившаяся в атмосфере пабов благодаря пивоварам-энтузиастам, которые решили бросить вызов стандартам масс-маркета. Название Black Sheep переводится как "белая ворона" — дерзкий аутсайдер, играющий по своим правилам и поддерживающий тех, кто выбирает пиво, а не стереотипы.

Black Sheep Pub Lager — идеальный спутник для неформальных встреч и гастрономических экспериментов. Он гармонирует с нежным мясом птицы, морепродуктами и легкими салатами, раскрывая новые вкусовые горизонты и подчеркивая тонкость сочетаний.

Black Sheep Pub Lager уже доступен в пабах и точках HoReCa — приглашаем попробовать лагер с лавинным эффектом от Пивоварен Бочкарев и Black Sheep.



Для справки: Название компании: *Объединенные Пивоварни – Холдинг, ООО (Пивоварни Бочкарев) (ИНН: 7802118578)* Телефоны: +78123268585; +74956209282; +7(800)2345121; +7(800)5009851 Факсы: +7(812)3268588 E-Mail: sales.operations.russia@unitedbrew.com; ca.russia@unitedbrew.com; purchasing.russia@unitedbrew.com Web: <https://unitedbrew.com> Руководитель: *Костыгова Ксения, исполняющей обязанности генерального директора (По материалам компании 02.04.26)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости Пивоваренной компании Балтика

"Балтика" показала существенный рост чистой прибыли по итогам 2025 года.

Пивоваренная компания "Балтика" подвела итоги 2025 года. Основные финансовые показатели компании продемонстрировали уверенный рост: чистая прибыль достигла 13,9 млрд рублей, инвестиции в развитие составили более 10 млрд рублей, прибыль от продаж увеличилась в 4 раза по сравнению с 2024 годом.



В 2025 году компания "Балтика" завершила обновление портфельной стратегии усовершенствовав не только упаковку продукции, но и возродив исторические рецептуры. Часть брендов была выведена в новый ценовой сегмент.

Ключевой бренд компании - "Балтика" - при репозиционировании в премиум сегмент, - уверенно занимает первую позицию на рынке и в портфеле. Наибольший рост объема продаж продемонстрировали бренды компании: Krone Blanche Biere - 120%, Greenbeat – 36,5% и Tony's Garret – 19,5%. Прирост на 18% показало экспортное направление в категории "пиво". Локальные бренды выросли на 62%. Объемы продаж в категории "вода", благодаря перезапуску бренда "Хрустальная", демонстрируют уверенный рост.

Объем налогов, выплаченных компанией "Балтика" в региональные и федеральный бюджеты, вырос в сравнении с предыдущим периодом на 3%: по итогам 2025 года компания перечислила около 90 млрд рублей налоговых выплат, из них более 60 млрд рублей – акциз.

"В 2025 году компания "Балтика" продемонстрировала рост основных показателей и, несмотря на макроэкономические факторы и ограничения, мы развиваемся и совершенствуем портфельную стратегию, исходя из запросов наших потребителей. Мы продолжим инвестировать в технологии, оборудование и сельское хозяйство, поскольку понимаем, что наши результаты напрямую влияют на развитие экономики страны, где пивобезалкогольная отрасль составляет около 2% ВВП", – комментирует результаты Дмитрий Визир, генеральный директор компании "Балтика".

Для справки: Название компании: *Пивоваренная компания Балтика, ООО (ИНН 7802849641)* Адрес: 194292, Россия, Санкт-Петербург, 6-й Верхний переулок, д. 3 Телефоны: +78003333303 E-Mail: post@baltika.com; ru_pr@baltika.com Web: <http://corporate.baltika.ru> Руководитель: Визир Дмитрий Михайлович, генеральный директор (По материалам компании 01.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости пивоваренных компаний

"Томский бочковой" - вкус детства!

До сегодняшнего дня квас "Томский бочковой" продавался только "в розлив". Растущий спрос и высокие оценки как экспертов, так и обычных потребителей побудили специалистов "Томского пива" организовать выпуск тарированного кваса в преддверии весенне-летнего сезона 2026г.

"Томский бочковой" приготовлен по традиционным рецептурам советского периода, сохранив натуральный состав и уникальный вкус знакомого нам с детства русского напитка! Использование высококачественных ингредиентов, и строгий контроль качества позволяют каждому почувствовать тот самый вкус детства!

Генеральный директор ОАО "Томское пиво" Галина Кляйн: "Пусть ваше лето станет ярче, благодаря новому напитку от ОАО "Томское пиво". Наслаждайтесь настоящим вкусом того самого кваса!"

Покупайте "Томский бочковой" в магазинах России!



Для справки: Название компании: *Томское Пиво, ОАО (Торговые сети Krugerhaus, Крюгер Хаус; ИНН: 7018011045)* Адрес: *634028, Россия, Томская область, Томск, Московский Тракт, 46* Телефоны: *+73822423835* Факсы: *+7(3822)423835* E-Mail: office@beer.tomsknet.ru Web: <http://tomskbeer.ru> Руководитель: *Кляйн Галина Ивановна, генеральный директор* (По материалам компании 18.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Встречайте – "Томское. 1876"!

В год 150-летия со дня основания ОАО "Томское пиво" дан старт выпуску нового сорта пива "Томское.1876".

Полтора века назад, в 1876г., прусский подданный Карл Крюгер заложил первый камень в основание Томского пиво-медоваренного завода, сейчас известного всем ценителям пенного напитка, как ОАО "Томское пиво".

В честь этого события нашими пивоварами был создан особенный сорт – "Томское.1876".

Пиво со вкусом нашей истории. Первый розлив состоялся 20 марта 2026г. И теперь "Томское.1876" доступно покупателям на всей территории России. Аромат нового сорта яркий, многослойный. Благодаря трем сортам хмеля раскрывается ягодно-цитрусовыми и цветочными нотами. А вкус мягкий, с приятной зерновой сладинкой и благородной горчинкой.

Генеральный директор ОАО "Томское пиво" Галина Кляйн: "Пиво "Томское. 1876" сварено с большой любовью и от чистого сердца, с большим уважением к нашей истории и традициям пивоварения!"





Для справки: Название компании: *Томское Пиво, ОАО (Торговые сети Krugerhaus, Крюгер Хаус; ИНН: 7018011045)* Адрес: *634028, Россия, Томская область, Томск, Московский Тракт, 46* Телефоны: +73822423835 Факсы: +7(3822)423835 E-Mail: office@beer.tomsknet.ru Web: <http://tomskbeer.ru> Руководитель: *Кляйн Галина Ивановна, генеральный директор* (По материалам компании 20.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Крюгер1876. Честная традиция" - с уважением к основателю завода.

24 марта 2026, в год 150-летия ОАО "Томское пиво", состоялся первый розлив нового пива "Крюгер 1876. Честная традиция"

Полтора века назад, в 1876 году, прусский пивовар Карл Крюгер заложил первый камень в основание Томского пиво-медоваренного завода. Фамилия Крюгер стала символом качества и честного подхода к пивоварению, которых неукоснительно придерживаются пивовары ОАО "Томское пиво" спустя 150 лет.

"Крюгер 1876. Честная традиция" — юбилейное пиво, сваренное по классическим стандартам. В его основе — 100% светлый ячменный солод, три сорта хмеля (горький, ароматный, тонкоароматный) и специально подготовленная вода. Никаких заменителей солода, никаких консервантов — только натуральные ингредиенты, как и 150 лет назад.

"Крюгер 1876. Честная традиция" — светлое фильтрованное пиво. Оно отличается мягким, сбалансированным вкусом: приятная солодовая сладость сменяется благородной хмелевой горчинкой. Аромат чистый, с цитрусовыми нотами и легким травянистым оттенком. Плотная белоснежная пена и светло-соломенный цвет подчеркивают высокое качество напитка.

Пиво "Крюгер 1876. Честная традиция" уже доступно в точках продаж розливного пива.

Для справки: Название компании: *Томское Пиво, ОАО (Торговые сети Krugerhaus, Крюгер Хаус; ИНН: 7018011045)* Адрес: *634028, Россия, Томская область, Томск, Московский Тракт, 46* Телефоны: +73822423835 Факсы: +7(3822)423835 E-Mail: office@beer.tomsknet.ru Web: <http://tomskbeer.ru> Руководитель: *Кляйн Галина Ивановна, генеральный директор* (По материалам компании 31.03.26)



[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Новинка - Васька & Волчок Strong Ale.

Рады представить новый сорт - Strong Ale от дружеского проекта "Васька & Волчок", настоящая бельгийская классика со смелыми решениями. Сорт, который родился на пивоварне с особым трепетом и вниманием к деталям.

За базу отвечает 100%-ный бельгийский солод, чтобы вкус был максимально аутентичным и глубоким. На сухом охмелении экспериментальный хмель HVC 1134 для формирования сложного и многослойного аромата с нотами розы и сосны. За фруктовость профиля отвечают австрийские дрожжи.

Получился мощный, ароматный и невероятно харизматичный бельгийский крепкий эль. Это идеальный баланс между пряными нотами и мягкой, но высокой градусностью.

Алк.: 8,5%

ЭНС 17%

IBU 30





Для справки: Название компании: *Василеостровская пивоварня, ООО* Адрес: 190103, Россия, Санкт-Петербург, ул. Курляндская, 8/2, лит. М Телефоны: +78126359995 E-Mail: info@vpspb.ru Web: <http://vpspb.ru> Руководитель: Кривонос Артем Борисович, генеральный директор (По материалам компании 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Юзберг Хеллес в новом дизайне.

29 марта разлили Юзберг Хеллес в банки с обновлённым дизайном: больше золота, блеска и яркости — всё, что подчёркивает этот немецкий стиль пива.

На каждой баночке вы можете прочитать чем замечателен этот сорт пива от "Суздальского пивовара": при варке Юзберг Хеллес используется мюнхенский солод и классическая немецкая рецептура.

Пробуйте первыми обновлённый Юзберг Хеллес в магазинах Бристоль, Магнит, Пятёрочка, Перекрёсток, Азбука Вкуса, Лента, Метро, КуулКлевер, Окей, Спар, Верный, Глобус, Ашан, Семишагофф, Мираторг.



Для справки: Название компании: *Суздальский Пивовар, ООО (Суздальская Пивоварня, ООО)* Адрес: 601278, Россия, Владимирская область, Суздальский район, село Чириково, ул. Луговая, 2А Телефоны: +7(492)2495148 E-Mail: info@suzdalbeer.ru Web: <https://suzdalbeer.ru> Руководитель: Бриман Даниил Михайлович, генеральный директор (По материалам компании 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"ЮЗБЕРГ ДУНКЕЛЬ" главное пиво России.

РОСГЛАВПИВО — ежегодный конкурс качества пива и пивоваренной продукции, проводимый при поддержке Правительства РФ, Минсельхоза, РАТК, РОСБИОТЕХ, ЦРПТ, АО "Росагролизинг" и АО "Росспиртпром".

В этом году на конкурс было представлено около 500 образцов от 165 производителей, а оценивали их более 50 независимых международных экспертов вслепую.

"ЮЗБЕРГ DUNKEL" получил золото в номинации "Выбор потребителя". Церемония награждения высших победителей конкурса состоялась 26 марта.





Поздравляем наших пивоваров и поклонников "Суздальского пивовара"!

Для справки: Название компании: Суздальский Пивовар, ООО (Суздальская Пивоварня, ООО) Адрес: 601278, Россия, Владимирская область, Суздальский район, село Чириково, ул. Луговая, 2А Телефоны: +7(492)2495148 E-Mail: info@suzdalbeer.ru Web: <https://suzdalbeer.ru> Руководитель: *Бриман Даниил Михайлович, генеральный директор* (По материалам компании 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

И.о. губернатора Курской области Александр Чепик осмотрел производственные мощности курской пивоваренной компании.

И.о. губернатора Курской области Александр Чепик осмотрел производственные мощности курской пивоваренной компании "Чешский Лев". Завод выпускает более 57 сортов пива и безалкогольных напитков, а также снековую продукцию: орехи, сухари, гренки.

Предприятие оснащено современным технологическим оборудованием. Александр Чепик побывал в варочном цехе, дрожжевом и бродинльно-лагерном отделениях, а также отделениях фильтрации и розлива. Специалисты предприятия подробно рассказали о процессах приготовления и охлаждения суслу, а также о полном цикле варки пива, которое изготавливается всего из четырех классических ингредиентов: воды, хмеля, солода и дрожжей.

Также Александр Чепик продегустировал безалкогольную продукцию компании – различные лимонады и яблочный шорли - натуральный сок прямого отжима, смешанный с газированной водой, без добавления сахара и консервантов.

"Профессиональный коллектив выпускает широкий ассортимент качественной продукции, а опытные технологи производства строго следят за процессом. В итоге к покупателям отправляется хороший качественный продукт, в котором можно не сомневаться", - отметил Александр Чепик.

На заводе есть специальные помещения - "Комната стойкости" и "Библиотека пива". В последней хранят по несколько бутылок продукции от каждой изготовленной партии — образцы остаются на предприятии до истечения срока годности. В "Комнате стойкости" представлены экземпляры, выпущенные с момента основания производства. Технологи отметили интересную особенность: с годами продукт окисляется, приобретая металлический привкус, но при этом остается прозрачным, что свидетельствует о высоком уровне производства.

Предприятие является участником программы "Промышленный туризм". Здесь организуют экскурсии по заводу, позволяющие гостям узнать тонкости производства и почувствовать себя профессиональным дегустатором.

Для справки: Название компании: Магистраль, ООО (Курский пивоваренный завод Чешский лев; ИНН 4632284315) Адрес: 305025, Россия, Курская обл., Курск, Магистральный пр-д, 18п Телефоны: +74712270070 E-Mail: info@cheskylev.ru Web: <https://cheskylev.com> Руководитель: *Боярчук Михаил Владимирович, генеральный директор* (INFOLine, ИА (по материалам Администрации Курской области) 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Региональные новости рынка пива

Россельхознадзором досмотрено 1,2 тысячи тонн пивоваренного солода, ввезенного в Кировскую область.

С 1 января по 31 марта 2026 года на территорию Кировской области ввезено 1,2 тыс. т пивоваренного солода из Московской и Ленинградской областей, Белоруссии.

Так, 30 марта 2026 года Управлением Россельхознадзора по Кировской области, Удмуртской Республике и Пермскому краю на территории Кировской области было досмотрено 2 партии ячменного пивоваренного солода весом 130,6 т, поступившего из Республики Беларусь.

Сотрудниками Управления Россельхознадзора совместно со специалистами Кировского филиала ФГБУ "ВНИИКР" солод был досмотрен, отобраны образцы для лабораторной экспертизы на установление фитосанитарного состояния.

По результатам полученных исследований, карантинные объекты в солоде не обнаружены. На продукцию были выданы Акты государственного карантинного фитосанитарного контроля а(надзора), дающие право на её использование по назначению. (INFOLine, ИА (по материалам Россельхознадзора) 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Россельхознадзором проверена первая поставка ячменного солода в Чувашию из Белоруссии.

24 марта 2026 года в Чувашию под контролем Управления Россельхознадзора по Чувашской Республике и Ульяновской области впервые в этом году была ввезена партия весом 66 т пивоваренного ячменного солода из Белоруссии. Продукция прибыла железнодорожным транспортом в сопровождении фитосанитарного сертификата. Сотрудники ведомства провели отбор проб и контроль сопроводительных документов на партию. Отобранные пробы ячменного солода направлены на исследование для оценки его фитосанитарного состояния.

Согласно заключениям, выданным ФГБУ "ВНИИЗЖ" (г. Чебоксары), карантинных организмов во ввезенном солоде не обнаружено. На основании результатов экспертизы оформлен акт карантинного фитосанитарного контроля (надзора), дающий право на использование продукции по назначению. (INFOLine, ИА (по материалам Россельхознадзора) 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Всё жестче и дороже": пивная отрасль Алтайского края с трудом пробивает путь в сети. "ТОЛК". 31 марта 2026

Крупнейшие алтайские производители пива говорят об ужесточении работы на рынке – затраты растут, маржинальность обваливается, продавать продукцию становится все труднее

Главный вызов для пивоваренной отрасли Алтайского края – взаимодействие с торговыми сетями и розницей в целом, говорят крупнейшие производители региона. Именно от продаж зависит тот оборот продукции, который позволит эффективно работать в ситуации, когда затраты растут каждый месяц, а рентабельность падает. Но местных производителей "давят" федеральные гиганты.

"Просто не могут войти в сеть"

"Сегодняшнюю ситуацию на рынке мы, производители напитков, называем временем вызовов. И один из ключевых — состояние розницы и взаимодействие с ней, — говорит Вадим Смагин, гендиректор и собственник компании "Бочкари". — Традиционная несетевая розница, которую представляли небольшие ИП, постепенно уходит с рынка. В европейской части России её доля уже около 10%, в Сибири — пока порядка 20%. И вместе с ней уходят многие местные производители: они просто не могут войти в сети — не выдерживают требований по ценам, объёмам или регулярности поставок".

Тренд подтверждают и на Барнаульском пивоваренном заводе. Разрозненных магазинов становится все меньше — их подавляют мощные сети-гиганты, говорит Александр Локтев, директор по развитию предприятия. Здесь и сети широкого профиля, и моносети, так называемые алкомаркеты.

По итогам реализации "пивного" проекта ФНС более 30 алтайских производителей добровольно доплатили налоги в бюджет, еще пять "повели себя агрессивно" "Мы вынуждены заходить в сетевой ритейл и с ним договариваться. Так было всегда, но, поскольку их сила растет, договариваться все сложнее", — говорит Локтев.

Да, подчеркивает Смагин, у сетей есть региональные квоты для местных производителей.

"Но все больше решений принимается в Москве — в пользу федеральных компаний. И в этой системе региональный производитель объективно не в приоритете: крупнейшие федеральные игроки располагают несопоставимым ресурсом — и по производственным мощностям, и по ценовым возможностям. Это реальность, с которой приходится считаться", — отмечает он.

Расходы нарастают



"В этом году появляются новые вызовы. Один из влияющих факторов – рост цен. Мы каждый месяц "ловим" повышение на те или иные виды сырья или материалов. И не только мы, это характерно для отрасли в целом", – говорит Александр Локтев.

Подорожало обслуживание высокотехнологичного оборудования, условия для его содержания становятся "всё жестче и дороже", говорит и Вадим Смагин: "Плюс маркировка, рост акцизов, рост НДС — всё это ложится дополнительной нагрузкой. В итоге мы видим обвал рентабельности — и это не только наша отрасль, это общая картина для большинства производств в стране".

Барнаульский пивзавод - одно из крупнейших предприятий края - официально сократил рабочую неделю. Но вопрос о продаже не стоит. По его словам, число производителей напитков в крае может сократиться. "А это рабочие места и налоговые отчисления, которых не будет". Поэтому, считает он, сегодня самый острый вопрос — как загружать мощности, сохранять объемы производства и продавать продукцию.

"За ними сразу следуют другие: выплата зарплат, сохранение коллектива. У нас на счету каждый сотрудник — производство сложное, людей просто так не заменишь", – говорит руководитель компании "Бочкари".

Однако, подчеркивает он, в этих условиях "выживут те, кто умеет адаптироваться и встраиваться в современные реалии". А это технологичные компании "с реальной экспертизой, с пониманием своего продукта и потребителя, с готовностью меняться, не изменяя своим ценностям".

Он добавляет, что "Бочкари" на рынке уже 36 лет. И в них уместились и 1990-е, и технологические переходы: "Каждый период чему-то учил". (ТОЛК 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Зарубежные новости рынка пива

AVTORSKOE в новом формате.

Весна – это время обновлений, верно, друзья?

И мы начинаем её с того, что любим сами – с пива Авторское. Встречайте любимый сорт в новом удобном формате: алюминиевой банке. Это свежий и современный дизайн, который отражает характер напитка!

Но одно мы оставили неизменным: тот самый уникальный вкус, который вы выбираете снова и снова. Возьмите с собой новую баночку с Авторским и откройте сезон по-настоящему.

Весна начинается здесь: со вкусом, который не меняется, и дизайном, который вдохновляет!



Для справки: Название компании: *Криница, ОАО* Адрес: 220070, Республика Беларусь, Минск, ул. Радиальная, 52
Телефоны: +375(17)2992222; +375(17)2992282 Факсы: +375(17)2992211 E-Mail: marketing@krinitsa.by Web: <http://www.krinitsa.by/> Руководитель: *Петкевич Григорий Иосифович, руководитель* (По материалам компании 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Новинка от "Криницы" – GOLD LAGE.

1 апреля?

Какие уж тут шутки – GOLD LAGER выходит всерьёз!

Никаких розыгрышей, друзья! Только премиальный светлый лагер, созданный по строгим немецким традициям. Чистый состав, бархатистая текстура и вкус, в котором идеальный баланс сладости и выразительной горечи.

Да, это правда, GOLD LAGER уже здесь – и это однозначно лучшая новость, которую вы получите 1 апреля!

Уже совсем скоро – новинка в магазинах вашего города!





Для справки: Название компании: *Криница, ОАО* Адрес: 220070, Республика Беларусь, Минск, ул. Радиальная, 52
Телефоны: +375(17)2992222; +375(17)2992282 Факсы: +375(17)2992211 E-Mail: marketing@krinitsa.by Web: <http://www.krinitsa.by/> Руководитель: *Петкевич Григорий Иосифович, руководитель* (По материалам компании 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Аливария Red Ale" – уникальная новинка в линейке бренда.

"Аливария" представляет новый премиальный сорт – "Аливария Red Ale". Яркий и выразительный красный эль станет уникальным предложением на белорусском рынке.

"Аливария Red Ale" производится на основе четырех солодов, среди которых особое место занимает жженый солод Red X. Именно он придает пиву естественный красно-янтарный оттенок и глубину вкуса без использования искусственных добавок.

Во вкусе "Аливарии Red Ale" раскрываются мягкие карамельно-солодовые ноты, легкая хлебность и деликатная горчинка, переходящая в теплое продолжительное послевкусие. Аромат остается насыщенным, с оттенками карамели и поджаренного солода. Легкая непрозрачность, плотная кремовая пена и характерный цвет формируют цельный образ напитка.

Неотъемлемой частью новинки стал и дизайн этикетки, вдохновленный местом рождения сорта – заводом из красного кирпича. Узнаваемая текстура и насыщенный цвет стали визуальным символом сорта.

"Аливария Red Ale" универсален в гастрономических сочетаниях: он отлично дополняет орехи, запеченные овощи, прошутто и десерты, раскрывая новые грани вкуса.

Новинка уже поступила в продажу. "Аливария Red Ale" доступен в формате стеклянной бутылки объемом 0,44 литра. ОАО "Пивоваренная компания Аливария"



Для справки: Название компании: *Пивоваренная компания Аливария, ОАО* Адрес: 220002, Республика Беларусь, Минск, Киселева, 30
Телефоны: +375172395801 Факсы: +375172395802 E-Mail: info@alivaria.by Web: <https://www.alivaria.by> Руководитель: *Волосова Наталья, генеральный директор* (По материалам компании 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Горьковская пивоварня" представляет новый крафтовый сорт Banana Weizen.

Бренд "Горьковская пивоварня" расширяет крафтовую линейку и запускает новый сорт – Banana Weizen. Это пшеничное пиво с натуральным банановым соком и ярким тропическим характером.



"Горьковская пивоварня" погружает в мир мягких и солнечных вкусов. Новый сорт Banana Weizen раскрывается насыщенным ароматом банана, который подчеркивают классические для вайцена ноты гвоздики и ванили.

Благодаря отсутствию хмелевой горечи и насыщенному фруктовому профилю сорт понравится не только поклонникам пива, но и тем, кто предпочитает сладкие и освежающие варианты.

Символом нового сорта стал жираф: высокий, заметный и всегда тянущийся к лучшим лакомствам – спелым бананам.

Banana Weizen уже доступен в продаже. Новинка выпускается в стеклянной бутылке объемом 0,44 литра.

Для справки: Название компании: *Пивоваренная компания Аливария, ОАО* Адрес: 220002, Республика Беларусь, Минск, Киселева, 30 Телефоны: +375172395801 Факсы: +375172395802 E-Mail: info@alivaria.by Web: <https://www.alivaria.by> Руководитель: *Волосова Наталья, генеральный директор* (По материалам компании 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Simcoe-Citra IPA: яркая крафтовая коллаборация от "Аливарии" и Robim Good Brewery.

"Аливария" представляет лимитированный сорт Simcoe Citra IPA, созданный совместно с пивоварней Robim Good Brewery. Новинка объединила в себе классические пивоваренные традиции и крафтовый подход.



В основе сорта – сухое охмеление культовым дуэтом Simcoe и Citra, которые формируют яркий аромат тропических фруктов, цитрусовой цедры и легких хвойных оттенков. Во вкусе – насыщенность, гармоничный баланс и долгая, но мягкая горчинка, создающая выразительный гастрономический профиль.

Особого внимания заслуживает дизайн упаковки. Он вдохновлен крафтовой культурой стикеров: смелая графика, характерные тэги и динамичные элементы создают образ, напоминающий классические "стикер-стены" пабов.

"Аливария Simcoe-Citra IPA" уже доступна в продаже в формате стеклянной бутылки объемом 0,44 литра.

Для справки: Название компании: *Пивоваренная компания Аливария, ОАО* Адрес: 220002, Республика Беларусь, Минск, Киселева, 30 Телефоны: +375172395801 Факсы: +375172395802 E-Mail: info@alivaria.by Web: <https://www.alivaria.by> Руководитель: *Волосова Наталья, генеральный директор* (По материалам компании 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Рынок слабоалкогольных и безалкогольных напитков

Общие новости слабоалкогольных и безалкогольных напитков

Что изменилось в стандартах на безалкогольные напитки и упакованную воду?

СОЮЗНАПИТКИ приглашает принять участие в вебинаре на тему: ГОСТ 28188-2025 "Напитки безалкогольные. Общие технические условия" и ГОСТ 32220-2025 "Вода питьевая упакованная. Общие технические условия". Мероприятие пройдет онлайн 21 апреля с 10.00 до 13.00 (время московское).



СОЮЗНАПИТКИ

СОЮЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СОКОВ, ВОДЫ И НАПИТКОВ

На вебинаре будет рассмотрено, какие требования к безалкогольным напиткам и упакованной питьевой воде изменились после принятия новых редакций стандартов, а также возникающие спорные вопросы по их применению.

Актуализация стандартов на безалкогольные напитки и упакованную питьевую воду назрела давно. С момента разработки прежних редакций ГОСТ 28188 и ГОСТ 32220 прошло более десяти лет, за это время многое изменилось в регулировании такой продукции, появились новые технологии и новые продукты. СОЮЗНАПИТКИ в непрерывном режиме отслеживает происходящие процессы, являясь, в том числе, их инициатором или участвуя в экспертизе. Поэтому на площадке СОЮЗНАПИТКИ было принято решение о необходимости пересмотра данных стандартов, при этом сам Союз взял на себя обязательство по их актуализации.

На вебинаре будет рассмотрено, какие требования к безалкогольным напиткам и упакованной питьевой воде изменились после принятия новых редакций стандартов, а также возникающие спорные вопросы по их применению.

Вебинар предназначен для специалистов компаний, работающих в области качества, технического регулирования и стандартизации продукции индустрии безалкогольных напитков и упакованной питьевой воды.

Эксперты

Хомич Людмила Михайловна, Директор по качеству, техническому регулированию и стандартизации СОЮЗНАПИТКИ, эксперт судебной нормативной экспертизы, эксперт по стандартизации, член Общественного совета при Росстандарте

Будажапова Майя Жалсановна, Руководитель направления по техническому регулированию и стандартизации СОЮЗНАПИТКИ, к.б.н., эксперт по стандартизации

Для справки: Название компании: Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) Адрес: 107078, Россия, Москва, Садовая-Спаская, 20, строение 1, офис 725 Телефоны: +74996540464 E-Mail: alla@rsps.ru Web: <https://softdrinks.ru> Руководитель: *Андреева Алла, президент* (По материалам компании 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости рынка безалкогольных напитков

Агропромышленный комплекс Подмосковья представляет продукцию в Ташкенте.

С 1 по 3 апреля в Ташкенте проходит 25-я Юбилейная международная выставка "Продукты питания, ингредиенты и технологии производства — UzFood 2026", сообщает пресс-служба Министерства сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

"Масштабное мероприятие собрало ведущих производителей и поставщиков из стран СНГ, Азии и Европы, создав площадку для обмена опытом, поиска новых деловых контактов и укрепления международного сотрудничества в сфере продовольствия", — подчеркнули в ведомстве.

Регион на выставке представляют более десяти компаний агропромышленного комплекса. Участие многих подмосковных производителей организовано при поддержке Российского экспортного центра и Фонда внешнеэкономической деятельности Московской области. Среди участников — предприятия, зарекомендовавшие себя на российском рынке и нацеленные на расширение географии экспортных поставок: ООО "Адельдан" — производитель джемов и протертой ягоды с сахаром, ООО "Чеховский Кондитер Альянс", выпускающий кондитерские шоколадные изделия, а также ООО ТД "Сан Гран", предлагающий соки и морсы. В числе экспонентов — ООО "Русский мясокомбинат", специализирующийся на производстве говяжьего коллагенового белка и растительной пищевой клетчатки, и производитель снековой продукции ООО "Евро Фудс".

Представлены и ООО "Промфуд-С" — поставщик пищевых ингредиентов для мясной, рыбной и молочной промышленности, а также ООО "Дмитровский белковый комбинат", выпускающий животный белок. Гости выставки могут познакомиться с ассортиментом молочных продуктов высшей категории от ООО "Коломенское", сахаристыми кондитерскими изделиями от ООО "Натуральные сладости", сиропами, топпингами и пюре производства ООО "Роял Кейн".

На выставке также представлены ООО "Тимели", старейший в России производитель гранатового сока и ООО "ТД Черкизово", крупнейший отечественный производитель мясной продукции.

В министерстве отметили, что участие в UzFood 2026 дает подмосковным компаниям уникальную возможность презентовать свою продукцию широкой международной аудитории, провести переговоры с потенциальными партнерами и укрепить позиции региона на зарубежных рынках. Выставка станет важным шагом в развитии экспортного потенциала агропромышленного комплекса региона и способствует продвижению высококачественной продукции наших производителей за пределами России.

Для справки: Название компании: АДЕЛЬДАН, ООО Телефоны: +74959708755 E-Mail: adelidan@yandex.ru Web: <https://www.adeldan.ru/> Руководитель: *Лулу Сергей Иванович, генеральный директор*

Для справки: Название компании: ЕвроФуд, ООО (Евро фудс) Адрес: 141400, Россия, Московская область, Химки, ул. Рабочая, 3 Телефоны: +74955754101 E-Mail: info@euro-foods.ru; msa470@mail.ru Web: <http://euro-foods.ru/contacts>

Для справки: Название компании: Коломенское, ООО Адрес: 140411, Россия, Московская область, Коломна, ул Леваневского, 42 Телефоны: +78003332055 E-Mail: post@kolomna-milk.ru Web: <https://kolomenskoe.com> Руководитель: *Сакаева Светлана Васильевна, генеральный директор*

Для справки: Название компании: НАТУРАЛЬНЫЕ СЛАДОСТИ, ООО (Candy Mood) Телефоны: +7(495)2259979 E-Mail: info@candy-mood.com Web: <https://candy-mood.com/>

Для справки: Название компании: Роял Кейн (Royal Cane) Телефоны: +74957408698 E-Mail: info@royalcane.ru; zakaz@royalcane.ru Web: <https://royalcane.ru/>

Для справки: Название компании: Торговый дом Черкизово, ООО (ТД Черкизово, Группа Черкизово) Телефоны: +74957883232; +7(495)7750550; +79091571153; +7 (921) 795-85-21 E-Mail: info@cherkizovo.ru; denol2006@yandex.ru; s.kalashnikova@cherkizovo.com Web: <https://www.cherkizovo.ru/>; <https://cherkizovo.com/>; <https://foodservice.cherkizovo-group.com/> Руководитель: *Заков Олег Леонидович, директор; Хижняк Андрей Арнольдович, генеральный директор* (Интернет-портал Правительства Московской области 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Derot разработали дизайн упаковки для эксклюзивных линеек сока Сады Придонья X5 Exclusive.

"Сады Придонья" – известный российский производитель соковой, альтернативной молочной и детской пищевой продукции, уделяющий особое внимание качеству и натуральности. Крупнейший ритейлер X5 предложил создать



эксклюзивные линейки соков "Сады Придонья", которые будут представлены только в магазинах торговой сети "Пятёрочка" и "Перекрёсток". А для этого необходимо было разработать комплексное визуальное решение.

Задача

Сделать дизайн упаковки для соковой продукции бренда, включающей более 20 SKU. Необходимо было создать целостную и заметную на полках дизайн-систему, в которой покупатель легко ориентируется во всех вкусах.

Решение

Для линеек выбрали саббренд "Сады Придонья Exclusive" и разработали для него логотип.

В концепции мы отразили идею живого и эмоционального дизайна без лишней усложненности. Центральный визуальный элемент – динамичный акварельный всплеск, подчеркивающий вкус и свежесть продукта, объединяющий линейки в одно целое.

В рамках упрощения навигации разделили дизайн упаковки на две цветовые группы: зеленый фон – для классических вкусов, разработанных на основе собственного фруктового сырья компании "Сады Придонья", а оранжевый – для популярных тропических и цитрусовых.



Для каждого из них были отрисованы уникальные акварельные иллюстрации, усиливающие ощущение свежести и натуральности. Фуд-зона стала ключевым визуальным акцентом: теперь она помогает покупателю мгновенно идентифицировать вкус. А экспрессивные каллиграфические названия добавляют дизайну легкости и динамики.

В результате получились яркие и узнаваемые линейки, в которых акварельная стилистика задает нужное настроение, цветовые группы упрощают навигацию, а выразительная фуд-зона выделяет каждый вкус на полке. (Advertology.Ru 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Рост без развития: упаковка и лимонад спасают статистику перевозок.

В январе-феврале 2026-го промышленное оборудование потеряло треть объемов, сегмент напитков прибавил 25,8%. Данные "Атракс" показывают, что в январе общий объем перевозок снизился на 2,95% год к году. Однако уже в феврале показатель перешел к росту, составив плюс 3,05%. Такую динамику обеспечили сегменты, ориентированные на конечное потребление, в то время как промышленный контур экономики демонстрирует устойчивое снижение.

Основной вклад в рост обеспечивают категории товаров народного потребления и упаковки. Сегмент безалкогольных напитков после слабого января (минус 0,64%) резко вырос в феврале: показатель составил плюс 25,83%. Согласно аналитике площадки, такая динамика может быть связана с восстановлением спроса после сезонного спада и перестройкой дистрибуции.

Устойчивый рост демонстрируют бумага, картон и упаковка. Данные «Атракс» фиксируют прирост на уровне плюс 14,30% в январе и плюс 10,46% в феврале. В отчете отмечается, что сегмент продолжает выигрывать за счет развития e-commerce и увеличения оборотов розничной торговли.

Продукты питания сохраняют стабильную положительную динамику. Объем перевозок в этой категории увеличился на 8,84% в январе и на 12,11% в феврале. В «Атракс» подчеркивают, что это подтверждает устойчивость базового потребления и высокую частоту логистических операций в категории.



Сегмент алкогольной продукции после снижения в январе (минус 4,50%) вернулся к росту в феврале. Рост составил плюс 14,13%, что, как следует из комментария площадки, может свидетельствовать о восстановлении спроса и нормализации поставок. В отличие от потребительских отраслей, сегменты, зависимые от инвестиционной активности и промышленного спроса, показывают сокращение. Наиболее заметное падение фиксируется в категории строительных материалов и товаров для ремонта. Согласно данным «Атракс», снижение составило минус 8,95% в январе и минус 16,74% в феврале. Аналитики связывают это с замедлением строительной активности и осторожностью в инвестициях в недвижимость.

Металлы и металлоизделия остаются в минусе: падение на 14,92% в январе и на 8,05% в феврале. В отчете указывается, что это свидетельствует о слабом спросе со стороны промышленности и инфраструктурных проектов.

Сегмент полимерных материалов также сокращается. Динамика составила минус 10,83% в январе и минус 4,23% в феврале, что дополнительно подтверждает охлаждение производственного сектора. Наиболее глубокое снижение зафиксировано в категории промышленного оборудования: минус 32,28% в январе и минус 21,51% в феврале.

Сегмент автотоваров и комплектующих демонстрирует разнонаправленную динамику. По данным «Атракс», рост на 5,44% в январе сменился снижением на 6,45% в феврале. В аналитической справке поясняется, что такая волатильность может быть связана с нестабильными поставками, изменением складских стратегий и колебаниями спроса.

Текущие данные, по оценке «Атракс», подтверждают формирование устойчивого разрыва между двумя сегментами экономики. Потребительские отрасли (FMCG, упаковка, напитки) формируют основной вклад в грузоперевозки, демонстрируя рост, тогда как промышленность и инвестиционные сегменты (металлы, стройка, оборудование) продолжают снижаться. В результате, как отмечается в отчете, общий рост остается ограниченным и нестабильным, несмотря на сильные показатели отдельных категорий.

Для подготовки отчета использованы данные 185 компаний-грузовладельцев, стабильно работающих с «Атракс» более трех лет. В аналитике учитывается реальный масштаб компаний, исключаются аномальные скачки, связанные с низкой базой, а также нерегулярные колебания, не отражающие устойчивый бизнес-поток. (Logirus.ru 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Завод "Денеб" оперативно обеспечит торговые сети Дагестана продукцией стратегического значения.

Об этом в интервью сообщил заместитель генерального директора по развитию компании "Денеб" Константин Приходько, комментируя итоги встречи с Председателем Правительства РД Абдулмуслимом Абдулмуслимовым.

"Завод максимально обеспечит своим производством розницу и оптовые компании продукцией стратегического значения. В частности, питьевой водой в крупных емкостях. Мы постараемся усилить работу производства, выпустить вспомогательные объемы продукции и обеспечить бездефицитные поставки продукции",

— сообщил Приходько.



Для справки: Название компании: Денеб, ОАО Адрес: 367014, Россия, Республика Дагестан, Махачкала, рп Семендер, ул. Южная, 39 Телефоны: +7(8722)600099; +7(8722)600022; +7(8722)601824; +7(8722)518646; +7(800)6000999 E-Mail: asadulaeva-daned@mail.ru; rd.dened@mail.ru; deneb2022@mail.ru; marketing@deneb.ru Web: <https://deneb.ru>; <http://rodnikovoda.ru> Руководитель: Дабишев Магомедсалам Багандгаджиевич, генеральный директор (INFOLine (по материалам МАХ-канала администрации) 29.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

RUSSIAN — новинка от TORNADO MAX ENERGY.

Поворот к локальному рынку — уже не просто тренд, а осознанная стратегия. Российские потребители всё чаще выбирают "свое": то, что объединяет и напоминает о внутренней силе. TORNADO MAX ENERGY продолжает эту волну уже на языке напитка.

Встречайте TORNADO MAX ENERGY RUSSIAN — лимитированную новинку, вдохновленную русской культурой и современной эстетикой.

Что делает банку RUSSIAN особенной?

Уникальный ягодный вкус

Кисло-сладкий микс малины, персика и арбуза — знакомый вкус в новом энергичном прочтении. Кислинка, сладость и свежесть в каждом глотке!





Сбалансированный состав

Русская сила — не только в духе, но и в теле. Поэтому состав продуман до мелочей:

- гуарана — даёт тот самый заряд бодрости, который чувствуешь;
- L-карнитин — помогает быстрее восстанавливаться;
- натуральный сок — для яркого, живого вкуса.

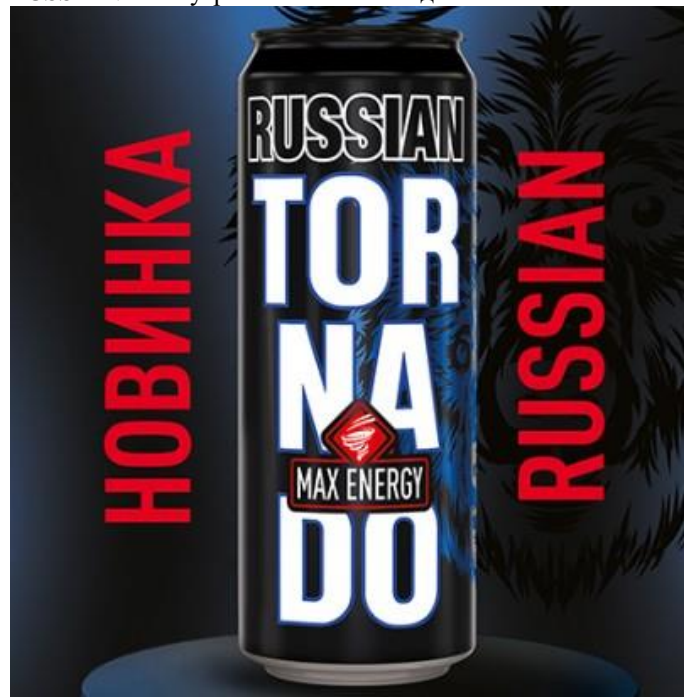
Дизайн с русским характером

Визуальный язык банки строится вокруг медведя, чей образ создан в стилистике, отсылающей к резьбе по дереву и народному орнаменту. Такой подход позволяет говорить с аудиторией на языке культурного кода, оставаясь в русле эстетики slavic core.

Масштабная маркетинговая поддержка новинки

- поддержка блогеров и амбассадоров бренда;
- SMM;
- OLV;
- e-com.

TORNADO MAX ENERGY RUSSIAN — внутренняя сила в каждой капле!



Для справки: Название компании: СНС-Холдинг, ООО (ГК СНС) Адрес: 123112, Россия, Москва, Пресненская набережная, 6, стр. 2, БЦ «Империя Тауэр» Телефоны: +74956440700; +7(800)7071992 E-Mail: info@sns.ru; pr@sns.ru; partner@sns.ru Web: <https://sns.ru> Руководитель: Смирнов Олег, Председатель Совета директоров; Соболев Андрей Алексеевич, генеральный директор (По материалам компании 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

AsenEnergy: новый дизайн упаковки для высокобелковых напитков с двойным белком.

Высокобелковые напитки AsenEnergy теперь ориентированы на более широкую аудиторию, включая тех, кто не занимается активным спортом, благодаря новому дизайну упаковки и айдентике, разработанной агентством Heads. Это позволяет продукту выйти за рамки узкой ниши спортивного питания.

Агентство провело анализ рынка и выявило, что для многих людей белковые напитки не воспринимаются как ежедневный продукт для поддержки здоровья. Поэтому было важно создать бренд, который рассказывает о пользе белка вне зависимости от физических нагрузок.

Целевая аудитория включает не только адептов ЗОЖ и спорта, но также тех, кто практикует осознанное питание и хочет добавить белок в ежедневную рутину, а также детей и подростков, использующих продукт как здоровый перекус, и их родителей, для которых важны безопасность, доверие и вкус.

Для усиления дифференциации продукта было предложено использовать два вида белка — молочный (казеин) и сывороточный, что отличает AsenEnergy от конкурентов, обычно использующих один источник. Это формирует четкое УТП: DOUBLE PROTEIN.

На основе этой стратегии дизайнеры создали бренд-платформу, направленную на повышение культуры потребления белка и помощь людям в заботе о здоровье, энергии и силе каждый день. Инициатором проекта стала



команда производителя молочной и кисломолочной продукции "Асеньевская ферма", которая обратилась к специалистам с задачей запустить новый продукт, понятный широкой аудитории.



(Drinkinfo.ru 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Чай "Перфект Рашн Спарклинг Ти" выпустила чайная "Нитка".

Чайная компания "Нитка" (возрождает русские чайные традиции) и бренд Symbiotica (принадлежит AF Brew) рассказали о запуске нового вида чая, который получил название "Перфект Рашн Спарклинг Ти".

Этот напиток представляет собой освежающий газированный черный чай с добавлением лимона, рассказали в пресс-службе "Сварщицы Екатерины".

Его рецептура была вдохновлена одной из наиболее узнаваемых чайных традиций, сложившихся в России. Во всем мире под "русским чаем" принято понимать именно черный чай с лимоном — это простой, но при этом запоминающийся вкус, за которым стоит долгая история, поясняют в пресс-службе.

Раньше такой чай подавали путешественникам на почтовых станциях. С годами напиток превратился в культурный символ. Более того, есть легенда, что Юрий Гагарин угощал таким чаем с лимоном английскую королеву.

Теперь классический вкус был переосмыслен в современном формате. "Перфект Рашн Спарклинг Ти" — это холодный, слегка газированный чай с лимоном, который разлит в жестяные банки.

Новинка уже поступила в продажу. Ожидается, что скоро напиток появится на крупных маркетплейсах, а также во всех чайных, входящих в сеть "Нитка".



(CRISPY NEWS 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Региональные новости рынка слабоалкогольных и безалкогольных напитков

Прокуратура Дагестана проверит рост цен на бутилированную воду.

Прокуратура Дагестана начала проверку после сообщений в интернете о резком и необоснованном повышении цен на бутилированную воду, сообщили в ведомстве.

Обильные осадки в конце марта 2026 года вызвали рост мутности в источниках водоснабжения, и Роспотребнадзор по республике рекомендовал жителям временно отказаться от водопроводной воды. Спрос на бутилированную воду взлетел, а предприниматели в ответ подняли цены, что привлекло внимание властей.

Глава Дагестана Сергей Меликов лично распорядился создать оперативную рабочую группу при правительстве для ежедневного мониторинга ценовой ситуации на потребительском рынке. Специалисты Минпромторга Дагестана вместе с другими службами уже проводят выездные инспекции в торговых точках Махачкалы, Хасавюрта и других городов. Они проверяют сетевые магазины и рынки, где фиксируют цены на популярные марки воды — от 0,5-литровых бутылок до 19-литровых канистр. УФАС по Дагестану дополнительно предупредило бизнес о недопустимости завышения цен не только на воду, но и на продукты и стройматериалы в условиях чрезвычайной ситуации, объявленной из-за стихии.

Цены в магазинах выросли на 20–50% в зависимости от объема: 0,5 л подорожала с 25 до 35–40 рублей, 1,5 л — с 60 до 90 рублей, а 19 л — с 200 до 300 рублей в первые дни. Прокуроры оценят, нарушают ли ритейлеры Федеральный закон "О защите конкуренции" и правила ценообразования, а также проверят действия должностных лиц.

Жители активно жалуются: за первые три дня на горячую линию прокуратуры поступило более 150 звонков с фактами завышения цен, по каждому обещают оперативную реакцию. По итогам проверок прокуратура примет меры реагирования: штрафы до 500 тыс. рублей по ст. 14.9 КоАП РФ за нарушение ценообразования или даже уголовные дела, если подтвердится сговор.

Аналогичные случаи фиксировали в Дагестане и раньше — в 2025 году прокуратура оштрафовала поставщиков за завышение цен на 15–20% во время засухи. Власти призывают бизнес не спекулировать на нуждах населения в 3,2-миллионной республике, где 70% воды идет из горных источников, уязвимых к паводкам. (Коммерсантъ 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости компании Мултон

Бренд "Добрый" и "Газинформсервис" автоматизировали управление доступом для 8500 сотрудников.

Бренд "Добрый", один из крупнейших игроков российского рынка FMCG (безалкогольные напитки), внедрил системы управления учётными записями и правами доступа (IdM/IGA). Партнёром по внедрению выступила компания Softline, а технологической основой проекта стал программный продукт Ankey IDM, решение компании "Газинформсервис" — одного из крупнейших в России вендоров в области кибербезопасности.



До начала проекта управление доступом в компании (её штат составляет 8500 сотрудников) было на иностранной системе IDM. Основными вызовами для ИТ- и ИБ-департаментов были "ручное" распределение прав по звонкам и заявкам, отсутствие единого каталога услуг и риск появления "забытых" учётных записей. Подготовка к аудиторским проверкам могла занимать несколько рабочих дней, а новые сотрудники иногда ждали доступа к необходимым системам до 48 часов.

Выбор в пользу продукта компании "Газинформсервис" был обусловлен гибкостью настройки под специфические бизнес-процессы заказчика, наличием готовых коннекторов к ключевым офисным сервисам и оптимальным соотношением стоимости и функциональности.

Проект длился с января по ноябрь прошлого года, и его важной особенностью стала плавная адаптация: сотрудники проходили обучение на этапе тестирования MVP (минимально жизнеспособного продукта), что позволило избежать сбоев при переходе на новую систему.

Внедрение решения позволило бренду "Добрый" перевести процессы управления доступом на принципиально новый уровень:

- время получения базовых прав для новых сотрудников сократилось с 1–2 дней до 1–2 часов.
- от 75 % до 85 % типовых заявок теперь выполняются системой без участия человека.
- количество "забытых" учётных записей в пилотной зоне снизилось на 90 %, а число избыточных прав и опасных сочетаний полномочий — на 60–80 %.
- нагрузка на администраторов по рутинным операциям снизилась на 30–50 %.
- подготовка отчётов для проверок сократилась с нескольких дней до нескольких часов или минут.

"В крупном FMCG-бизнесе скорость выхода сотрудника на работу напрямую влияет на операционную эффективность. Мы ушли от практики "сбора доступов по звонкам" к прозрачному и автоматизированному конвейеру. Теперь управление правами (при уходе в отпуск, приёме на работу) происходит в течение часа, а прозрачность всех действий исключает человеческий фактор", — подчеркнул Максим Дёмин, руководитель отдела Информационной Безопасности бренда "Добрый".

Сотрудничество компаний продолжится: на период с декабря 2025 года по ноябрь 2026 года запланирован второй этап проекта. Он будет включать глубокую оптимизацию бизнес-процессов и дальнейшее расширение функционала системы под растущие требования бизнеса.

"Я хочу поблагодарить коллег из бренда "Добрый" за высокий профессионализм и глубокую вовлечённость в процесс. Проект был по-настоящему сложным и интересным, он длился 11 месяцев. За это время нам удалось пройти путь от согласования ТЗ до полной замены иностранного инструмента автоматизации. Мы создали гибкое решение, адаптированное под специфику крупного FMCG-бизнеса, и намерены далее оказывать всяческую поддержку нашему заказчику в развитии его ИТ-экосистемы", — отметил заместитель генерального директора – коммерческий директор компании "Газинформсервис" Роман Пустарнаков.

Для справки: Название компании: Газинформсервис, ООО Адрес: 198096, Россия, Санкт-Петербург, ул. Кронштадтская, 10, литера А Телефоны: +78126772050 Факсы: 78007000987 E-Mail: resp@gas-is.ru Web: <https://www.gaz-is.ru/> Руководитель: Глыбовский Сергей Иосифович, генеральный директор

Для справки: Название компании: Мултон, АО Адрес: 192236, Россия, Санкт-Петербург, ул. Софийская, 14 Телефоны: +74959569595; +78002002222 E-Mail: multon@multon.ru; Hotline88007007777@multonpartners.com Web: <https://multonpartners.ru/>; <https://dobry.ru/> Руководитель: Никогосян Геворг, генеральный директор (По материалам компании 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости ГК Черноголовка

Бренд "Черноголовка" выпустил новые вкусы Cola.

Производитель напитков "Черноголовка" представил две новинки Cola в коллабе с Ваней Дмитриенко (российский певец и актёр) – со вкусом сливочного апельсина и смородины.



Черноголовка

Новая Cola со вкусом сливочного апельсина – вкус описывают как мягкий, немного десертный и с цитрусовой сладостью, при этом без сахара. Новинка совсем скоро появится в магазинах.

Еще один новый вкус газировки – "Шелковая смородина".

Выглядит как продолжение их лимитированной линейки.

Стоимость – 97 рублей за литр.



Для справки: Название компании: Управляющая компания Черноголовка, ООО (УК Черноголовка) Адрес: 142432, Московская область, город Черноголовка, Соединительная ул., д. 2, помещ. 29 Телефоны: +74955439397 E-Mail: info@chernogolovka.com Web: <https://chernogolovka.com> Руководитель: Медунова Наталья Александровна, Генеральный директор; Масленцин Кирилл, pr (CRISPY NEWS 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости рынка соков

Эксклюзивные соки "Сады Придонья" будут доступны только в сети X5.

Компания "Сады Придонья", признанный российский производитель соков и альтернативной молочной продукции, совместно с ритейлером X5 разрабатывает эксклюзивную линейку соков, которая будет продаваться исключительно в магазинах "Пятёрочка" и "Перекрёсток". Для успешного продвижения нового продукта было создано комплексное визуальное решение упаковки, позволяющее легко ориентироваться покупателям в предложенных вкусах.

Специалисты из брендингового агентства DDVB разработали уникальный дизайн для более 20 наименований. Концепция оформления отражает идеи свежести и натуральности, а акцент на акварельных иллюстрациях и деликатных цветовых решениях сделает упаковку яркой и привлекательной. Цветовое разделение помогает клиентам быстро находить желаемый вкус: зеленый фон обозначает классические позиции, а оранжевый – популярные тропические варианты. Новый дизайн также включает выразительные каллиграфические названия, что добавляет легкости и динамичности в общий вид продукции.



Для справки: Название компании: Сады Придонья, АО (ИНН 3403014273) Адрес: 403027, Россия, Волгоградская область, Городищенский район, пос. Сады Придонья Телефоны: +78442260500; +7(84468)48437; +7(8442)260500; +7(812)6775607; +7(495)1856735; +7(8442)260370; 77059849474; +79652262640; +79067687330; 79852872167; 79057098505 E-Mail: referent@pridonie.ru; referent-spr@pridonie.ru; moscow@pridonie.ru; exlusiff@mail.ru; kam-seti@pridonie.ru Web: <https://pridonie.ru/> Руководитель: Самохин Андрей Павлович, президент ООО "УК "Сады Придонья"; Бредихин Владимир Владимирович, исполнительный директор

Для справки: Название компании: Корпоративный центр ИКС 5, ПАО (X5, Торговые сети Пятёрочка, Перекрёсток, Чижик, Vprok.ru) Адрес: 119049, Россия, Москва, ул. Коровий Вал, 5, БЦ "Оазис" Телефоны: +74956628888; +7(495)7899595; +7(499)6771036; +7(903)0199518; 79166242819; +79166242819; +79108953535 Факсы: +7(495)6628888; +7(495)7899595 E-Mail: info@x5.ru Web: <https://www.x5.ru/ru> Руководитель: Шехтерман Игорь Владимирович, генеральный директор; Лобачева Екатерина Владимировна, президент (Drinkinfo.ru 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости рынка растительных напитков

"Логика молока" прогнозирует рост рынка растительных напитков в ближайшее десятилетие.

Это связано с высоким уровнем непереносимости лактозы у взрослых, пояснил председатель совета директоров компании Руслан Алисултанов

Мировой рынок напитков на растительной основе к 2036 году практически удвоится из-за высокого уровня непереносимости лактозы у взрослых. Об этом ТАСС сообщил председатель совета директоров компании "Логика молока" Руслан Алисултанов.



"По оценкам международных экспертов, рынок растительных альтернатив традиционному молоку с текущих \$22,5 млрд к 2036 году вырастет практически до \$45 млрд. Это связано с высоким уровнем непереносимости лактозы у взрослого населения, особенно в динамично развивающихся регионах мира - Китай, Юго-Восточная Азия, а также с дальнейшим развитием HoReCa. Наличие в кофейнях различных вариантов напитков на растительной основе становится глобальным стандартом", - рассказал Алисултанов.

Он отметил, что в России, как и во всем мире, наблюдается стремительный рост спроса на напитки на растительной основе. Так, по данным аналитической компании Nielsen, в 2025 году категория росла двузначными темпами, а отдельные сегменты, например сливки на растительной основе, выросли более чем на 30% как в натуральном, так и в денежном выражении. "Логика молока", отвечая на этот тренд, строит новый цех по производству напитков на растительной основе в Самаре с мощностью 17 тыс. тонн в год. Инвестиции в проект составляют более 1 млрд рублей", - рассказал Алисултанов.

По его словам, сдерживающими факторами для роста спроса на растительные альтернативы в мире потребители называют непривычный вкус и текстуру продуктов, а также растущий спрос на продукты с повышенным содержанием белка. "Но эти ограничения не являются неустраняемыми. Более половины тех, кто не покупает напитки на растительной основе, готовы это делать, прежде всего если вкусовые качества продукта будут соответствовать их ожиданиям", - подчеркнул Алисултанов.

"Ответами на эти вызовы для сегмента является дальнейшая работа НИОКР. Мы в "Логике молока", например, делаем напиток на растительной основе с натуральным вкусом, максимально приближенный к традиционному молоку. И этот продукт находит спрос и в HoReCa, и в индивидуальных домохозяйствах - для готовки. Мы видим, что при правильном сочетании НИОКР и производства, отрасль может предлагать потребителю здоровые и вкусные растительные альтернативы", - добавил Алисултанов.

Для справки: Название компании: *Эйч Энд Эн, АО (Логика молока, ранее Health&Nutrition)* Адрес: 143421, Россия, Московская область, 26 км а/д Балтия, БЦ Riga Land, стр. 4 Телефоны: +74957779040; +78001000201; 79692381091; 79851521410; +79175043114; +79817253655; +79261390008 Факсы: +74957779041 E-Mail: correspondence@corphn.com Web: <https://logikamoloka.ru/>; . Руководитель: Тарасов Александр, исполнительный директор; Закриев Якуб Салманович, генеральный директор (ТАСС 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости рынка минеральных и питьевых вод

Подмосковная продукция признана одной из лучших на Всероссийском конкурсе "Росглаввода".

Производители Московской области подтвердили высокое качество продукции, заняв призовые места на отраслевом конкурсе "Росглаввода", который объединяет ведущих игроков рынка воды и безалкогольных напитков со всей России, сообщает пресс-служба Министерства сельского хозяйства и продовольствия региона.

"По итогам профессиональной дегустации подмосковные компании получили сразу несколько наград", — рассказали в ведомстве.

В министерстве добавили, что серебряной награды удостоена компания "Напитки Подмосковья" из Воскресенска в категории безалкогольных напитков на растительном сырье. Также региональное предприятие "Глобал Фанкшнл Дринкс Рус" получили бронзовые награды сразу в двух категориях – среди газированных безалкогольных и энергетических напитков. Всего в Подмосковье в отрасли работают более 40 производителей, а объем выпуска безалкогольных напитков по итогам прошлого года превысил 72 миллиона литров.

Конкурс "Росглаввода" традиционно считается одной из ключевых экспертных площадок отрасли. В рамках дегустации специалисты оценивали 157 образцов воды и безалкогольных напитков от 60 производителей из разных регионов страны. Каждый из них проходил всестороннюю оценку по вкусу и качеству. Результат подтверждает, что подмосковная продукция соответствует высоким отраслевым стандартам.



Для справки: Название компании: Глобал Фанкшнл Дринкс Рус, ООО (Global Functional Drinks AG) Адрес: 123112, Россия, Москва, Пресненская наб., 6, стр. 2, пом. 1, комн. 21 Телефоны: +74956442977 E-Mail: info@gfdrinks.ch Web: <http://gfdrinks.ch/ru> Руководитель: Малюта Светлана Александровна, генеральный директор (Интернет-портал Правительства Московской области 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Донские производители питьевой воды удостоены высших наград международного отраслевого конкурса.

Три предприятия из Ростовской области заняли призовые места и подтвердили высокий уровень качества донской продукции на федеральном уровне в рамках Всероссийского конкурса качества воды и безалкогольной продукции "Росглаввода — главная вода России".

В состав организационного комитета конкурса вошли представители исполнительной и законодательной власти РФ, Общественной палаты страны, АНО "Роскачество" и других научных и общественных организаций и объединений.

43 эксперта, среди которых семь докторов наук, девять кандидатов наук, представители научного и бизнес-сообщества, имеющих соответствующее профессиональное образование и опыт работы, продегустировали 157 образцов воды и безалкогольной продукции, представленной 60 российскими компаниями-производителями.

По результатам обработки дегустационных листов президиум экспертного жюри конкурса принял решение определить лауреатов конкурса в трех номинациях.

Золотой награды в категории "Вода питьевая газированная" удостоена компания ООО "БЫСТРА" (Усть-Донецкий район).

Золотой наградой в категории "Вода питьевая негазированная" отмечена компания ООО "Крынка" (Матвеево-Курганский район).

Серебряной награды в категориях "Вода питьевая негазированная" и "Вода минеральная лечебно-столовая негазированная" удостоено ООО "Фирма "Аква-Дон" (г. Ростов-на-Дону).

"Поздравляем руководство и коллективы всех победителей с заслуженными наградами, - сказала директор департамента потребительского рынка Ростовской области Ирина Гелас. - Приятно заметить, что сразу два победителя этого федерального конкурса успешно прошли сертификацию и являются участниками системы добровольной сертификации "Сделано на Дону".

Так, второй год подряд ООО "Крынка" становится победителем этого престижного конкурса. Компания, основанная в 2020 году, присоединилась к системе сертификации "Сделано на Дону" в 2024 году, и продукция, прошедшая сертификацию, как раз та самая вода питьевая артезианская негазированная ТМ "Донская водица", которая высоко оценена в федеральном конкурсе.

Фирма "Аква-Дон" также является участником системы и одним из ведущих производителей натуральных питьевых и минеральных вод как в Ростовской области, так и на юге России. Знак качества "Сделано на Дону" получили следующие товары: вода минеральная природная питьевая лечебно-столовая "Аксинья" газированная и





негазированная, расфасованная в ёмкости; вода питьевая артезианская кондиционированная по солевому составу "Иверская" газированная и негазированная, расфасованная в ёмкости; вода питьевая "Баланс Se+Zn", негазированная и газированная расфасованная в ёмкости; вода питьевая для детского питания высшей категории артезианская кондиционированная "Кап-Лик" негазированная, расфасованная в ёмкости.

Для справки: Название компании: *Фирма Аква-Дон, ООО* Адрес: 344064, Россия, Ростовская область, Ростов-на-Дону, ул. Вавилова, 66 Телефоны: +7(863)2774575; +7(863)2732291 Факсы: +7(863)2958873 E-Mail: info@akvodon.ru; sales@akvodon.ru; marketer@akvodon.ru Web: www.akvodon.ru Руководитель: *Зайченко Сергей Александрович, генеральный директор* (INFOline, ИА (по материалам Официального портала Правительства Ростовской области) 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Питьевая вода из Иркутской области признана одной из лучших в России.

Производители питьевой и минеральной воды из Иркутской области стали победителями и призерами в нескольких номинациях российского конкурса качества воды и безалкогольной продукции "РОСГЛАВВОДА — Главная Вода России". Всего на конкурс было представлено 157 образцов воды и безалкогольной продукции 60 предприятий России. Дегустацию проводили 33 эксперта — представители науки и бизнес - сообществ.

Победителем в категории "Вода минеральная лечебно-столовая негазированная" стало ООО "Целебный источник" из Усть-Илимска. Продукция предприятия удостоена золотой награды. Серебро в категории "Вода питьевая негазированная" получило предприятие ООО "Вода Байкала" из Иркутска. Бронза в этой категории также присуждена производителю из Иркутска - ООО "Байкал".

Высокий уровень конкурсу обеспечил оргкомитет, в который вошли представители руководящего состава органов государственной исполнительной и законодательной власти Российской Федерации, ответственной за вопросы законодательного и технического регулирования, производства и оборота питьевой воды и безалкогольной продукции, а также представители Совета Федерации, Роскачества, Общественной палаты РФ и ведущих научно-исследовательских институтов страны.

Продукция оценивалась по ключевым показателям воды, включая химический состав, микробиологические показатели, физические и биологические свойства. С помощью органолептического метода определялся вкус, запах и прозрачность воды.

По словам заместителя министра сельского хозяйства Иркутской области Анны Турушевой, такие конкурсы являются отличной возможностью для региональных брендов в очередной раз подтвердить высокое качество своей продукции, реализуемой на внутреннем рынке. Также подобные конкурсы способствуют повышению конкурентоспособности данной категории товаров на международных рынках, что в свою очередь помогает региону в достижении целевых показателей федерального проекта "Экспорт продукции агропромышленного комплекса", входящего в состав национального проекта "Международная кооперация и экспорт".

— Продовольственные бренды Приангарья регулярно принимают участие в различных выставках, конкурсах и ярмарках, занимая при этом призовые места. Мы гордимся, что региональные бренды составляют достойную конкуренцию продукции других российских предприятий. Поздравляем с победой и верим в динамичное развитие предприятий и сохранение стандартов качества выпускаемой продукции, – сказала Анна Турушева.

Торжественная церемония награждения победителей состоится 15 апреля в Москве на площадке Международной выставки оборудования, ингредиентов и упаковки для производства напитков Bevitec.

Для справки: Название компании: *Агропромышленная компания Байкал, ООО* Адрес: 664009, Россия, Иркутская область, Иркутск, ул. Ядринцева, 1/7 E-Mail: mitazhe@list.ru Руководитель: *Ба Елена Геннадьевна, генеральный директор* (INFOline, ИА (по материалам Администрации Иркутской области) 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Приморский филиал Россельхознадзора провёл почти 3000 исследований воды.

С 12 января по 31 марта 2026 года специалисты Приморского филиала Россельхознадзора ФГБУ "Национальный центр безопасности рыбной и сельскохозяйственной продукции" провели около 3000 исследований 511 проб воды из различных источников. Из них в 48 пробах было зафиксировано 98 нарушений.

Исследования охватывали частные скважины, бассейны, морскую воду в городской черте и воду из систем централизованного водоснабжения. В марте было выполнено почти 1900 исследований 291 пробы воды, и обнаружено 54 несоответствия нормам в 28 образцах. В пробах были выявлены бактерии группы кишечной палочки, превышения по содержанию железа и марганца, а также нарушения по мутности и цветности. Результаты внесены в автоматизированную систему "Веста" и направлены заказчикам. (Drinkinfo.ru 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Зарубежные новости рынка слабоалкогольных и безалкогольных напитков

Кыргызстан в сотни раз нарастил экспорт фруктовых соков в другие страны ЕАЭС.

Кыргызстан резко нарастил экспорт фруктовых и овощных соков.

По данным Нацстаткома, в январе этого года за рубеж было поставлено 37,5 тонны этой продукции. Для сравнения, в январе прошлого года экспорт составил всего 100 литров.

Таким образом, объемы поставок выросли в сотни раз.

Отмечается, что вся экспортируемая продукция была направлена в страны ЕАЭС — Россию и Казахстан. (Sputnik Кыргызстан 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Улучшение вкуса сывороточных протеиновых коктейлей: новые исследования открывают перспективы.

В недавнем исследовании, проведенном совместно Университетами Рединга и Абериструита с компанией Arla Foods Ingredients, удалось значительно улучшить вкусовые и текстурные характеристики сывороточных протеиновых коктейлей. Эти продукты, известные своей высокой биологической ценностью и быстрым усвоением, часто подвергаются критике за невкусный "картонный" или "меловой" привкус.

Ученые выяснили, что изменения в процессе производства могут значительно повысить вкусовое качество напитков на основе сывороточного протеина. Холли Джайлз, ведущий автор исследования, подчеркнула, что проблемы с вкусом и текстурой остаются актуальными для многих потребителей, включая спортсменов и людей с возрастными изменениями. Результаты исследования показывают, что дальнейшие эксперименты могут привести к созданию более приятных на вкус и питательных протеиновых напитков.

Исследование опирается на достижения предыдущих работ, направленных на селективную концентрацию сывороточных белков, что открывает новые горизонты для создания продуктов, удобных для потребления. (Drinkinfo.ru 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

27 марта 2026 года Глава Национального агентства по инвестициям при Президенте Кыргызской Республики посетил завод ООО "Кока-Кола Бишкек Боттлерс" в городе Бишкек.

В ходе визита состоялось ознакомление с производственными мощностями предприятия, обсуждены текущие результаты деятельности компании, а также перспективы дальнейшего развития и расширения инвестиций в экономику страны.

Представители компании отметили, что предприятие успешно работает на рынке Кыргызстана с 1996 года и за этот период инвестировало более 113 млн долларов США в развитие производства, создание рабочих мест и увеличение налоговых поступлений в государственный бюджет. В 2026 году компания отмечает 30-летие с момента запуска завода.

Особое внимание в рамках встречи было уделено планам компании по расширению производственных мощностей, направленных на модернизацию оборудования и развитие производственной инфраструктуры. Реализация данных инициатив позволит увеличить объемы производства и усилить вклад предприятия в экономику страны.

Стороны обсудили вопросы государственной поддержки инвестиционных проектов, включая возможные механизмы стимулирования, направленные на повышение инвестиционной привлекательности и ускорение реализации проекта. Было отмечено, что подобные инициативы способствуют укреплению промышленного потенциала Кыргызстана и созданию благоприятного инвестиционного климата.

Отдельно было отмечено, что Национальное агентство окажет содействие компании в вопросах получения преференций в рамках действующих механизмов с целью поддержки реализации инвестиционных планов.

Глава Национального агентства Равшанбек Сабиров подчеркнул важность партнерства с крупными международными и отечественными инвесторами, отметив вклад компании в социально-экономическое развитие страны.

По итогам визита стороны выразили готовность к дальнейшему конструктивному диалогу и развитию взаимовыгодного сотрудничества.

Для справки: Название компании: Кока-Кола Бишкек Боттлерс, ЗАО (ККББ, Coca-Cola Icesek Кыргызстан; ИНН





01207199510092) Адрес: 720027, Кыргызская Республика, Бишкек, ул. Луцкихина, 69 Телефоны: +996312900506; +996312357122 E-Mail: saadat.tulegenova@cci.com.kg; cv@cci.com.kg; pac@cci.com.kg Web: <https://www.cci.com.tr/>
Руководитель: Галип Гёксел, директор (INFOline (по материалам Администрации) 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Открытие предприятия по производству напитков "Сугд саноат холдинг" в городе Худжанде (Таджикистан).

29 марта Президент Республики Таджикистан, Лидер нации, уважаемый Эмомали Рахмон в городе Худжанде открыл предприятие по производству напитков "Сугд саноат холдинг", а также ознакомился с проектами пяти новых производственных и сервисных объектов.

Предприятие по производству напитков "Сугд саноат холдинг" оснащено двумя технологическими линиями, импортированными из Германии и Китайской Народной Республики.

На промышленном предприятии количество сотрудников будет постепенно увеличиваться до 50 человек в соответствии с рыночным спросом и мощностью технологических линий. Производство импортозамещающей продукции является одной из основных целей деятельности предприятия.

Производственный объект построен предпринимателем Мирзоабдурахмоном Мирзобаходурзода.

Лидер нации уважаемый Эмомали Рахмон высоко оценил инициативу предпринимателя по эффективному использованию предоставленных Правительством льгот и послаблений, внедрению современных технологий, созданию новых предприятий, увеличению объёмов импортозамещающей и экспортно-ориентированной продукции.

На новом промышленном предприятии после переработки местного сырья производится два вида прохладительных напитков. Дальнейшими целями предпринимателей являются полное использование технологических возможностей, соответствие требованиям рынка, увеличение производства продукции и увеличение численности персонала.

На новом промышленном предприятии после переработки местного сырья производятся два вида прохладительных напитков.

Также здесь Лидеру нации уважаемому Эмомали Рахмону были представлены проекты строительства предприятия по производству макаронных изделий, предприятия по производству комбикормов для животных, предприятия по переработке хлопка, современной теплицы и сервисного центра "Сугд мол".

Макаронная фабрика производит 5 видов продукции и предлагает её на рынок. Импортируемая технология предназначена для производства до одной тонны продукции в час.

Общая площадь сервисного центра "Сугд мол" составляет 14 тысяч квадратных метров. Проект строится в соответствии с международными стандартами.

Напомним, в ходе рабочей поездки в Согдийскую область 15 октября 2020 года Лидер нации уважаемый Эмомали Рахмон после открытия торгово-сервисного центра "Сугдиён" и швейной мастерской в Бободжон Гафуровском районе поручил предпринимателям создать современный сервисный центр путём расширения сферы деятельности до общенационального празднования 35-летия Государственной независимости.

Так, на основании указаний и поручений Главы государства началось строительство сервисного центра "Сугд мол", которое идет полным ходом. Предприниматели планируют сдать его в эксплуатацию в дни празднования важной исторической даты, создав десятки новых рабочих мест.

Предприятие по производству комбикормов в городе Бустоне рассчитано на выпуск 12 видов кормов для домашних животных, птицы и рыбы. Общая мощность предприятия составит 10 тонн продукции в час.

Одновременно на площади 10 гектаров планируется строительство современного тепличного комплекса. Производство овощей будет организовано с использованием современного оборудования в соответствии с требованиями потребительского рынка.

Ещё одним проектом является хлопкоперерабатывающее предприятие, мощность которого составит до 50 тонн переработки сырья в сутки. Полная переработка местного сырья станет основным направлением его деятельности.

В целом после реализации пяти новых проектов на территории Согдийской области будет создано около 1500 новых рабочих мест.

Глава государства уважаемый Эмомали Рахмон обратил внимание ответственных лиц министерств, ведомств и предпринимателей к необходимости качественной реализации проектов, расширения возможностей глубокой переработки местного сырья, увеличения занятости населения и производства конкурентоспособной продукции. (Сайт Президента Таджикистана 29.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Армения экспортировала более 88 млн литров питьевой воды за последние три года.

Согласно представленным данным, объем поставок за рубеж продолжает увеличиваться.

Армения в последние три года экспортировала примерно 88 млн 131 тыс. 400 литров воды. Об этом Sputnik Армения сообщили в министерстве экономики Армении.



В ведомстве в ответ на письменный запрос уточнили, что страна экспортирует природные или искусственные минеральные, газированные и несладкие питьевые воды, классифицируемые под кодом АТГ АА 2201 (код товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности — ТН ВЭД, применяемый в международной торговле).

Согласно представленным данным, в последние три года объем поставок за рубеж продолжает увеличиваться.

География экспорта охватывает 29 стран мира, среди которых Россия, США, Казахстан, Кыргызстан, Беларусь, Иран, Латвия, Ливан, Канада, Молдова, Саудовская Аравия, Грузия, Кувейт, Франция, Чехия, Украина, Южная Африка, Австралия, Корея и др.

В то же время в ведомстве отметили, что с целью содействия экспорту правительство частично компенсирует расходы на получение международных сертификатов соответствия: ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, FSSC 22000 и других, необходимых для подтверждения качества товара за рубежом (без этого экспорт во многие страны невозможен).

Государственная поддержка может составлять до 50% затрат на получение сертификата, но не более 1–1,5 млн драмов (около 2,5–3 тыс. долларов) — в зависимости от его вида.

При экспорте в третьи страны (США, ЕС, Канаду, Великобританию, Швейцарию и др.) предусмотрены дополнительные меры: компенсация до 50% стоимости сертификата (до 100 000 драмов) и до 50% расходов на лабораторные испытания (до 50 000 драмов за каждый показатель).

В ведомстве заверили, что государственная поддержка и активная политика по продвижению продукции за рубежом позволяют Армении постепенно расширять географию экспорта и увеличивать объемы поставок питьевой воды. (Sputnik Армения 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Недооцененный рынок: почему Coca-Cola верит в регион. "Forbes (Казахстан)". 31 марта 2026

Президент регионального офиса Coca-Cola Аджай Сохони рассказывает о потенциале Центральной Азии, инвестициях и новых потребительских трендах

С октября 2025 года региональный офис компании Coca-Cola в странах Центральной Азии и Кавказа возглавил Аджай Сохони, переехавший из Атланты (США) в Алматы. До этого он руководил штабом глобального операционного директора (COO) компании Энрике Брауна, который с 31 марта 2026 года станет генеральным директором The Coca-Cola Company.



Сохони приходит в регион с серьезным опытом в области стратегии, развития бизнеса и трансформации крупных международных компаний: за его плечами работа в McKinsey, Alibaba Group и The Coca-Cola Company в Азии, Европе, на Ближнем Востоке и в США.

Аджай, в чем заключались ваши обязанности в качестве начальника штаба главного операционного директора Coca-Cola?

— В течение двух с половиной лет в этой роли я помогал руководить программой преобразований компании и управлять эффективностью работы всех девяти операционных подразделений, а также сорока крупнейших рынков компании — куда, кстати, входят Казахстан и Узбекистан, наряду с США, Бразилией, Мексикой, Китаем и другими.

Как сотрудничество с операционным директором повлияло на ваш подход к принятию решений, и какие уроки вы применяете сегодня в управлении франшизами в регионе Центральная Азия и Кавказ?

— Роль главы аппарата дала мне уникальную возможность увидеть, как принимаются решения на самом высоком уровне в глобальной компании. Работая рядом с управленцем такого уровня, становишься "шумовым щитом" — берешь на себя "огонь" и операционные детали, чтобы лидер мог сосредоточиться на стратегии и долгосрочном видении. В этой роли мне приходилось быть оператором, советником, связующим звеном и своего рода "усилителем" влияния руководителя — помогать выстраивать командную работу, обрабатывать большие объемы информации и, при необходимости, конструктивно оспаривать решения. Такой опыт формирует очень системный взгляд на бизнес и учит думать не только о функциях или рынках по отдельности, а о компании как о едином организме.

Управляя франшизами Coca-Cola в регионе Центральной Азии и Кавказа, я четко вижу роль этого подразделения в глобальных операциях компании, имею возможность сравнивать с другими регионами и понимаю, какие практики можно заимствовать отсюда, и чем наш регион может поделиться с ними.

В январе Coca-Cola привезла Кубок Чемпионата мира по футболу FIFA™ в Алматы и Ташкент. Как подобные события помогают компании выстраивать связь с локальными потребителями?

— Для Coca-Cola такие события имеют гораздо более глубокий смысл, чем простая бренд-активация. Это та самая "магия момента", благодаря которой наш бренд хорошо известен. Мы являемся партнером FIFA уже почти 50 лет, и футбол для нас — это мощное культурное явление, которое объединяет людей, формирует ценности и вдохновляет поколения. Тур Кубка стал знаковым событием: тысячи людей смогли увидеть главный трофей мирового футбола, почувствовать атмосферу чемпионата мира и прикоснуться к его истории.



Подобные проекты позволяют нам делать то, что Coca-Cola умеет лучше всего — создавать моменты, которые люди запоминают надолго. Когда ты привозишь кубок, который обычно можно увидеть только в двух местах — или в музее FIFA в Цюрихе, или на финале чемпионата — ты не просто продвигаешь бренд, а создаешь воспоминание. Именно через такие эмоциональные и вдохновляющие события мы выстраиваем долгосрочные, искренние связи с людьми и сообществами, в которых работаем.

Какие основные достижения Coca-Cola вы можете выделить в 2025 году?

— Прошлый год ознаменовался как стратегическими инвестициями, так и укреплением присутствия бренда в регионе. Одним из ключевых событий стало открытие нового завода нашим партнером по розливу Coca-Cola Icesek (CCI) в Азербайджане, которое подчеркнуло важность этого рынка и было отмечено участием президента Ильхама Алиева. Также президент Казахстана посетил новый завод CCI в Шымкенте, отметив роль Coca-Cola в поддержке местного производства и экономического развития.

С точки зрения брендов и потребителей 2025 год был не менее значимым. Глобальная кампания "Share a Coke" ("Эта Coca-Cola — для тебя") была успешно запущена на всех наших рынках, укрепив эмоциональную связь с потребителями и место Coca-Cola в повседневной жизни. Мы продолжили расширять ассортимент, выпуская новые продукты, адаптированные к местным вкусам, в том числе Fanta Гранат и Fusetea Клубника-дыня в Казахстане, Fanta Дюшес в Узбекистане и другие, а также новые объемы упаковок, предлагая потребителям более широкий выбор и удобство.

Как меняются предпочтения потребителей на рынках Центральной Азии и Кавказа? Как Coca-Cola использует местные вкусы или инновации для установления связи с потребителями?

— Хотя наши флагманские бренды, такие как Coca-Cola, Fanta и Fusetea по-прежнему доминируют благодаря высокой узнаваемости и доверию, мы наблюдаем явные региональные различия в моделях потребления, а также различия в зависимости от возраста и пола. Молодые потребители более открыты для новых вкусов, коммуникации брендов и экспериментов, в то время как люди постарше склонны больше полагаться на привычки и удобство. Осведомленность об ингредиентах и уровне сладости также постепенно растет, даже если это еще не является основным фактором, влияющим на покупку для большинства потребителей.

Климат, образ жизни и местные привычки влияют на предпочтения в напитках, однако некоторые фундаментальные факторы остаются неизменными. В конечном итоге решающим фактором остается вкус. Мы можем внедрять инновации в области здоровья, устойчивого развития и удобства — оптимизировать рецептуру, представлять новые упаковки и форматы, но если продукт не имеет отличного вкуса, его не купят второй раз. Поэтому мы инвестируем в инновации и локализованные портфельные стратегии для каждого рынка, а не используем универсальный подход для всего региона.

Coca-Cola уделяет особое внимание проектам устойчивого развития. Какие ключевые направления вы можете выделить в этом году?

— Для Coca-Cola устойчивое развитие — это вопрос не корпоративной социальной ответственности, а непрерывности бизнеса. Мы продолжаем концентрироваться на наших ключевых приоритетах: водные ресурсы, отходы упаковки и экономическая инклюзия напрямую влияют на нашу "социальную лицензию на деятельность".

Вода становится все более значимой темой для региона, и здесь мы добились ощутимого прогресса: на наших ключевых рынках и в локациях с высоким водным дефицитом ежегодно реализуются соответствующие инициативы. Один из недавних примеров — Азербайджан, где более 1300 жителей села Марзандия впервые получили доступ к стабильному водоснабжению благодаря инфраструктурному проекту, обеспечивающему около 146 миллионов литров воды в год. В Казахстане в бассейне реки Ишим был реализован проект по устойчивому управлению агроландшафтами, направленный на сокращение потребления воды в сельском хозяйстве и повышение эффективности водопользования; в прошлом году этот проект получил президентскую премию "Парыз". В ближайшее время мы объявим о новых амбициозных инициативах по всему региону.

Подобные проекты, наряду с нашей 13-летней программой по расширению экономических возможностей женщин и программой развития инфраструктуры по переработке отходов в регионе, демонстрируют наш долгосрочный подход к развитию сообществ, в которых мы работаем. Стоит отметить, что за последние 10 лет Фонд Coca-Cola направил более 13 миллионов долларов США на социальные программы в регионе.

Регион Центральной Азии и Кавказа сталкивается с замедлением экономического роста на фоне глобальной неопределенности и внешних факторов, которые по-разному влияют на отдельные рынки. Как Coca-Cola учитывает эту макроэкономическую неоднородность при формировании стратегии в регионе и распределении инвестиций между странами региона?

— Действительно, мы ожидаем замедления в 2026 году на фоне общего спада мировой экономики. В ряде стран нашего региона экономическая активность тесно связана с внешними факторами — ценами на нефть, внешней торговлей, иностранными инвестициями и трудовой миграцией. Поэтому изменения в экономической ситуации у стран-ключевых партнеров напрямую отражаются на доходах домохозяйств и уровне потребления.

Я уделяю много времени анализу того, как по-разному ведут себя отдельные рынки: то, что работает в Казахстане, может не сработать в Азербайджане. Моя задача — обеспечить достаточную гибкость, чтобы мы могли адаптировать инвестиции, ценовую политику и портфель продуктов для каждого рынка отдельно, а не управлять



регионом по усредненной региональной модели. Именно поэтому мы инвестируем локально, быстро реагируем на изменения и настраиваем стратегии роста под конкретные рынки. Мы здесь всерьез и надолго.

Как компания планирует развиваться в регионе?

— Я искренне считаю, что этот регион недооценен. Здесь молодое, технологически продвинутое население, правительства, активно привлекающие иностранные инвестиции, и растущий средний класс с интересом к премиальным и локализованным продуктам. Мы с нашими партнерами-ботлерами работаем здесь уже три десятилетия — инвестировали более одного миллиарда долларов, открыли 15 заводов, создали тысячи рабочих мест и продолжаем развивать наше присутствие. В этом году CCI — наш крупнейший ботлер в регионе — начинает строительство нового завода в Актобе. Это говорит об уверенности в будущем региона.

Как проходит ваше обустройство в Алматы?

— Переезд стал для меня очень вдохновляющим опытом. Динамичная деловая среда города, потрясающая природа и открытость людей делают Алматы отличным местом для жизни и работы. Я особенно рад, что ко мне наконец-то присоединились жена и дочь, прямо накануне Наурыза. Новый год — новое начало! Мы позаботились о том, чтобы в нашем новом доме была дополнительная комната для гостей, ведь многие из наших друзей и родственников наверняка захотят открыть для себя этот регион, пока мы здесь.

Для справки: Название компании: *СП Кока-Кола Алматы Ботлерс, ТОО (Coca-Cola Icecek, БИН 010140000669)*
 Адрес: *050026, Республика Казахстан, Алматинская область, Алматы, ул. Гоголя/Байзакова, 203/73* Телефоны: *+77272506092; +77272506096; +77272501633; +77028880000* E-Mail: *cocacola@coca-cola.com; hotline@cci.com.kz; marketing.russia@cchellenic.com* Web: *https://www.coca-cola.com/kz/ru* Руководитель: *Динчель Вели, генеральный директор (Forbes (Казахстан) 31.03.26)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"И это не шутка": в Финляндии подорожали сладкие напитки из-за нового налога. "Деловой Петербург". 1 апреля 2026

Повышение налога на безалкогольные напитки вступило в силу в Финляндии в среду, 1 апреля.

Больше всего подорожали сладкие напитки, налог на которые теперь зависит от содержания сахара, сообщает Italehti.

"И это не первоапрельская шутка", — подчёркивает издание.

Так, Coca-Cola объёмом 1,5 литра 1 апреля стоит в финских магазинах на 20 центов дороже (на 7,27%): 2,79 евро (по сравнению с 2,59 евро 31 марта).

Цена 1,5-литровой бутылки Fanta выросла на 24 цента (на 8,14%): с 2,95 до 3,19 евро.

Повышение налога распространяется на все безалкогольные напитки — как произведённые в Финляндии, так и ввезённые из-за рубежа. Повышается налог и на напитки без сахара: на 20 центов за литр.

Правительство Финляндии обосновало реформу заботой о населении и ориентации его на здоровый образ жизни. По оценкам, повышение налогов принесет государству дополнительные доходы в размере порядка 110 млн евро в год.

Ассоциация пивоваренной и безалкогольной промышленности Финляндии раскритиковала это решение, отметив, что это уже девятое повышение налога с 2011 года, а налоговая нагрузка на финскую индустрию безалкогольных напитков увеличится до 324 млн евро в год.

Ассоциация предупредила, что это ослабит способность отрасли инвестировать в развитие и побудит потребителей совершать покупки в других странах Евросоюза.

Финская сеть ресторанов быстрого питания Helsingin Burger накануне, 31 марта, предупредила покупателей, что будет включать в меню комплексных обедов безалкогольный напиток Coca-Cola Zero без сахара, обменять который на сладкую Coca-Cola можно будет только за дополнительную плату в размере 0,10–0,20 евро.

В компании объяснили это тем, что с 1 апреля понесут дополнительные расходы в связи с изменением налога на безалкогольные напитки, а также отметили, что в стандартный комбо-набор будут включать другие безалкогольные напитки без сахара, газированную или обычную воду.

"Удивительно: за подслащенную газировку приходится доплачивать, в отличие от прежних времен, когда замена напитка была бесплатной", — пишет газета Ilta-Sanomat.

Финские власти анонсировали повышение налога на безалкогольные напитки в сентябре прошлого года. Налог на напитки без сахара повысился с 13 до 20 центов за литр, а на сладкие напитки, которые ранее облагались налогом в размере 32 цента за литр, в зависимости от содержания сахара: 27, 35, 43, 51 или 59 центов за литр.

Крупнейший финский производитель сахара Suomen Sokeri Oy (входит в немецкую Nordzucker AG) принял решение остановить несколько производственных линий на своём заводе в Порккале и прекратить переработку нерафинированного сахара. Прекращение производства сахара в Финляндии объяснили рыночной ситуацией, конфликтом на Украине, а также изменениями в потребительских привычках.

В Хельсинки школы решили перевести на растительное меню: власти оправдывают это заботой о здоровье финских детей.



Ранее сбор с посетителей за сахар обнаружили в Литве, где сеть кофеен за каждый пакетик сахарного песка к чашке кофе, который ранее предоставлялся бесплатно, теперь берёт плату в размере 0,1 евро. (Деловой Петербург 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Рынок чая, кофе и какао

Общие новости рынка чая, кофе и какао

Россия увеличила экспорт продукции АПК в Грузию почти до 500 млн долларов.

В структуре поставок основными видами продукции стали пшеница со стоимостью экспорта более 81 миллиона долларов

Российский экспорт продукции АПК в Грузию по итогам 2025 года вырос на 3% в весе и на 16% в стоимости, до 807 тысяч тонн на сумму почти 500 миллионов долларов, сообщил Федеральный центр "Агроэкспорт".

"Согласно оценкам экспертов, по итогам 2025 года Россия экспортировала в Грузию 807 тысяч тонн продукции АПК на почти 500 миллионов долларов. В сравнении с 2024 годом объем поставок вырос на 3% в натуральном выражении и 16% – в стоимостном", – говорится в сообщении.

В "Агроэкспорте" уточнили, что в структуре поставок основными видами продукции стали пшеница со стоимостью экспорта более 81 миллиона долларов, подсолнечное масло – более 50 миллионов долларов, живые свиньи – более 39 миллионов долларов, шоколад – более 24 миллионов долларов, а также экстракты, эссенции и концентраты кофе и чая – более 81 миллиона долларов. (Sputnik Грузия 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости производителей чая, кофе и какао

Компании Тверской области участвуют в бизнес-миссии в Узбекистан.

С 30 марта по 1 апреля проходит визит делегации Тверской области в Республику Узбекистан. В мероприятиях в городе Ташкенте участвуют компании Верхневолжья и представители регионального Центра поддержки экспорта.

Бизнес-миссия отвечает задачам национальных проектов "Международная кооперация и экспорт", "Эффективная и конкурентная экономика". А также приоритетам, обозначенным главой региона Виталием Королевым: развитие производств, обеспечивающих рабочими местами молодежь и жителей региона, продвижение продукции Верхневолжья, в том числе на внешние рынки. Бизнес-миссия в Узбекистан – возможность для предприятий Тверской области установить прямые деловые контакты и расширить экспорт.

В состав тверской делегации вошли шесть компаний:

производитель кофе ООО "Милфудс"; ООО "Милтех", выпускающее упаковочное оборудование для пищевой промышленности; ООО НПО "БИТ", специализирующееся на детском питании и БАДах на основе ламинии; ООО "ЗНАТОК" – производитель фруктовой, овощной, мясной и рыбной консервации; производители кондитерских изделий и рыбных пресервов ООО "Славконд" и ООО "Про-Фиш" соответственно.

Представители компаний проводят деловые встречи, устанавливают новые контакты с партнерами и обсуждают перспективы сотрудничества в сфере поставок продукции. О специфике местного бизнеса тверским производителям рассказал заместитель торгового представителя Российской Федерации в Республике Узбекистан Игорь Камынин.

По итогам совместной работы дистрибьютеры и торговые сети Узбекистана выразили заинтересованность в поставках свежеежаренного кофе от ООО "Милфудс". ООО "ЗНАТОК" в результате B2B-переговоров разработало концепцию вывода продукции на рынок Узбекистана, а ООО "Милтех" планирует расширить присутствие в республике.

Часть деловой программы – визит делегации Тверской области на 25-ю Международную выставку "Продукты питания, ингредиенты и технологии производства - UzFood 2026". Выставка является знаковым событием в секторе пищепрома. Ежегодно в ней участвуют ведущие производители, поставщики и дистрибьютеры отрасли, представляя узбекистанский и мировой продовольственные рынки.

Бизнес-миссия в Узбекистан организована Центром поддержки экспорта Тверской области, который работает в структуре регионального Центра "Мой бизнес".



Для справки: Название компании: *Милфудс, ООО (ранее Паулиг Рус, ООО, Paulig)* Адрес: 121108, г. Москва, ул. Ивана Франко, дом 8, этаж 14 (БЦ "Кутузов Тауэр") Телефоны: +78001001876 E-Mail: hotline@milfoods.ru Web: <https://poetti.ru> Руководитель: *Сои Викас, генеральный директор*

Для справки: Название компании: *Научное производственное объединение Биомедицинские инновационные технологии, ООО (НПО БИТ, ООО)* Адрес: 170521, Россия, Тверская область, Калининский р-н, с. Медное, Школьная ул, 30б Телефоны: +78005507683 E-Mail: contract@npobit.com Web: <https://npobit.com> Руководитель: *Ефимова Гелися Азизжановна, генеральный директор*

Для справки: Название компании: *Знаток, ООО* Адрес: 170043, Россия, Тверь, Волоколамское шоссе, 84 Телефоны: +7(903)8040432 E-Mail: znatok.rf@mail.ru Web: <https://znatokrf.ru> Руководитель: *Добрынкин Максим Олегович, директор*

Для справки: Название компании: *Славконд, ООО* Адрес: 170028, Россия, Тверская область, Тверь, ул. Коминтерна, 81 Телефоны: +7(4822)570838; +7(4822)570837 E-Mail: info@tverkonditer.ru Web: <https://www.slavkond.ru> Руководитель: *Пулькин Игорь Валерьевич, директор (INFOline (по материалам Администрации) 01.04.26)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Производитель колбасы "Дымов" регистрирует бренд для чая и кофе. "Shopper's". 27 марта 2026

Ранее основатель компании запустил кондитерское производство "Дымовское колбасное производство" хочет зарегистрировать новый товарный знак Думов & Со для нескольких видов товаров, которые компания раньше не выпускала. Заявка в Роспатент распространяется в том числе на чай, кофе, мороженое, безалкогольные напитки,





квас. Также компания ищет бренд-менеджера для развития категории чая, свидетельствует вакансия на одном из рекрутинговых сайтов. Там указано, что проект планируется реализовать в Суздале.

Представитель ГК "Дымов" на запрос не ответил.

"Дымов" выпускает колбасы, мясные деликатесы, полуфабрикаты, снеки. Компанию основал в 2001 г. предприниматель Вадим Дымов. В нее входят три мясоперерабатывающих производства в Москве, Московской области и Красноярске, а также животноводческие комплексы в Краснодарском, Красноярском краях и Владимирской области, перечислено на сайте компании. С 2014 г. группа развивает сеть фастфуда "Дымов гриль дог" (в 2024 г. — и по франшизе). До конца 2026 г. компания обещала открыть 70 франчайзинговых и не менее 30 собственных заведений, писал "Коммерсантъ".

У основателя группы есть проекты за пределами мясного производства. В 2003 г. Дымов с женой Евгенией Зеленской основал в Суздале керамическую мануфактуру "Дымов керамика". В 2022 г. супруги создали компанию "Суздалянка" по производству какао и шоколада. Два года назад она запустила производство сладостей (зефира, конфет, пастилы) в здании бывшего хлебокомбината. Сладости, которые выпускаются под брендом "Дом русского чаепития", предназначены для продажи, в частности, в собственных ресторанах предпринимателя, кондитерской и фирменных магазинах "Дымов керамики" (есть в Суздале и в Москве). Рестораны находятся в Суздале, их несколько — "Гостинный двор", "Агроном", "Сырodelья", "Дом русского чаепития".

Можно предположить, что компания будет выпускать премиальную или нишевую продукцию, говорит гендиректор "Росчайкофе" Рамаз Чантурия. При небольших объемах имеет смысл найти контрактное производство, которое будет делать ее под заказ. А если речь о больших объемах для поставок в сетевую розницу, то имеет смысл обзавестись собственным производством.

По данным NTech, продажи кофе в зернах, молотого, капсульного в 2025 г. сократились в натуральном выражении на 2%, растворимого кофе — на 1%. На 1% упали и продажи чая в пакетиках, листового и капсульного. Критичного снижения ни в одном из видов горячих напитков нет, хотя некоторые люди, возможно, решили оптимизировать бюджет, из-за чего и продажи немного сократились, отметил Чантурия. По его словам, на рынке кофе мог сказаться рост цен из-за повышения биржевой стоимости в последние два года, а в случае с чаем сильных колебаний цены не было.

По данным NTech, продажи некоторых других товаров, которые могут появиться у Дымова, сокращаются или растут незначительно. Например, продажи прохладительных напитков (квас, холодный чай, компот) сократились за прошлый год на 5%. А мороженое прибавило 1% в натуральном выражении.

Для справки: Название компании: *Дымовское колбасное производство, ООО* Адрес: 121614, Россия, Москва, ул. Крылатская, 37 Телефоны: +74955000151; 79259642802; 79851529260 Факсы: +7(495)5000164 E-Mail: info@v-dymov.ru; marketing@v-dymov.ru; korabelschikova.v@v-dymov.ru; veprentsev.sergey@v-dymov.ru Web: www.v-dymov.ru Руководитель: *Трегубов Дмитрий Владимирович, генеральный директор (Shopper's 27.03.26)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Региональные новости рынка чая, кофе и какао

Аграрии Сочи планируют занять 40% рынка субтропической продукции в РФ.

Аграрии Сочи планируют заместить 40% импортной субтропической продукции на российском рынке к 2035 году. Совокупная выручка сельхозотрасли муниципалитета при этом может вырасти в 39,5 раза до 15 млрд руб. Об этом сообщила пресс-служба ассоциации "Народный фермер Кубани".

Результат заложен в "Производственную сельскохозяйственную фермерскую программу импортозамещения и продовольственной безопасности города-курорта Сочи". Ее разработчиками являются АНО "Академия развития субтропического сельского хозяйства" и Союз "Народный фермер Сочи".

"Только здесь, в зоне влажных субтропиков, можно промышленно выращивать чай, фейхоа, хурму, инжир, цитрусовые. Но чтобы этот потенциал реализовать, нужна единая стратегия и поддержка на всех уровнях", — отметил исполнительный директор ассоциации "Народный фермер Кубани" Денис Ивлев.

В пресс-службе уточнили, что в ближайшие два года в регионе планируют заложить новые субтропические сады. По данным на март 2026 года, у фермеров имеется 240 тыс. саженцев, к 2035 году объем посадочного материала планируют увеличить в 14 раз до 3,35 млн единиц.

"Если посадить все имеющиеся у нас на данный момент саженцы, мы можем разбить порядка 670 га субтропических садов уже в 2026–2027 годах. Это абсолютно реально. Сбор урожая субтропических культур, по прогнозам, вырастет за 10 лет в 1,3 тыс. раз — с 55 т до 72 тыс. т", — добавил руководитель АНО "Академия развития субтропического сельского хозяйства" Андрей Платонов.

Отмечается, что общий объем финансирования для реализации программы оценивается в 15 млрд руб. Из них около 7 млрд руб. составляют внебюджетные источники.

По данным Россельхознадзора, в 2025 году в Россию было ввезено более 6,1 млн т фруктов и орехов. Основной объем пришелся на цитрусовые (почти 1,8 млн тонн) и бананы (свыше 1,4 млн т). Объем поставок манго, фиников, инжира, ананасов и других тропических фруктов превысил 225 тыс. т, закупки орехов составили более 90 тыс. т.

Как сообщал РБК Краснодар, к 2035 году по программе развития субтропического сельского хозяйства в Сочи планировали увеличить площадь под экзотические культуры в 63 раза до 4 тыс. га. (РБК-Краснодарский край 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Порядка 30 тыс. тонн чая произвели в Подмосковье в 2025 году.

Московская область закрепила за собой лидирующие позиции по производству чая в России, сообщает пресс-служба регионального Министерства сельского хозяйства и продовольствия. "По итогам 2025 года общий объем произведенного чая в Подмосковье составил свыше 29,9 тыс. тонн — это более 86,2% производства чая в ЦФО и 28,6% в масштабах всей страны", — сообщается в материале.



Значительный вклад в эти показатели внесли предприятия области: ООО "Фабрика "Ахмад Ти", ООО "МАÛ" и ООО "Яковлевская чаеразвесочная фабрика", которые обеспечивают не только объемы, но и высокие стандарты качества продукции, способствуя укреплению продовольственной безопасности страны.

В пресс-службе напомнили, что 1 апреля в России стартовала обязательная маркировка чая и ряда сопутствующих товаров. Теперь коды должны наноситься на упаковку чая, чайных напитков, детского чая и какао.

Нововведение даст потребителям удобный инструмент контроля качества и легальности продукции. Проверить товар теперь можно в один клик с помощью бесплатного приложения "Честный ЗНАК". В нем покупатели смогут получить всю ключевую информацию о продукте, в том числе узнать срок его годности.

Маркировка несет пользу как потребителям, так и производителям. Для покупателей это прежде всего гарантия безопасности: возможность убедиться, что продукт соответствует заявленным характеристикам и не просрочен. Для производителей внедрение маркировки — это шанс повысить доверие к бренду, защитить свою продукцию от подделок и получить доступ к аналитическим данным о движении товара на рынке, заключили в материале пресс-службы.

Для справки: Название компании: *Фабрика Ахмад Ти, ООО* Адрес: 141051, Россия, Московская область, Мытищинский район, ул. Фабричная, владение 8, строение 3 Телефоны: +7(495)9679588; +7(495)2346991 Факсы: +7(495)9679588#112 E-Mail: report@ahmadtea.ru Web: www.ahmadtea.ru Руководитель: Смирнов Глеб Владимирович, генеральный директор

Для справки: Название компании: *Компания Май, ООО (Май-Фудс)* Адрес: 117292, г. Москва, улица Дмитрия Ульянова, 7А Телефоны: +74957757505; +78003014733; +74950322041; 89168382113; 79168382113; 79150759342;



89164074599 Факсы: +7(495)7757505 E-Mail: BusinessIntegrityCommission@themay.com; info@themay.com; prmay@themay.com; apetrov@themay.com; akolesnikova@themay.com Web: tea.ru; www.themay.com

Для справки: Название компании: *Яковлевская чаеразвесочная фабрика, ООО* Адрес: 142152, Россия, Московская область, район Подольский р-он, д.Яковлево, ул. Шоссейная, 1 Телефоны: +7(495)7804154; +74956637472 Web: <http://www.moscowtea.ru> Руководитель: *Лукьянов Сергей Викторович, генеральный директор* (Интернет-портал Правительства Московской области 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Урожай чая на Кубани за год снизился на 9%.

Валовый сбор чайного листа в Краснодарском крае в 2025 году превысил 262 тонны.

По итогам 2025 года в Краснодарском крае собрано 262,6 тонн чайного листа, что на 9% ниже показателей 2024 года. Об этом со ссылкой на данные министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности региона сообщают "Ведомости Юг".

Причиной снижения объемов урожая, по информации властей, стали погодные условия. При этом, как отмечает издание, объем производства готовой чайной продукции на Кубани остался на уровне предыдущего отчетного периода. Предприятия региона произвели около 9,5 тысяч тонн зеленого не ферментированного, черного ферментированного и частично ферментированного чая. Объем выпуска краснодарского чая, из выращенного в Сочи чайного листа, составил около 65 тонн. В основном он купажируется с импортными сортами.

Деятельность по производству фасованного чая в Краснодарском крае осуществляют восемь предприятий, расположенных в Сочи, Краснодаре, а также на территории Славянского и Белореченского районов. Общая производственная мощность компаний составляет 15 тысяч тонн продукции в год.

Ранее сочинский фермер Егор Матчак в интервью "Эксперту Юг" подробно рассказал о проблемах, с которыми сталкиваются производители чая на Кубани. (Эксперт Юг 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Зарубежные новости рынка чая, кофе и какао

Узбекистан сократил импорт чая до 2,6 тыс. тонн в январе.

В январе 2026 года в Узбекистан было импортировано 2 570 тонн чая на общую сумму 3,8 млн долларов США, сообщает Национальный комитет по статистике. Поставки осуществлялись из 14 зарубежных стран.

По сравнению с аналогичным периодом 2025 года объем импорта сократился на 421 тонну.

Основным поставщиком чая остается Китай, откуда в республику было ввезено 2 122 тонны продукции. Значительные объемы также поступили из Казахстана — 123 тонны, Ирана — 113,4 тонны, Кении — 97,6 тонны и Индонезии — 41,8 тонны.

На долю других стран пришлось 72,3 тонны импортируемого чая.

Снижение объемов поставок может отражать изменения в структуре спроса, а также динамику внешней торговли и ценовой конъюнктуры на рынке. (UzDaily.uz 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Рынок крепких алкогольных напитков

Общие новости рынка крепких алкогольных напитков

Рост пошлин на крепкий алкоголь: как изменятся ассортимент и цены в магазинах с 1 мая 2026 года.

"Российская газета". 27 марта 2026

Алкогольный рынок переформатируется с 1 мая

С 1 мая 2026 года Россия может сделать очередной шаг к переформатированию алкогольного рынка. По информации источников на рынке, власти планируют повысить ввозные пошлины на крепкий алкоголь из недружественных стран с 3 до 5 евро за литр спирта. Ожидается, что соответствующее решение будет принято уже в апреле.

Новая пошлина ляжет на плечи импортеров и конечных покупателей крайне неравномерно. Как отмечает президент гильдии "Алкопро" Андрей Московский, протекционистская логика меры понятна, но ее арифметика не так проста. Для премиального сегмента повышение ставки на 2 евро за литр спирта окажется символическим. "Для односолодового виски по 5 000-6 000 рублей - это шум в пределах погрешности восприятия цены потребителем", - поясняет эксперт. Однако массмаркет, к которому относятся напитки в ценовом диапазоне 1 200-1 500 рублей, окажется в зоне наибольшего риска. Именно здесь удорожание будет заметным, а покупательская чувствительность - максимальной.

При этом важно понимать: рост стоимости на полке не ограничится размером самой пошлины. Как подчеркивает Московский, этот инструмент накладывается на уже существующий тренд удорожания логистики. Топливо дорожает, цепочки поставок удлиняются и усложняются. Пошлина становится лишь одним из слагаемых в финальной цене, суммируясь с издержками на транспортировку и хранение.

читайте также "Эффект есть, но важно понимать обратную сторону". Глава Росалкогольтабакконтроля - о последствиях ограничений продаж спиртного

Главный итог грядущего изменения эксперты видят не в сокращении доли импорта как такового, а в трансформации ассортимента. "Результат предскажем: середина полки продолжит сжиматься, - прогнозирует Московский. - Покупатель либо уходит вниз по цене, либо фиксирует лояльность к конкретному бренду и платит больше".

Этот процесс, по его словам, шел и без новой пошлины, но она лишь ускорит его. Импортеры начнут пересматривать структуру ввоза. Массовые позиции, попавшие под ценовой пресс, будут замещаться альтернативами из дружественных стран. Узкоспециализированный сегмент - редкие односолодовые виски, коллекционные и лимитированные выпуски - сохранится благодаря специализированной рознице и прямым заказам, но станет еще более нишевым.

Ограничения затронут не только готовый импортный алкоголь, но и сырье, необходимое российским заводам - коньячный спирт, висковый и ромовый дистиллят, отмечает руководитель Центра разработки национальной алкогольной политики Павел Шапкин.

Это означает, что подорожание неизбежно затронет продукцию, которая формально считается российской, но производится из импортных "полуфабрикатов".

По оценкам Шапкина, для конечного потребителя это выльется в ощутимое увеличение чека. "Наша продукция из импортного сырья тоже подорожает примерно на 80 рублей за 0,5 л на полке", - подсчитывает он. Впрочем, многое зависит от страны происхождения дистиллята. Если с европейскими и американскими поставщиками ситуация однозначна, то, например, с ромом из Доминиканской Республики, которая не входит в перечень недружественных государств, вопрос требует отдельного рассмотрения.

Прогнозируя реакцию потребителей, аналитики сходятся во мнении, что шокового обвала спроса не произойдет. Российский алкогольный рынок слишком велик и имеет мощную внутреннюю основу.

Шапкин отмечает, что около 80% потребления алкоголя в стране приходится на отечественное пиво, водку и коньяк. Поэтому даже если часть покупателей отвернется от подорожавшего импорта, глобальная картина кардинально не изменится. "Потребление снизится, но не более чем на 1%", - уверен эксперт.

В этой логике повышение пошлины выглядит скорее как точечный, но эффективный инструмент поддержки локальных производителей, особенно в сегменте коньяка. "Будет скорее пошлина на пользу российским производителям коньяка", - резюмирует Шапкин. (Российская газета 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Инвестиционные проекты на рынке крепких алкогольных напитков

Росимущество выставило на торги бывшие активы украинской алкогольной группы "Баядера".

Росимущество выставило на торги акции пяти компаний, ранее входивших в украинский алкогольный холдинг "Баядера Групп", говорится в материалах на сайте ГИС "Торги".

Согласно документации, на аукцион выставлены 99,2% акций вологодского АО "Великоустюгский ликеро-водочный завод" (ВУЛВЗ), а также 100% долей московских ООО "Национальные алкогольные традиции" и ООО "Бизнес Групп", крымских ООО "Южные алкогольные традиции" и ООО "Алкогольные традиции Крыма".

Все доли продают единым лотом, начальная цена составляет 838 млн рублей, шаг аукциона - 41,9 млн рублей. Заявки на участие принимают до 27 апреля, торги запланированы на 30 апреля.

Как сообщалось, в феврале 2025 года Великоустюгский районный суд Вологодской области по иску Генпрокуратуры обратил в доход РФ эти активы "Баядера Групп", их общая стоимость оценивалась более чем в 9 млрд рублей. В июле 2025 года правительство РФ включило эти предприятия в план приватизации федерального имущества на 2025-2027 годы.

Сообщалось также, что в 2015 году холдинг "Баядера Групп" приобрел 100% акций ВУЛВЗ. Предприятие создано на базе открытого в 1901 году завода, основной вид деятельности - производство дистиллированных алкогольных напитков: водки, виски, бренди, джина, ликеров и т.п. Согласно отчетности компании, в 2025 году выручка составила 427,5 млн рублей, чистый убыток - 335,7 млн рублей.

По данным отчетности, "Южные алкогольные традиции" в 2025 году получили 548,4 млн рублей выручки и 25,7 млн рублей чистой прибыли, "Алкогольные традиции Крыма" - 1,5 млрд рублей выручки и 9,7 млн рублей чистой прибыли, "Бизнес Групп" - 125 тыс. рублей выручки и 3 тыс. рублей чистой прибыли, "Национальные алкогольные традиции" - 3,9 млрд рублей выручки и 1,5 млрд рублей чистого убытка. У первых трех компаний основной вид деятельности указан как оптовая торговля напитками, у последней - деятельность агентов по оптовой торговле пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями.

В феврале прошлого года сообщалось, что согласно выпискам из ЕГРЮЛ, собственниками "Южных алкогольных традиций" являлись Анна Ренцеш и Наталья Романова (по 50% уставного капитала), "Алкогольных традиции Крыма" - Ольга Баннова и Антонина Мокляк.

Юрию Мокляку принадлежали 100% уставного капитала ООО "Национальные алкогольные традиции", а также, согласно отчетности ВУЛВЗ за 2023 год, он являлся единственным бенефициаром завода. Кроме того, Мокляк владел 0,01% уставного капитала ООО "Бизнес Групп", еще 99,99% компании были у Fadel International Inc. (Маршалловы острова). (Интерфакс 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Покупатели не проявляют интереса к акциям Бутурлиновского ЛВЗ в Воронежской области.

На первый и второй специализированные аукционы по продаже 20% акций АО "Бутурлиновский ликеро-водочный завод" (ЛВЗ), принадлежащих Воронежской области, не поступило ни одной заявки. По состоянию на 31 марта потенциальные покупатели также не заявили на третий аукцион. Об этом "Ъ-Черноземье" сообщили в региональном министерстве имущественных и земельных отношений (МИЗО).

Как сообщал "Ъ-Черноземье", МИЗО продает 109 692 обыкновенные именные акции. Уставный капитал предприятия составляет 548,3 млн руб. Всего в обороте находится 548 261 акция с номинальной стоимостью 1 тыс. руб. каждая. Торги по третьему аукциону назначены на 17 апреля.

"В случае признания третьего специализированного аукциона несостоявшимся министерством будут проводиться дальнейшие мероприятия по вовлечению указанного имущества в гражданский оборот", — заявили в МИЗО.

В ГИС "Торги" первый и второй аукционы длительное время оставались на стадии "определение победителя" уже после установленной даты торгов по ним. Протоколы были опубликованы во второй половине дня вчера, 30 марта, — вскоре после направления запроса от "Ъ-Черноземье" по этому поводу. Соответственно статус аукционов изменился на "не состоялись". (Коммерсантъ 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости производителей крепких алкогольных напитков

Прибыль пермского производителя водки снизилась на 13%.

Пермское АО "Бастион" опубликовало финансовую отчетность за 2025 год. Согласно данным "СПАРК-Интерфакс", выручка общества за 2025 год составила 4,399 млрд руб., что выше показателя прошлого года на 7% (4,096 млрд руб.). Чистая прибыль сократилась на 13% — со 107,4 млн до 93,1 млн руб. Себестоимость продаж выросла с 2,934 млрд до 3,016 млрд руб.

АО "Бастион" занимается производством алкогольной продукции. Предприятие было создано на базе Пермского винодельческого завода, основанного в 1942 году. До 2017 года завод назывался "Уралалко", затем был переименован в "Бастион осн. 1942 г.". С 2003 года компания входит в алкогольный холдинг России "Белуга групп" (до 2017 года — ГК "Синергия").



Для справки: Название компании: *Бастион, АО* Адрес: 614990, Россия, Пермский край, Пермь, ул. Героев Хасана, 104 Телефоны: +7(342)2144242 E-Mail: bastion@belugagroup.ru Web: <http://bastionalco.ru> Руководитель: *Костин Алексей Анатольевич, генеральный директор* (Коммерсантъ 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Зелёная Марка" представляет новую сладкую настойку.



Группа компаний "Руст", один из крупнейших производителей алкогольных напитков в России, представляет новую сладкую настойку в линейке "Зелёная Марка" — "Зелёная Марка Земляничная".



Продукт создан эксклюзивно для торговой сети "Пятёрочка" и продолжает развитие стратегического партнёрства с крупнейшим российским ритейлером.

Новинка крепостью 21% выпускается в формате 0,5 л и производится на основе спирта "Альфа" с добавлением натурального настоя лесной земляники, что обеспечивает выразительный и сбалансированный вкус.

Аромат и вкус "Зелёной Марки Земляничной" раскрываются натуральными ягодными нотами с мягкой сладостью и лёгкой кислинкой, переходящими в приятное, освежающее послевкусие.

Новая настойка подойдет как для дружеских встреч, так и для уютных вечеров, когда хочется добавить в момент немного яркости, тепла и природной сладости.

"Зелёная Марка Земляничная" будет доступна в сети "Пятёрочка" с апреля месяца.

Для справки: Название компании: *Группа Компаний Руст (Roust Inc.)* Адрес: 119633, Россия, Москва, Новоорловская ул., 5 Телефоны: +7(495)7771777 E-Mail:

info@roust.com; vip@roust.com; ada.maslova@roust.com; ekaterina.trofimova@roust.com; elena.kushnereva@roust.com

Web: <http://roust.com> Руководитель: *Пикки Алессандро, генеральный директор, Корпорация "Руст"; Тарико Рустам, председатель совета директоров; Блинов Илья Сергеевич, Руководитель направления глобальное производство и снабжение; генеральный директор – Россия* (По материалам компании 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Ростовский бизнесмен увеличил выручку "Алкоголь статус групп" втрое.

Выручка компании "Алкоголь статус групп" из ДНР, которую контролирует совладелец Ростовского порта Дмитрий Грызлов, превысила 1 млрд руб. в 2025 году. Соответствующая информация размещена в информационной системе "СПАРК-Интерфакс". Это на 228% выше показателя годом ранее (312,1 млн руб.). Редакция РБК Ростов направила компании запрос для выяснения причин, повлиявших на рост финансовых показателей. На момента публикации ответа не поступило.



Чистая прибыль производителя спирта выросла на 111,4%, до 99,1 млн руб. в 2025 году против 46,9 млн руб. в 2024 году. Кредиторская задолженность увеличилась с 103,8 млн руб. до 361,1 млн руб. Показатель коммерческих расходов также показал положительную динамику — рост с 6,9 млн руб. до 35,5 млн руб. в 2025 году.

Управленческие расходы компании по итогам прошлого года достигли 242,3 млн руб. Прочие расходы составили 29,2 млн руб., а прочие доходы — 6,8 млн руб.

Согласно системе, ООО "Алкоголь статус групп" было зарегистрировано в Донецке (ДНР) в 2016 году. Основная отрасль — производство пищевого спирта. Бенефициаром указан Дмитрий Грызлов, директором — Василий Герасименко.

Грызлов управляет 13,97% акциями АО "Ростовский порт". Он также входит в совет директоров АО РИФ. (РБК - Ростов 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Чистая прибыль "Новабев групп" упала на 68,3% в 2025 году.

Чистая прибыль "Новабев групп" по РСБУ по результатам 2025 г. снизилась на 68,3% в годовом выражении и составила 3,3 млрд руб.

Выручка алкогольной компании в прошлом году сократилась на 34% год к году и достигла 3,9 млрд руб. Валовая прибыль составила 3,9 млрд руб. по сравнению 5,9 млрд руб. в предыдущем году.

26 января "Новабев групп" сообщила, что ее общие отгрузки в 2025 г. уменьшились на 2% до 15,8 млн декалитров (дал). Отгрузки собственных брендов компании остались на уровне 2024 г. и составили 12,7 млн дал. Объем отгрузок партнерских брендов снизился до 3,1 млн дал с 3,4 млн дал годом ранее. Падение обусловлено общеотраслевыми факторами, плановыми изменениями структуры импорта и переориентацией на более маржинальные и ликвидные бренды.

В октябре 2025 г. акционеры группы одобрили выплату дивидендов за первое полугодие прошлого года в размере 20 руб. на обыкновенную акцию. Всего на выплату дивидендов было направлено 2,47 млрд руб.



Для справки: Название компании: Новабев Групп (Novabev Group, ранее Beluga Group; ИНН: 7705634425) Адрес: 119180, Россия, Москва, Якиманская наб., 4, стр 1 Телефоны: +74957753050; +7(495)5102695; +74957442901; +78003017733 Факсы: +7(495)7753052; +7(495)5102697 E-Mail: info@belugagroup.ru; hk@novabev.com; vip@novabev.com; info@novabev.com; kp@zao-rps.ru; ir@novabev.com; pr@novabev.com; HRDep@novabev.com Web: <https://novabev.com> Руководитель: Баженов Владислав, операционный директор (Ведомости 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Дербентский коньячный комбинат" увеличил выручку до 2,8 млрд рублей (Дагестан).

"Дербентский коньячный комбинат" установил исторический рекорд выручки в 2025 году, увеличив ее на 4,8% до 2,8 млрд руб., хотя чистая прибыль предприятия сократилась на 13,5% до 732,6 млн руб. Об этом сообщает "Интерфакс" со ссылкой на отчетность компании.

Предыдущий максимум продаж был зафиксирован в 2024 году, когда выручка выросла на 27,4% по сравнению с 2023 годом. Себестоимость продукции увеличилась на 2,2% до 1,56 млрд руб. Валовая прибыль поднялась на 8,1% до 1,28 млрд руб., а доходы от реализации выросли на 27% до 772,1 млн руб.

При этом прибыль до налогообложения снизилась на 7,7% до 976,8 млн руб. Кредиторская задолженность предприятия возросла с 774,8 млн руб. на конец 2024 года до 905,3 млн руб. Дебиторская задолженность увеличилась с 2,2 млрд до 2,3 млрд руб.

"Дербентский коньячный комбинат" — предприятие полного цикла от выращивания винограда до розлива готовой продукции. Завод производит ординарные, марочные и коллекционные коньяки, бренди, водку, кальвадос, а также ликерные и сухие вина.



Для справки: Название компании: Дербентский коньячный комбинат, АО (ДКК) Адрес: 368608, Россия, Республика Дагестан, г. Дербент, пер. Красноармейский, 56 Телефоны: +78724042824; +78724045742 E-Mail: derkonyak@mail.ru; secr@derkonyak.ru; snab@derkonyak.ru Web: <http://www.derkonyak.ru/> Руководитель: Таибов Загирбек Таибович, генеральный директор (Коммерсантъ 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Башспирт" отчитался об итогах 2025 года.



В 2025 году АО "Башспирт" (подконтрольно правительству Башкирии) получило более 11,57 млрд руб. выручки, что на 24,1% больше, чем годом ранее. Чистая прибыль компании выросла на 2,23 млн руб., до 266,5 млн руб.

Финансовая отчетность компании опубликована на "СПАРК-Интерфакс".

Предприятие в числе прочих потратило около 7,3 млрд руб. на расчеты с поставщиками и подрядчиками и 1,8 млрд руб. — на оплату труда.

АО "Башспирт" производит спиртные напитки, в компанию входят пять филиалов — Булгаковский, Бирский, Белебеевский, Уфимский и Стерлитамакский. Основной продукцией компании является водка, на реализацию которой приходится до 90% выручки. Единственным акционером предприятия является Башкирия в лице министерства земельных и имущественных отношений.



Для справки: Название компании: *БАШСПИРТ, АО (ИНН: 276100884)* Адрес: 450078, Россия, Республика Башкортостан, Уфа, ул. Ветошниковая, 97 Телефоны: +73472937400; +78007707707; +73472937410; +73472937425 E-Mail: bashspirt@bashspirt.ru Web: <https://bashspirt.ru> Руководитель: *Абрахимов Раиф Рамазанович, генеральный директор (КоммерсантЪ 27.03.26)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Продукция Уржумского спиртоводочного завода завоевала 5 золотых медалей, Большую золотую медаль и Гран При конкурса "EURASIA SPIRITS DRINKS 2026".

Международный дегустационный конкурс водок, спиртов и спиртных напитков "EURASIA SPIRITS DRINKS" организован с целью выявления алкогольной продукции самого высокого уровня качества и безопасности, и продвижения ее на российском и зарубежном рынках.

Высокий статус независимого профессионального конкурса подтверждается тем, что он проводится на базе Всероссийского научно-исследовательского Института пищевой биотехнологии, а также составом международной экспертной комиссии, в которую входят лучшие дегустаторы России, Беларуси и Казахстана.

В наблюдательный совет конкурса ежегодно входят представители Росалкогольрегулирования, руководители служб качества ведущих российских ЛВЗ, представители спиртзаводов, журналисты отраслевых СМИ, что также является подтверждением независимости, профессионализма и высокого статуса "EURASIA SPIRITS DRINKS". В основных номинациях конкурса учитываются органолептические показатели продукции. В специальных номинациях "ECO Style", "NEW Technology" и "NEW Style" критериями для оценки дополнительно служат экологичность, максимальная безопасность и инновационность продукции. Кроме того, в рамках специальной номинации "Выбор сетей" внештатными дегустаторами выступают представители крупных российских торговых сетей.

На конкурс было заявлено более 200 образцов водок, спиртов и спиртных напитков. По итогам работы комиссии, продукция Уржумского СВЗ завоевала 6 золотых медалей, Гран При конкурса и была отмечена дипломами в специальных номинациях.

Наши награды: • Номинация "Лучшие водки - 2026", сегмент СУПЕРПРЕМИАЛЬНЫЙ - водка "ВЯТСКАЯ", золотая медаль; • Номинация "Лучшие водки - 2026", сегмент СТАНДАРТ - водка "СТОЛЕТНЯЯ УРЖУМСКАЯ", золотая медаль; • Номинация "Лучшие водки - 2026", сегмент ЭКОНОМ - водка "ВЯТСКИЙ ЛЕС СТАНДАРТ", золотая медаль; • Номинация "Лучшие спирты - 2026" - спирт "АЛЬФА", золотая медаль; • Номинация "Лучшие ликероводочные изделия - 2026" - настойка сладкая "УРЖУМСКАЯ ВИШНЯ С ШОКОЛАДОМ", золотая медаль; • Номинация "За стабильно высокое качество" - ОАО "Уржумский спиртоводочный завод", GRAND MEDAL; • Специальная номинация "Выбор сетей" - водка "ВЯТСКАЯ"; • Диплом лауреата конкурса в специальных номинациях NEW TECHNOLOGY&ECO STYLE получила водка "Вятская".



Для справки: Название компании: *Уржумский спиртоводочный завод, ОАО (Уржумский СВЗ)* Адрес: 613531, Россия, Кировская область, Уржум, ул. Кирова, 8 А Телефоны: +7(83363)23056; +7(83363)20110; +7(833)2441980 Факсы: +7(83363)23056 E-Mail: welcomesvz@gmail.com Web: <http://usvz.ru> Руководитель: *Страбыкин Игорь Владимирович, генеральный директор (По материалам компании 30.03.26)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Бутурлиновский ЛВЗ в Воронежской области гасит долги по зарплате на 14 млн.

Государственная инспекция труда в Воронежской области ранее выявила задолженность по зарплате перед 99 работниками АО "Бутурлиновский ликеро-водочный завод" (ЛВЗ) в размере более 14 млн руб. Работодателю



предписали устранить нарушения и на сегодняшний день погашен долг перед 13 сотрудниками за период с августа 2025 года по январь 2026-го. Сумма составила более 900 тыс. руб. Об этом в Гострудинспекции сообщили 2 апреля. Как сообщал "Ъ-Черноземье", министерство имущественных и земельных отношений (МИЗО) Воронежской области сейчас продает 20% акций Бутурлиновского ЛВЗ за 75,8 млн руб. Первые два аукциона провалились ввиду отсутствия интереса у потенциальных покупателей. На третий пока тоже не поступило ни одной заявки.

"В случае признания третьего специализированного аукциона несостоявшимся министерством будут проводиться дальнейшие мероприятия по вовлечению указанного имущества в гражданский оборот", — заявили в МИЗО на этой неделе. (Коммерсантъ 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Акции французского гиганта LVMH установили антирекорд по снижению цены.

Акции французского люксового холдинга LVMH подешевели на 28% с начала 2026 года. Такие данные приводит агентство Bloomberg. Такого падения не наблюдалось даже в эпоху ковида: тогда ценные бумаги LVMH подешевели на 18%. Во время мирового финансового кризиса 2008–2009 годов они потеряли в цене 15%.

Аналитики отмечают, что для люксового гиганта это худший старт за всю историю наблюдений с 1989 года. Кроме того, это самое заметное падение среди всех крупных европейских компаний, работающих в сфере предметов роскоши.

Уже в конце 2025 года LVMH столкнулся с трудностями: подразделение Moët Hennessy зафиксировало снижение продаж на 9% в последнем квартале, что привело к общему годовому падению на 5%.

Эксперты считают происходящее следствием кризиса на Ближнем Востоке.

— Инвесторы обеспокоены конфликтом на Ближнем Востоке и его последствиями для стоимости жизни, экономического роста и рынков, — отмечает аналитик Morningstar Елена Соколова. — Последний фактор является важным опережающим индикатором, особенно для потребления предметов роскоши в Америке.

Другие производители люксовых товаров тоже переживают трудные времена. Так, котировки акций Richemont в 2026 году упали на 17%, холдинга Kering — на 12%, Burberry — на 14%. Акции LVMH теряют в цене больше других из-за крайне обширного портфеля брендов в различных сегментах рынка — от одежды до алкогольных напитков (бренды Moët & Chandon, Hennessy). (PROFIBEER 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



РЫНОК ВИНА

Общие новости рынка вина

Глава Роскачества раскрыл данные о подделке вин.

В России подделывают порядка 4% вин: таковыми являются "невина" с добавленными ингредиентами или же с иным сырьем, заявил в интервью РИА Новости глава Роскачества Максим Протасов.

""Если мы говорим о обнаружении так называемого "невина" под видом вина - это около 4%. То есть из 782 видов вин, которые в 2025 году были нами протестированы и исследованы, 4% вин либо с добавленными ингредиентами, либо с иным сырьем, недобросовестным образом заявили о том, что они являются вином, таковым не являясь", - сообщил он.

По его словам, Роскачество внимательно смотрит на дефекты вина - есть прямой фальсификат, а есть ухудшение качества в связи с ошибками в технологиях.

Он отметил, что очень неприятным дефектом вина является проблема пробки, когда химические элементы из корковой пробки попадают в само вино. "Знаменитый, неприятный для любителей вина вкус картона, который появляется в связи с тем, что были проблемы с пробкой, - это технологическая проблема", - пояснил Протасов. Недостаточная укупорка, которая приводит к тому, что вино портится в связи с воздействием кислорода, приобретает вкус "кислой капусты".

Даже самое хорошее вино можно испортить плохим производственным процессом, пояснил глава Роскачества. ([РИА Новости](#) 29.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Рынок российского вина. Главные цифры.

Сегодня официально открылась очередная весенняя акция Дни российских вин. Самые свежие цифры по отрасли озвучили Минпромторг, Минсельхоз, Роскачество.

WineRetail выбрал главные цифры:

- 113,3 тыс га - составляет в настоящее время площадь виноградников в России, по итогам 2025 года (110 тыс га в 2024 году)
- 5-15 лет возраст более трети площади российских виноградников
- 5000 га - план посадки на 2026 год
- 955 тыс тонн - общий сбор винограда в 2025 году (в последние три года 900 тыс +)
- 65 и 70% - доля в литрах тихих и игристых российских вин, соответственно

Продажи в штуках:

- На 3% выросла доля российских игристых вин до 74%
- На 5% выросла доля тихих российских вин до 57%

5 лет - виноградарство самая быстрорастущая отрасль в сельском хозяйстве (WINERETAI 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Количество знаков "Вино России" приблизилось к 350 млн – маркировка охватывает значимую часть рынка.

Спустя немногим более трех лет после запуска знак "Вино России" уверенно набирает масштабность охвата: на сегодняшний день выдано уже почти 350 миллионов.

Знак был утвержден 7 июня 2022 года Правлением Ассоциации виноградарей и виноделов России. По сути, это простой и понятный ориентир: он подтверждает, что вино произведено именно из российского винограда. Причем это единственное обозначение такого рода, закрепленное в Федеральном законе № 468-ФЗ "О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации".

Рост за последний год особенно заметен. Если в июне 2025 года речь шла примерно о 235 млн знаков, то к марту 2026 года их количество увеличилось более чем на 100 млн — до 349,9 млн.

Сегодня знак можно увидеть на бутылках самых разных производителей — от крупных винодельческих компаний до небольших хозяйств. Среди них: "Кубань-Вино", "Фанагория", "Абрау-Дюрсо", "Шато де Талю", "Золотая Балка", "Мысхако", "Новый Свет", Alma Valley, "Усадьба Дивноморское", Agora Winery, "Массандра", Mancoria Winery, Винодельня "Аранчи", Винодельня "Бурлюк", Винодельня "Криница", "Усадьба Мезыбь", Винодельня "Юбилейная", "Инкерманский завод марочных вин", Крымский "Магарач", Winerpark, Винодельня "Покровская", "Азовские игристые".



По данным Росалкогольтабакконтроля, в 2025 году в России было реализовано около 56 млн дал тихих вин (включая крепленые) и 22,7 млн дал игристых. В пересчете это примерно 1 млрд бутылок в год. На этом фоне 350 млн знаков "Вино России" — это уже заметная часть рынка.

"Рост числа выданных знаков "Вино России" отражает системные изменения в отрасли — как в части увеличения объемов производства, так и в части повышения прозрачности происхождения продукции. Все больше виноделен осознанно включаются в систему, рассматривая знак не только как инструмент регулирования, но и как элемент доверия со стороны потребителя", — отметил исполнительный директор АБВР Петр Ефремов.

Визуально знак выполнен в виде матрешки с виноградной гроздью — элемента эмблемы АБВР. Он размещается на бутылке вина, чаще всего – в составе федеральной специальной марки (ФСМ), с которой продукция выходит в продажу. Его задача — сделать рынок более прозрачным, а выбор для потребителя — более понятным.

Для производителя: на сайте АБВР размещена инструкция о том, как производителю получить ФСМ со знаком "Вино России". Знак предоставляется бесплатно — при условии, что используется российский виноград, подтвержденный через систему учета АБВР и соблюдаются требования законодательства.

Для покупателя: Знак "Вино России" на бутылке – легкий ориентир на полке при выборе продукции российского происхождения. Наличие такого знака говорит о том, что производитель соблюдает требования закона и открыто подтверждает происхождение своей продукции. (Ассоциация виноградарей и виноделов России 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

ВИН ВИН: новая цифровая платформа, которая соединяет вино, гастрономию и технологии.

"ВИН ВИН" – это новый цифровой проект для индустрии гостеприимства, который помогает познакомить гостей ресторанов с российским вином в удобном и понятном формате.

Платформа объединяет Novikov Group, Bartello и VINO.RU by Abrau, а инициатива ее запуска была поддержана Ассоциацией виноградарей и виноделов России. Проект впервые представили профессиональному сообществу на Российском винодельческом форуме в ноябре 2025 года.

Основная идея – сделать выбор российского вина простым, наглядным и интересным. Гость открывает интерактивное винное меню по QR-коду и получает информацию о вине: от региона и стиля до особенностей производства и рекомендаций по сочетанию с блюдами. Такой формат не только упрощает выбор, но и формирует культуру осознанного потребления, помогая лучше понять продукт и его место в гастрономии.

В меню собраны вина разных категорий – от игристых до десертных, от известных виноделен до небольших хозяйств. Например, представлены вина с участием главного винодела "Винодельни Ведерниковъ" Гюльбалы Зеидова, а также проекты малых производителей, таких как "B2P" ("Винодельня двух Романов", Кубань). Для небольших хозяйств участие в проекте становится возможностью заявить о себе, расширить присутствие на рынке и выйти на новую аудиторию через ресторанный канал.

Рестораны в этой модели выступают не просто площадкой продаж, а ключевым каналом продвижения российского вина. Именно здесь формируется первый опыт знакомства гостя с продуктом, его стилем и гастрономическим потенциалом. Интеграция цифровых решений в этот процесс усиливает взаимодействие с гостем и делает его более персонализированным.

"Ресторан – это уникальное пространство для взаимодействия с гостями, где атмосфера, кухня и команда формируют условия для передачи смыслов. Совместно с Novikov Group мы создали проект, который с помощью цифровых инструментов раскрывает потенциал ресторанный бизнес. Особенно важно, что он поддерживает российское виноделие – одно из самых динамично развивающихся направлений гастрономического рынка. "ВИН ВИН" становится связующим звеном между производителем, рестораном и гостем", – комментирует Эдуард Долгин, руководитель направления развития фудтех-проектов МТС Live.

В проекте участвуют 11 ресторанов Novikov Group: Ветерок, Веранда у дачи, Причал, Царская охота, Мого, Miss You, 564 Высота, BRO&N (Малая Бронная и Камергерский переулок), Аист, Onest. Ресторан Onest станет одной из ключевых площадок. Шеф Мирко Дзаго подготовил специальные блюда, чтобы показать гастрономический потенциал российских вин и их возможности в сочетании с авторской кухней.

Цифровая составляющая проекта становится важным инструментом для развития отрасли: она позволяет масштабировать коммуникацию с потребителем, делает информацию о вине доступной и помогает выстраивать более устойчивую связь между участниками рынка. Такой подход в том числе отражает вовлеченность винодельческой индустрии в современные тенденции.

"Наше предложение сформировано таким образом, чтобы показать разнообразие по регионам производства, а также предложить лучшие образцы в каждой из категорий: от игристых до крепких напитков. В карте можно встретить как флагманов авторского виноделия, например, уже культовые экстра брюты в исполнении главного винодела "Винодельни Ведерниковъ" Гюльбалы Зеидова, так и вина от зарождающихся звезд – но не менее ярких – эксклюзивы от одной из самых маленьких виноделен в стране "B2P" ("Винодельня двух Романов")", – Дарья Орлова, руководитель проекта VINO.RU by Abrau.

Проект в целом направлен на укрепление связи "производитель – ресторан – гость", расширение возможностей для сотрудничества и формирование устойчивых партнерств между бизнесом и отраслевыми инициативами. Это, в



свою очередь, способствует постепенному укреплению позиций российского вина и повышению интереса к нему со стороны потребителя.

"ВИН ВИН – отличная возможность сблизить наших гостей с идеологией российского виноделия, ведь при каждой коммуникации через интерактивное и простое меню гость не только получает вино по справедливой цене с отменным качеством, но и погружается в небольшой экскурс о продукте, узнавая его историю, терруарные особенности и гастрономические сочетания с любимой кухней ресторанов, куда он приходит. Наша задача дать возможность гостям узнать больше о различных винодельческих регионах нашей страны, выбрать для себя любимое и самое интересное вино. Уверен, что этот проект вызовет неподдельный интерес к вину в сочетании с любимой кухней от Аркадия Новикова!" – поделился Семен Орехов, бренд-шеф-сомелье Novikov Group. (Ассоциация виноградарей и виноделов России 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

SimpleWine: продажи безалкогольного игристого выросли за два года на 173%.

Федеральная сеть винотек SimpleWine, входящая в Simple Group, проанализировала продажи безалкогольных вин за 2023-2025 годы и отдельно - за январь-февраль 2026 года. Категория продолжает расти, а внутри нее усиливается интерес к игристым позициям.

Рост категории и новый лидер



По данным SimpleWine, спрос на безалкогольные вина в 2023-2025 годах демонстрировал значительную положительную динамику. В 2024 году продажи категории выросли на 76% год к году, а в 2025-м прибавили еще 44% относительно предыдущего периода.

Наиболее выразительный рост за этот период пришелся на безалкогольные игристые вина. По итогам двух лет сегмент в общей сложности прибавил 173% (119% - 2023 vs 2024; 54% - 2024 vs 2025), заметно опередив общую динамику категории. Продажи тихих безалкогольных вин также росли на протяжении всего периода, но в более сдержанном темпе: на 39% и на 32% соответственно.

За два года в категории сменился лидер по доле продаж. В 2023 году впереди были тихие безалкогольные вина: 54% против 46% у игристых. Однако уже в 2024 году игристые вышли на первое место с долей 58%, а в 2025 году укрепили лидерство - до 61% доли.

Как меняется профиль спроса

Одновременно претерпели изменения и предпочтения по регионам происхождения. Если в 2023 году потребители чаще всего приобретали испанские безалкогольные вина, то в 2025-м страна опустилась на сразу четвертую строчку. При этом Италия за два года, напротив, поднялась с четвертого места на первое. Германия и Франция сохранили присутствие в группе лидеров, доля между собой второе и третье места соответственно.

Ценовая структура категории постепенно смещается в сторону более дорогих позиций. В 2025 году основные продажи пришлось на сегмент 1000-1500 рублей - 49%. На втором месте оказались вина стоимостью 3000-4000 рублей с долей 29%, на третьем - сегмент 1500-2000 рублей с долей 17%.



С точки зрения аудитории спрос на безалкогольное вино распределяется между мужчинами и женщинами примерно поровну. Основной объем продаж в 2023-2025 годах стабильно формировали покупатели 31-45 лет - на них приходилась половина спроса. При этом наиболее активный прирост показывает группа 18-30 лет, хотя по доле продаж она занимает только десятую часть. Устойчивый рост интереса также наблюдается среди покупателей 46-55 лет и 55+.

Начало 2026 года: игристые укрепляют лидерство

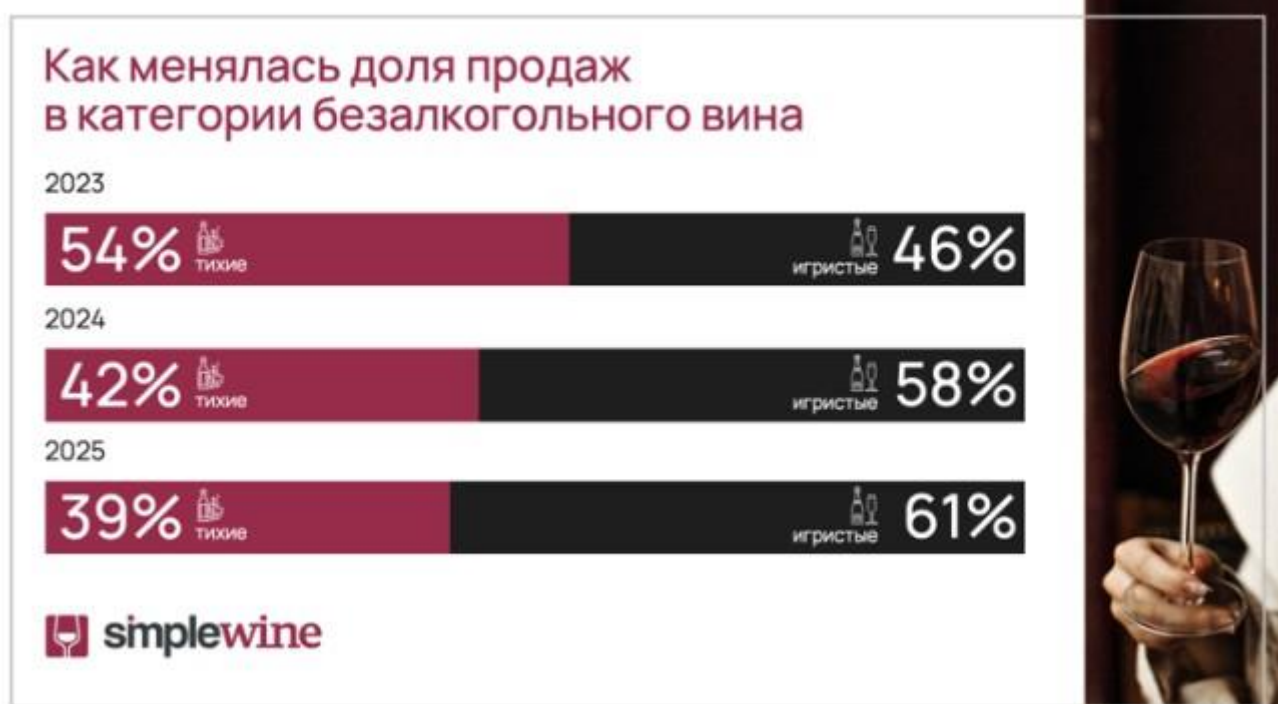
В январе-феврале 2026 года категория безалкогольных вин сохранила восходящую динамику. Продажи выросли на 32% по сравнению с предыдущим аналогичным периодом.

Наибольший вклад в рост вновь внесли игристые вина. Их продажи увеличились на 40% по сравнению с январем-февралем 2025-го, тогда как тихие за тот же период прибавили 21%. Это показывает, что безалкогольное игристое становится все более привычным выбором покупателей.

Самым востребованным брендом сети по итогам первых двух месяцев 2026 года стал французско-итальянский Oddbird, на который пришлось 36% продаж безалкогольных вин. На втором месте немецкий Hans Baer с долей 23%, на третьем - испанский Felix Solis с долей 15%. Рост категории и новый лидер

По данным SimpleWine, спрос на безалкогольные вина в 2023-2025 годах демонстрировал значительную положительную динамику. В 2024 году продажи категории выросли на 76% год к году, а в 2025-м прибавили еще 44% относительно предыдущего периода.

Наиболее выразительный рост за этот период пришелся на безалкогольные игристые вина. По итогам двух лет сегмент в общей сложности прибавил 173% (119% - 2023 vs 2024; 54% - 2024 vs 2025), заметно опередив общую динамику категории. Продажи тихих безалкогольных вин также росли на протяжении всего периода, но в более сдержанном темпе: на 39% и на 32% соответственно.



За два года в категории сменился лидер по доле продаж. В 2023 году впереди были тихие безалкогольные вина: 54% против 46% у игристых. Однако уже в 2024 году игристые вышли на первое место с долей 58%, а в 2025 году укрепили лидерство - до 61% доли.

Как меняется профиль спроса

Одновременно претерпели изменения и предпочтения по регионам происхождения. Если в 2023 году потребители чаще всего приобретали испанские безалкогольные вина, то в 2025-м страна опустилась на сразу четвертую строчку. При этом Италия за два года, напротив, поднялась с четвертого места на первое. Германия и Франция сохранили присутствие в группе лидеров, деля между собой второе и третье места соответственно.

Ценовая структура категории постепенно смещается в сторону более дорогих позиций. В 2025 году основные продажи пришлось на сегмент 1000-1500 рублей - 49%. На втором месте оказались вина стоимостью 3000-4000 рублей с долей 29%, на третьем - сегмент 1500-2000 рублей с долей 17%.

С точки зрения аудитории спрос на безалкогольное вино распределяется между мужчинами и женщинами примерно поровну. Основной объем продаж в 2023-2025 годах стабильно формировали покупатели 31-45 лет - на них приходилась половина спроса. При этом наиболее активный прирост показывает группа 18-30 лет, хотя по доле



продаж она занимает только десятую часть. Устойчивый рост интереса также наблюдается среди покупателей 46-55 лет и 55+.

Начало 2026 года: игристые укрепляют лидерство

В январе-феврале 2026 года категория безалкогольных вин сохранила восходящую динамику. Продажи выросли на 32% по сравнению с предыдущим аналогичным периодом.

Наибольший вклад в рост вновь внесли игристые вина. Их продажи увеличились на 40% по сравнению с январем-февралем 2025-го, тогда как тихие за тот же период прибавили 21%. Это показывает, что безалкогольное игристое становится все более привычным выбором покупателей.

Самым востребованным брендом сети по итогам первых двух месяцев 2026 года стал французско-итальянский Oddbird, на который пришлось 36% продаж безалкогольных вин. На втором месте немецкий Hans Baer с долей 23%, на третьем - испанский Felix Solis с долей 15%. ([Ритейл.ру](#) 03.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Продажи безалкогольного вина увеличились за два года на 120%.

Спрос на безалкогольные вина за два года показал положительную динамику. В 2024 г. их продажи увеличились на 76% в годовом выражении, а в прошлом году выросли еще на 44%. Об этом сообщили "Ведомостям" в Simple Group.

Спрос на безалкогольные игристые вина за два года продемонстрировал рост на 173%. В 2024 г. их реализация возросла на 119%, в 2025 г. – на 54%. Продажи тихих безалкогольных вин за указанный период увеличились на 39% и на 32% соответственно.

В январе – феврале этого года реализация безалкогольных вин выросла на 32% в годовом выражении. Наибольший вклад в рост внесли игристые вина. Их продажи увеличились на 40% год к году. Тихие безалкогольные вина за два месяца прибавили 21%. Самым востребованным брендом сети стал французско-итальянский Oddbird с 36% продаж безалкогольных вин. Второе место занял немецкий Hans Baer с долей 23%, третье – испанский Felix Solis (15%).

В 2025 г. основные продажи безалкогольного вина пришлось на сегмент 1000-1500 руб. – 49%. На втором месте находятся вина стоимостью 3000-4000 руб. с долей 29%, на третьем – сегмент 1500-2000 руб. с результатом в 17%.

27 февраля Simple Group объявила о выпуске премиального безалкогольного джина Norpers Gin 0%. Это первый продукт группы в сегменте безалкогольных спиртов. Тогда же в компании указали на рост интереса к безалкогольным напиткам в России. (Ведомости 03.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Каберне фран: пить или хранить? "Коммерсантъ". 27 марта 2026

"Ъ. Сомелье" выбрал лучшие российские красные из популярного сорта

Редакция "Ъ. Сомелье" провела редакционную дегустацию-исследование, ее темой стали отечественные красные вина из сорта каберне фран, все более актуального в большинстве винодельческих регионов нашей страны. Целью дегустации стало изучение возможностей сорта в различных климатических условиях, а также исследование потенциала хранения вин из него. Дегустация была организована при участии портала [Vino.ru](#) и прошла на площадке Abrau Club на Петровке.

Какие вина участвовали

В дегустации участвовали только вина, заявленные производителем как моносортовые. Подборка вин, хотя и получилась впечатляющей, не претендует на полномасштабный охват: разумеется, в нее вошли далеко не все российские вина из каберне фран. Тем не менее при выборе мы постарались представить вина из основных российских винодельческих регионов как от крупных игроков винного рынка, так и от небольших или даже совсем маленьких виноделен. В дегустации участвовали вина различных винтажей. Порядок дегустации был произвольным.

Как и кем оценивались вина

Все вина оценивались по стобалльной системе, вслепую. В работе дегустационной комиссии приняли участие эксперты Светлана Ломсадзе, Кристина Монкус, Денис Пузырев, Дмитрий Федотов, Михаил Шенштейн. Также в работе жюри участвовали представители винодельческого цеха (Алексей Кучеров, Hills & Rocks) и виноторговцев (Виктория Мамичева, VIC). Дегустацию модерировал редактор "Ъ. Сомелье" Антон Обрезчиков. Вина, отмеченные гран-при, получили оценки в диапазоне 90+, золотом — 88–89, серебром — 86–87. Баллы вин, не попавших в призовой диапазон, не раскрываются.

Гран-при (90)

Abrau Estates Резерв, Каберне Фран 2023

Урожай с виноградников "Юбилейной", входящей в состав ГК "Абрау-Дюрсо". Выдержка — 9–12 месяцев в бочках из французского и кавказского дуба. В букете — разнообразные тона ягод, оттенки сигарной коробки, сухой ягодной пастилы, розового перца горошком, парфюмные ноты. Свежий, долгий, сбалансированный вкус, продолжительное послевкусие.

Золото



Дмитрий Маслов, OBDM, Каберне Фран, 2024 (89)

Первый релиз каберне франа крымской бутиковой винодельни, чьи бутылки легко узнаются по этикеткам из советских обоев. Яркий, привлекательный цвет. Интенсивный аромат свежего морса из летних ягод, оттенки розового перца, барбариса. Вкус отлично сбалансирован, гладкие танины. Вино полностью готово быть выпитым самым широким кругом потребителей.

Бельбек, Каберне Фран, 2022 (89)

Сбалансированное вино от популярного крымского производителя с четко выраженной сортовой ароматикой, помимо фруктово-ягодных тонов имеются оттенки ментола, фиалки, шиповника, орехов, черного чая. Изящный, гармоничный вкус с оттенками красных ягод и пряностей, освежающая кислотность. Комфортное послевкусие.

Эссе, Kacha Valley, Каберне Фран, 2020 (89)

Выдержанное вино, одно из самых узнаваемых в топовой линейке этой крымской винодельни. В бокале раскрывается четкими тонами малинового и черничного джема, оттенками мяты, шиповника и аптечных трав. Вкус недостаточно свежий. Ноты сахарной ваты в послевкусии. Не обладает потенциалом к долгому хранению, пить сейчас.

Мантра, Каберне Фран, 2023 (88)

"Тяжелый люкс" от бутикового хозяйства из Крымского пр. района Краснодарского края. Густой насыщенный цвет с фиолетовыми оттенками. Среди ароматов доминируют свежие черные и красные ягоды, среди оттенков — тона кедрового хьюмидора, сладкого табака, свежемолотого черного перца, животные ноты. Вкус долгий, сбалансированный, насыщенный. Потенциал хранения не менее пяти лет.

Шато де Талю, Южная Вертикаль, Каберне Фран, 2020 (88)

Специнейка Шато де Талю для проекта "Большое русское вино" компании Simple. Богатая ароматика, акцент сделан на нотах чернослива, ежевики, лакрицы, черноплодной рябины, ягодного джема. Вино сбалансировано, кислотность хорошо интегрирована. Танины мягкие, сладкие, но все же весьма ощутимы, особенно в послевкусии.

Фанагория, Декантер, Каберне Фран, 2019 (88)

Немолодое вино из одной из самых интересных линеек "Фанагории", наиболее выдержанное в этом дегустационном сете. В букете помимо основного, хотя и не слишком яркого аромата красных ягод также имеются оттенки кондитерских пряностей, граната, сладкого красного перца, лакрицы. Вкус фруктовый, чуть джемовый, не совсем сухой. Умеренная кислотность, гладкие танины, тонкое послевкусие.

Gunko Winery, Каберне Фран, 2023 (88)

Одно из самых многообещающих вин винодельни из Нижнебаканской. Букет с тонами красных ягод, шерсти, шелковицы, специй, фиалок, черники, чернослива и дыма, с легким оттенком болгарского перца. Вкус в меру плотный, свежий, сочный, с явными, но хорошо интегрированными дубовыми нотами и оттенками красного апельсина. Несмотря на молодость, ощущается потенциал к выдержке.

Серебро

Усадьба Перовских, Каберне Фран, 2021 (87)

Каберне фран традиционно считается одним из специалитетов "Перовских". Богатая, сложная ягодно-джемовая гамма с оттенком эвкалипта, дыма и свежепокрашенной скамейки. Убедительные молодые танины и бодрящая кислотность обещают вину еще несколько лет успешного хранения, несмотря на возраст.

Усадьба Перовских, Каберне Фран Резерв, 2022 (87)

Непрозрачно-вишневый цвет. Аромат с тонами черешни, нитролака, карамели, мяты, эвкалипта. Мощный, плотный, довольно закрытый вкус с нотами дуба. Брутальные танины. Явный потенциал к выдержке.

Щена, Wild wild wine, Каберне Фран, 2023 (87)

Умеренно-яркий, довольно тонкий букет, в котором доминируют тона красных ягод, в том числе малины, брусники и клюквы, а также оттенки гуаши, болгарского перца, дыма, чабреца и ягодного варенья-пятиминутки. Плотный, ровный вкус без сюрпризов, с легким остаточным сахаром. Ощутимо танинное послевкусие.

AYA Organic Wine & Vineyards, Каберне Фран, 2023 (87)

Севастопольский органический эксперимент. В букете неожиданно появляются тона ежевики, баклажана, свеклы, кабачков цуккини, затем приходят оттенки красного сладкого болгарского перца и ягодного джема. Вкус безапелляционно-фруктовый, свежий, с легким остаточным сахаром. Сладкое пряное послевкусие напомнило сразу нескольким дегустаторам о клипах Натальи Ветлицкой.

Фанагория, Винодел & Сомелье, Каберне Фран, 2022 (87)

Еще один кабфран от "Фанагории" в сете, на этот раз — из "молодежной" линейки. Аромат гладкий, теплый, с тонами красного яблока, вишни, вишневой пастилы, печеных каштанов, карамели "Барбарис", тмина. Вкус прямолинейный, с яркими тонами вишни, чуть пряный, не слишком продолжительный.

Ferrum, Каберне Фран, 2023 (87)

Знаковый кабфран Ставрополя. Аромат с тонами вишни мараскино, коктейльной вишни, ментола, хвои, компота из сухофруктов, можжевельника, фиалки, чернослива, лакрицы, оттенки ягодного джема, специй, дыма. Вкус не слишком интенсивный, освежающе-фруктовый, средней продолжительности. Хорошо интегрированная кислотность, легкое послевкусие.



Лефкадия, Каберне Фран, 2022 (86)

Опыт в натуральном стиле от известного хозяйства из Крымского района Краснодарского края. Сочные красные ягоды, прежде всего клюква и брусника, соседствуют в букете с обширной "деревенской" гаммой, в которой ярче всего звучат тона пасленовых, сена и скотного двора. Свежая, резкая кислотность, комфортные танины, короткое послевкусие.

Кроме того, в дегустации принимали участие:

Вилла ди Альма, Каберне Фран, 2023

Еще одно органическое вино из Крыма в сете. Чернослив, сливовое повидло, лечо из болгарского перца, карамель, оттенки скотного двора. Убедительное тело, вкус переспевше-ягодный, не слишком продолжительный и детализированный.

Домен Бонами, Каберне Фран, 2023

В букете доминирует тон спелой вишни, переходящий в тон вишневого морса, также среди оттенков — земляника, лакрица, теплые кондитерские специи, мокрая земля, лакокрасочные изделия. Вино задумано как сочно-ягодное, однако танины и алкоголь выбиваются из его общей картины баланса.

LeGato, Каберне Фран, 2020

Еще одно хозяйство из Крымского район Краснодарского края. Во главе букета — тона красных ягод и чернослива, оттенки специй, садовых цветов, выделанной кожи, дыма и лакокрасочных материалов. Тело тонкое, не вполне соответствующее насыщенному и яркому букету. Ощутимые молодые танины, требующие дальнейшей выдержки.

Усадьба Мезыбь, Каберне Фран, 2020

Виноградники "Мезыби" расположены на берегу Черного моря, между Дивноморским и Джанхотом, близ устья речки Мезыбь. В мощном букете ароматы красной сливы, шоколадных конфет с вишневым ликером и лаковой шкатулки. Вкус в состоянии дисбаланса — выпирающий алкоголь, недостаточная кислотность, танинное послевкусие с горечью.

Скалистый берег, Каберне Фран, 2023

Урожай с виноградников в предгорьях Семисамского хребта. В букете — шоколад, чернослив, гуашь, джем, бальзамический уксус, байховый чай, черносмородиновое варенье, печеные каштаны, кожа, чернослив. Вкус не слишком сбалансирован, с выпирающим алкоголем, холодной кислотностью и горчащими танинами, но, вполне возможно, он станет гораздо лучше в процессе выдержки.

Выводы

Красные вина из сорта каберне фран по праву считаются перспективным направлением российского виноделия. В целом сет вин продемонстрировал довольно высокий общий уровень качества, характерный даже для вин, не попавших в призовые категории. Некоторые из них, возможно, обретут его в процессе дальнейшей выдержки в бутылке. Другие же определенно найдут своего покупателя, невзирая на строгую оценку жюри, которое с интересом вернулось бы к подавляющему большинству образцов для повторной оценки спустя определенное время. (Коммерсантъ 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Из пробирки. "Коммерсантъ". 1 апреля 2026

Какие проблемы российского виноделия может решить современное питомниководство

Почему тема питомниководства так важна сейчас для России, как устроен промышленный питомник и куда мы движемся в этой области, "Ъ. Сомелье" выяснил у Алексея Сапая, винодела, ставшего питомниководом.

— Алексей, аудитория винного мира знает вас как винодела и сооснователя крымского бренда Cellar Master, почему вы вдруг решили заняться питомниководством?

— Примерно к 2017 году посадочный материал в России оказался в дефиците — начали действовать санкционные запреты со стороны РФ, правила ввоза посадочного материала в Россию ужесточились, каждый питомник должен был пройти проверку Россельхознадзора. Сажены могли застрять на границе, получения разрешения на ввоз можно было ждать полгода-год. Крупные предприятия еще как-то решали эти задачи, а мелким было совсем тяжело. Словом, создание питомника было продиктовано рыночными условиями. Я поехал в Европу смотреть, как там работают питомниководы, и так как я знаю французский, итальянский, испанский и английский, то без проблем получал информацию непосредственно от самих питомниководов. Несколько сезонов я изучал тему, и потом мы с партнерами решили организовать свой питомник полного цикла в поселке Виноградный близ Анапы. Мы так и назвали его — "Виноградный".

— А кто, кстати, ваши партнеры?

— Это журналист, медиаменеджер и организатор винного конкурса Top100 Wines Андрей Григорьев и Алексей Евлашев — энтузиаст виноделия, он занимается строительным бизнесом, в том числе строит винодельни, питомники. Четвертый основатель питомника, Петр Лобанов, к сожалению, уже не с нами по трагическому стечению обстоятельств, бизнес продолжают вести его наследники. Мы все соучредители, и с точки зрения капитала у нас равнозначное партнерство.

— Как выглядит схема работы промышленного питомника полного цикла?



— Мы покупаем в Европе привой, привозим его и прививаем к подвою, который потом в привитом состоянии будет высажен в поле, где образует корневую систему. Сезон, с мая по октябрь, он растет и набирается сил, и потом мы продаем его винодельням для закладки виноградника. Таких саженцев у нас растет примерно миллион штук. От питомника требуется наличие холодильных и тепловых мощностей, помещений, оборудования, полей, техники, это полноценное агропредприятие полного цикла. Важен и такой показатель, как приживаемость. Допустим, мы сделали миллион прививок, и из них можно получить 30% саженцев или 80%, это зависит от того, как выстроен технологический процесс. Стандарт выхода по отрасли примерно 65–70% саженцев.

— **Расскажите, как выглядит ситуация с питомниками в российском виноградарстве сегодня в целом?**

— Если речь идет о промышленных питомниках, то в этом смысле питомниководство растет: сейчас в России примерно десяток питомников, правда, в основном они организованы при больших винных производствах. "Фанагория", "Кубань-Вино", "Абрау-Дюрсо" — все крупные холдинги имеют свои питомники и закрывают благодаря им свои потребности в саженцах, продавая часть на сторону. Наш питомник "Виноградный" — единственный в России независимый от агрохолдингов промышленный питомник полного цикла, мы одни из немногих в России работаем с европейскими генетическими банками, поэтому спрос на наш посадочный материал большой, мы нормально развиваемся, динамика у нашего предприятия положительная. Если же говорить о развитии питомниководства в России в целом, то нам не хватает своей сырьевой базы, это основной барьер. И если с подвойной частью многие питомники вопрос в целом закрыли, черенки требуемой категории производят, например, научно-исследовательский институт "Магарач" в Ялте, то сертифицированный привой у нас совсем в мизерном количестве или вообще отсутствует, его приходится покупать в Европе.

— **А привой легче ввозить в Россию, чем готовый посадочный материал?**

— Это тоже всегда большой квест! Почти каждый год сталкиваемся с нововведениями, которые усложняют процедуру. Одним словом, важно создавать банк у нас в стране, чтобы не зависеть кардинально от импорта.

— **Как вы можете оценить зависимость российских виноделен от импортного посадочного материала?**

— Как я уже говорил выше, зависимости от саженцев у нас нет, а вот зависимость от рабочего материала для саженцев, привоя, — примерно 90%. Отсутствие привоя, иначе, говоря профессиональным языком, маточника категории "базисный", у нас в России как раз завязано на сложности организации цикла производства маточных растений. По идее должен быть государственный орган, который организует некий центр, где все посадочные материалы, все сорта, клоны, что-то вроде банка саженцев для того, чтобы можно было в любой момент взять необходимые сорта и их размножить, — его пока нет. Сейчас же основные наши поставщики — Франция, Италия, Испания. Так что если вы размещаете заказы в российских питомниках, то лучше делать это заблаговременно. Мы, например, принимаем заявки за полтора года.

— **При выращивании саженцев вы используете технологию in vitro, в чем ее смысл?**

— Это одна из ступеней процесса производства безвирусного посадочного материала, ступень перед размножением. Из генетического банка берется клетка растения, и в лаборатории ее выращивают в пробирке в качестве исходной формы посадочного материала. Это делается для того, чтобы вырастить виноград без вирусов, грибков, плесени и прочих заболеваний.

Потом эта пробирка с растением передается в центр размножения, где эти микрорастения высаживают в теплицы, которые тоже можно назвать питомниками. По сути дела, это они и есть, только они маленькие и занимаются только исходным посадочным материалом. Эти теплицы производят маточные саженцы, которые выглядят уже как полноценные растения, но у них другая категория, в отличие от промышленных. И вот эти базисные саженцы уже закупают промышленные питомники.

Лаборатории in vitro в России есть, например, в Никитском ботаническом саду, но дальнейшей инфраструктуры для выпуска привитых саженцев нет, ведь это большие площади теплиц со стерильным субстратом, камеры стратификации, камеры закалки, одним словом — сложно, долго и дорого. Можно, конечно, продолжать высаживать виноградники саженцами, с использованием черенков действующих насаждений, как это делали раньше, до изобретения безвирусной технологии, но с точки зрения безопасности это неэффективно. Многие промышленные питомники так и делают, они берут привой из рядовых растений и потом размножают, но тогда мы получаем рядовые насаждения, и санитарный фон у них уже не такой чистый. Риск заболеваний у таких саженцев гораздо выше, чем у тех, которые высажены с использованием безвирусного посадочного материала, а продуктивность ниже и срок жизни — короче.

— **Как отечественные питомники вписаны в программу поддержки закладки виноградников Минсельхоза РФ?**

— В России субсидируются виноградники, заложенные отечественными саженцами. Наши саженцы считаются отечественными, потому что они проходят полный цикл производства здесь, в России, это примерно полтора года, за это время они проходят цикл сращивания, полевой цикл, апробацию и сертификацию. Но субсидии идут нашим покупателям, винодельням, непосредственно за саженцы деньги от государства мы не получаем. Хотя прямая поддержка питомников тоже есть, компенсируется часть стоимости закупленного специализированного оборудования.

— **Сколько стоит виноградный питомник полного цикла, через сколько лет он начинает окупаться?**



— Зависит от объема. Если мы рассчитываем на объем 1–1,5 млн прививок и короткое окно высадки, а у нас оно короткое, всего один месяц, май,— получить хороший выход саженцев при таком раскладе достаточно сложно. Такой объем производства может стоить порядка 250–300 млн руб., и он может окупиться при успешном функционировании питомника примерно за пять—восемь лет. Не быстрый бизнес. (Коммерсантъ 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости виноградников

В России в 2026 году планируется заложить 5 тыс. га новых виноградников.

Сбор винограда в РФ несколько сезонов держится на уровне 900 тыс. тонн

Площадь виноградников в России в настоящее время составляет 113 тыс. га, в 2026 году планируется заложить еще 5 тыс. га, заявила заместитель директора департамента пищевой и перерабатывающей промышленности Министерства сельского хозяйства РФ Ирина Федина на открытии весеннего этапа Всероссийской акции "Дни российских вин - 2026".

"Сегодня у нас площадь виноградников увеличена до 113 тыс. га. В этом году у нас планируется закладка еще 5 тыс. га виноградников", - сказала Федина.

По ее словам, более трети виноградников в России находятся в возрасте от 5 до 15 лет. "Это хороший возраст для плодоношения, для хороших вин", - подчеркнула она.

При этом сбор винограда в стране несколько сезонов держится на уровне 900 тыс. тонн. Так, по итогам прошлого года урожай составил 955 тыс. тонн, рассказала Федина. (ТАСС 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости производителей вина

Чистая прибыль "Абрау-Дюрсо" по РСБУ в 2025 году упала на 36%.

Чистая прибыль производителя игристых и тихих вин "Абрау-Дюрсо" по РСБУ за 2025 год снизилась на 36,5% и составила 732,5 млн руб. Это следует из отчета компании за прошлый финансовый год на сайте раскрытия корпоративной информации.

Прибыль до налогообложения также уменьшилась — по сравнению с 2024 годом она снизилась на 22,5% и составила 813,6 млн руб. При этом выручка компании в 2025 году выросла на 109,9%, достигнув 691,3 млн руб. Прошлый год компания закрыла с валовой прибылью в 163,5 млн руб. При этом 2024 год для компании завершился валовым убытком в 117,4 млн руб.

В 2024 году чистая прибыль "Абрау-Дюрсо" увеличилась на 6,7% — до 1,15 млрд руб. Выручка компании, наоборот, снизилась на 25%, составив 329,3 млн руб. В конце июля 2025-го акционеры "Абрау-Дюрсо" утвердили выплату дивидендов за 2024 год на общую сумму 545,5 млн руб.



Для справки: Название компании: Абрау-Дюрсо, ПАО (ИНН 2315092440) Адрес: 117186, Россия, Москва, Севастопольский проспект, 43а, корп. 2 Телефоны: +78001009309; +74959333333; +74959333332; +78001007030; +78001009100; +79618549912; +79615811535; +78005558822 E-Mail: qa@abraudurso.ru; hr@abrau.ru; press@abrau.ru; sekretar@tdabrau.ru; of@abraudurso.me; office@abraudurso.ru; buy@abraudurso.ru; hr@abraudurso.ru; art@abraudurso.ru; ADC@abraudurso.ru Web: <https://abrau.ru/> Руководитель: Зарицкая Елена Александровна, генеральный директор (Коммерсантъ 27.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Кагор "Партенит" - лучший ординарный кагор России.

Эксперты "Винного гида России" от Роскачества в преддверии Пасхи составили рейтинг кагоров, в котором "Массандра" стала первой среди ординарных вин.

Ежегодно эксперты "Винного гида России" исследуют несколько сотен наименований отечественного вина, отбирая лучшие образцы в каждой из категорий. Особое место среди крепленых вин занимают кагоры.

В этом году специалисты Роскачества оценили 23 наименования винодельческой продукции 14 торговых марок. По итогам исследования все изученные российские кагоры продемонстрировали высокое качество и набрали по 100-балльной шкале не менее 83 баллов.

Лучшим ординарным кагором признан "Партенит" от Массандры. Свое название вино получило в честь живописного поселка у подножия горы Аю-Даг, известного старинными винными подвалами XIX века. В основе этого кагора - сорт Каберне Совиньон с добавлением Саперави и Бастардо Магарачского, что придает ему насыщенный цвет, сливочно-ягодные и шоколадные ноты.

Пасхальный стол традиционно требует особого внимания. В коллекции "Массандры" представлены как ординарные кагоры ("Кагор", "Кагор Гурзуф", "Кагор Партенит"), так и марочные ("Кагор Южнобережный", "Кагор Ай-Серез"). Все они станут отличным выбором к празднику: прекрасно сочетаются с куличами, творожными пасхами и сладкой выпечкой, дополняют десерты на основе шоколада и выдержанные сыры, а также могут выступать в качестве дижестива.



Для справки: Название компании: ПАО Массандра, АО (Торговая сеть Массандра фирменный магазин; ИНН: 9103094582) Адрес: 298650, Россия, Республика Крым, Ялта, пгт. Массандра, ул. Винодела Егорова, 9 Телефоны: +79786128389; +79789367504; +73654261683; +79789179334; +79183744135; +73654261775; +79787020022; +79789727303; +79789179333; +79789176999; +79789157031; +79789157103 E-Mail: office@massandra.ru; l@massandra.ru; E.Tolub@massandra.ru; jurist@massandra.ru; hotline@massandra.ru; collection@massandra.ru; agro@massandra.ru; turizm@massandra.ru; snab@massandra.ru; deloved@massandra.ru; marketing@massandra.ru; it@massandra.ru; hr@massandra.ru Web: <https://massandra.ru> Руководитель: Масловский Владимир Владимирович, генеральный директор (По материалам компании 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Абрау-Дюрсо" будет сотрудничать с производителем черной икры из Китая.



ГК "Абрау-Дюрсо" подписала меморандум о сотрудничестве с корпорацией Hangzhou Qiandaohu Xunlong — крупнейшим в мире производителем черной икры под брендом Kaluga Queen. Об этом сообщил владелец кубанской компании Борис Титов в своем Telegram-канале.

"Это действительно новый курс для нас. Рынок мы завоевывали как производитель качественной, но доступной продукции, а вот теперь предстоит закрепиться и в люксовом сегменте", — написал владелец винодельческой компании.

Он добавил, что речь о размещении вин "Абрау-Дюрсо" в китайских ресторанах присутствия Kaluga Queen, а также о совместных гастрономических проектах. Продукция китайского производителя экспортируется в 46 стран мира, включается в меню обслуживания пассажиров первого класса, а также поставляется в 21 из 26 трехзвездочных ресторанов Michelin в Париже.

По данным системы СПАРК, ПАО "Абрау-Дюрсо" учреждено в 2007 году. Общество специализируется на консультировании по вопросам коммерческой деятельности и управления. Руководит компанией генеральный директор Елена Зарицкая. По собственным данным компании, в 2024 году чистая прибыль составила 1,8 млрд руб., выручка — 15,8 млрд руб.

Как сообщал РБК Краснодар, в июне 2025 года "Абрау-Дюрсо" заявляла о планах начать поставки красного тихого вина для китайской авиакомпании China Eastern Airlines. Первая партия составила 36 тыс. бутылок.



Для справки: Название компании: *Абрау-Дюрсо, ПАО (ИНН 2315092440)* Адрес: *117186, Россия, Москва, Севастопольский проспект, 43а, корп. 2* Телефоны: *+78001009309; +74959333333; +74959333332; +78001007030; +78001009100; +79618549912; +79615811535; +78005558822* E-Mail: qa@abraudurso.ru; hr@abrau.ru; press@abrau.ru; sekretar@tdabrau.ru; of@abraudurso.me; office@abraudurso.ru; buy@abraudurso.ru; hr@abraudurso.ru; art@abraudurso.ru; ADC@abraudurso.ru Web: <https://abrau.ru/> Руководитель: *Зарицкая Елена Александровна, генеральный директор (РБК-Краснодарский край 31.03.26)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Компания "АВ Трейд" завершила ребрендинг вин Alma Valley.

Эксклюзивный дистрибьютор продукции винодельни Alma Valley – компания "АВ Трейд" – сообщила о завершении кампании по реновации айдентики и полному ребрендингу вин известного крымского винодельческого хозяйства. Изменения стали заметны покупателям на полке уже в начале 2026 года.

Команда дистрибьютора стала драйвером перемен

За обновлением стоит ООО "АВ Трейд" – эксклюзивный дистрибьютор продукции Alma Valley, который отвечает не только за продажи, но и за развитие бренда на рынке. Работая в прямом контакте с аудиторией, представителями HoReCa и розницы, команда оказалась в позиции связующего звена между винодельней и потребителем. Именно этот опыт позволил компании увидеть, как меняется восприятие вина, какие форматы востребованы и где визуальный язык перестаёт работать так же эффективно, как раньше.

Винный рынок сегодня активно и стремительно трансформируется: меняются вкусы, каналы продаж и сама культура потребления. Ребрендинг стал логичным продолжением диалога с аудиторией – не в формате резкой трансформации, а через последовательные проекты, которые постепенно расширяли границы привычного образа Alma Valley.

Экспериментальные линейки как тест-драйв нового визуала

Первыми шагами стали линейки: "Невинность", Gravity, "Солнце. Воздух. Виноград", а также проект "Избранное". Каждая из них решала отдельную задачу и одновременно тестировала новые подходы к визуалу, позиционированию и коммуникации. "Избранное", например, создавалось как проект для премиальной HoReCa с более сдержанным, утончённым языком и фокусом на гастрономическую среду. Эти проекты показали, что бренд может звучать по-разному, сохраняя общую идентичность.

Новый язык для новой аудитории

Одной из ключевых причин обновления стала работа с молодыми потребителями, активно живущими в цифровой среде и внимательными к смыслу продукта. Для них важно не только визуальное впечатление, но и понимание контекста: происхождения вина, философии винодельни, истории места. Ребрендинг стал способом говорить с этой аудиторией проще, живее и ближе.

Обновление сохраняет ключевые ценности: терруар, историю местности и культурные коды региона, включая образы скифского наследия. Вместе с этим в визуальном языке появилось больше лёгкости, игры и графических экспериментов. На текущий момент команда уже обновила часть SKU, разработала базовые шаблоны и сформировала визуальные подходы для разных сегментов – от массовых линеек до премиальных позиций.

Новая философия вкуса



Перемены в Alma Valley начались не только с ребрендинга, но и с пересмотра стиля вина. Сохраняя характер бренда, вина стали легче, свежее, с более умеренным уровнем алкоголя. С 2025 года главным виноделом хозяйства работает Фабьен Лоренцон – потомственный винодел из Бордо, наследник владельцев Chateau Tour Guillotin в Сент-Эмильоне. Мастер купажа и тонкий стилист, он привносит в крымские вина академичность французской школы и современное понимание баланса.

Изменения в вине во многом связаны именно с этим подходом. Алкоголь стал аккуратнее интегрирован в структуру, спиртозность больше не выходит на первый план. Вкусы стали чище и точнее, а текстура – мягче и гармоничнее. Особенно заметна эволюция в белых винах: работа с дубом стала деликатнее, бочка подчёркивает структуру, не доминируя. Параллельно происходит переход на ферментацию в бетонных ёмкостях, что позволяет сформировать более округлую текстуру уже на этапе брожения, сохранив свежесть и ароматическую чистоту.

Отражение индивидуальности каждого сорта

Отдельный фокус Фабьен Лоренцон делает на сортовой линейке. Его задача – добиться максимально точного отражения каждого сорта, чтобы Шардоне демонстрировало характер тёплого климата, а красные вина транслировали структуру и типичную ароматику. Резервные позиции сохраняют глубину и потенциал выдержки, однако и здесь есть изменения: по инициативе винодела хозяйство постепенно переходит преимущественно на французский дуб, что позволяет добиться более тонкой работы с древесиной и сохранить чистоту сортового выражения.

Сегодня Alma Valley – это не просто обновлённая линейка, а вина с более лёгким стилем, пониженным уровнем алкоголя, аккуратной текстурой и ясным сортовым характером. Ребрендинг стал не просто сменой внешности, а возможностью рассказать историю бренда более интересно и современно. Новые вина уже готовятся к выходу на рынок. (ИА Про вина 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Цимлянские вина" получили 43 млн рублей убытка в 2025 году (Ростовская область).

"Цимлянские вина" завершили 2025 год с чистым убытком 42,7 млн руб. вместо прибыли 7,1 млн руб. годом ранее при сохранении выручки на уровне 506,3 млн руб. Об этом пишет "Интерфакс" со ссылкой на отчетность компании.

Согласно отчетности, себестоимость продукции выросла на 7,7% и достигла 539 млн руб. Это привело к валовому убытку в 32,7 млн руб. против валовой прибыли 5,8 млн руб. в 2024 году. Потери от реализации увеличились на 24,1% до 298,5 млн руб.

Прочие доходы предприятия снизились на 11,9% до 277,5 млн руб., а прочие расходы сократились на 39,7% до 21,1 млн руб. В итоге убыток до налогообложения составил 53,8 млн руб. против 20,9 млн руб. прибыли в предыдущем периоде.

За отчетный период кредиторская задолженность винодельни уменьшилась с 882,2 млн до 826,8 млн руб., дебиторская — с 509,5 млн до 330,4 млн руб.

Компания планировала в 2025 году сохранить объем производства на уровне не ниже 241,4 тыс. декалитров винодельческой продукции. Фактические итоги производства не раскрываются.

"Цимлянские вина" относятся к числу крупнейших российских виноделен полного цикла. С ноября 2022 года единственным владельцем предприятия было "Сокол Девелопмент", актуальная информация о собственниках не публикуется.



Для справки: Название компании: *Цимлянские вина, АО (ИНН 6137007102)* Адрес: 347320, Россия, Ростовская область, Цимлянск, ул.Лазо, 1 Телефоны: +78639156000; +78639156001 E-Mail: vino@tsimlawines.com Web: <https://tsimlawines.ru/> Руководитель: *Хапаев Аскер Умарович, генеральный директор* (Коммерсантъ 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Массандра" в 2025 году увеличила чистую прибыль почти в 5 раз, выручку – на 23%.

АО "Производственно-аграрное объединение "Массандра" (Крым), крупный российский производитель винодельческой продукции, в 2025 году получило чистую прибыль по РСБУ в размере 626 млн рублей, что в 4,7 раза больше, чем в 2024 году, говорится в отчете компании.

Выручка возросла на 23,1% до 4,4 млрд рублей. Это наивысший показатель для компании, начиная с 2014 года (более старые данные отсутствуют). Себестоимость продаж увеличилась на 37,4% до 4,3 млрд рублей, валовая прибыль снизилась в 6,4 раза до 65,5 млн рублей, а убыток от продаж вырос в 2,2 раза до 874,8 млн рублей.





При этом прочие доходы компании увеличились в 1,6 раза до 2,2 млрд рублей. Большая часть из них - 2 млрд рублей - это доход от вычета по акцизу. Также в 36 раз выросли доходы предприятия от аренды земли - до 46,8 млн рублей, субсидии увеличились на 24% до 99 млн рублей. Прочие расходы снизились на 73% до 181,8 млн рублей. Кредиторская задолженность компании за год сократилась с 255,4 млн рублей по итогам 2024 года до 193,4 млн рублей по итогам прошлого года, дебиторская – возросла с 1,5 млрд до 1,9 млрд рублей.

"Массандра" – один из крупнейших производителей тихих и крепленых тихих вин на юге России. В среднем предприятие выпускало около 10 млн бутылок вина ежегодно, в 2019 году произвело рекордные 20 млн бутылок (рост на треть к показателю 2018 года). В последующие годы объемы производства продукции не публиковались. "Массандра" имеет в Крыму восемь филиалов по производству вина. В винной коллекции предприятия, по данным на сайте компании, находится около 1 млн бутылок вина, самому старшему из которых более 250 лет.

ООО "Южный проект" (Санкт-Петербург, на 99,9% принадлежит банку "Россия") в декабре 2020 года приобрело на аукционе за 5,3 млрд рублей 100% акций "Массандры". До этого несколько лет завод был госпредприятием и контролировался властями Крыма.

Для справки: Название компании: *ПАО Массандра, АО (Торговая сеть Массандра фирменный магазин; ИНН: 9103094582)* Адрес: *298650, Россия, Республика Крым, Ялта, пгт. Массандра, ул. Винодела Егорова, 9* Телефоны: *+79786128389; +79789367504; +73654261683; +79789179334; +79183744135; +73654261775; +79787020022; +79789727303; +79789179333; +79789176999; +79789157031; +79789157103* E-Mail: *office@massandra.ru; I@massandra.ru; E.Tolub@massandra.ru; jurist@massandra.ru; hotline@massandra.ru; collection@massandra.ru; agro@massandra.ru; turizm@massandra.ru; snab@massandra.ru; deloved@massandra.ru; marketing@massandra.ru; it@massandra.ru; hr@massandra.ru* Web: *https://massandra.ru* Руководитель: *Масловский Владимир Владимирович, генеральный директор (Интерфакс 02.04.26)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Винодельня "Кубань-Вино" открыла новый фирменный магазин в Кирове.

В Кирове состоялось открытие нового фирменного магазина Chateau Tamagne, открытого по франшизе винодельни "Кубань-Вино". Магазин расположен по адресу: Кировская область, г. Киров, ул. Ленина 79а.

Помещение магазина спроектировано и оборудовано с учетом технологий, применяемых для организации винных погребов. Созданы условия, соответствующие требованиям для правильного хранения вина, включая поддержание оптимальной температуры, влажности и уровня освещения.

Особенностью винной концепции Chateau Tamagne является сезонность. Ассортимент магазина будет обновляться в зависимости от времени года, предлагая вина, соответствующие весеннему, летнему, осеннему и зимнему сезонам.

В 2023 году винодельня "Кубань-Вино" начала реализацию проекта франчайзинга на территории России с целью масштабирования сети и увеличения охвата регионов.

"Развитие в формате франшизы позволяет нам охватить различные регионы страны и представить там весь наш ассортимент. Эти магазины по оформлению и стилистике будут идентичны нашим собственным. Неотъемлемыми условиями при открытии станет соблюдение фирменного стиля и формата винного бутика, а также высшие стандарты качества обслуживания клиентов", — отметила директор по продукту винодельни "Кубань-Вино" Елена Мельникова.

Бренд Chateau Tamagne был создан в 2005 году в рамках сотрудничества с институтом энологии провинции Шампань. На 2026 год сеть розничных магазинов Chateau Tamagne насчитывает 18 объектов. Собственные винотеки представлены в Краснодарском крае (Краснодар, Тамань, Курчанская, Темрюк, Анапа, Новороссийск, Геленджик, Кучугуры, Голубицкая, Дивноморское), а также в городах Пермь, Иваново, Пенза и Киров.

Для справки: Название компании: *Кубань-Вино, ООО (торговая сеть Кубань-Вино; ИНН: 2352034598)* Адрес: *353531, Россия, Краснодарский край, Темрюкский район, ст. Старотитаровская, ул. Заводская, 2* Телефоны: *+78614891666; +78612981560; +78612981566; +78612981567; +74957453601; +78612981565; +73512674510#5816; +73512674510#5890; +78614891666#7951; +79644684070; +78614891666#7853; +88612981565#7828; +78612981560#7960* E-Mail: *office@kuban-vino.ru; office23@kuban-vino.ru; office66@kuban-vino.ru; office74@kuban-vino.ru; office78@kuban-vino.ru; tarasovsy@kuban-vino.ru; bekkaryukvs@kuban-vino.ru; boykoaa@kuban-vino.ru; EMO@kuban-vino.ru; ct23@kuban-vino.ru* Web: *https://kuban-vino.ru; https://chateautamagne.ru; https://kubanvino1956.ru/* Руководитель: *Емельянович Виктория Ивановна, генеральный директор (По материалам компании 30.03.26)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



"ФАНАГОРИЯ" подвела итоги 2025 года.

По итогам 2025 года общий объем производства "Фанагории" составил более 2,75 млн дкл. Компания в 8 раз увеличила выпуск игристых в формате ready to go (алюминиевых банках), он достиг 900 тысяч шт. Также на 64% выросло производство игристых из коллекции Brule. В 2026 компания планирует сохранить текущие объёмы выпуска продукции и продолжить инвестиции в развитие производства качественного российского вина около 1,1 млрд рублей. Прошлый год для "Фанагории" ознаменовался большим количеством значимых событий и запуском продуктов в новых для компании категориях.

Новые продукты

- В феврале 2025 года "Фанагория" выпустила свой первый продукт в категории здорового питания - функциональное желе с коллагеном на натуральном виноградном соке. В коллекции представлены два продукта в формате стиков по 15 г со вкусом "Красный виноград" и "Белый виноград". Летом винный дом вышел в ещё одну новую для себя категорию - премиальных слабоалкогольных газированных напитков в формате ready to go.
- В линейке представлены два микса в алюминиевых банках объёмом 185 мл и крепостью 6,5%: Ice Mix. Caberola (каберне-кола) и Ice Mix. СоСо (коньяк-кола).
- А в конце года "Фанагория" коллекцию уходовой косметики Touche Soleil. В составе каждого продукта из 5 продуктов - собственное масло виноградной косточки Velvet Skin, произведенное методом холодного отжима из косточек винограда с виноградников "Фанагории". Это гарантирует чистоту, высочайшую концентрацию антиоксидантов (проантоцианидинов, витамина Е) и "паспорт происхождения" — связь с конкретным терруаром Кубани.

Яркие события

- В 2025 году "Фанагория" переработала рекордные 47,2 тысяч тонн винограда. Этот результат — прямое следствие последовательной 15-летней инвестиционной программы, направленной на развитие виноградников и увеличение их площадей. Впервые в прошлом сезоне компания получила урожай новых сортов — Пти Мансан, Кариньян и Кокур, что расширяет базу для создания премиальных винных коллекций.
- В мае 2025 года на собственной бондарне одной из крупнейших виноделен России "Фанагории" была выпущена десятилитровая бочка под брендом "Старый Русский дуб". Предприятие полностью покрывает не только свои собственные нужды в бочках для выдержки дистиллятов, но и регулярно поставляет произведенные бочки другим предприятиям винодельческой отрасли, а также на экспорт.
- Осенью прошлого года "Фанагория" представила новый туристический объект, жемчужиной которого является восстановленная античная винодельня. Основные её элементы найдены археологами при раскопках поселения времён Боспорского царства. А уникальность заключается в том, что это единственная в России и в мире работающая античная винодельня. Вино, создаваемое здесь, будет в процессе прессования соприкасаться с теми камнями, которые уже использовались на работающей давильне примерно две тысячи лет назад. Вино из винограда урожая 2025 года станет первым официальным винтажом возрождённой античной винодельни "Фанагории". Воссозданная античная винодельня — часть нового туристического комплекса, с которого теперь начинается экскурсионный маршрут по территории "Фанагории". Его входная группа получила символическое название "Пропилеи", традиционно обозначающее главный или парадный вход. Инвестиции составили около 50 млн рублей.
- В ноябре своё 20-летие отметила одна из первых премиальных российских винных коллекций Cru Lermont "Фанагории". Чистосортные сертифицированные саженцы, которые дали виноград для вин коллекции Cru Lermont были приобретены "Фанагорией" в конце 90-х во французском питомнике. Название коллекции соединило в себе традиции классического европейского виноделия и российской культуры - в названии заключена отсылка к имени М.Ю.Лермонтова. "Cru Lermont" – это не просто отличное Каберне-Совиньон, Мерло, Пино-нуар, Совиньон-Блан или Шардоне; его создателям удалось соединить характерные черты классического сорта винограда с "лицом" местности – терруаром региона Фанагория. Первым в коллекции премиальных вин Cru Lermont стало "Каберне - Совиньон" 2005 года урожая. После годовой выдержки, его разлили в традиционную бутылку традиционную.

Развитие экспорта

- В 2025 году "Фанагория" впервые в своей истории начала регулярные отгрузки игристых вин, произведенных по классической технологии, в Израиль.
- Также винный дом начал регулярные поставки широкого ассортимента своей продукции и в столицу Монголии — Улан-Батор. В ассортимент вошли терруарные вина "Фанагории" из премиальных коллекций Cru Lermont, Q, Винодел и сомелье, Sur lie, а также игристые вина - Brule. Cuvee.

Награды





? 25 вин "Фанагория" вошли в 12-е издание ежегодного "Гида по российским винам" Артура Саркисяна и РБК. "Точка" урожая 2019 получила исключительную оценку экспертов - 93 балла, платиновую медаль рейтинга. Выдержанный белый брют Primum Alveus урожая 2017 года, выдержанное сухое красное вино "101 оттенок красного. Саперави" 2023 года и коллекционное сухое белое вино "Декантер. Шардоне" 2020 года удостоены оценки 90 баллов и золотого статуса в гиде. Остальные продукты получили серебро.

- На престижном конкурсе China Wine Competition в Гонконге вина компании получили 6 наград. Каберне "Фанагория" было признано лучшим Каберне 2025 года.

- В списке лучших вин рейтинга Top100Wines 2025 уже традиционно представлено 4 продукта компании - максимальное количество от одного производителя. "Точка.Саперави", винтаж 2018 года, стало лучшим красным вином в рейтинге с результатом 95 баллов.

- 7 игристых вин "Фанагория" вошли в рейтинг лучших российских игристых по версии Simple Wine News, в очередной раз подтвердив своё высокое качество. Два игристых Primum Alveus Blanc de Blancs Extra Brut V 2019 и Primum Alveus Brut VII 2017 были отмечены тремя звездами рейтинга.

Планы

Несмотря на достигнутые успехи, "Фанагория" продолжает развиваться, реализуя стратегию, которая позволит поддерживать высокие стандарты качества и удовлетворять растущий потребительский спрос.

- Так, в продолжение своей стратегии к весне этого года компания увеличит площадь своих виноградников ещё на 200 га.

- Винный дом "Фанагория" приближается к энергетической автономности: в 2026 году компания планирует более чем вдвое увеличить площадь своих солнечных батарей (СЭС) и вплотную приблизиться к энергетической автономности. Введение новых солнечных панелей позволит генерировать до 18 МВт в сутки и в летние дни при благоприятных погодных условиях за счет "солнечной" энергии покрывать до 100% потребностей предприятия в электроэнергии.

- Продолжит компания инвестировать и в модернизацию и развитие производства. На это будут потрачены 1,1 млрд рублей. Из них более 400 млн будет вложено в технологическое оборудование.

Для справки: Название компании: *Агропромышленная фирма Фанагория, ОАО (АПФ Фанагория, ОАО; ИНН 2352002170)* Адрес: 353540, Россия, Краснодарский край, Темрюкский р-н, Сенной, ул. Мира, 49 Телефоны: +78614838747; +78614838747#131; +79886218123; +79319766576; +79881339710; +79857609770; +79897767016; +79189967545 E-Mail: office@fanagoria.ru; pressa@fanagoria.ru; marketing@fanagoria.ru Web: <https://www.fanagoria.ru> Руководитель: *Романишин Петр Евгеньевич, генеральный директор* (По материалам компании 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Фанагория" вложит в модернизацию производства 1,1 млрд рублей (Краснодарский край).

"Фанагория" планирует инвестировать в модернизацию производства

Винный дом "Фанагория", расположенный в Краснодарском крае, в 2026 году планирует инвестировать в модернизацию производства 1,1 млрд рублей.

В частности, компания планирует вложить более 400 млн рублей в технологическое оборудование.

Отмечается, что в 2025 году общий объем производства виноделия превысил 2,7 млн дал, также в 8 раз вырос выпуск игристых вин в алюминиевых банках. Помимо этого, в прошлом году компания впервые получила урожай новых сортов – "пти мансан", "кариньян" и "кокур".

Как сообщал сайт "Деловая газета. Юг", "Фанагория" увеличила чистую прибыль по РСБУ в 1,6 раза в 2024 году.

Для справки: Название компании: *Агропромышленная фирма Фанагория, ОАО (АПФ Фанагория, ОАО; ИНН 2352002170)* Адрес: 353540, Россия, Краснодарский край, Темрюкский р-н, Сенной, ул. Мира, 49 Телефоны: +78614838747; +78614838747#131; +79886218123; +79319766576; +79881339710; +79857609770; +79897767016; +79189967545 E-Mail: office@fanagoria.ru; pressa@fanagoria.ru; marketing@fanagoria.ru Web: <https://www.fanagoria.ru> Руководитель: *Романишин Петр Евгеньевич, генеральный директор* (Деловая газета.Юг 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Ф А Н А Г О Р И Я

ПОЛОЖЕНИЕ ОБЯЗЫВАЕТ



Елена Еремина, директор AGORA WINERY: "Мы планируем и дальше развивать крымские терруары". "ИА Про вина". 30 марта 2026

В конце 2025 года генеральный директор AGORA WINERY Елена Еремина стала лауреатом Государственной премии Республики Крым в номинации "Агропромышленный комплекс" за создание лимитированной коллекции вин "Терруарное". О том, каким был путь к признанию и как эффективно управлять одним из крупнейших винодельческих хозяйств Крыма, Елена Анатольевна рассказала газете Wine Weekly.

– **Елена Анатольевна, в одном из интервью вы рассказывали, что сначала совсем не хотели идти в производство алкогольной продукции. Что стало тем поворотным моментом, когда желание добиться результата победило?**

– Я действительно не сразу видела себя в производстве. Поначалу это казалось временной историей, а не делом жизни. Поворотным моментом стало осознание: результат твоего труда живет дольше рабочего дня. Он воплощается в продукте, за которым стоит долгий, кропотливый процесс. Когда я впервые попала на профессиональную дегустацию и увидела, как эксперты оценивают образцы, обсуждают органолептические нюансы, технологические детали, делятся опытом, тогда и пришло внутреннее желание научиться этому делу и создавать то, чем можно гордиться.

– **Ваш путь в виноделии охватил все этапы производства: от цеха розлива до управления винодельней. Какой из этих этапов оказался самым сложным, а какой – самым вдохновляющим?**

– Самым сложным для меня был этап, когда меня назначили начальником цеха розлива. Пришлось взять на себя ответственность не за отдельный участок, а за весь производственный цикл и людей, которые в нем заняты. Ты уже не можешь спрятаться за формулировкой "это не моя зона". Любой сбой в производственном процессе – это твоя зона ответственности. Любая нештатная ситуация с оборудованием, а тем более с персоналом – ответственность вдвойне.

А самым вдохновляющим я считаю текущий момент развития винодельни, когда рождается ее стиль, когда принимаются тонкие, но стратегически важные решения: о необходимых посадках, сроках сбора винограда, о технологии переработки, о купажах и выдержке, о закладке классики. Эти решения определяют характер вин на годы вперед. И безусловно – выход новых продуктов на полку: как их оценивает покупатель, как оценивают профессионалы и конкуренты и что для всего этого необходимо внедрить. Agora Winery для меня – это не просто место работы. Это часть моей жизни, часть моего профессионального пути, где соединились опыт, характер и любовь к крымской земле.

– **Вы говорите: "Люди – наше главное богатство". Как вам удается собирать и руководить командой профессионалов, учитывая ваш карьерный путь?**

– Я выросла внутри отрасли, и это помогает мне говорить с людьми на одном профессиональном языке – в разных подразделениях, от производства до административных служб, с пониманием ставить задачи и взвешенно оценивать результат. В Agora Winery у нас сильная команда специалистов. Мы ценим опыт друг друга, открыто обсуждаем проблемы и ищем решения, не стесняемся обращаться за помощью к более опытным коллегам, даем возможность расти молодым сотрудникам, поощряя их инициативу. Я стараюсь быть максимально открытой: объяснять цели, делиться результатами, говорить и о достижениях, и о направлениях развития. Это создает доверие и позволяет собирать команду, которая разделяет общие ценности.

– **Что сегодня представляет собой Agora Winery? Расскажите о ваших виноградниках, их расположении и основных сортах, которые вы выращиваете.**

– Сегодня Agora Winery – это предприятие полного цикла, расположенное в Бахчисарайском районе, в селе Танковом. На собственных виноградниках мы развиваем две ключевые терруарные зоны – Кочкар-Эли и Аглаган-Кая. Их общая площадь составляет около 2000 гектаров, при этом 1100 из них – плодоносящие. Часть – это старые лозы старше 25–30 лет, с которых мы получаем сырье для премиальных линеек.

Сортовой состав наших виноградников насчитывает 27 белых и красных сортов: от международной классики – Каберне Совиньон, Каберне Фран, Рислинг, Совиньон Блан и других – до традиционно хорошо показывающих себя в Крыму сортов советской селекции, таких как Бастардо Магарачский. Также нам удалось возродить сорт винограда Сухолиманский, а также внести его в реестр виноградных насаждений и в реестр сортов, используемых для производства вин.

– **Ваши виноградники расположены в Бахчисарайском районе, на высоте более 150 метров над уровнем моря. В чем уникальность терруара Аглаган-Кая и как его влияние отражается в ваших винах?**

– Аглаган-Кая – это плато между реками Альма и Западный Булганак, на высоте более 150 метров над уровнем моря, рядом с обрывом коренных пород – известняка и песчаника. Сквозь карстовые трещины здесь естественным образом сочится вода, почвы хорошо дренированы, а перепады температур между днем и ночью позволяют сохранять в ягоде свежесть и кислотность. Вина с этого терруара отличаются хорошо выраженной минеральностью, плотной, но при этом очень аккуратной структурой и ярким, узнаваемым характером, который мы стремимся подчеркнуть в линейке "Терруарное".

– **Планируете ли вы закладку новых виноградников в ближайшие годы?**



– Да, мы смотрим на развитие сырьевой базы стратегически: задача – не только расширяться количественно, но и очень внимательно подходить к подбору участков и сортов. В планах этого года – посадка Шардоне и Рислинга на площади около 85 гектаров. Кроме того, мы продолжим развитие наших ключевых терруаров и работу со старыми лозами, потому что именно они дают ту глубину и сложность, которая необходима премиальным винам.

– А каковы сегодня мощности производства вашей винодельни и есть ли планы по их расширению?

– Agora Winery уже сейчас обладает серьезными производственными мощностями полного цикла, которые позволяют нам уверенно работать как с базовыми, так и с премиальными линейками разного объема. В ближайшие годы мы планируем точечные инвестиции: в расширение первичной переработки и броидильного отделения, в расширение площади производственной лаборатории и в приобретение более современного оборудования для производства и розлива.

– Управлять крупным винодельческим хозяйством – задача колоссальной сложности. Каковы, на ваш взгляд, три главных качества, которыми должен обладать эффективный руководитель в этой отрасли?

– Во-первых – это ответственность. Виноделие – это долгий цикл, и последствия управленческих решений могут проявиться через несколько лет. Поэтому руководитель должен смотреть далеко вперед, опираясь на текущее и перспективное законодательство во всех сферах отрасли.

Во-вторых – гибкость и умение учиться. Меняется отрасль, меняется потребитель, меняется климат. Поэтому нужно сохранять готовность корректировать подходы, не предавая базовых принципов качества.

И третье – это уважение к людям. Без этого невозможно построить команду, которая готова разделить с тобой и сложные периоды, и моменты успеха.

– Ассортиментный портфель Agora Winery впечатляет разнообразием: от демократичного "Крымского погребка" до премиальной линейки вин "Терруарное". Какие новинки были выпущены за последнее время? Как формируется ассортиментная политика и на какую целевую аудиторию ориентирована каждая из линеек?

– Мы сознательно строим многоуровневый портфель. Базовые линейки ориентированы на повседневное потребление и широкий круг потребителей, которые хотят получить честное, понятное крымское вино.

В 2026 году мы презентовали новую премиальную линейку Agora Rosa Viva. Пока она представлена четырьмя винами, созданными из сортов винограда: Рислинг Рейнский, Мускат, Каберне Фран, Каберне Совиньон–Шираз. Еще пять наименований готовятся к выходу. Эта линейка выпущена в легком стиле – "словно летящие лепестки роз". На создание коллекции нас вдохновила собственная роза "Агора". Ее вывели для нашей винодельни специалисты Никитского ботанического сада. Розы "Агора" уже украшают виноградники Agora Winery и бережно хранят лозы.

Премиальные и терруарные серии вин ориентированы на тех, кто ищет в бокале глубину, индивидуальность участка, его историю, – тех, кто готов уделять внимание деталям: от подачи до гастрономических сочетаний. Для нас важно, чтобы потребитель, познакомившись с вином начального уровня, мог "расти" вместе с винодельней и постепенно открывать для себя более сложные вина.

– Расскажите о лимитированной коллекции вин "Терруарное", за которую вы получили Государственную премию Республики Крым. Что делает Каберне Совиньон, Бастардо и Каберне Фран из линейки "Терруарное" особенными?

– Эта лимитированная коллекция стала нашей заявкой на то, каким мы видим выражение терруара Аглаган-Кая в создании красных вин. В основе вин из Каберне Совиньона и Бастардо – виноград, собранный вручную со старых лоз старше 25 лет на лучших участках терруара. Эти вина выдерживаются не менее 12 месяцев в бочках из французского дуба от разных производителей и разной степени обжига, что позволяет раскрыть многогранность сорта, не "перекрывая" его дубом, а подчеркивая минеральность и структуру, заданные терруаром.

Вино из Каберне Франа в этой линейке выдерживается в стали в течение 12 месяцев, потому что яркий и неповторимый аромат этого сорта самодостаточен и индивидуален в своем первоначальном виде.

– В 2025-м Agora Winery выпустила премиальную линейку игристых Vintage с 24-месячной выдержкой, а сейчас на винодельне заложили на выдержку игристое из Рислинга. Почему классический метод стал для вас важной вехой?

– Классический метод – это высшая школа игристых вин. Он требует серьезных вложений времени и ресурсов, но именно он позволяет показать потенциал терруара в игристом формате. Двухлетняя выдержка на осадке дает глубину, текстуру, тонкие автолитические ноты. Blanc de Blancs и Blanc de Noirs очень достойно раскрылись, но часть коллекции еще продолжает свой путь – она будет выдерживаться 36 месяцев.

Сорт винограда Рислинг позволяет сохранить яркую кислотность и выразительный аромат в игристом, созданном классическим методом. Возможно, он порадует нас уже через 12 месяцев. Для Agora Winery запуск линейки Vintage и закладка классического игристого из Рислинга – это новый шаг в развитии, заявка на расширение границ. Ведь ничего не получается только у того, кто ничего не делает.

– В этом году вы стали единственным представителем крымского виноделия, кого удостоили Государственной премии Республики Крым. Что значит эта награда для вас лично и для всей команды Agora Winery?



– Для меня лично это в первую очередь признание развития винодельни и труда всей команды – всех, кто принимал участие в создании вина: от ягоды до бутылки. Эта награда подтверждает, что выбранный нами путь – ставка на терруар, на собственный виноград, на долгую выдержку – действительно важен для региона и заметен на уровне республики.

Для команды это сильный мотиватор. Мы понимаем: мы подняли планку достаточно высоко и теперь должны удерживать ее и повышать с каждым новым урожаем.

– Каким вы видите развитие Agora Winery через 5–7 лет? Будут ли это новые линейки, новые терруары, новые форматы?

– Через 5–7 лет я вижу Agora Winery с еще более ярко выраженным терруарным фокусом и с усиленными позициями в сегменте премиальных и игристых вин. Мы планируем и дальше развивать существующие терруары, работать со старыми лозами, но при этом не исключаем и точечных экспериментов с новыми участками и форматами – включая энологические новинки и туристические проекты.

– Российское виноделие сегодня переживает подъем. Что, на ваш взгляд, станет главным драйвером развития отрасли в ближайшее десятилетие?

– Главный драйвер – это, безусловно, качество. Потребитель становится требовательнее и образованнее. Но и у российских вин – особенно когда за ними стоят терруар, технология и честный подход – появляются дополнительные возможности бороться за сердца покупателей.

Важную роль сыграют также развитие винного туризма, образовательные проекты, поддержка отраслевых инициатив и диалог между виноделами и государством. Если мы продолжим двигаться в сторону устойчивого виноградарства и большей прозрачности – российское вино сможет укрепить свои позиции как внутри страны, так и на внешних рынках.

– Какой совет вы можете дать молодым специалистам, которые сегодня приходят в отрасль? Что самое важное в вашей профессии?

– Я бы посоветовала не ждать быстрых результатов и относиться к профессии как к марафону, а не к спринту. Здесь многое измеряется не днями, а сезонами, урожаями, выдержкой и, конечно, опытом.

Очень важно постоянно учиться – у наставников, на стажировках, на дегустациях – и при этом не бояться брать на себя ответственность и проявлять инициативу.

И конечно, любить то, что вы делаете, и ценить тех, с кем вы это делаете. Без этого ни одно, даже самое современное оборудование, не сделает вино, которым можно по-настоящему гордиться. (ИА Про вина 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Михаил Николаев: винный мир ждет новых героев. "Коммерсантъ". 31 марта 2026

Актуальные проблемы российского вина в зеркале жизни одной винодельни

Михаил Николаев-младший, управляющий партнер проектов "Долина Лефкадия" и "Николаев и Сыновья", — одна из ярких фигур на сцене нового российского вина.

"Ъ. Сомелье" поговорил с Михаилом о состоянии винного рынка, о росте цен на комплектующие и падении спроса, о расставании "Лефкадии" с "Саук-Дере" и о проблемах туризма на российском юге.

— Как вы отнеслись к тому, что в феврале этого года Российская ассоциация сомелье назвала "Николаев и Сыновья" винным проектом года?

— Во-первых, для меня это было сюрпризом, мы себя, конечно, не выдвигали. А во-вторых, я считаю, что это самая честная премия, которую я видел в России за годы. Объективно на сегодняшний день самый узнаваемый винодел России — это Алексей Толстой. Компания, которая делает больше всего для дистрибуции и продвижения российского вина, — это Simple. Если посмотреть на винный маркетинг, позитивный и активный с точки зрения продвижения вина, — это Влада Лесниченко. В этом нет сейчас человека виднее, чем она.

— Вы не считаете, что с такими же результатами можно было бы провести эту премию лет десять назад?

— Да, и это говорит только об одном: у нас очень маленькая индустрия. В ней мало денег, мало игроков, поэтому она не сильно меняется, хотя у нас, например, полно в России ярких людей в недвижимости, в банковской сфере. Конечно, я, как любая лягушка, защищаю свое болото, но я на сегодняшний день не считаю, что в России кто-то делает вино лучше, чем мы. Скромность в этом деле, конечно, важна, но если лет пять назад мы еще не чувствовали эту уверенность, то сейчас у нас отличные результаты — в совиньоне, в шардоне, в пино нуаре, в бордоских блендах, в игристом. И я хочу, чтобы вся команда это слышала и знала.

— В январе 2026 года суд утвердил мировое соглашение между "Винами Лефкадии" и Михаилом Николаевым. Можете рассказать, что это значит?

— Есть ООО "Вина Лефкадии", оно расположено в поселке Саук-Дере Крымского района. Это предприятие, которое мы приобретали в 2015 году, в те времена оно называлось просто АФ "Саук-Дере". Продали мы его в 2023-м. Новость о мировом соглашении связана исключительно с закрытием процесса наблюдения, в котором оно находилось до завершения сделки. Закрытие этого процесса было частью сделки.

Винодельня под "народным" названием "Лефкадия" находится в селе Молдаванском. Но правильно все же сказать, что "Лефкадия" — это территориальное понятие. Мы продаем виноградники и участки здесь уже много лет, сейчас



здесь шесть разных владельцев земли. У нас изначально был амбициозный план превратить "Лефкадию" в винный регион, что сейчас и происходит, поэтому "продать Лефкадию целиком" — это как будто продать регион Бордо.

— **То есть в "Саук-Дере" вы больше ничего не делаете...**

— Не делаем, новые владельцы переименовали юрлицо. Это теперь даже не ООО "Вина Лефкадии", а ООО "Терруары Саук-Дере", принадлежащее "Мысхако". Кстати, мы продали винодельню вместе с брендом "Ликурия", и новые хозяева пока еще не решили, продолжать ли делать это вино.

— **То есть теперь все хорошо, и вы будете продолжать работать на своей винодельне в Молдавском...**

— Хорошо? Я не знаю предпринимателя в России, у которого сейчас все хорошо. Потому что каждый раз, когда становится чуть-чуть лучше, нам то НДС врубают, то еще какие-нибудь новые сборы. А сейчас, как вы понимаете, вообще фундаментальный кризис. Потребление совсем не растет, а себестоимость — колоссально. Причем в тех статьях, в которых мы раньше роста не ожидали, — например, коммунальные услуги. Я плачу 1 млн в месяц только за электричество. Это 12 млн в год. А еще — комплектующие. За бутылку я раньше платил 15 руб., а сейчас 30–35. С рынка ушли более дешевые бутылки и нормальные пробки. Я недавно заплатил за обрезку куста по 10 руб., это плюс 10 руб. в стоимости килограмма винограда. Чтобы произвести бутылку вина, надо больше чем килограмм, а у меня кусты низкоурожайные. В общем, все складывается из мелочей, но в большую кучу. Мы оказались в странной ситуации, где себестоимость растет стремительно, но эти цены невозможно перекладывать на потребителя.

Сейчас хорошо скорее для инвесторов и тех, кто хочет войти в эту сферу. Есть еще земли и проекты, где можно получить хороший результат. А те, кто после этого кризиса выживут, станут, конечно, уже по-другому оцениваться.

— **Но рано или поздно все же придется повышать цены?**

— Не факт, потому что потребление уменьшилось. Если раньше какие-то категории проседали, но, например, по российскому вину все равно шел рост, то теперь во всех категориях просадка. Растет только ультрапремиум, но в российском вине его пока не существует. В этом году после повышения НДС я не поднимал цены, подниму с 1 сентября на 10% — и то только на некоторые вина, но это не меняет ничего фундаментально. Вина не уйдут от этого в другую ценовую категорию. Нас спасает туризм и возможность предлагать вино по прямым ценам.

— **Сейчас ваш бизнес в режиме сохранения или все-таки в доходе?**

— На сегодняшний день мы не хотим расти в винодельческом бизнесе. У нас активная фаза девелопмента начинается, и вложения скорее пойдут туда. Винодельческий бизнес сам по себе давно прибыльный, но бывают резкие перепады выручки. Плюс надо признать, что, несмотря на то что открылись аэропорты, туристов на юге не прибавилось. Кроме того, у нас уменьшился объем производства, последние два года были неурожайными.

— **Давайте поговорим о ваших новых проектах. Вы уже делали сыры в прошлом десятилетии. Что изменилось в вашем сегодняшнем видении этого сегмента?**

— Мы делали сыры до 2018 года, затем продали нашу первую сыродельню, но всегда хотели найти правильный формат для этого направления, поскольку "Николаев и Сыновья" вообще не знают как производителей сыров. Мы пытаемся объяснить, чем нынешняя отличается от предыдущей, потому что предыдущая была на покупном молоке, а эта — на собственном. Стараемся вернуться в этот рынок, но скорее опосредованно: мы хотим, чтобы кто-то сделал это производство своим и мы стали частью кооператива. Вот по колбасам мы наконец-то договорились — мы сдаем колбасный цех молодому повару, который решил сделать свой бизнес. У нас такая же мечта по поводу сыров — хочется сообщество единомышленников, а не однобрендовую монополию.

— **Какие еще новости в долине Лефкадия сейчас?**

— Самый понятный, логичный наш новый проект — это строительство двух новых гостиниц. В этом году мы планируем его начать, потому что мы получили одобрение по кредиту от ВЭБа. Большая часть работы уже сделана. По договору у нас срок на это три года, но в реальности мы надеемся сделать за два. У нас уже куплено огромное количество материалов и даже мебели, все готово. Эти гостиницы — это одна из важнейших целей для нас, стабилизация турпотока. По крайней мере, это возможность проводить ивенты с ночевкой, на которые сейчас много запросов. Пока мы не можем это реализовать, потому что у нас всего 14 номеров.

— **Как развивается проект коммунальных виноделен на территории долины? Сейчас есть два самых ярких проекта — Mantra Estate и LeGato. Есть ли новые игроки на этом поле?**

— "Мантра" — это больше чем проект в одной долине. Они строят огромную винодельню под Геленджиком и, как я понял, в будущем планируют бренд Mantra Estate использовать для Геленджика и для нашей зоны. В других странах есть подобные примеры известных брендов, которые производят вина в разных терруарах. У LeGato будет скоро начало строительства, но думаю, лучше они объявят о своей красоте. О новых участниках — это пока сложный вопрос, так как их планы нам неизвестны. Кроме того, есть разные гаражисты, которые ищут инвесторов, чтобы купить какой-то участок. Как мы понимаем, сейчас искать деньги в России — тема непростая...

— **Сейчас ваши вина есть у разных компаний, среди них — "Винотерра", Ladoga, Simple. Выглядит так, как будто у вас нет единой линии дистрибуции. Это намеренная стратегия?**

— Мы уже 15 лет продаем свое вино в России, что для нашего рынка много. Мы первые, кто начал заниматься премиальным и дорогим российским вином, а не привозить виноматериалы и разбавлять их. Дистрибуторы исторически были инертны, совершенно никто из них не развивал рынок российских вин. Только несколько лет назад Simple начали этот процесс, и мы частично начали продавать вино через них. Сейчас у них большой прогресс



в сегменте русского вина. И поэтому сейчас мы уже эксклюзивно в Simple, примерно с четвертого квартала прошлого года.

— **Расскажите о планах на предстоящий винодельческий сезон?**

— Мы все еще "устаканиваем" все наши релизы с точки зрения ассортимента. Из новинок — оранж, буквально недавно поступило в продажу, до этого долгое время оно было в кевври, а потом в бочке. Это, может быть, самый интересный из оранжей, что мы сделали за свою историю.

В этом году мы не будем продавать виноград, а весь будем перерабатывать сами. Я думаю, мы дошли до какой-то стадии, когда мы можем производить и продавать больше. Мы нашли для себя ниши в недорогом сегменте в виде "Фистелии" и "Фламинго". Тихие вина, которые попали в Simple, неплохо продаются, так что с точки зрения ассортимента есть некий свет в конце туннеля. Поэтому планы — ничего не вводить, а, наоборот, "устаканивать" существующие стили. Последним экспериментом был сира 2021 и 2022 годов, но вино не "зашло" — оказалось слишком тонкое. Нашему человеку нужна мощная сира. На локальном уровне мы перезапускаем сейчас бренд "Амфитрион", который мы изначально придумали. Это будет недорогой формат — до 1–2 тыс. руб. за бутылку. Тихие и игристые. Тут, я думаю, мы порадуем.

— **У вас, наверное, самая сложная система брендов и линеек, чем у кого-либо. Поэтому, да, спасибо за "устаканивание", оно очень пригодится — и потребителям, и сомелье.**

— Это потому, что мы ментально существуем в контексте винного региона. Например, в этом регионе я сделал бренд "Магнатум" — и продал его. Он делается и дальше, но мне уже не принадлежит. Сейчас я делаю "Амфитрион", и, возможно, я тоже его продам — тогда его будет делать кто-то другой. Опять же, возвращаясь к теме первого вопроса, про то, как я считаю, что лауреаты "Трендов года" очень логично вписываются в реальность рынка. Когда мы открываем гиды, как РБК, — там каждый год новый герой, а я не верю в ежегодного нового героя в виноделии. Самое скучное и самое правдивое в том, что в глобальном винном мире нет новых героев. Очень мало реально классных вин. Они не могут появиться из ниоткуда. Для этого нужна куча вложенных денег и мозгов. А у нас сейчас в стране вместо этого пока просто много харизмы и энтузиазма. Но мне кажется, что не они являются ключом к великим винам. (Коммерсантъ 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Я люблю делиться своими открытиями с другими энтузиастами". "Коммерсантъ". 31 марта 2026

Основатель UPPA Winery — о культуре вина в России

В 2006 году победитель первого российского конкурса сомелье Павел Швец основал в Севастополе собственное винодельческое предприятие, а спустя два года высадил первые виноградники. Сегодня бренд UPPA Winery выпускает 60 тысяч бутылок в год и поставляет продукцию в 60 городов России, включая Москву, Санкт-Петербург, Сочи, Нижний Новгород, Владивосток и Екатеринбург. Павел Швец поделился мнением о состоянии российского виноделия, а также рассказал об особенностях биодинамического производства и отличиях интересного вина от скучного.

Какие винные тренды формируются в России как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения бизнеса?

Как известно, тренды есть управляемые и неуправляемые. Управляемые — это те истории, над которыми работают стратегически, вокруг которых создается некий ажиотаж. А неуправляемые тренды формируются хаотично под влиянием обстоятельств. В винной отрасли России сейчас преобладают именно неуправляемые тренды.

Вообще, тема российского вина становится более популярной и обсуждаемой. Но если взглянуть на нее глубже, то выяснится, что у российской винной отрасли нет какой-то монолитной структуры. Безусловно, у нас есть много заводов, которые разливают вино миллионами бутылок, чтобы удовлетворить потребности людей в низком ценовом сегменте. Есть, разумеется, и винодельни среднего звена, которые появляются как грибы после дождя, потому что государство сейчас дает субсидии на открытие виноградников. Однако у всех этих предприятий, во-первых, нет единого подхода к производству вина, а во-вторых, нет четких и интересных концепций. Рынок отечественного вина представляет собой серую массу.

Связано это, в частности, с тем, что все виноградники в России очень молодые и, соответственно, вино из них получается простое. К тому же задача государственных субсидий привлекла в отрасль много предпринимателей, у которых нет никакого винного бэкграунда и знаний. Такие людям не интересно само вино, им интересно зарабатывать на нем, поэтому они льют что попало и считают, что это будет продаваться.

Из-за этого культура вина у нас в стране стагнирует. Людям, которые воспитывались на импортном вине и разбираются в напитке, российские виноделы предложить что-то интересное не могут. А многие из тех, кто воспитывал культуру в России, транслировал ее, переехали за границу. С этим связан еще один негативный тренд. После 2022 года у России возникли проблемы с импортом зарубежного вина, а винный туризм, когда люди могли отправиться в Европу, чтобы попробовать разные напитки в мишленовских ресторанах, практически умер.

Как вы видите свою роль в развитии культуры вина?

Глобально у меня нет интереса в продвижении российского вина. Через UPPA Winery мне хочется показать свое видение, свою философию вина и свой 30-летний опыт. Моя цель — донести до покупателей то, что лично я хочу



им предложить, потому что мне нравится делиться своими открытиями в мире вина с такими же энтузиастами, как я.

Несмотря на проблемы с развитием культуры вина, ценители этого напитка в России есть. Именно они приходят на мероприятия, которые я провожу в разных городах, с ними мне хочется общаться тет-а-тет и дегустировать вино.

То есть мне интересно собирать уютный клуб единомышленников, а не устраивать полномасштабный культпросвет. Конечно, даже наши небольшие встречи становятся кирпичиками для того, что в будущем можно будет назвать российской винной культурой.

Ваше винодельческое хозяйство построено на принципе биодинамики. В чем особенность такого подхода к производству вина и как это отражается на вкусе напитка?

Вино в целом можно разделить на две большие группы. Есть вино, которое сделано качественно, без дефектов, но, когда ты дегустируешь его вслепую, то есть не имея о нем никакой информации, ты не можешь понять, где конкретно оно было сделано. А есть вино, которое несет "печать" места. По этим напиткам можно четко определить природно-климатические особенности локации, где рос виноград, год сбора урожая, сорт винограда и даже почву, на которой выращивали ягоды. Добиться такого результата можно через невмешательство в природные процессы, чтобы виноград жил в гармонии с природой. Собственно, это и есть биодинамика — управление терруара (совокупности природных и климатических факторов, определяющей индивидуальные характеристики сельхозпродукции. — Прим. "Коммерсантъ-Урал") до бокала очень сложно, но именно они делают вино уникальным и интересным для ценителей.

Получается своего рода путешествие через вино...

Все так. Если ты человек опытный, то сможешь отличить северный регион от южного, рос виноград в глинистой почве или песчаной, перезрели ягоды или не дозрели, вино выдерживали в американской или французской бочке. То есть напиток превращается в открытую книгу или картину. Через вино можно изучать природу, культуру, традиции тех или иных стран. Но, как я уже сказал, виноделу нужно приложить огромные усилия, чтобы добиться такого результата.

Как опыт сомелье помог вам в развитии винодельческого бизнеса?

Первое — у меня есть большая насмотренность и глубокое понимание вина. Перед тем как подать бутылку гостю, сомелье сначала пробует из нее сам и каждый свой бокал несет не на мойку, а на специальную полочку вне зала. В течение дня сомелье постоянно возвращается к этому бокалу, делает записи в блокноте, анализирует напиток. И если сомелье подходит к своей профессии серьезно, то он очень быстро вырастет в понимании вина.

Второе — я хорошо знаю, как люди изучают вино, как его воспринимают, как пьют, как выбирают, что подталкивает их расстаться с деньгами, как формируется вкус и кто на это влияет. Я знаю, как живет и думает покупатель, который ценит хорошее вино, и это помогает мне выстраивать маркетинг. Полезно также знать, в каком возрасте у людей появляется интерес к вину и в каком пропадает: чаще всего этим напитком начинают интересоваться в районе 35 лет, а заканчивают вскоре после наступления 60 лет.

Как вы видите целевую аудиторию вин бренда UPPA Winery — что это за люди?

Безусловно, это интеллектуалы, причем те, которые смогли с помощью своего интеллекта заработать хорошие деньги. Успешная интеллигенция, которой интересно пробовать что-то новое, саморазвиваться, анализировать.

Эксперты говорят, что вино не популярно у поколения Z. Это связывают как с тем, что зумеры в своем большинстве равнодушны к алкоголю, так и с их тягой к чему-то более нестандартному, а вино — это все-таки классический напиток. Не растеряет ли вино свою аудиторию?

Есть такая фраза: "Те, кто пьет вино, всегда будут управлять теми, кто пьет пиво". Вино — это более вдумчивый напиток, поэтому, чтобы начать его ценить, человеку нужен определенный уровень интеллекта, нужен определенный уровень дисциплины. Среди зумеров такие люди, конечно, тоже есть, и со временем их будет становиться все больше по мере взросления поколения Z. Поэтому я считаю, что вино будет актуально всегда. К тому же мы все живем в стрессе. Справляться с ним помогают хобби, а изучение вина — это тоже увлечение. Главное в данном случае — не переусердствовать.

Почему для "Честного разговора о вине" вы выбрали Екатеринбург? Чем примечательна столица Урала в плане отношений с вином?

Ценители вина есть в каждом городе, и у каждого есть своя специфика. Москва, понятное дело, — это центр винной культуры России. Найти единомышленников в столице не сложно, а вот в Екатеринбурге сообщество несравнимо меньше, но при этом оно более сплоченное, очень профессиональное. Причем, вспоминая предыдущий вопрос, большой процент в этом сообществе занимает именно молодежь. Как показывает практика, если молодые люди начинают интересоваться вином, то они остаются в этой теме надолго. В Екатеринбурге у нас много покупателей, но сам я был здесь последний раз лет десять назад. Поэтому я очень рад, наконец-то, встретиться с нашими клиентами лично и обещаю приезжать в уральскую столицу чаще.

Как вы планируете развивать винодельню в ближайшие годы?



Развитие коснется технологий производства вина, расширяться мы не собираемся — нам хватает тех 12,5 гектара, которые у нас уже есть. С каждым годом лоза становится взрослее — сейчас ей уже 18 лет. Максимального качества виноград достигает в 25—30 лет, и к работе с такими ягодами требуется более утонченный подход.

Для одних сортов винограда мы уже отточили технологии, для других требуется дополнительная калибровка. То есть мы постоянно совершенствуемся, чтобы создавать более сложные и глубокие вина. В этом я вижу нашу текущую задачу.

А какое вино предпочитаете лично вы?

В основном я пью красное вино, но не очень насыщенное. Люблю старые вина на пике своего развития с севера Франции, Австрии, Германии. В этих винах больше кислоты, а кислота обеспечивает напиток долгую жизнь — именно такие вина я хочу производить сам. На юге же, наоборот, получаются тяжелые, плотные красные вина. Насыщенность я люблю в белых винах — это шардоне, рислинг и шампань во всех ее проявлениях. (Коммерсантъ 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Региональные новости рынка вина

В Севастополе стартовал отбор заявок на субсидии для виноградарей: поддержка молодых виноградарей до 4 лет.

С 25 марта по 3 апреля 2026 года включительно департамент сельского хозяйства и потребительского рынка проводит прием заявок на субсидирование субъектов виноградарства и виноделия. Финансовая поддержка направлена на возмещение части затрат, связанных с закладкой молодых виноградарей.

Программа предусматривает компенсацию расходов по двум ключевым направлениям:

- закладка виноградных насаждений;
- приобретение посадочного материала отечественного производства — закупка саженцев винограда, выращенных в России, для создания новых виноградарей.

Размер возмещения составляет до 80% от фактически понесенных затрат. Благодаря господдержке в прошлом году в Севастополе удалось заложить почти 260 га виноградарей. В текущем году на эти цели направят более 210 млн рублей.

Для участия в конкурсном отборе потенциальным получателям субсидии необходимо:

- оформить усиленную квалифицированную электронную подпись (УКЭП);
- обеспечить доступ к государственной информационной системе "Электронный бюджет";
- подготовить пакет документов и подать заявку в срок до 3 апреля 2026 года включительно. (Правительство Севастополя 26.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Минсельхоз РФ рассмотрит обращение донских виноделов о лицензировании алкоголя.

Виноделы Ростовской области попросили Минсельхоз РФ сделать исключение для малых северных виноделов по лицензированию на производство крепкого алкоголя. Об этом "Ведомости Юг" сообщил владелец винодельческого хозяйства "Вина Арпачина" Юрий Малик.

По словам Малика, сейчас большинство малых виноделов Ростовской области выбрасывают до 30% урожая винограда, непригодного для производства вина, но пригодного для изготовления граппы и виноградного спирта. Причина в том, что получение лицензии на производство крепкого алкоголя является очень дорогостоящей процедурой для малых хозяйств. Они просто не могут себе позволить ее получить для небольших объемов.

"Мы подняли этот вопрос на встрече с министром сельского хозяйства РФ Оксаной Лут. В рамках нынешнего законодательства мы до 30% винограда, который выращивается с таким большим трудом и с такими затратами, вынуждены отправлять в отходы. Все потому, что в рамках действующей лицензии мы не можем перерабатывать непригодные для вина ягоды в спирт, виноградную водку, портвейн и другие крепленые напитки", — сказал Малик. Выходом, по его словам, может стать послабление для северного виноделия, в рамках которого малые хозяйства могли бы производить граппу по своей действующей лицензии, а взамен платить двойной акциз, или продавать крепкий алкоголь, произведенный таким способом, только на своей винодельне энотуристам.

"Граппа — это качественный продукт, который делается из перегонки отжимок. Его активно производят в Италии и Франции, в наших магазинах она тоже есть, но донские виноделы ее делать не могут", — пояснил Малик.

В качестве причин, по которым послабление необходимо именно виноделам Ростовской области, он назвал суровые климатические условия региона для этой отрасли. Виноделы вынуждены укрывать виноградники на зиму, поэтому посадки на гектар здесь менее частые, а значит, и урожай заведомо меньше и производство получается более дорогостоящим, чем в соседнем Краснодарском крае.

Малик отметил, что первый круглый стол с участием профильных ведомств, на котором обсуждался данный вопрос, состоялся в марте, решение пока не найдено, но виноделы рассчитывают на дальнейшие дискуссии на федеральном уровне. (Ведомости Юг 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Специалисты Азово-Черноморского филиала подведомственного Россельхознадзору ФГБУ "ЦОК АПК" подтвердили соответствие 1,7 млн черенков крымского винограда.

Специалисты Азово-Черноморского филиала ФГБУ "ЦОК АПК" 31 марта закончили проверку качества черенков привойной и подвойной лозы винограда на соответствие требованиям нормативных документов.

Всего с начала 2026 года проверено 1,7 млн шт. виноградных черенков на 11 предприятиях Крыма.

Результаты испытаний показали, что проверенный посадочный материал по всем показателям соответствует требованиям ГОСТ 53050-2008 "Материал для размножения винограда (черенки, побеги) Технические условия". В частности, в ходе подтверждения соответствия продукции были проинспектированы и условия хранения заготовленных черенков. Выяснилось, что температура хранения — от 0 до +4 градусов — и относительная влажность воздуха — не менее 85% — соответствуют необходимым условиям.



По результатам проверки оформлено 37 протоколов инспекции и 37 сертификатов соответствия системы "Семстандарт". Черенки крымского винограда подготовлены к проведению прививок с целью производства виноградных саженцев. (INFOLine, ИА (по материалам Россельхознадзора) 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

РБК ТВ Юг: винодельни Кубани поделились прогнозами на урожай винограда. "РБК-Краснодарский край". 2 апреля 2026

РБК Мнение: представители ведущих виноделен Юга России — об агроклиматических условиях в января-марта 2026 года.

— Ирина Яковенко, главный энолог винодельни "Скалистый берег":

"Зима была холоднее, но критичных температур не было, опасных для почки. Никакого вымерзания мы не наблюдаем пока. Но еще сложно об этом говорить, почки только начинают набухать. Как и в прошлом году, так и в этом мы наблюдали в середине марта начало сокодвижения. И в конце марта, в 25-х числах, набухание почки. (...) Я думаю, что от урожая 2026 года у нас произведенной продукции будет на 30% больше, в сравнении с продукцией, произведенной от урожая 2025 года. Это связано и с тем, что мы планируем собрать на 10-15% винограда больше, плюс новые виноградники вступают в плодоношение и дадут нам урожай".

— Франк Дюсенер, главный энолог винодельни "Шато де Талю":

"Между январем и мартом, если считать снег и дождь, у нас было 300 мм осадков. Это на 25% больше, чем ожидалось. Можно уже сказать, что мы начинаем год с нормальным резервом. (...) Виноград, как мне кажется, перезимовал нормально, сформировалось достаточно соцветий, и резерв был — это три фактора, которые отражают, что мы ожидаем нормальный средний планируемый урожай".

— Иван Чурсин, заместитель генерального директора по сельскому хозяйству агрофирмы "Южная":

"Зима была нетипичная для Кубани, она не среднестатистическая, холодная. Были периоды — порядка 12 дней — со снегом. (...) На большей части виноградников минимальная температура была на отметке минус 13-14 градусов. В целом, данные температурные пороги для большинства сортов, если виноградники находятся в нормальном подготовленном состоянии. (...) В силу вступления в плодоношение новых насаждений, которые мы заложили, у нас плановые показатели по валовому сбору выше, чем в прошлом году. Пока прямых предпосылок к невыполнению плана нет. В районе 95 тыс. т мы планируем собрать в этом сезоне".

— Андрей Ермаков, руководитель виноградарского подразделения "Абрау-Дюрсо":

"Осадков, которые мы получили в начале этого года, в 3 раза больше, чем в 2024 и 2025 года. То есть, мы можем сказать, что предыдущие два года были условно засушливые в зимний период. Осадков достаточно много, дожди идут очень часто, уровень озера Абрау поднялся более чем на 1 м. (...) Еще одна отличительная особенность этого года — это морозы. Последний раз подобные морозы в Абрау-Дюрсо были зимой 2011-2012 годов. (...) Дождливая погода и морозы выбили нас из графика выполнения работ на виноградниках. Потому что зимой работы не меньше, чем в летний период — это и ремонт шпалеры, и обрезка винограда, и вспашка, и внесение удобрений. Мы отстаем по выполнению работ примерно на две недели хорошей погоды. Если будет две недели хорошей погоды, сухой, без дождей, конечно, мы нагоним".

— Алексей Сидоренко, главный винодел хозяйства "Раевское":

"У нас было аномальное количество снега в середине января, большой покров до 4-5 см, что для нас не очень стандартная история. Количество осадков немного увеличилось в 2026 году, если сравнивать в целом, прохладнее этот год, не такой ветреный, каким был прошлый. Тем не менее, мы ожидаем очень хорошие результаты и с уверенностью смотрим в будущее. (...) Конечно же, мы ожидаем большой урожай, но это в первую очередь связано с тем, что большое количество гектаров виноградников входит в плодоношение. (...) Мы фокусируемся в этом году на сборе 400-450 т винограда".

— Николас Себастьян Раби, главный технолог в цехе первичного виноделия технологического отдела винодельни "Шато Алвиса":

"Виноградники перезимовали на пять баллов из пяти. Было оптимальное количество дождей, которое повлияло на хорошую влагозарядку почвы под виноградники. Умеренные морозы уничтожили большинство вредоносных микроорганизмов и насекомых, которые могут нанести ущерб лозе. Что, в свою очередь, снизит потребность в обработке химическими средствами и позволит винограду развиваться более естественно. (...) Судя по развитию лозы, предполагается, что урожай 2026 года будет таким же, как и в прошлом году, примерно 30-35 тыс. т". (РБК-Краснодарский край 02.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Зарубежные новости рынка вина

Дистанционное открытие торгово-сервисного центра, птицеводческого предприятия и ознакомление с развитием шпалерного виноградника в Бободжон Гафуровском районе Таджикистана.

После запуска второго этапа предприятия "Куттии точик" Лидер нации уважаемый Эмомали Рахмон в дистанционном формате открыл торгово-сервисный центр "Рахими" в селении Хистеварз и птицеводческое предприятие в сельском джамоате Исфисор.

Торгово-сервисный центр "Рахими" был построен в рамках продолжения созидательных инициатив в честь 35-летия Государственной независимости Таджикистана и является крупнейшим объектом сферы услуг в районе.

Объект с широким спектром услуг создаёт благоприятные условия для населения, здесь предлагаются различные виды продовольственных товаров и товаров повседневного спроса.

В отдельном уголке торгового зала функционируют пекарня и специализированные точки по приготовлению кондитерских изделий и вкусных салатов.

В торгово-сервисном центре "Рахими" имеется современная столовая, где готовится широкий ассортимент национальных и европейских блюд.

Для отдыха детей созданы комфортные условия, игровой и развлекательный зал обеспечивает для них радостную и запоминающуюся атмосферу. Для оказания услуг на высоком уровне 36 местных жителей обеспечены рабочими местами с достойной заработной платой.

С вводом в эксплуатацию птицеводческого предприятия "Чуджай байзо" в селении Исфисор, рассчитанного на выращивание 200 тысяч голов мясной птицы, общее число птицеводческих ферм в области достигло 68 единиц.

Предприятие построено группой предпринимателей на площади 6,7 гектара с затратами свыше 12 миллионов сомони.

Глава государства уважаемый Эмомали Рахмон был проинформирован, что технологические линии являются продукцией ведущих мировых компаний и считаются редкими для стран региона. Данные технологии позволяют одновременно автоматически обеспечивать до 200 тысяч голов птицы водой и кормом. Новый метод работы увеличивает дистанцию между человеком и птицей и снижает падёж. Это повышает вероятность достижения проектных показателей – производства до 1900 тонн куриного мяса в год.

В настоящее время на птицеводческом предприятии Общества с ограниченной ответственностью "Чуджай байзо" постоянной работой обеспечены 30 местных жителей.

Предприятие оснащено специализированным пунктом забоя птицы. Процесс осуществляется с полным соблюдением санитарно-гигиенических норм и стандартов. Продукция упаковывается по установленным требованиям и поставляется на потребительский рынок с высоким качеством.

По словам Лидера нации уважаемого Эмомали Рахмона, деятельность подобных предприятий способствует решению вопросов продовольственной безопасности, снижению зависимости от импорта, созданию новых рабочих мест, укреплению национальной экономики и развитию промышленного сектора. В этой связи было признано необходимым дальнейшее развитие птицеводческой отрасли с использованием предоставленных льгот и преференций.

В обоих объектах – торгово-сервисном центре "Рахими" и птицеводческом предприятии, открытых дистанционно Главой государства уважаемым Эмомали Рахмоном, 66 жителей Бободжон Гафуровского района обеспечены рабочими местами с достойной оплатой труда.

Также Президент Республики Таджикистан, Лидер нации уважаемый Эмомали Рахмон ознакомился с развитием шпалерного виноградника хозяйства "Шамсу Камар" в селении Дадабой Холматов Бободжон Гафуровского района. Виноградник был создан на основе указаний и поручений Главы государства уважаемого Эмомали Рахмона на основе реализации государственных программ на площади 8,55 гектара при участии предпринимателя Шавката Расулзода.

Как было сообщено, на участке посажено 5 500 кустов винограда лучших экспортных сортов, в том числе "Хусайнии сафед" и "Хусайнии сиёх", для благоустройства территории с глубины 120 метров была проведена вода. Новый виноградник, построенный в рамках реализации государственных отраслевых программ, в будущем будет способствовать обеспечению внутреннего рынка этим видом отечественной продукции и его экспорту за рубеж.

Было сообщено, что в настоящее время в Бободжон Гафуровском районе на площади более 10 тысяч 500 гектаров имеются сады, из которых 3 тысячи 200 гектаров составляют виноградники. Площадь шпалерного виноградника в районе составляет более 300 гектаров, и эта площадь возрастает. Ежегодно из садов и виноградников на территории Бободжон Гафуровского района производится 38 тысяч тонн фруктов, в том числе 8 тысяч 500 тонн винограда, который наряду с обеспечением внутреннего спроса также направляется на экспорт.

Хозяева виноградников Бободжон Гафуровского района эффективно используют равные промежутки между садами, сажая пшеницу в основной посев и выращивая бобовые в повторный сезон.

После ознакомления с ходом роста шпалерных виноградников хозяйства Глава государства уважаемый Эмомали Рахмон высоко оценил опыт тружеников и в условиях сегодняшних изменений в международном сообществе дал



указания и напутствия по целенаправленному и рациональному использованию каждого пахотного участка. (Сайт Президента Таджикистана 29.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Грузия продолжает активно продвигать свое вино – финансирование получили пять винкомпаний.

Агентство предоставляет софинансирование маркетинговых расходов только тем компаниям, которые экспортируют продукцию на приоритетные рынки различных стран мира, за исключением стран СНГ и ГУАМ. Пять винодельческих компаний в Грузии с начала года получили 224,3 тысячи лари от государства на продвижение своей продукции на внутреннем и международном рынках, говорится в сообщении Национального агентства вина. Популяризация грузинского вина на стратегических рынках остается одним из приоритетов правительства. На маркетинговую деятельность в целях продвижения местного вина в 2025 году Национальное агентство вина направило 17,4 миллиона лари, что на 8,7% больше по сравнению с 2024 годом.

По информации агентства, с начала 2026 года на участие в "Государственной программе содействия популяризации грузинского вина" было подано 20 заявок, из которых только пять компаний соответствовали требованиям. Это "Вилла Мосавали", "Мегвинеоба Челти", "Тико Истеит", "Би джи вайнс" и "Дзмеби Асканели".

Объем вина, экспортированного на целевые рынки компаниями, участвующими в программе, в 2025 году составил 676 685,75 литра, что на 20% больше показателя 2024 года.

В соответствии с условиями программы, компании существенно увеличили объемы экспорта на рынки США, Европы и Азии за счет целенаправленных маркетинговых мероприятий.

Правительство Грузии утвердило программу в сентябре 2021 года с целью повышения экспортного потенциала грузинского вина и диверсификации приоритетных рынков.

Программа реализуется Национальным агентством вина в координации с министерством охраны окружающей среды и сельского хозяйства Грузии.

Агентство предоставляет софинансирование маркетинговых расходов только тем компаниям, которые экспортируют продукцию на приоритетные рынки различных стран мира, за исключением стран СНГ и ГУАМ.

Среди европейских стран стратегическими рынками для грузинского вина являются Великобритания, Германия и Польша, а также скандинавские страны, где агентство проводит рекламные и маркетинговые кампании в целях диверсификации рынков. При финансовой поддержке агентства грузинские винодельческие компании участвуют во всех крупных международных выставках вина и алкогольных напитков в Европе.

Россия остается главным рынком сбыта грузинского вина. По данным Национальной службы статистики Грузии "Сакстат", в январе-ноябре 2025 года из Грузии в Россию было вывезено более 56 тысяч тонн натурального виноградного вина на сумму 156,7 миллиона долларов, что на 11,1% меньше, чем за аналогичный период 2024 года. Традиция виноделия в Грузии насчитывает восемь тысяч лет и занимает особое место в грузинской культуре. В народном искусстве, а также в памятниках духовной и материальной культуры широко используются образы вина и виноградной лозы.

Сегодня в Грузии культивируются сотни различных сортов винограда. Примерно 500 из 4 тысяч известных в мире сортов имеют грузинское происхождение.

В 2013 году по решению ЮНЕСКО грузинский способ выдержки вина в квеври был включен в список нематериального культурного наследия человечества. (Sputnik Грузия 01.04.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Президент Швейцарии призвал к ограничению импорта вина.

Президент Швейцарии Ги Пармелен предложил план поддержки местных виноделов. В частности, он настаивает на ограничении импорта вина, сообщает Financial Times.

Господин Пармелен, ранее управлявший семейной винодельней, добивается запрета торговцам приобретать иностранное вино, если они не покупают произведенное в Швейцарии или не перерабатывают швейцарский виноград.

Участники рынка раскритиковали привязку импорта к местным продажам, сравнив такие меры с пошлинами Дональда Трампа, и обвинили президента в навязывании протекционизма.

В 2024 году Швейцария произвела 750 млн литров вина, импортировав 161 млн литров. При этом, по данным властей, 70% потребляемого в стране вина — импортное.

В случае принятия плана президента новый порядок начнет действовать в 2027 году. (Коммерсантъ 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Американские рестораны изменили меню из-за роста цен на импортные вина.

Многие американские рестораны вынуждены менять меню из-за существенного роста цен на импортные вина, вызванного введением импортных пошлин администрацией Дональда Трампа. Об этом пишет Reuters со ссылкой на представителей отрасли. Они отмечают, что рестораны все чаще заменяют дорожающие позиции в меню более дешевыми аналогами, в том числе американскими винами.



По словам собеседников агентства, в прошлом году розничные цены на некоторые импортные вина выросли на 5–12% и продолжают расти. Продажи импортного вина, по подсчетам одного из дистрибуторов — компании SGWS, с октября 2025 по январь текущего года снизились на 8%.

Reuters цитирует Кристен Гоцеляк, директора по винам компании Kent Hospitality Group, управляющей несколькими дорогими ресторанами в Нью-Йорке и других городах. По ее словам, некоторые виды шампанского и других вин, которые раньше были весьма распространены, исчезают из меню, так как стали слишком дорогими из-за пошлин. (Коммерсантъ 31.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В борьбе за это. "Коммерсантъ". 30 марта 2026

Как Италия борется за лидерство на мировом рынке при помощи законодательства

Итальянцы отчаянно продолжают бороться за лидерство в мировом винном экспорте, хотя, по данным ISTAT, по итогам 2025 года занимают второе место после Франции, продав за рубеж вина на сумму €7,7 млрд. Они подстраивают винное законодательство под запросы мировой аудитории, отказываются сокращать площади виноградников, частично переориентируя их на производство более востребованных белых, розовых и игристых вин, а также усердно вводят дополнительные географические указания, чтобы угодить самым требовательным клиентам, желающим знать точное место происхождения вин.

Пускай в последние годы создание новых апелласьонов на Апеннинском полуострове с нуля замедлилось, но Италия продолжает выделять особенные терруары или субзоны крупных виноградников в независимые зоны контролируемого происхождения.

Первый DOCG Калабрии

18 июля 2025 года было провозглашено создание нового апелласьона Cir Classico DOCG. Эта территория ранее являлась субзоной более обширного образования Cir DOC.

В отличие от материнской зоны, которая предусматривает производство и белых, и розовых, и красных вин, новый апелласьон сосредоточен лишь на последних.

Вина должны состоять минимум на 90% из местного сорта гальоппо. Допускается 10-процентная добавка автохтонов мальокко или греко nero. Минимальная обязательная продолжительность выдержки в дубе составляет полгода. Вино может поступать в продажу лишь с 1 января на третий год после сбора урожая. Лоза должна расти на холмах, обращенных к Ионическому морю, в муниципалитетах Cir и Cir Marina.

Медные пино гриджо

Обыкновенно пино гриджо не ассоциируется с розовыми винами, однако еще 65 лет назад все пино гриджо Италии были именно розовыми, а точнее бледно-медными: кожа этого сорта содержит немало пигментов, которые окрашивают сусли при контакте. Долгое время быстро отделять мезгу от сусли не умели, и лишь в 1961 году винодельня Santa Margherita впервые произвела по-настоящему белое пино гриджо.

По сей день традиция производства медных версий сохранялась маленькими семейными предприятиями, и лишь недавно этот дедовский стиль получил законодательное признание. Сначала вина Pinot Grigio gamato, что в переводе и означает "медные", попали в устав производства вин Friuli Colli Orientali DOC, а затем и Vicenza DOC. Расстояние между этими зонами немаленькое — первый апелласьон расположен на словенской границе, второй — в Венето. Одно отличие: в Виченце можно использовать указания и Pinot Grigio Rosato, и Ramato.

Больше игристых

Винодельческий регион Fiano di Avellino DOCG, что в Кампании, знаменит своими яркими, в меру плотными тихими белыми винами, выполненными на основе винограда сорта фиано. Год назад в правила производства включили и игристые вина по классике. Как и их тихие собратья, они должны создаваться из минимум 85% титульного сорта. Допускается 15-процентная добавка сортов треббьяно тоскано, кода ди вольпе и греко. Разрешено производство как невинтажных, так и миллезимных игристых в диапазоне от zero dosage до dolce. Минимальная продолжительность выдержки на осадке — девять месяцев. Также предписана длительная предпродажная выдержка после дегоржажа.

Больше розовых

В знаменитом пьемонтском апелласьоне Asti DOCG, который посвящен производству игристых и искристых вин из белого муската, тоже грядут перемены. Ожидается, что уже 12 апреля местный консорциум утвердит регламент розовых вин, которые будут включать от 10% до 30% сорта бракетто. Вероятно, первые образцы розового Asti будут представлены уже на грядущей выставке Vinitaly в Вероне. В новых правилах апелласьона Conero DOCG, ответственного за самые мощные и структурные вина Адриатики, также появилась возможность производства розе. Консорциумы по защите вин Chianti и Chianti Classico подали заявки на включение розовых вин в статус апелласьонных.

От субзоны до DOCG

В июне 2023 года 100-гектарная субзона Asti DOCG была выделена в отдельный апелласьон Canelli DOCG. В новой зоне контролируемого происхождения можно создавать исключительно сладкие фризанте из белого муската, которые стилистически напоминают знаменитые Moscato d'Asti. Canelli DOCG покрывает территорию 18



муниципалитетов в провинциях Асти и Кунео. Виноградник ограничен диапазоном высот 165–500 метров над уровнем моря. Уставом производства предписывается ручной сбор винограда — на местных кручах иной просто невозможен. В регионе уже работают более 40 виноделен.

Есть розовое? Добавь белого!

В последние годы Lambrusco di Sorbara выстрелило бледно-розовыми винами, произведенными по классике. Однако это далеко не весь портфель апелласьона. В регионе можно создавать резервуарные, дедовские и классические игристые и фризанте, красные, розовые, а теперь и белые. Категория Lambrusco di Sorbara Bianco Spumante была добавлена в апреле 2025 года, производство белых фризанте пока не разрешили. Как и все вина апелласьона, белые должны состоять минимум на 60% из сорта ламбруско ди сорбара и максимум из 40% ламбруско саламино. Допускается 15-процентная добавка других сортов семейства ламбруско.

Туда-сюда, обратно

До 2011 года лучшие игристые вина Венето создавались в Monti Lessini DOC — винодельческом регионе, расположенном к северо-западу от Виченцы. Потом их производство переместили в Lessini Durello DOC, а в 2023 году вернули обратно. Если быть точным, то теперь игристые вина на основе сорта дурелло по классическому методу выпускают в Monti Lessini DOC, а по резервуарному — в Lessini Durello DOC. Эти изменения выглядят крайне нелогичными, учитывая, что в Monti Lessini вдобавок разрешено производство и тихих вин. К сожалению, игристые вина из дурелло остаются лишь местной жемчужиной — с трудом пробивают себе дорогу на экспортные рынки.

Подстелить соломки

Большинство молодых винодельческих регионов Тосканы так и не обрели свою аудиторию и до сих пор не могут выбраться из кризиса самоидентификации. Так что виноделы и чиновники из кожи вон лезут, чтобы адаптировать правила производства к изменившимся климату и клиенту. В переписанные уставы включают не только ранее пропущенные сорта винограда, но и даже целые категории вин. Что только не сделаешь в попытках угадать настроение рынка! Ярчайший пример — винодельческий регион Terre di Pisa DOC, который был создан в 2011 году. Изначально в нем можно было выпускать только красные вина. Допускались сольные версии санджовезе и ассамбляжи, в которых минимум 70% отводилось сортам санджовезе, каберне совиньон, мерло или сира. В октябре 2024 года было пролоббировано включение белых и розовых вин в устав апелласьона. Теперь, как и на соседних территориях, можно создавать сортовые Vermentino, а также ассамбляжные Terre di Pisa Bianco, в которых минимум 70% приходится на верментино либо треббьяно тоскано. Розовые вина должны состоять минимум наполовину из санджовезе. Тем временем в Suvereto DOCG, который отпочковался от Val di Cornia DOC в 2011 году, работали с сортами каберне совиньон, мерло и санджовезе. После изменений правил в декабре 2025 года в список разрешенных сортов добавили сира и каберне фран, которые успешно справляются с растущими летними температурами.

В честь аббатства

В ноябре 2025 года было объявлено о создании 79-го DOCG Италии — Casauria. Эту абруцкую территорию ранее классифицировали как субзону гигантского Montepulciano d’Abruzzo DOC. Новый апелласьон получил свое имя от аббатства Сан-Клементе-а-Казаурия, которое было построено в Пескаре в 871 году. Впрочем, такая привязка выглядит сомнительной, ведь виноградник расположен в предгорьях Апеннин. В Casauria DOCG можно создавать только красные вина, полностью выполненные из винограда сорта монтепульчано. Базовые вина должны выдерживаться минимум 18 месяцев, резервные — 24 месяца. При этом они поступают в продажу не ранее 1 мая и 1 ноября соответственно на второй год после винтажа. Обязательная выдержка в дубовых бочках не оговаривается. Итальянские винные законодатели ограничили максимальную высоту виноградников региона 600 метрами.

Включите геолокацию

В последние годы винные чиновники Апеннинского полуострова не столь охотно дробят зоны контролируемого происхождения, зато активно внедряют дополнительные географические указания. Однако итальянцы не были бы итальянцами, если бы окончательно всех не запутали. Помимо выделения субзон появились альтернативные системы уточнения происхождения: UGA (unit geografiche aggiuntive) и MeGa (menzioni geografiche aggiuntive). Казалось бы, если перевести эти законодательные термины, то разницы между ними нет. Однако MeGA подразумевает отдельный виноградник — историческое крыю. UGA же — куда более обширная территория, которую в старом прочтении могли бы назвать субзоной апелласьона.

Подробнейшая разбивка на отдельные виноградники исторически сложилась разве что в Пьемонте — соответственно, дополнительные указания MeGA закреплены в уставах наиболее значимых зон: Barbaresco, Barolo, Dogliani, Dolcetto di Diano d’Alba, Roero. Правилами маркеджанского апелласьона Castelli di Jesi Verdicchio Riserva предписывалось производить вина исключительно из урожая с лучших поименованных виноградников, которые в итоге также получили статус MeGA. UGA пока нашли отражение в законодательстве апелласьонов Reggiano, Recioto di Soave, Emilia-Romagna, Alto Adige, Verdicchio dei Castelli di Jesi, Rossese di Dolceacqua, Sicilia, Chianti Classico, Soave Superiore и Soave.

Путаницы много не бывает



Однако итальянцы не смогли привести мир дополнительных географических указаний к двоичной системе UGA/MeGA. Разве можно ограничить фантазию жителей Апеннинского полуострова? В Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG введена система *Pieve*, привязанная к муниципалитету или конкретному склону. На Этне узаконены контрады — старинные феодальные владения, сформированные одним извержением. А в *Vino Nobile di Montepulciano DOCG* и вовсе отметили 12 *Pieve* в соответствии с территориями церковных приходов, очерченные еще в XVIII веке.

Vino Nobile di Montepulciano DOCG с указанием *Pieve* стали высшей ступенькой в иерархии вин аппелласьона. Они могут производиться исключительно с лоз старше 15 лет, растущих в конкретной *Pieve*. Для этих вин предписаны большое минимальное содержание санджовезе (85%), меньшая урожайность (7 т/га), годовые выдержки в дубе и в бутылке. (КоммерсантЪ 30.03.26)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Информационные продукты INFOLine

В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и общеэкономических событий в России и мире. Решение данной задачи не представляется возможным без профессионального и высокоэффективного информационного отдела. Информационно-аналитическое агентство INFOLine - это Ваш информационный отдел, который будет работать на пользу и развитие Вашего бизнеса, услугами которого смогут воспользоваться все сотрудники Вашей фирмы.

Услуга №1: Тематические новости

(мониторинг новостей по отраслям, интересующих клиента)

Услуга "Тематические новости" позволяет иметь необходимую информацию по интересующему Вас рынку. В рамках услуги осуществляется ежедневный мониторинг более 7 000 СМИ, материалов федеральных и региональных органов власти, ключевых Telegram-каналов, а также новостей от тысяч российских компаний. В процессе работы мы готовы учитывать все Ваши пожелания по составу, объему и периодичности предоставляемого материала.

Название тематики	Периодичность получения	Стоимость в месяц (без НДС)
Тематические новости: "Розничная торговля стран Центральной Азии, Кавказа и Республики Беларусь"	Еженедельно	10 000 руб.
Summary "INFOLine: Потребительский рынок РФ"	Ежедневно	16 500 руб.
Тематические новости: "Розничная торговля продуктами питания, торговые сети FMCG и e-grocery РФ"	Ежедневно	7 000 руб.
Тематические новости: "Розничная торговля РФ"	Ежедневно	11 000 руб.
Тематические новости: "Рынок общественного питания РФ"	2 раза в неделю	8 000 руб.
Тематические новости: "Инвестиции в АПК и пищевую промышленность РФ"	Еженедельно	11 000 руб.
Тематические новости: "Агропромышленный комплекс РФ - Инвестиции и развитие"	Ежедневно	8 000 руб.
Тематические новости: "Рынок упаковки и тары РФ и мира"	Еженедельно	7 000 руб.
Тематические новости: "Рынок слабоалкогольных и безалкогольных напитков, пива РФ"	Еженедельно	7 000 руб.
Тематические новости: "Рынок крепких алкогольных напитков РФ"	Еженедельно	7 000 руб.
Тематические новости: "Рынок мучной и хлебопекарной продукции РФ"	Еженедельно	6 600 руб.
Тематические новости: "Рынок кондитерской продукции РФ"	Еженедельно	6 600 руб.
Тематические новости: "Рынок масел и жиров РФ"	Еженедельно	6 600 руб.
Тематические новости: "Рынок молока, молочной продукции и молочного животноводства РФ"	Еженедельно	6 600 руб.
Тематические новости: "Мясоперерабатывающая промышленность, животноводство и птицеводство РФ"	Еженедельно	6 600 руб.
Тематические новости: "Пищевая промышленность РФ и Республики Беларусь"	2 раза в неделю	8 000 руб.

Услуга №2: "Инвестиционные проекты"

(мониторинг инвестиционных проектов)

Специалисты агентства INFOLine предлагают информационный продукт, который включает структурированное описание [инвестиционных проектов по строительству и реконструкции объектов](#) на территории России, стран Центральной Азии и Кавказа. В каждое описание включены актуализированные контактные данные участников проекта (застройщика, инвестора, подрядчика, поставщика и др.). Регулярно Вы будете получать описание до 500 новых и обновление информации о реализующихся проектах в месяц, что позволит вам быть в курсе всех значимых строительных и инвестиционных проектов стран.

Наименование	Дата выхода	Стоимость (без НДС)
Ежемесячный обзор "Инвестиционные проекты в АПК и пищевой промышленности РФ"	Ежемесячно	6 600 руб.
Отраслевой обзор "140 строящихся и проектируемых пищевых производств РФ. Проекты 2025 года"	29.04.2025	80 000 руб.
Отраслевой обзор "160 строящихся и проектируемых предприятий агропромышленного комплекса РФ. Проекты 2025 года"	29.04.2025	80 000 руб.
Отраслевой обзор "45 крупнейших инвестиционных проектов в АПК и пищевых производствах Республики Казахстан. Проекты 2025-2028 годов"	25.03.2025	30 000 руб.

Услуга №3: Периодические обзоры

(оперативная обзорно-аналитическая информация)

[Отраслевой обзор](#) позволяет получить оперативную и актуальную информацию об интересующем вас рынке и достаточный объем аналитической информации для принятия стратегических решений. В соответствии с информационной насыщенностью отраслей, выбирается оптимальный период подготовки отраслевых обзоров.

Наименование	Периодичность	Стоимость (без НДС)
Ежеквартальный обзор "Розничная торговля Food и потребительский рынок РФ"	Ежеквартально	66 000 руб.



Наименование	Периодичность	Стоимость (без НДС)
Ежеквартальный обзор "Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP"	Ежеквартально	66 000 руб.
Quarterly review "Food Retail and the Russian Consumer Market" (in English)	Ежеквартально	60 000 руб.
Ежемесячный обзор "Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ"	Ежемесячно	26 400 руб.
Краткий ежемесячный обзор "Рынок общественного питания России"	Ежемесячно	10 000 руб.

Услуга №5: "Банк новинок"

(структурированное описание новых продуктов на рынке)

"Банк новинок на рынке продуктов питания" – это периодический отраслевой обзор, включающий в себя структурированное описание новых продуктов питания и напитков, вышедших на рынок (B2C). Обзор нацелен на производителей, дистрибьюторов, представителей розничной торговли для отслеживания конкурентной среды и тенденций на рынке, а также для управления ассортиментным портфелем. Кроме того, банки новинок будут полезны специалистам отделов маркетинга и продаж предприятий, производящих продукцию и оказывающих услуги промышленным компаниям. Каталог позволит отследить активность конкурентов, изучить более интересные зоны для запуска новых продуктов, поможет определить тенденции рынка и подчеркнуть идеи для генерации новых идей.

Наименование	Дата выхода	Стоимость (без НДС)
Отраслевой обзор "Банк новинок на рынке кондитерских изделий РФ и мира. 2025 год. Тренды 2026 года"	27.02.2026	100 000 руб.
Отраслевой обзор "Банк новинок на рынке молока, молочных продуктов и мороженого РФ и мира. 2025 год. Тренды 2026 года"	20.02.2026	100 000 руб.
Отраслевой обзор "Банк новинок на рынке хлебобулочных изделий, замороженных булочных изделий, мучных полуфабрикатов, каш и злаков РФ и мира. 2025 год. Тренды 2026 года"	20.02.2026	100 000 руб.
Периодический обзор "Банк новинок на рынке напитков"	Ежемесячно	17 000 руб.
Периодический обзор "Банк новинок на рынке мясных продуктов и деликатесов"	Ежеквартально	50 000 руб.
Отраслевой обзор "Банк новинок на рынке мясных продуктов и деликатесов. 2025 год. Тренды 2026 года"	02.02.2026	100 000 руб.
Отраслевой обзор "Банк новинок на рынке напитков РФ и мира. 2025 год. Тренды 2026 года"	25.12.2025	100 000 руб.
Периодический обзор "Банк новинок на рынке молока, молочных продуктов и мороженого"	Ежемесячно	11 000 руб.
Периодический обзор "Банк новинок на рынке мучных кондитерских изделий"	Ежемесячно	11 000 руб.
Периодический обзор "Банк новинок на рынке хлебобулочных изделий, замороженных булочных изделий, мучных полуфабрикатов, каш и злаков"	Ежемесячно	11 000 руб.
Периодический обзор "Банк новинок на рынке шоколада и сахаристых кондитерских изделий"	Ежемесячно	11 000 руб.
Отраслевой обзор "Банк новинок на рынке рыбы и морепродуктов: 2024 год"	13.01.2025	75 000 руб.
Специальная версия "Банк новинок на рынке продуктов питания и напитков"	Ежемесячно	0 руб.
Отраслевой обзор "Банк новинок на рынке сахаристых кондитерских изделий. Актуальные тренды"	11.07.2024	50 000 руб.

Услуга №3: Исследования рынков

(аналитическая информация по интересующим вас вопросам)

Информационно-аналитическое агентство INFOLine по собственной инициативе регулярно проводит кабинетные исследования. Результаты подобных исследований являются комплексными и зачастую снимают необходимость проведения дополнительных работ.

Наименование	Дата выхода	Стоимость (без НДС)
Исследование "Агропромышленный комплекс РФ 2026 года" (готовится к выходу)	31.03.2026	120 000 руб.
Исследование "Производство продуктов питания и напитков РФ 2026 года" (готовится к выходу)	31.03.2026	120 000 руб.
Отраслевой обзор "Рыбоперерабатывающая отрасль РФ. Краткая характеристика отрасли 2025 года"	14.02.2025	70 000 руб.
Исследование "INFOLine Retail Russia TOP-100 2026 года" (готовится к выходу)	30.06.2026	120 000 руб.
Исследование "Потребительские рынки стран: РФ, Беларуси, Армении, Грузии и Азербайджана. Итоги 2025 года. Перспективы 2026 года" (готовится к выходу)	31.03.2026	80 000 руб.
Исследование "Потребительские рынки стран: РФ, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана. Итоги 2025 года. Перспективы 2026 года" (готовится к выходу)	31.03.2026	80 000 руб.



Наименование	Дата выхода	Стоимость (без НДС)
Исследование "Розничная торговля Food и потребительский рынок РФ 2026 года" (готовится к выходу)	31.03.2026	180 000 руб.
Исследование "Рынок E-grocery РФ: Итоги 2025 года и тенденции 2026 года" (готовится к выходу)	31.03.2026	150 000 руб.
Ежеквартальный обзор "Розничная торговля Food и потребительский рынок РФ: Итоги 2025-2026 гг."	28.02.2026	160 000 руб.
Quarterly review "Food Retail and the Russian Consumer Market: Results of 2025-2026"	27.02.2026	280 000 руб.
Отраслевой обзор "Розничная торговля Food и потребительский рынок РФ. №4 2025 год"	27.02.2026	55 000 руб.
Ежемесячный обзор "Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ: Итоги 2025-2026 годов"	14.02.2026	180 000 руб.
"Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP №4 2025 год"	10.02.2026	80 000 руб.
Ежеквартальный обзор "Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP. Итоги 2025-2026 годов"	30.01.2026	160 000 руб.
Исследование "Рынок общественного питания РФ 2026 года" (готовится к выходу)	30.04.2026	100 000 руб.
Исследование "Рынок общественного питания РФ 2025 года"	30.05.2025	100 000 руб.
Исследование "Рынок общественного питания Узбекистана 2024 года"	13.12.2024	70 000 руб.
Исследование "Рынок общественного питания Казахстана 2024 года. Расширенная версия"	29.11.2024	75 000 руб.
Отраслевой обзор "Рынок общественного питания Монголии 2024 года"	02.09.2024	70 000 руб.

Услуга №6: "Базы и реестры компаний"

(структурированное описание компаний)

Информационно-аналитическое агентство INFOLine по собственной инициативе регулярно проводит аудит участников различных отраслей экономики. Результатом подобных работ становятся [базы, рейтинги и реестры компаний](#) по различным отраслевым направлениям.

Наименование	Дата выхода	Стоимость (без НДС)
База "200 крупнейших производителей готовой еды РФ. 2025 год"	01.12.2025	100 000 руб.
База "200 крупнейших дистрибьюторов продовольственных товаров РФ. 2025 год"	22.08.2025	60 000 руб.
База "500 крупнейших производителей продуктов питания и напитков РФ: 2025 год"	13.08.2025	65 000 руб.
База "ТОП-200 торговых сетей FMCG РФ. 2026 год (готовится к выходу)"	30.06.2026	90 000 руб.
База "ТОП-100 крупнейших торговых сетей Узбекистана. 2026 год" (готовится к выходу)	27.03.2026	75 000 руб.
База "ТОП-340 крупнейших торговых сетей Казахстана. 2026 год" (готовится к выходу)	27.03.2026	85 000 руб.
База "ТОП-50 крупнейших торговых сетей Кыргызстана. 2026 год" (готовится к выходу)	27.03.2026	65 000 руб.
База "Продуктовые магазины Казахстана. 2026 год"	30.01.2026	15 000 руб.
"ТОП-150 торговых сетей FMCG Казахстана. 2026 год"	29.01.2026	80 000 руб.
База "ТОП-200 торговых сетей FMCG РФ. I полугодие 2025 года"	16.10.2025	85 000 руб.
База "ТОП-250 торговых сетей ОАЭ. 2025 год"	14.10.2025	85 000 руб.
База "50 крупнейших торговых сетей Кыргызстана. 2025 год"	25.08.2025	50 000 руб.
База "ТОП-200 крупнейших торговых сетей FMCG РФ. 2025 год"	30.07.2025	85 000 руб.
База "200 крупнейших торговых сетей Казахстана. 2025 год"	28.03.2025	80 000 руб.
База "130 крупнейших торговых сетей Узбекистана. 2025 год"	21.02.2025	50 000 руб.
База "50 крупнейших торговых сетей Азербайджана. 2024 год"	31.07.2024	50 000 руб.
База "50 крупнейших торговых сетей Армении. 2024 год"	31.07.2024	50 000 руб.
База "50 крупнейших торговых сетей Грузии. 2024 год"	31.07.2024	50 000 руб.
База "Крупнейшие сети общественного питания Казахстана. 2026 год" (готовится к выходу)	30.04.2026	50 000 руб.
База "Крупнейшие сети общественного питания Узбекистана. 2026 год" (готовится к выходу)	30.04.2026	40 000 руб.
База "ТОП-1000 сетей общественного питания РФ. 2026 год" (готовится к выходу)	31.03.2026	70 000 руб.
База "Крупнейшие сети общественного питания РФ, Беларуси, Армении и стран Центральной Азии 2025 года"	27.08.2025	85 000 руб.
База "Крупнейшие сети общественного питания Узбекистана 2025 года"	21.07.2025	40 000 руб.
База "Крупнейшие сети общественного питания Казахстана 2025 года"	30.05.2025	50 000 руб.
База "1000 сетей общественного питания РФ 2025 года"	31.03.2025	66 000 руб.
База "Поставщики продуктов питания Казахстана. 2026 год" (готовится к выходу)	27.03.2026	15 000 руб.
База "100 крупнейших дистрибьюторов продовольственных товаров Казахстана 2026 года"	10.12.2025	60 000 руб.
База "50 крупнейших дистрибьюторов продовольственных товаров Узбекистана 2026 года"	10.12.2025	60 000 руб.



Для Вашей компании специалисты информационно-аналитического агентства INFOLine готовы предоставить комплекс информационных услуг, в виде маркетинговых исследований, базы инвестиционных проектов, реестров компаний и регулярного мониторинга отрасли, на специальных условиях сотрудничества.

Для более подробной консультации Вы можете связаться с менеджером проекта по тел./fax +7(812)322-6848 тел./fax +7(495)772-7640 или по почте retail@infoline.spb.ru