

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 слабоалкогольных и безалкогольных напитков, пива РФ

Бюллетень содержит данные
за период с 04 июня 2021 по 11 июня 2021

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

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

Рынок слабоалкогольных и безалкогольных напитков, пива РФ	1
ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ	1
Об услуге	4
Общие новости рынка напитков	5
Общие новости отрасли	5
<i>INFOLine представил доклад "Новые стратегии поставщиков"</i>	5
<i>INFOLine представил рейтинг крупнейших компаний пищевой отрасли России</i>	6
<i>RAP не создало единой стратегии развития информсистем учета алкоголя</i>	8
<i>Производство российского пищевого оборудования выросло на 10% в 2020 году</i>	9
<i>ФАО и ВОЗ внедряют системный подход к безопасности пищевых продуктов</i>	9
<i>Минсельхоз и Яндекс объединяют усилия: фермерские продукты станут доступнее</i>	10
<i>ПМЭФ-2021: Россия готова стать гарантом продбезопасности в мире. "DairyNews.ru". 4 июня 2021</i>	11
<i>Под соусом роста цен. "КоммерсантЪ". 9 июня 2021</i>	11
<i>Минпромторг: Большие соглашений по ценам на продукты не будет. "Российская газета". 10 июня 2021</i>	11
<i>Стопка замечаний. "Российская газета". 10 июня 2021</i>	11
<i>В этом году импортное продовольствие подорожает на 12%, подсчитали в ООН. "Ведомости". 11 июня 2021</i>	11
Регулирование продажи алкоголя	12
<i>Сенатор А. Кутепов подготовил поправки в закон о торговле в целях поддержки региональных производителей</i>	12
Отраслевые мероприятия	13
<i>Выставка "Агропродмаш-2021" получила поддержку Минпромторга России</i>	13
Общие новости о маркировке	14
<i>В России создадут единый стандарт экомаркировки для всех категорий потребительских товаров</i>	14
<i>Калининградская область получила возможность маркировать на своей территории импортируемый в Россию алкоголь</i>	14
Региональные новости рынка напитков	15
<i>Курганские товаропроизводители готовы к сотрудничеству с федеральными торговыми сетями</i>	15
Рынок слабоалкогольных и безалкогольных напитков	16
Инвестиционные проекты рынка безалкогольных и слабоалкогольных напитков	16
<i>До конца 2021 года в Петербурге откроется новое производство растительного молока</i>	16
Новости компании PepsiCo	17
<i>Компания PepsiCo намерена перейти на безотходное производство (Новосибирская область)</i>	17
Новости компании Coca-Cola	18
<i>Coca-Cola в России инвестирует 200 млн рублей в инфраструктуру своего завода в Ростовской области</i>	18
<i>Правительство Новосибирской области и Coca-Cola в России подписали соглашение о сотрудничестве на ПМЭФ 2021</i>	18
<i>На ПМЭФ обсудили Всемирные зимние игры Специальной Олимпиады 2022 в Казани</i>	19
<i>Вкус путешествий: бренд "Добрый Пиру" представил Пиру Mexico — новый вкус с кусочками алоэ</i>	20
<i>Губернатор Ростовской области Василий Голубев: "Ростовская область улучшила инвестиционный климат, несмотря на пандемию". "Интерфакс - Россия". 7 июня 2021</i>	21
Новости рынка безалкогольных напитков	22
<i>Челнинский квас в Америке первыми отведают жители города Сент-Луис</i>	22
Новости рынка минеральных и питьевых вод	23
<i>Вода Nord Pilgrim от агентства Love Marketing</i>	23
Новости о маркировке минеральной воды	24
<i>Baikalsea Company и ЦРПТ откроют центр компетенций по маркировке упакованной воды в СФО</i>	24



Зарубежные новости рынка слабоалкогольных и безалкогольных напитков	25
<i>Olipop освежает!</i>	25
<i>Open Water - большие океана, меньше пластика!</i>	25
<i>Немцы пьют бутилированной воды больше всех в Европе.</i>	26
Рынок чая, кофе и какао	27
Общие новости рынка чая, кофе и какао	27
<i>За 2016-2020 гг продажи чая в странах СНГ сократились на 9%: с 252 до 229 тыс т.</i>	27
<i>Продажи растворимого кофе в России в 2016-2020 гг выросли на 5%: с 115 до 121 тыс т. "РБК.Исследования рынков". 9 июня 2021</i>	27
<i>Крупнейший российский производитель чая и кофе "МАЙ" удостоен премии "Экспортёр года".</i>	28
Рынок пива	29
Общие новости рынка пива	29
<i>igooods: Россияне предпочитают заказывать онлайн светлое безалкогольное пиво.</i>	29
<i>Некоторые европейские пивовары спасаются от дефицита тары поставками из России.</i>	29
Новости о маркировке пива	31
<i>В России начали действовать новые правила по продаже пива.</i>	31
<i>Эксперимент по маркировке пива затронул более 40% сегмента HoReCa.</i>	31
Новости компании "Балтика"	32
<i>На ПМЭФ "Балтика" анонсировала инвестиции в 470 млн рублей.</i>	32
<i>"Балтика" и Правительство Ростовской области подписали соглашение о сотрудничестве.</i>	32
<i>На ПМЭФ-2021 Правительство Ярославской области и "Балтика" подписали соглашение о сотрудничестве.</i>	33
<i>"Принеси пользу своему городу": "Балтика" организовала отдельный сбор упаковки на экомарафоне "Реки бегут".</i>	33
<i>Бренд "Воронежское Жигулевское" стал лауреатом смотра-конкурса "Воронежское качество".</i>	34
<i>Сбер и "Балтика" реализуют совместные проекты по цифровизации.</i>	34
<i>В Самаре обсудили рост популярности профессии пивовара у абитуриентов.</i>	35
<i>Совладелец Kopix прокомментировал сообщения о сделке с Carlsberg.</i>	36
<i>"Балтику" разбавят крафтом. "КоммерсантЪ". 7 июня 2021</i>	36
Новости компании AB InBev Efes	37
<i>AB InBev разработала самую легкую пивную бутылку в мире.</i>	37
<i>Президент AB InBev Efes и глава Мордовии обсудили развитие сотрудничества.</i>	37
<i>Врио губернатора Ульяновской области Алексей Русских и руководство AB InBev Efes обсудили перспективы развития предприятия в регионе.</i>	38
Новости пивоваренных компаний	39
<i>"Булгарпиво" готовит отправку ещё одной партии напитков в ДНР.</i>	39
<i>Аудит АО "Тандер" присвоил высшую категорию "Белому Кремлю".</i>	39
<i>Удержать марку: "Почта России" создает бренд для продажи мяса и пива. "Известия". 8 июня 2021</i>	39
Новости рынка сырья	40
<i>Чувашия увеличила экспорт хмеля.</i>	40
Зарубежные новости рынка пива	41
<i>В Беларуси вводят лицензирование импорта товаров из Украины, в том числе пива.</i>	41
<i>"Zibert Белое" - новое нефильтованное белое пиво на рынке Украины.</i>	41
<i>"Оболонь": "BeerMix Energy" - новинка среди пивных миксов.</i>	41
<i>Группа Pearl Jam выпустила новое пиво.</i>	42
<i>Несмотря на снятие локдауна, британским малым пивоварням приходится трудно.</i>	42

Об услуге

Услуга "Тематические новости: Рынок слабоалкогольных и безалкогольных напитков, пива РФ" – это собранная со всего рынка и систематизированная оригинальная информация о событиях на рынке напитков РФ.

Характеристики информационного бюллетеня:

- Информационный бюллетень услуги "Тематические новости: Рынок слабоалкогольных и безалкогольных напитков, пива РФ" включает данные об основных событиях отрасли, происходящих на территории РФ, а также в странах ближнего и дальнего зарубежья.
- Значимые новости содержат справки о компаниях, где предоставлена необходимая контактная информация организаций.
- Материалы информационного бюллетеня структурированы по тематическим разделам.
- Периодичность предоставления информационного бюллетеня согласовывается с клиентом и варьируется от 1 раза в день до 1 раза в месяц. Рекомендуемая периодичность предоставления тематических новостей по слабо- и безалкогольным напиткам – 1 раз в неделю.
- Суммарное количество оригинальных публикаций, включенных в один информационный бюллетень, в среднем составляет 50 материалов.

Клиенты также получают дополнительные возможности:

- размещение собственных пресс-релизов на сайте ADVIS.ru и в информационных продуктах агентства;
- выполнение информационных запросов в "Базе материалов" нашего агентства, ведущейся с 2002 года и насчитывающей более 4 000 000 материалов.

Более 2000 постоянных клиентов INFOLine, среди них:



Для оформления **БЕСПЛАТНОЙ** подписки на 1 месяц и за консультацией по продуктам вы можете обратиться по телефонам: +7 (812) 322-68-48 и +7 (495) 772-76-40, а также написать нам на электронную почту mail@advis.ru. Будем рады ответить на любые ваши вопросы! Информационное агентство INFOLine также предоставляет услуги [индивидуального мониторинга СМИ](#) в соответствии с вашим техническим заданием.

Информационное агентство INFOLine создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Основной задачей является сбор, обработка, анализ и распространение экономической, финансовой и аналитической информации. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира, самостоятельно и по партнерским программам ежедневно реализует десятки информационных продуктов. Обладает уникальным программным обеспечением и технической базой для работы с любыми информационными потоками.

Всегда рады ответить на вопросы по телефонам +7 (812) 322-68-48, +7 (495) 772-76-40 или по электронной почте mail@advis.ru

Дополнительная информация на www.infoline.spb.ru и www.advis.ru

Общие новости рынка напитков

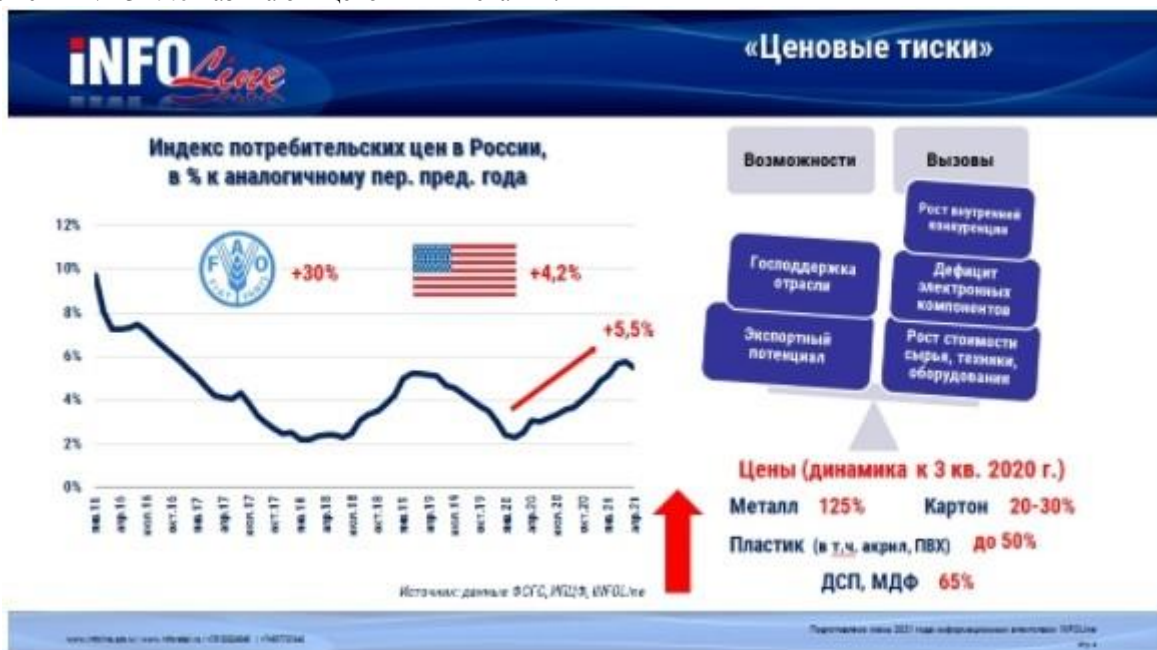
Общие новости отрасли

INFOLine представил доклад "Новые стратегии поставщиков".

1 июня 2021 года в рамках "Недели российского ритейла 2021" успешно прошла экспертно-аналитическая сессия "INFOLine Retail Russia TOP-100. Будущее ритейла: новые стратегии сетей, поставщиков и потребителей", на которой руководитель направления "Потребительские рынки" INFOLine Светлана Силенина представила доклад "Новые стратегии поставщиков".

Согласно результатам конъюнктурного опроса "Ожидания динамики потребительского рынка", который INFOLine проводит ежегодно среди поставщиков, увеличение себестоимости производства больше всего препятствует их развитию: об этом заявило 76% участников опроса, и это на 16% больше, чем годом ранее. Связано это с несколькими факторами.

С одной стороны, на ситуацию влияет значительный рост потребительской инфляции как в России (в мае она составила 6,02%), так и за ее пределами – например, в США потребительская инфляция в мае составила 5%, что является самым быстрым ростом с 2008 года. С другой стороны, цены на большинство сырьевых товаров превышают допандемические уровни, а у ряда товаров они достигли многолетних максимумов (металл, пластик, бумага и т.д.). Так в мае 2021 года среднее значение Индекса продовольственных цен ФАО (ИПЦФ) составило 127,1 пункта, что на 5,8 пункта (4,8%) выше показателя за апрель и на целых 36,1 пункта (39,7%) выше показателя за тот же период прошлого года. Этот майский прирост является самым большим месячным приростом с октября 2010 года. В то же время на фоне не растущих доходов населения транслировать рост себестоимости производства в розничные цены у производителей не получается. Это либо сказывается на объемах продаж, либо пресекается государством, которое начинает вводить нерыночные методы регулирования. Столь непростую ситуацию специалисты INFOLine называют "ценовыми тисками".



В более выигрышной позиции сейчас находятся вертикально интегрированные компании. Такая стратегия позволяет снижать риски, связанные с волатильностью цен на сельскохозяйственную продукцию и с перебоями в поставках сырья, а также повышает контроль над качеством и безопасностью продукции на всех этапах производства. INFOLine отмечает, что такие вертикально интегрированные агрохолдинги как "Русагро", "Черкизово" и "Агросила" не просто реализуют стратегию "от поля до прилавка", но и все больше увеличивают степень переработки продукции, о чем свидетельствуют данные обзора "Агропромышленный комплекс России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года".

Компании, ранее занимавшиеся только переработкой, покупают с/х активы, которые позволяют им снизить зависимость от сырья. Например, по данным обзора "Производство продуктов питания и напитков России 2021

года. [Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года](#)", только за последний год "KDV Групп" приобрела почти 100 тыс. га сельскохозяйственных земель.

Но не все компании по объективным или субъективным причинам могут позволить себе выстраивать вертикальную интеграцию, поэтому выбор альтернативных стратегий развития в настоящее время обостряется. Компании рассматривают разные элементы своей работы: производство, реализацию продукции и маркетинг, применяют различные инструменты.



Одним из таких инструментов в 2020 году стала цифровизация, которая для многих компаний вышла на первый план во всех элементах работы: производство, реализация продукции и маркетинг. Для кого-то это главным образом связано со сбытом, для кого-то – с оптимизацией производства, работой с персоналом. Цифровизация помогает оптимизировать затраты, повышать безопасность и сдерживать рост себестоимости. Например, по данным Summary INFOLine ["Цифровизация в России и мире"](#), совместно с ГК "КОРУС Консалтинг" компания Danone в России смоделировала возможности оптимизации затрат на сырье с помощью перераспределения производства между площадками и переноса части оборудования. Благодаря цифровым двойникам компания определила, где и в каких объемах выгоднее изготавливать продукцию, и проверила гипотезу о необходимости открытия нового цеха по производству сухого молока. Использование технологии цифрового двойника позволило Danone найти эффективные способы снижения операционных затрат в поставках: потенциально сокращение может достигать 3%.

По мнению INFOLine, какую бы стратегию не выбирала компания, она должна быть в гармонии со стратегией ее партнеров – торговых сетей, а также соответствовать стратегиям потребителей.

Получить доклад "Новые стратегии поставщиков" можно, отправив запрос на адрес retail@infoline.spb.ru
 Доклад о новых стратегиях поставщиков, представленный в ходе экспертно-аналитической сессии "INFOLine Retail Russia TOP-100. Будущее ритейла: новые стратегии сетей, поставщиков и потребителей, основан на новых исследованиях агентства:

- * ["Производство продуктов питания и напитков России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года"](#)
- * ["Агропромышленный комплекс России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года"](#)
- * ["Инвестиционные проекты в обрабатывающих производствах РФ"](#)
- * ["Инвестиционные проекты в АПК и пищевой промышленности РФ"](#)
- * [Summary "Цифровизация в России и мире"](#)

Задать Ваши вопросы и узнать подробнее об услугах и исследованиях INFOLine Вы можете по телефонам: +7(495) 772-7640 или +7(812) 322-6848 или по электронной почте: retail@infoline.spb.ru

(INFOLine, ИА 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

INFOLine представил рейтинг крупнейших компаний пищевой отрасли России.

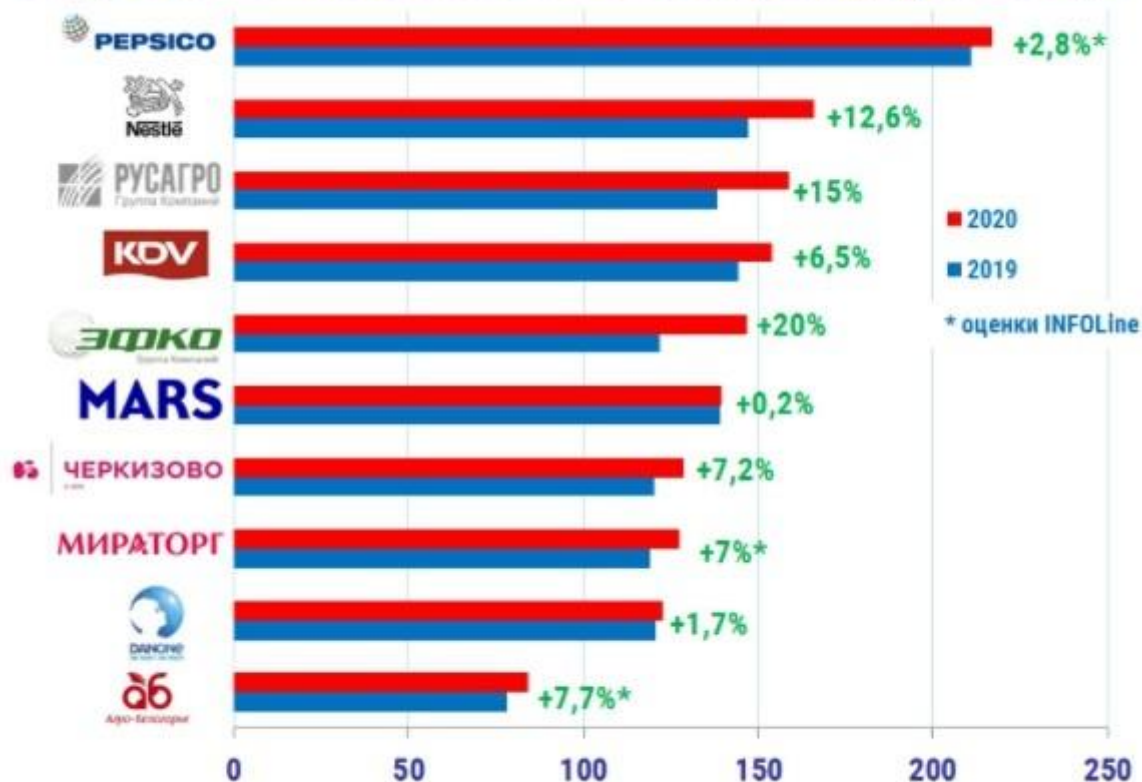
1 июня 2021 года в рамках "Недели российского ритейла 2021" успешно прошла экспертно-аналитическая сессия "INFOLine Retail Russia TOP-100. Будущее





ритейла: новые стратегии сетей, поставщиков и потребителей", на которой INFOLine представил новый рейтинг крупнейших компаний пищевой отрасли России – INFOLine FOOD&DRINK RATING. В рейтинг включаются компании производители продуктов питания для розничной реализации конечным потребителям, а также агрохолдинги, реализующие бизнес-модель "от поля до прилавка".

Выручка TOP-10 Food в 2019-2020 гг., млрд руб. без НДС



Источник: данные компаний, расчеты INFOLine

Крупнейшим производителем продуктов питания и напитков остается компания **PepsiCo Россия**. Отметим, что Россия входит в ТОП-5 рынков для PepsiCo, на ее долю приходится 4% общей выручки глобальной компании в мире. Объем продаж компании **PepsiCo Россия** вырос в 2020 г. на **2,7%** и составил, по оценке *INFOLine*, **217 млрд руб.** (без учёта налогов). На положительную динамику выручки главным образом повлияло снековое направление, в том числе на фоне запуска 10-ой производственной линии по выпуску соленых закусок в г. Кашира (Московской область). По данным обзора ["Производство продуктов питания и напитков России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года"](#), компания продолжает инвестировать в развитие своих производственных мощностей: в 2020 году PepsiCo начала строительство завода по производству чипсов и сухариков в Новосибирской обл. стоимостью 12 млрд рублей, а дочерняя компания АО "Вимм-Билль-Данн" планирует до 2023 года вложить в расширение производства и создание новых линий около 7 млрд руб.

Второе место в рейтинге занимает компания **"Нестле Россия"**, продемонстрировавшая значительный рост выручки по итогам прошлого года – **12,6%**. На долю России приходится 2% от продаж компании Nestle в мире. Nestle локально производит более **90%** товаров, которые компания продает регионе Россия и Евразия.

Третье место в рейтинге занял крупнейший агропромышленный холдинг - **Группа "РУСАГРО"**, выручка которого достигла **159 млрд рублей** (+15%). По данным обзора ["Агропромышленный комплекс России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года"](#), в 2020 году "Русагро" показала лучшие в истории компании финансовые результаты, чистая прибыль компании составила **24,3 млрд рублей**, продемонстрировав рост на **150%**. Рентабельность по скорректированной EBITDA достигла **20%**.

Наибольшую динамику выручки продемонстрировала **ГК "ЭФКО"**, выручка которой выросла на **20%** и достигла **146,9 млрд руб.** В конце прошлого года компания начала реализацию нового для себя проекта - производство котлет и бургеров на растительной основе "Hi!" в Белгородской обл. До 2023 г. планируется вложить 4 млрд руб. в производство.

О рейтинге **"ТОП-10 крупнейших производителей продуктов питания и напитков РФ"**:

При составлении Рейтинга крупнейших производителей продуктов питания и напитков РФ специалисты *INFOLine* анализируют показатели более 1000 компаний РФ, производящих продукты питания и напитки на территории



России, которые выпускают продукцию для конечных потребителей. В рейтинге не участвуют компании, производящие сырье, полуфабрикаты и работающие преимущественно в секторе b2b (так, в рейтинг не входят такие компании, как ГК "Каргилл", АО "АСТОН" и ГК "Содружество").

Основным параметром ранжирования компаний в Рейтинге крупнейших производителей продуктов питания и напитков РФ России является выручка от продажи товаров как на территории РФ, так и за рубежом (экспортная деятельность).

Консолидированная выручка (и объем продаж) предоставлялась участниками Рейтинга, а также оценивалась специалистами iNFOLine.



Запросить краткую версию обзора ["Производство продуктов питания и напитков России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года"](#) можно [ЗДЕСЬ](#)

Запросить краткую версию обзора ["Агропромышленный комплекс России 2021 года. Итоги 2020 года и перспективы развития до 2023 года"](#) можно [ЗДЕСЬ](#)

Для справки: Название компании: *Информационно-аналитическое агентство iNFOLine* Адрес: 199155, Россия, Санкт-Петербург, пр. КИМа, дом 28, офис iNFOLine Телефоны: +7(812)3226848; +7(495)7727640 E-Mail: support@advis.ru; mail@advis.ru Web: <https://infoline.spb.ru/> Руководитель: *Федяков Иван Вадимович, генеральный директор* (iNFOLine, ИА 09.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

РАР не создало единой стратегии развития информсистем учета алкоголя.

Росалкогольрегулирование (РАР) не создало единую комплексную стратегию развития информационных систем учета производства и оборота алкоголя, говорится в отчете Счетной палаты по итогам проведенной ведомством проверки.

Одной из целей проверки было определение структуры, порядка взаимодействия и достаточности правового регулирования формирования информсистем, которые используются при регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции. Счетная палата указывает, что всего РАР эксплуатирует шесть информсистем, с 2010 года на их создание и модернизацию было направлено 1,6 миллиарда рублей.

"Единая комплексная стратегия развития информационных систем Росалкогольрегулированием не создана. Владельцы информационных систем, порядок, субъекты внесения информации, ее состав не определены, в отдельных случаях созданные информационные возможности должностными лицами не востребованы и не используются. Это приводит к излишним ресурсным затратам при реализации полномочий", - говорится в отчете.

В то же время контрольное ведомство указывает, что созданные РАР информсистемы соответствуют требованиям законодательства и позволяют получать полную и достоверную информацию в этой сфере. Часть из них в текущем году вошла в состав Единой государственной автоматизированной информационной системы (ЕГАИС) учета оборота алкогольной продукции, которая постоянно пополняется новыми данными об участниках рынка.

"Те принципы, которые заложены в работу системы, позволяют вести так называемый помарочный учет алкогольной продукции", - отметил аудитор Андрей Батуркин, слова которого приводятся в сообщении по итогам проверки. В то же время, продолжается в сообщении, несмотря на полную автоматизацию ЕГАИС, сотрудники РАР не используют в полном объеме функционал созданных для них внутренних информсистем.

Так, проверка показала, что значительные массивы информации по-прежнему существуют только на бумажном носителе. Другой выявленный в рамках проверки пробел касается фиксации сведений о перевозке спиртосодержащей продукции: в ЕГАИС заносятся сведения об автомобильной транспортировке, но железнодорожные перевозки никак не фиксируются. "Мы предлагаем эти перевозки также оснастить необходимой автоматикой для контроля", - сказал аудитор. (ПРАЙМ 10.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Производство российского пищевого оборудования выросло на 10% в 2020 году.

По данным Ассоциации "Росспецмаш", российские заводы пищевого машиностроения в 2020 году увеличили выпуск своей продукции по сравнению с 2019 годом на 10% до 64,8 млрд руб.

По сравнению с 2018 годом рост производства отечественного пищевого оборудования составил 21%.

Доля российского оборудования для размола/обработки зерна или сухих овощей на внутреннем рынке РФ в прошлом году составила 83%, холодильного оборудования – 82%, оборудования для взвешивания и дозирования – 48%, машин для очистки, сортировки/калибровки семян, зерна или сухих бобовых культур – 42%, сушилок для сельскохозяйственных продуктов – 39%.

Отечественные заводы постоянно инвестируют средства в реализацию производственных проектов, в разработку и выпуск новых моделей оборудования. В частности, компания "Аркто" (Чувашская Республика) в 2020 г. открыла завод по выпуску промышленных холодильных шкафов, Воронежсельмаш (Воронежская область) разработал зерносушилку конвейерного типа "Воронеж", серия К., группа компаний "Чувашторгтехника" (Чувашская Республика) выпустила подогреватель тарелок ПТЭ 70X 80, не имеющий российских аналогов, КЛАСС-ИНЖИНИРИНГ (г. Санкт Петербург) запустил в производство перемотчик пленки с перфорацией SAR 2020 TP. И это лишь несколько примеров.

Динамичное развитие отрасли, которое наблюдается в последние годы, было бы сложно представить без эффективных мер господдержки, направленных на стимулирование спроса на внутреннем рынке, на субсидирование НИОКР, на транспортировку промышленной продукции, и других механизмов.

Ежегодно большой популярностью у потребителей российского пищевого оборудования пользуется постановление правительства № 823, в связи с чем в 2021 году необходимо дополнительно предусмотреть на реализацию этого механизма в части пищевого машиностроения финансирование в размере 1,4 млрд руб.

Согласно прогнозу Ассоциации "Росспецмаш", в случае выделения в полном объеме необходимых средств на программу № 823 рост производства отечественного пищевого оборудования в 2021 году составит порядка 5%. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 04.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

ФАО и ВОЗ внедряют системный подход к безопасности пищевых продуктов.

Совместное мероприятие, посвященное Всемирному дню безопасности пищевых продуктов в Европе и Центральной Азии.

Высокая сложность производства, торговли и потребления продуктов питания создает ряд проблем, требующих внимания на всех этапах продовольственной производственно-сбытовой цепочки. Однако когда дело касается потребителя, самое главное – это чтобы продукты, которые мы едим, были безопасными и питательными. В этой связи состоявшееся сегодня совместное виртуальное мероприятие Продовольственной и сельскохозяйственной организации и Всемирной организации здравоохранения (ФАО-ВОЗ) собрало вместе соответствующие заинтересованные стороны Европы и Центральной Азии по случаю Всемирного дня безопасности пищевых продуктов для обсуждения путей повышения безопасности пищевых продуктов в контексте устойчивых продовольственных систем.

Всемирный день безопасности пищевых продуктов привлекает внимание и позволяет повысить уровень информированности о важности безопасности пищевых продуктов, продемонстрировать соответствующие меры профилактики заболеваний и укрепить сотрудничество между секторами в целях повышения безопасности пищевых продуктов. Ежегодно только в Европе и Центральной Азии свыше 23 млн человек заболевают заболеваниями пищевого происхождения, что наиболее серьезно затрагивает бедное население и молодежь. Кроме того, ежегодно заболевания пищевого происхождения становятся причиной 5000 смертей, которые можно было бы предотвратить.

Понимание и снижение рисков, связанных с безопасностью пищевых продуктов, требует профилактических мер и соответствующих механизмов реагирования со стороны государственного и частного секторов. Региональное мероприятие, приуроченное ко Всемирному дню безопасности пищевых продуктов 2021 года, подчеркнуло взаимосвязь между здоровьем людей, животных и растений, а также их возможную связь с рисками продовольственной производственно-сбытовой цепи.

"Безопасность пищевых продуктов спасает жизни, повышает качество источников средств к существованию и помогает защитить планету; именно поэтому она всегда была приоритетным направлением для нашего региона, – сказал заместитель Генерального директора и Региональный представитель ФАО по Европе и Центральной Азии Владимир Рахманин. – Для ее обеспечения необходимы совместные усилия и постоянный диалог между всеми заинтересованными сторонами и участниками процесса обеспечения гибкости наших продовольственных систем, и ФАО активно поддерживает это направление на разных уровнях в регионе".

"Недопустимо, чтобы такое огромное количество людей заболело или умерло в результате употребления небезопасных пищевых продуктов в нашем регионе, – сказал Ханс Клюге, директор Европейского регионального бюро ВОЗ. – Мы можем сделать лучше, и нам необходимо сделать лучше, и один из способов повышения



безопасности пищевых продуктов – привлечь внимание к взаимосвязи между животными, человеком и окружающей средой; COVID-19 является серьезным напоминанием об этом и заслуживает гораздо большего внимания".

Пандемия COVID-19 заставила государственные органы и операторов производственно-сбытовой цепочки учитывать меры контроля безопасности пищевых продуктов наряду с другими факторами, которые, как известно, влияют на безопасность наших продуктов питания, такими как использование новых и развивающихся технологий производства продуктов питания, сложность международной торговли продуктами питания и изменение климата. Государственные органы и предприятия пищевой промышленности должны предпринимать профилактические меры и оставаться бдительными, чтобы быстро реагировать на все риски продовольственной производственно-сбытовой цепи.

ФАО и ВОЗ совместно выступают за повышение безопасности пищевых продуктов посредством разработки мер политики в области безопасности пищевых продуктов и методов контроля пищевых продуктов, исследований, а также целостного и систематического мониторинга и оценки. Примерами системного подхода к обеспечению безопасности пищевых продуктов являются подход "Единое здоровье", способствующий минимизации устойчивости к противомикробным препаратам и борьбе с зоонозными заболеваниями, а также инициатива "от фермы к столу", способствующая обеспечению устойчивого производства и распределения безопасных и питательных продуктов питания и минимизации продовольственных потерь и пищевых отходов.

Меры политики и решения должны основываться на наилучших доступных достижениях науки, данных и научных фактах. Необходимо активизировать усилия по инвестированию в обеспечение наличия и доступности более качественных данных. Принимая во внимание сказанное выше, мероприятие способствовало обмену актуальной информацией и знаниями с различными участниками продовольственных систем Европы и Центральной Азии. Региональный координационный комитет ФАО/ВОЗ по Европе является важной площадкой, предлагающей возможности для обмена опытом и повышения качества коммуникации в регионе. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 07.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Минсельхоз и Яндекс объединяют усилия: фермерские продукты станут доступнее.

Бизнес-группа по электронной торговле и логистическим сервисам Яндекса и Минсельхоз совместными усилиями поддержат предпринимателей, задействованных в сфере сельского хозяйства. Это позволит российским производствам находить новые каналы сбыта. Соглашение о сотрудничестве было подписано в рамках Петербургского международного экономического форума.

Поддержка малого и среднего бизнеса – одна из основных задач Минсельхоза России. Яндекс также в течение последнего года занимался привлечением локальных сельхозпроизводителей "на полки" своих сервисов. Сервис экспресс-доставки продуктов и готовой еды Яндекс.Лавка сотрудничает с местными производителями в каждом регионе присутствия – их доля может достигать до 50% от общего количества. Кроме того, в сервисе есть так называемая "экспериментальная полка", на которую может встать продукция небольших, локальных брендов. Этот инструмент помогает им рассказать о своей продукции многомиллионной аудитории Яндекса, а также в дальнейшем выйти в крупные ритейл-сети.

"С одной стороны, это дает возможность гражданам приобретать свежие и качественные продукты по доступным ценам, с другой – открывает перед аграриями новый, очень эффективный канал сбыта", – заявил Дмитрий Патрушев, выразив уверенность, что сотрудничество с Яндекс придаст дополнительный стимул цифровизации АПК и положительно отразится на эффективности работы отрасли в целом.

В ближайшее время в проекте будут задействованы сервисы Яндекс.Лавка, Яндекс.Маркет и Яндекс.Такси – это даст производителям дополнительные возможности сбыта и шанс выйти на новую аудиторию покупателей.

Сегодня клиенты малого и среднего бизнеса – посетители ярмарок и рынков. Предприниматели могут и хотят наращивать производство, а партнерство сервисов Яндекса и Минсельхоза расширит информирование населения, что приведет к привлечению новой аудитории. Такой формат работы уже успешно опробован в Нижегородской области и Республике Татарстан. Будут задействованы и возможности маркетплейса Яндекса: в нем увеличится ассортимент фермерской продукции.

Ранее Яндекс.Еда запускала и другие проекты, направленные на популяризацию употребления натуральных продуктов.

Например, в конце прошлого года, совместно с локальными администрациями была запущена доставка с фермерских ярмарок в Москве и Московской области. В ближайшее время доставка с рынков станет доступна в городах Краснодарского края. Теперь горожане могут заказать все нужное через приложение Яндекс.Еда и уже в течение часа получить полезные продукты с доставкой на дом.





Для справки: Название компании: Министерство сельского хозяйства Российской Федерации (Минсельхоз России) Адрес: 107139, Россия, Москва, Орликов пер., 1/11 Телефоны: +7(495)6078000; +7(495)6076402 Факсы: +7(495)6078362 E-Mail: info@mcx.ru; pressa@agromedia.ru Web: <https://mcx.gov.ru/> Руководитель: Патрушев Дмитрий Николаевич, министр

Для справки: Название компании: Яндекс, ООО Адрес: 119021, Россия, Москва, ул. Льва Толстого, 16 Телефоны: +7(495)7392332; +7(495)7397000; +7(495)9743581 Факсы: +7(495)7397070 E-Mail: docs@partner.yandex.ru; adv@yandex-team.ru; pr@yandex-team.ru Web: www.yandex.ru Руководитель: Худавердян Тигран, управляющий директор; Марчук Вадим, вице-президент по корпоративному развитию; Демяшкевич Светлана, финансовый директор (R&L 04.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

ПМЭФ-2021: Россия готова стать гарантом продбезопасности в мире. "DairyNews.ru". 4 июня 2021

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

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Под соусом роста цен. "КоммерсантЪ". 9 июня 2021

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

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Минпромторг: Больше соглашений по ценам на продукты не будет. "Российская газета". 10 июня 2021

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

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Стопка замечаний. "Российская газета". 10 июня 2021

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

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В этом году импортное продовольствие подорожает на 12%, подсчитали в ООН. "Ведомости". 11 июня 2021

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

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Регулирование продажи алкоголя

Сенатор А. Кутепов подготовил поправки в закон о торговле в целях поддержки региональных производителей.

Документ направлен в Правительство РФ для получения отзыва.

Председатель Комитета Совета Федерации по экономической политике Андрей Кутепов подготовил законопроект "О внесении изменений в Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации".



СОВЕТ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сенатор сообщил, что законопроект разработан в целях поддержки региональных производителей, обеспечения занятости в регионах, а также развития их экономики.

Предлагается обязать хозяйствующие субъекты, которые осуществляют розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, размещать в ней товары региональных производителей, включая товары, для обозначения которых используется географическое указание или наименование места происхождения товара.

"Необходимо отметить серьезную проблему, с которой столкнулись региональные производители, заключающуюся в экспансии в регионы крупных торговых сетей. Региональным товарам очень тяжело войти в торговые сети несмотря на то, что у региона есть достижения по качеству определенных групп товаров. У торговых сетей нет обязательства размещать в обязательном порядке продукцию местных производителей в определенном объеме, что влияет, в том числе на экономику региона, а также на развитие региональных брендов. Таким образом, появившиеся в регионах торговые сети вытесняют с рынка региональных производителей", — указал парламентарий.

Сенатор подчеркнул, что предлагаемый законопроект механизм квотирования не противоречит закрепленным статьей 8 Конституции РФ принципам единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, поскольку обеспечивает баланс экономических интересов регионов, которые заинтересованы в поддержке региональных производителей, и отдельных коммерческих предприятий. До прихода торговых сетей в регионы региональные производители обеспечивали определенный процент занятости. С появлением же торговых сетей их продукция стала невостребованной, что привело к нарушению баланса интересов.

Андрей Кутепов отметил, что положения законопроекта направлены на обеспечение гарантированного сбыта продукции региональных производителей, который они имели до прихода в регионы торговых сетей. Такой механизм не повлечет негативных последствий для торговых сетей, а будет иметь мультипликативный эффект.

"Гражданским кодексом РФ определены географическое указание и наименование места происхождения товара, которым предоставляется правовая охрана, однако на практике категории товаров, в отношении которых такая защита установлена, не имеют никаких преимуществ или поддержки в части реализации. Предлагаемые законопроектом изменения позволят развивать сегмент региональных брендов, повысят мотивацию производителей к их регистрации, а также будут способствовать импортозамещению", — подчеркнул законодатель.

Для справки: Название компании: Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации Адрес: 103426, Россия, Москва, ул. Большая Дмитровка, 26 Телефоны: +7(495)6297009 Факсы: +7(495)6296743; +7(495)6974167 E-Mail: post_sf@gov.ru Web: <http://www.council.gov.ru> Руководитель: Матвиенко Валентина Ивановна, председатель (INFOLine, ИА (по материалам Совета Федерации) 10.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Отраслевые мероприятия

Выставка "Агропродмаш-2021" получила поддержку Минпромторга России.

26-я международная выставка оборудования, технологий, сырья и ингредиентов для пищевой и перерабатывающей промышленности "Агропродмаш-2021" получила поддержку Министерства промышленности и торговли Российской Федерации, о чем свидетельствует Приказ 4817 "Об утверждении сводного плана участия Минпромторга России в выставочных и конгрессных мероприятиях, проводимых на территории Российской Федерации и за рубежом в 2021", подписанный Д.В. Мантуровым.

Международная выставка оборудования, технологий, сырья и ингредиентов для пищевой и перерабатывающей промышленности "Агропродмаш-2021" проводится АО "ЭКСПОЦЕНТР".

"Агропродмаш" – крупнейшая в России и странах ЕАЭС выставка оборудования и технологий для пищевой и перерабатывающей промышленности. Это подтверждают данные Общероссийского рейтинга выставок. Высокая репутация выставки подтверждена сертификатами Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ).

Экспозиция представляет полный цикл производства для всех отраслей пищевой промышленности – от производства сырья и ингредиентов до выпуска готового продукта, его упаковки, контроля качества, охлаждения, хранения и логистики. (Unipack.ru 10.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Общие новости о маркировке

В России создадут единый стандарт экомаркировки для всех категорий потребительских товаров.

Она станет понятным навигатором для покупателей, отметила замруководителя Роскачества Елена Саратцева. Роскачество в сотрудничестве с "Лигой зеленых брендов" начинает разработку единого стандарта экомаркировки для всех категорий потребительских товаров. Об этом в пятницу сообщила пресс-служба "Лиги зеленых брендов". "Сегодня существует более 3 тыс. знаков сертификаций экологической, био- и органик-продукции. Обилие сертификаций не облегчает, а усложняет выбор для потребителя. Роскачество в сотрудничестве с "Лигой зеленых брендов" начинает разработку единого стандарта экомаркировки товаров, которая станет понятным навигатором для потребителей", - говорится в сообщении со ссылкой на замруководителя Роскачества Елену Саратцеву. Создание единой экомаркировки товаров обсудили на сессии "Зеленый ретейл" в рамках VII международного форума "Неделя ретейла", проходящего в Москве. По прогнозу Саратцевой, работа над созданием стандарта сертификации может занять около 1,5 года.

"Все глобальные исследования рынка показывают экспоненциальный рост продаж "зеленой" продукции, в России этот тренд тоже есть. Соответствие критериям новой устойчивой этики, развитие социальной и экологической составляющей дают бизнесу эффективные конкурентные преимущества и повышают рыночную стоимость компании", - привели в пресс-службе слова руководителя рассказывающего о лидерских практиках в области социальной и экологической ответственности проекта "+1" Анастасии Поповой.

О "Лиге Зеленых брендов"

С 2020 года экологически ответственные компании объединяются в "Лигу зеленых брендов", цель которой - создание понятных для производителей и потребителей критериев "зеленых" товаров, основы для будущей национальной экосертификации. Инициатором проекта выступила компания Unilever в лице бренда "Чистая линия" при поддержке коммуникационного проекта "+1". (ТАСС 04.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Калининградская область получила возможность маркировать на своей территории импортируемый в Россию алкоголь.

Постановление Правительства РФ о введении на территории самого западного региона страны двухлетнего эксперимента по маркировке ввозимой в Россию алкогольной продукции опубликовано на официальном портале правовой информации.

Ранее соответствующие изменения были внесены в 171-й федеральный закон, регулирующий производство и оборот алкогольной продукции. Они корректируют действующий более 15 лет порядок, когда маркировка ввозимой в Россию алкогольной продукции разрешалась исключительно до ввоза её на территорию страны: на заводах-изготовителях или на транзитных складах. Эта ситуация стимулировала создание за рубежом, в основном, в странах Прибалтики, целого кластера логистических и складских центров по хранению и маркировке алкогольной продукции.

На такое невыгодное для России положение дел год назад обратил внимание руководства страны губернатор Калининградской области Антон Алиханов.

"По нашим оценкам, почти две трети от всего объема подакцизной алкогольной продукции, подлежащей маркировки и ввозимой в Россию из Европы, проходит через Литву. Наши соседи фактически стали монополистом на рынке комплексных услуг по доставке алкогольной продукции в Российскую Федерацию, влияют на ценовую политику. Понятно, что и рабочие места, а это не менее 16 тысяч человек, занятых в этой сфере, по данным прошлого года, и добавленная стоимость остаются на территории Литвы", - рассказал губернатор.

В июле прошлого года инициативу Антона Алиханова по организации маркировки акцизными марками под таможенным контролем на таможенных складах в Калининградской области одобрил Совет Безопасности России. (INFOLine, ИА (по материалам Администрации Калининградской области) 07.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Региональные новости рынка напитков

Курганские товаропроизводители готовы к сотрудничеству с федеральными торговыми сетями.

Пельмени, кондитерские изделия, колбасы и деликатесы, а также много другой вкусной и полезной продукции от курганских предприятий готовы конкурировать за потребителя в федеральных торговых сетях. Сегодня, 10 июня, 40 товаропроизводителей Курганской области стали участниками встречи с руководителем департамента категорийного менеджмента Уральского округа торговой сети "Магнит" Александром Бабецкулом.



Мероприятие прошло в Инвестиционном агентстве Курганской области при содействии Департамента экономического развития Курганской области.

Заместитель Губернатора по экономике Владимир Архипов обозначил основную цель: "Особенно важным результатом сегодняшнего мероприятия является налаживание прямых контактов между производителями и ритейлером, возможность договориться о выгодных для обеих сторон условиях поставок, в том числе для малых предпринимателей путем выделения зоны в магазинах, где присутствуют их товары. Например, результатом торгово-закупочной сессии с "Пятерочкой" стало открытие на следующей неделе первого фермерского островка. Приглашаю сельхозтоваропроизводителей к участию в данных проектах".

Александр Бабецкул рассказал о ближайших задачах развития торговой сети, в частности, поделился планами создания в магазинах фермерских островков, где будет представлена продукция местных производителей. В рамках сессии прошли круглые столы. Переговоры вели по основным категориям товаров, которые предлагают курганские поставщики: это хлебобулочные изделия, мясо-колбасная продукция и полуфабрикаты, фруктовые соки и минеральная вода, мясо птицы, сыры, снеки и кондитерские изделия.

"Наши продукты известны далеко за пределами Курганской области как самые вкусные, натуральные, экологически чистые. Мы заинтересованы в сотрудничестве с такой крупной торговой сетью как "Магнит" и всегда готовы оказать содействие в налаживании прямых контактов между ритейлером и товаропроизводителями, как через Департамент, так и через меня лично", — подчеркнул Владимир Архипов.

Для справки: Название компании: *Магнит, ПАО (Торговая сеть Магнит)* Адрес: 350002, Россия, Краснодарский край, Краснодар, ул. Леваневского, 185 Телефоны: +7(861)2109810; +7(800)2009002 Факсы: +7(861)2109810 E-Mail: info@magnit.ru Web: <https://magnit-info.ru/>; <https://magnit.ru/>; <https://magnitcosmetic.ru/> Руководитель: Янсен Флориан, исполнительный директор; Райан Чарльз Эммитт, председатель Совета директоров; Дюннинг Ян, президент, генеральный директор (INFOline, ИА (по материалам Администрации Курганской области) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Рынок слабоалкогольных и безалкогольных напитков

Инвестиционные проекты рынка безалкогольных и слабоалкогольных напитков

До конца 2021 года в Петербурге откроется новое производство растительного молока.

Петербургское ООО "Велле" в рамках расширения существующих мощностей в текущем году откроет производство напитков на основе овса. Общая сумма вложений в проект оценивается в 300 млн рублей, имя инвестора не называется.

О запуске нового производства рассказал "Новый Проспект". По информации издания, на предприятии в настоящий момент идут пусконаладочные работы новой производственной линии. Ее мощность составит 100 тонн продукции в сутки. Отмечается, что заявок на новые позиции сетевым ритейлерам от "Велле" пока не поступало.

"Велле" — производитель продуктов питания на растительной основе, работает на российском рынке с 2005 года. Производственный комплекс компании располагается в пригороде Санкт-Петербурга. (Коммерсантъ 07.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости компании PepsiCo

Компания PepsiCo намерена перейти на безотходное производство (Новосибирская область).

В рамках Петербургского международного экономического форума 2021 подписан Меморандум о сотрудничестве Правительства Новосибирской области, компании PepsiCo и АО "Агентство инвестиционного развития Новосибирской области".



PEPSICO | Russia

В рамках партнерства приоритетным направлением станет создание в регионе условий для экономики замкнутого цикла и развитие инфраструктуры утилизации и переработки отходов. Подписи под документом 3 июня поставили Губернатор Новосибирской области Андрей Травников, президент PepsiCo Россия, Белоруссия, Украина, Кавказ и Центральная Азия Давид Манзини, генеральный директор Агентства инвестиционного развития Новосибирской области Александр Зырянов.

PepsiCo планирует создать на предприятиях инфраструктуру по отдельному сбору. В планах компании — внедрить принцип "ноль отходов на полигоны" за счет стопроцентной их утилизации для дальнейшей переработки. "Компания PepsiCo реализует очень важный для экономики Новосибирской области проект строительства завода по производству снеков, который даст толчок развитию не только пищевой промышленности, но и сельского хозяйства: многие сельхозпредприятия нашего региона уже готовятся выращивать продукцию, в частности, картофель, для производства. Сегодня мы подписали новое соглашение: компания намерена следовать строжайшим экологическим требованиям, перейти на безотходное производство, в том числе, и на этом новом предприятии. Наши отношения с компанией PepsiCo — пример долгосрочного, продолжающегося сотрудничества", — отметил Андрей Травников.

В нашем регионе уже работает крупный молокоперерабатывающий завод PepsiCo "Сибирское молоко", совсем скоро компания планирует открыть новое производство – снеков, инвестиции в которое составили более 12 млрд рублей.

Глава региона поблагодарил руководство компании PepsiCo за то, что в непростой пандемийный год они не остановили работу, не прекратили реализацию инвестпроектов на территории Новосибирской области.

Для справки: Название компании: ПепсиКо Холдингс, ООО Адрес: 141580, Россия, Московская область, Солнечногорский район, территория свободной экономической зоны "Шерризон", строение 1 Телефоны: +7(495)7976100; +7(495)9370550 E-Mail: moscow.reception@intl.pepsico.com; reception.moscow@pepsico.com Web: <https://www.pepsico.ru>; <https://www.pepsico.com> Руководитель: Манзини Давид, президент; Михайлов Максим Викторович, генеральный директор (Министерство экономического развития Новосибирской области 04.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости компании Coca-Cola

Соса-Кола в России инвестирует 200 млн рублей в инфраструктуру своего завода в Ростовской области.

СОГЛАШЕНИЕ ПО НОВОМУ ПРОЕКТУ КОМПАНИИ В ДОНСКОМ РЕГИОНЕ ГУБЕРНАТОР РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ ВАСИЛИЙ ГОЛУБЕВ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СОСА-COLA НВС РОССИЯ АЛЕКСАНДАР РУЖЕВИЧ ПОДПИСАЛИ СЕГОДНЯ, 4 ИЮНЯ, НА ПЕТЕРБУРГСКОМ МЕЖДУНАРОДНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ФОРУМЕ (ПМЭФ-2021).



**Coca-Cola НВС
Россия**

Соглашение отражает планы компании по строительству газопоршневой электростанции на заводе Соса-Кола НВС Россия в Ростове-на-Дону. Ориентировочный объём инвестиций по этому проекту - 200 млн рублей.

Завод компании в Азовском районе уже сейчас считается самым современным в стране. Радует, что компания не стоит на месте и запланировала создание дополнительных инженерных мощностей, что позволит донскому предприятию развиваться. Важно также, что партнёром в этом проекте выступит один из мировых лидеров в сфере зелёной энергетики. Это созвучно стремлению Ростовской области лидировать в использовании зелёной энергетики в России. Газопоршневая станция позволит нам менять качество жизни на этой территории, в этой части Ростовской области. Наши партнёры определяли это не только как программу своего развития, но и развития нашей территории. Так что мы по-прежнему, начав 10 лет назад, движемся в этом направлении

ВАСИЛИЙ ГОЛУБЕВ ГУБЕРНАТОР РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Завод в Ростовской области - одно из наиболее динамично развивающихся предприятий Соса-Кола в России. Чтобы и дальше расширять производство напитков, которые поставляются в регионы Южного и Северо-Кавказского федеральных округов, необходима надёжная опора на инфраструктуру. Начиная масштабный проект по строительству газопоршневой электростанции, мы закладываем фундамент для дальнейшего развития предприятия и региона

АЛЕКСАНДАР РУЖЕВИЧ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СОСА-COLA НВС РОССИЯ

На площадке ПМЭФ-2021 состоялись также переговоры руководства Соса-Кола НВС Россия с делегацией Ростовской области.

Строительство газопоршневой электростанции станет для завода Соса-Кола НВС Россия в Азовском районе ключевым инфраструктурным проектом 2021-2022 годов. Собственная электростанция повысит надёжность энергоснабжения завода, позволит снизить стоимость потребляемой электроэнергии, что положительно отразится на себестоимости продукции.

Завод в Ростовской области - самое большое в Восточной Европе производство Соса-Кола НВС Россия. В 2020-м году здесь произвели более 308 млн литров напитков. Завод имеет пять производственных линий по розливу безалкогольных напитков в пластиковую бутылку и алюминиевую банку, а также соков в упаковку Tetra Pak, производит 66 видов продукции: безалкогольные газированные напитки Соса Кола, Соса Кола Zero, Sprite, Fanta, тоник Schweppes, воду BonAqua, соки и нектары "Добрый" и другие.

Для справки: Название компании: Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия, ООО Адрес: 108811, Россия, Москва, п. Московский, Киевское шоссе 22-й км, домовл. 6, стр. 1, бизнес-центр Comcity, здание А5

Телефоны: +7(495)9569595; +7(8312)525525; +7(8312)759857 Факсы: +7(8312)522311 E-Mail: Info.Ru@cchellenic.com; PR.Russia@cchellenic.com; procurement.ru@cchellenic.com; supplier_support@cchellenic.com

Web: www.coca-colahellenic.ru; www.coca-cola.ru Руководитель: Ружевич Александр, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Правительство Новосибирской области и Соса-Кола в России подписали соглашение о сотрудничестве на ПМЭФ 2021.

4 ИЮНЯ В РАМКАХ ПЕТЕРБУРГСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФОРУМА АНДРЕЙ ТРАВНИКОВ, ГУБЕРНАТОР НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ, И АЛЕКСАНДАР РУЖЕВИЧ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СОСА-COLA НВС РОССИЯ, ПОДПИСАЛИ СОГЛАШЕНИЕ О НАМЕРЕНИЯХ НА ТРИ ГОДА.



**Coca-Cola НВС
Россия**

Новосибирская область и Соса-Кола в России договорились о взаимодействии при реализации инвестиционных проектов, направленных на расширение производства на территории Новосибирской области и увеличение объёмов поступлений в бюджет региона. Отметим, что сегодня завод Соса-Кола в Новосибирске — один из ключевых работодателей и налогоплательщиков области. В прошлом



году здесь запустили линию по розливу напитков в алюминиевую банку — инвестиции в проект составили более 1 млрд рублей.

Также стороны закрепили намерения по реализации проектов, направленных на защиту окружающей среды и экологической безопасности, поддержку спорта и физической культуры, развитие профориентации молодежи и студентов, содействие трудоустройству незанятых граждан. Вместе Новосибирская область и Соса-Кола в России будут развивать волонтерство, сферы культуры и туризма, взаимодействовать для создания благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности и осуществлять информационной поддержки поименованных выше проектов. Отметим, что сегодня завод Соса-Кола в Новосибирске – один из крупных налогоплательщиков области. В прошлом году здесь запустили линию по розливу напитков в алюминиевую банку – инвестиции в проект составили более 1 млрд рублей. У компании Соса-Кола есть планы по дальнейшему развитию, увеличению производственных мощностей, привлечению новых кадров, обновлению оборудования, экологические проекты, переход на безотходные технологии. Правительство Новосибирской области будет оказывать всяческое содействие этому серьезному для нашего региона работодателю

АНДРЕЙ ТРАВНИКОВ, ГУБЕРНАТОР НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Предприятие Соса-Кола в России в Новосибирске работает с 1997 года. Сегодня завод обеспечивает рабочими местами более 370 жителей города и окрестностей, здесь производят свыше 50 видов продукции, а объемы выпуска регулярно растут. Так, по итогам 2020 года новосибирский завод увеличил объем производства на 16,9% до 242 млн л напитков. На протяжении всего развития в Новосибирской области мы ощущали поддержку со стороны руководства региона и могли открыто обсуждать все вопросы. Подписание соглашения ещё раз подтверждает значимость развития в регионе и фиксирует планы по комплексному развитию региона в вопросах производства, экологии, спорта, занятости молодежи и взрослого населения, культуры, туризма и волонтерства

АЛЕКСАНДАР РУЖЕВИЧ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СОСА-COLA НВС РОССИЯ

Срок действия соглашения составляет три года с даты подписания.

Для справки: Название компании: *Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия, ООО* Адрес: 108811, Россия, Москва, п. Московский, Киевское шоссе 22-й км, домовл. 6, стр. 1, бизнес-центр Cotcity, здание А5

Телефоны: +7(495)9569595; +7(8312)525525; +7(8312)759857 Факсы: +7(8312)522311 E-Mail:

Info.Ru@cchellenic.com; PR.Russia@cchellenic.com; procurement.ru@cchellenic.com; supplier_support@cchellenic.com

Web: www.coca-colahellenic.ru; www.coca-cola.ru Руководитель: Ружевич Александр, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

На ПМЭФ обсудили Всемирные зимние игры Специальной Олимпиады 2022 в Казани.

3 ИЮНЯ В РАМКАХ ПМЭФ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ СОСТОЯЛАСЬ СЕССИЯ, ПОСВЯЩЕННАЯ ИНКЛЮЗИИ И СПЕЦИАЛЬНОЙ ОЛИМПИАДЕ (СО) 2022 ГОДА В КАЗАНИ. УЧАСТНИКИ СЕССИИ ПОДВЕЛИ ИТОГИ ТЕСТОВЫХ ИГР СПЕЦИОЛИМПИАДЫ И ОБСУДИЛИ ДАЛЬНЕЙШИЕ ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ МЕРОПРИЯТИЯ.



**Coca-Cola НВС
Россия**

Всемирные зимние игры Специальной Олимпиады пройдут в Казани с 22 по 28 января 2022 года. Ожидается, что в мероприятии примут участие более 2 тысяч атлетов и 3 тысяч волонтеров из 100 стран. Тестовые Игры Специальной Олимпиады уже прошли в феврале 2021 года. В них приняли участие более 500 атлетов из 36 регионов России.

Организатором сессии выступила компания Соса-Кола - партнер-основатель Специальной Олимпиады. Вице-президент подразделения компании Соса-Кола в Европе, генеральный менеджер Соса-Кола в России и Беларуси Энди Бакингом рассказал о многолетнем партнерстве компании и Специальной Олимпиады и отметил, что рад тому, что первые Игры Специальной Олимпиады в России пройдут именно в Казани.

Вне всяких сомнений, во время Игр Специальной Олимпиады 2022 года Татарстан сможет продемонстрировать уникальное гостеприимство, свойственное региону, всем атлетам и гостям мероприятия. Это событие поможет еще раз показать всему миру красоту Казани и распространить ценности Специальной Олимпиады в России

ЭНДИ БАКИНГЕМ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР СОСА-COLA В РОССИИ И БЕЛАРУСИ ЭНДИ БАКИНГЕМ

Первый заместитель Министра труда и социальной защиты РФ Алексей Вовченко отметил, что министерство ожидает, что наследием после проведения Специальной Олимпиады станут не спортивные объекты, а улучшение качества жизни людей с особенностями ментального развития.

Мы видим наследие будущей Специальной Олимпиады не в постройках, а в привлечении массового внимания к жизни людей с особенностями развития, как результат, улучшения качества их жизни

АЛЕКСЕЙ ВОВЧЕНКО ПЕРВЫЙ ЗАМЕСТИТЕЛЬ МИНИСТРА ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РФ



Несмотря на то, что уже много спортивных мероприятий было проведено в Татарстане, Игры Специальной Олимпиады - это событие, которое накладывает еще большую ответственность на организаторов и принимающую сторону. В нашей республике уделяется действительно большое внимание адаптации людей с особенностями интеллектуального развития. Специальное отделение Олимпиады, созданное всего 3 года назад, насчитывает более 3000 атлетов и более 50 организаций, в которые входят школы, спортивные федерации и др.

МАКСИМ ДЕНИСОВ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АНО "ДИРЕКЦИЯ СПОРТИВНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ" В КАЗАНИ

Будучи на соревнованиях, спортсмены Специальной Олимпиады обретают спортивные ценности и навыки и впоследствии делятся ими в рамках различных сообществ. Вне игр наши спортсмены и люди с ограниченными интеллектуальными возможностями вносят свой вклад в развитие рабочих мест, школ, спортивных клубов и страны, воодушевляя каждого добиться лучших результатов во всех аспектах жизни. Цель нашего движения состоит в том, чтобы расширить права и возможности с помощью значительных для всего мира результатов. Всемирные зимние Олимпийские игры 2022 года сделают эту трансформацию реальной в спортивной столице России Казани

ДЭВИД ЕВАНГЕЛИСТА УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР СПЕЦИАЛЬНОЙ ОЛИМПИАДЫ В ЕВРАЗИИ

Специальная Олимпиада поможет продемонстрировать, как важна инклюзия для общества. Общества, в котором такие атрибуты атлетов Специальной Олимпиады, как стойкость, упорство, храбрость и уважение, ценятся независимо от особенностей развития и, конечно, преобладают над стереотипами и ограничениями

НАТАЛЬЯ ВОДЯНОВА ОСНОВАТЕЛЬ ФОНДА "ОБНАЖЕННЫЕ СЕРДЦА"

Ольга Слуцкер, президент Специальной Олимпиады в России поддержала мнение о том, что спорт - уникальная объединяющая сила, способная стирать границы между людьми - в том числе те, которые появляются из-за стереотипов.

51 год назад компания Кока-Кола поддержала Юнис Кеннеди Шрайвер в ее уверенности в том, что люди с нарушениями интеллекта должны быть равноправной частью общества. За эти десятилетия Специальной Олимпиаде в партнерстве с Coca-Cola удалось совершить революцию инклюзии. Наше движение работает в 193 странах мира и сегодня когда России предоставлена огромная честь принимать Всемирные зимние Игры Специальной Олимпиады в 2022 году у нас есть фантастический шанс совершить прорыв в общественном сознании в направлении гуманизма и признания равных прав каждого гражданина на реализацию своих талантов. Я рада, что у Специальной Олимпиады России есть такой надежный партнер как Coca-Cola и очень хочу, чтобы и российские компании также глобально, вдумчиво, активно и внимательно поддержали движение в нашей стране, потому что великий бренд - это не только потрясающий продукт, это особенное видение будущего, социальная ответственность перед обществом

ОЛЬГА СЛУЦКЕР ПРЕЗИДЕНТ СПЕЦИАЛЬНОЙ ОЛИМПИАДЫ В РОССИИ

Всемирная Специальная Олимпиада - спортивные соревнования среди людей с интеллектуальными особенностями. Они проводятся раз в четыре года с целью адаптации людей с особенностями ментального развития. На соревнованиях нет разделения спортсменов по возрасту и физическим способностям.

Для справки: Название компании: *Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия, ООО* Адрес: *108811, Россия, Москва, п. Московский, Киевское шоссе 22-й км, домовл. 6, стр. 1, бизнес-центр Comcity, здание А5*

Телефоны: +7(495)9569595; +7(8312)525525; +7(8312)759857 Факсы: +7(8312)522311 E-Mail:

Info.Ru@cchellenic.com; PR.Russia@cchellenic.com; procurement.ru@cchellenic.com; supplier_support@cchellenic.com

Web: www.coca-colahellenic.ru; www.coca-cola.ru Руководитель: *Ружевич Александр, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.06.21)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Вкус путешествий: бренд "Добрый Pulru" представил Pulru Mexico — новый вкус с кусочками алоэ.

Pulru, один из самых популярных сокодержущих напитков в портфолио компании "Мултон", которая является частью сокового бизнеса Coca-Cola в России, запускает новую лимитированную линейку Pulru Discovery, вдохновленную традициями, символами и вкусами разных стран.

Бренд представил новый вкус — Pulru Mexico с кусочками алоэ и ярким сочетанием дыни, карамболы и цветков кактуса. Напиток не содержит добавленного сахара, красителей и консервантов. Pulru Mexico продается в узнаваемых фирменных бутылках 0,45 л.





Говорят, погрузиться в культуру и жизнь страны или города можно только почувствовав вкус местной "кухни". Зажигательные ритмы, горячие танцы, страстная поэзия, жгучие вкусы — словно опаленная солнцем, Мексика пышет жаром и жизнью. "Палпинг" в Мексику — это именно то, что нужно, когда затягивает рутинная жизнь и превращается в один сплошной "день сурка". Pulpy Mexico переключит с привычных будней на мексиканский "вайб" и поможет взглянуть на привычный мир по-новому.

Благодаря яркому вкусу и особенной текстуре с кусочками алоэ, Pulpy дарит невероятное удовольствие, поднимает настроение и заряжает позитивом.

Mexico - название рекламной кампании напитка "Добрый Pulpy".

Для справки: Название компании: *Мултон, АО* Адрес: 192236, Россия, Санкт-Петербург, ул. Софийская, 14
Телефоны: +7(495)7870274; +7(812)7033131; +7(495)9564545; +7(800)2007720 Факсы: +7(495)7870273;
+7(812)7033131 E-Mail: multon@multon.ru Web: www.multon.ru; www.coca-colahellenic.ru Руководитель: *Мораис Виейра Филью Сержио, генеральный директор* (INFOLine, ИА (по материалам компании) 08.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Губернатор Ростовской области Василий Голубев: "Ростовская область улучшила инвестиционный климат, несмотря на пандемию". "Интерфакс - Россия". 7 июня 2021

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

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Новости рынка безалкогольных напитков

Челнинский квас в Америке первыми отведают жители города Сент-Луис.

Кто-то посчитал шуткой недавнюю новость о том, что 10 тонн челнинского кваса вошли в партию прохладительных напитков, которые отправились в США радовать американцев отличным вкусом натуральных российских продуктов.

Большинству же интересно – как оценит заокеанский потребитель традиционный квас, производимый в Набережных Челнах? Вероятно, совсем скоро мы получим и эту информацию. Пока же стало известно, что челнинский квас сейчас проходит необходимые процедуры на таможне, после чего он поступит на прилавки магазинов города Сент-Луис штата Миссури. Будем надеяться, что наш напиток понравится жителям 300-тысячного города, тем более, если учесть, что температура воздуха там в первые месяцы лета достигает 30 градусов. Город также известен своей хоккейной командой "Сент-Луис Блюз", которая два года назад завоевала самый престижный приз НХЛ – Кубок Стэнли.



Для справки: Название компании: Булгарпиво, ОАО Адрес: 423800, Россия, Республика Татарстан, Набережные Челны, Хлебный Проезд, 37 Телефоны: +7(8552)305400 Факсы: +7(8552)551934 E-Mail: inform@bulgarpivo.ru Web: www.bulgarpivo.ru Руководитель: Якушев Руслан Рифкатович, генеральный директор (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости рынка минеральных и питьевых вод

Вода Nord Pilgrim от агентства Love Marketing.

Nord Pilgrim — родниковая вода, добываемая из недр за полярным кругом в Мурманской области. Специалисты агентства Love Marketing разработали для бренда дизайн бутылки и этикетки.

В основе формы бутылки лежит образ ледяного керна. Дно бутылки напоминает замерзший лед и волны Баренцева моря.

На прозрачной этикетке — яркое название в цвете бренда Nord Pilgrim и карта мира с отметкой места производства воды.

Фигурная крышка напоминает корону. Рельефная поверхность обыгрывает северные мотивы.



(Unipack.ru 07.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Новости о маркировке минеральной воды

Baikalsea Company и ЦРПТ откроют центр компетенций по маркировке упакованной воды в СФО.

Компании будут информировать участников оборота о работе с системой прослеживаемости товаров и участвовать в семинарах и конференциях для коммуникации с профессиональным сообществом

Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ) и производитель бутилированной воды Baikalsea Company откроют центр компетенций по маркировке упакованной воды в Сибирском федеральном округе (СФО) на базе производственного комплекса компании в Иркутске. Соглашение было подписано на площадке Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ).

"Проведение экспериментов и введение маркировки невозможно без участия производителей и профессионалов индустрии. Мы тесно взаимодействуем с каждой отраслью, которая работает с маркировкой, чтобы создать наиболее оптимальные решения для участников оборота и эффективно подключить производителей к системе. Сотрудничество с Baikalsea Company в сфере маркировки воды также позволит наладить коммуникацию с производителями, в том числе из Сибирского федерального округа", - пояснил председатель совета директоров ЦРПТ Михаил Дубин.

Соглашение подразумевает, что стороны будут развивать технологии информирования потребителей о качестве и составе продукции, систематизировать механизмы выявления недобросовестных производителей, а также разрабатывать рекомендации для участников оборота и регуляторов для повышения конкурентоспособности легальных компаний. Кроме того, компании будут информировать участников оборота о работе с системой прослеживаемости товаров и участвовать в семинарах и конференциях для коммуникации с профессиональным сообществом.

"Мы ожидаем, что внедрение маркировки даст те результаты, которые ожидает потребитель. Будет подтверждать подлинность продукции и, как следствие, ее качество. Недобросовестность участников процесса, задекларировавших полное соответствие своего товара всем законодательным нормам, но в реальности им не отвечающих, и получивших маркировку, должна приводить к уничтожению контрафактной продукции, серьезным штрафам и удалению их с рынка", - добавил председатель наблюдательного совета Baikalsea Company Максим Сурнин.

Baikalsea одной из первых в Восточной Сибири присоединилась к эксперименту по маркировке воды, начавшемуся 1 апреля 2020 года. Предприятие выпускает более 300 млн литров бутилированной воды в год и поставляет свою продукцию в основные федеральные торговые сети.

Для справки: Название компании: *Байкалси кампани АО ГК Море Байкал* Адрес: 125363, Россия, Москва, ул. Сходненская, 56, оф. 7.23 Телефоны: +7(495)3633583 E-Mail: msk@baikalsea.com Web: baikalpearl.com (ТАСС 04.06.21)



[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Зарубежные новости рынка слабоалкогольных и безалкогольных напитков

Олипор освежает!

Агентство Break Maiden (США) представляет редизайн газированного напитка Олипор. Этот первый в США напиток способствующий пищеварению нуждался в обновлении внешнего вида. Необходимо было освежить бренд и улучшить информационную часть.

Специфические шрифты и минималистичные иллюстрации создают ощущение ретро. Упаковка напоминает старые баночки с колой.

Новый дизайн вызывает ассоциации с освежающими напитками, которые так приятно пить в летнюю жару.

Старый и новый дизайн:



(Unipack.ru 08.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Open Water - больше океана, меньше пластика!

Стремясь занять заметное место на полках магазинов, американский бренд питьевой воды Open Water обновил дизайн упаковки. Бренд позиционируется как экологичный. Стремясь уменьшать количество пластиковых отходов и выбросы CO2, компания выпускает свою продукцию в алюминиевых банках и бутылках.

До 2020 года компания Open Water фокусировалась на продажах в ресторанах, парках развлечений, гостиницах. Теперь компания решила выйти на розничный рынок, и бренду понадобился новый дизайн упаковки, который не затеряется на полках магазинов.



Компания Open Water выступает за уменьшение пластиковых отходов и снижение выбросов CO₂. Продукция компании сертифицирована ассоциацией Climate Neutral, которая занимается проблемой выбросов CO₂. Лозунг бренда – "Больше океана. Меньше пластика". Дизайн упаковки одновременно прост и интуитивно понятен. Волны на одной банке превращаются в целое море, когда упаковки выставлены в ряд на магазинной полке. В ассортименте – вода с газом и без, а их упаковки отличаются цветом волн. (Unipack.ru 09.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Немцы пьют бутилированной воды больше всех в Европе.

Берлинская консалтинговая фирма В + Р Consultants выпустила отчёт о европейском рынке безалкогольных напитков.

Сегмент безалкогольных напитков разделён на девять товарных групп: бутилированная вода, газированные напитки, соки, функциональные напитки, готовые к употреблению (RTD) кофе и чай, ароматизированная вода, концентраты, обогащённая вода и большие ёмкости для кулеров. На бутилированную воду приходится самая большая доля рынка в Европе – 41%, но она составляет всего 24% в стоимостном выражении. Преобладающим упаковочным материалом, на долю которого приходится 60%, является жёсткий пластик, в то время как стекло в качестве упаковочного материала растёт быстрее всего, на + 5,2% в год. На глобальном уровне Азия является крупнейшим рынком по объёму, но Восточная Европа будет иметь наибольший рост до 2023 г.

Самый высокий уровень потребления на душу населения в Европе зафиксирован в Германии, за которой следует Бельгия. На душу населения там продаётся примерно в шесть раз больше упаковки, чем на Украине, и в четыре раза больше, чем в России. Рынок безалкогольных напитков в Европе неуклонно растёт в натуральном выражении, но в 2020 г. в результате пандемии коронавируса наблюдался резкий спад. У компании Coca-Cola самая высокая доля рынка в Европе – 27%. Крупнейшие европейские растущие рынки (2020-2023 гг.) – это Румыния, Греция и Россия (все более + 5,9% в год).

В среднем европейский рынок безалкогольных напитков растёт на + 3,7% ежегодно. Гипермаркеты и супермаркеты являются доминирующим каналом продаж с долей 50%, на втором месте – продажи кейтеринга с долей 28%. Меньше всего доля рынка безалкогольных напитков у крупных бутылей для кулеров – менее 1% в натуральном и 1% в стоимостном выражении. (Unipack.ru 07.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Рынок чая, кофе и какао

Общие новости рынка чая, кофе и какао

За 2016-2020 гг продажи чая в странах СНГ сократились на 9%: с 252 до 229 тыс т.

Растут цены в рознице, спрос смещается в сторону более дешевой продукции.

Продажи чая в странах СНГ в 2016-2020 гг



По данным "Анализа рынка чая в странах СНГ", подготовленного BusinessStat в 2021 г, за 2016-2020 гг его продажи в регионе сократились на 9%: с 252,0 до 229,4 тыс т. Начиная с 2018 г ежегодно отмечалось снижение продаж на 2,3-5,7%. Чайный рынок стран СНГ сильно зависит от импорта, а значит и от изменений курса валют. Основными тенденциями на рынке чая в странах региона в настоящее время являются рост розничных цен, смещение спроса в сторону более дешевой продукции из-за ухудшения финансового положения потребителей и обострение конкуренции. В результате снижения покупательской способности жителей региона растет доля среднего и низкого ценовых сегментов рынков чая.

Лидерами по уровню продаж чая на душу населения среди стран СНГ являются Казахстан, Азербайджан и Россия. В 2020 г на одного жителя Казахстана приходилось 1,5 кг чая, страна входит в 10 лидеров по уровню потребления чая на душу населения в мире, более 96% населения Казахстана употребляют чай ежедневно. На одного жителя Азербайджана в 2020 г приходилось 1,2 кг чая, на одного жителя России – 0,9 кг.

По прогнозам BusinessStat, в 2021-2025 гг ожидается преимущественное снижение продаж чая в странах СНГ. В 2025 г продажи составят 224 тыс т, что будет ниже уровня 2020 г на 2,3%. Сокращение потребление чая будет происходить из-за снижения уровня доходов населения региона и роста популярности других видов напитков, в частности, кофе. (РБК.Исследования рынков 09.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Продажи растворимого кофе в России в 2016-2020 гг выросли на 5%: с 115 до 121 тыс т. "РБК.Исследования рынков". 9 июня 2021

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



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

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Крупнейший российский производитель чая и кофе "МАЙ" удостоен премии "Экспортёр года".

Компания "МАЙ" (производитель чая и кофе под брендами Curtis, "Лисма" Richard, "Майский", Coffesso) удостоена премии "Экспортер года" благодаря успехам на международном рынке.

Инициатором вручения награды стал международный деловой журнал Russian Business Guide. Издание освещает деятельность российских компаний, в частности за рубежом, и регулярно отмечает предприятия, которые достигли заметных успехов в своей отрасли.

Компания "МАЙ" активно продвигает свои бренды на международном рынке. Чай и кофе производства "МАЙ" пользуются популярностью в США, Китае, Европе, Азии, и других государствах. Этому способствует как участие в международных отраслевых выставках и форумах, так и диджитал-поддержка брендов.

"Мы очень рады, что партнеры отметили наши результаты в экспортном направлении. Наша главная цель – распространять культуру употребления чая и кофе во всем мире, знакомить не только с русскими традициями, но и посредством продукции рассказывать о национальных особенностях других стран. В данный момент МАЙ распространяет свои торговые марки в 63 странах, используя для этого все каналы продаж. С каждым годом мы будем расширять географию присутствия. Следуя общим мировым тенденциям в области заботы окружающей среды и заботы о здоровье населения, мы планируем увеличить объёмы поставок органических напитков и функциональных продуктов, а также товаров в биоразлагаемой упаковке", - отметил лидер экспортного направления "МАЙ" Сампат Лянаге.



Для справки: Название компании: *Май, ООО* Адрес: 117036, Россия, Москва, ул. Д. Ульянова, 7А Телефоны: +7(495)7757505 Факсы: +7(495)7755515 E-Mail: info@May-Foods.ru; info@themay.com Web: www.themay.com
Руководитель: *Конев Сергей Викторович, генеральный директор* (INFOline, ИА (по материалам компании) 07.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

РЫНОК ПИВА

Общие новости рынка пива

igooods: Россияне предпочитают заказывать онлайн светлое безалкогольное пиво.

Сервис доставки продуктов igooods и Ассоциация производителей пива проанализировали онлайн-заказы безалкогольного пива и пивных напитков в 2020/21 годах*. В заказах россиян преобладает светлое пиво (более 95 %), среди фруктового безалкогольного пива самый популярный вкус – грейпфрут, а накануне праздников количество заказов безалкогольного пива вырастает на 15-20%, следует из исследования.



Рост безалкогольной категории на российском рынке пива в прошлом году составил более 10%. По данным igooods, в мае 2021 года количество заказов безалкогольного пива выросло на 15% по сравнению с апрелем 2021 года.

"Популярность безалкогольного пива связана с несколькими факторами: это и растущий тренд на здоровый образ жизни, и доступность категории через дистанционный формат, который ценят клиенты за его удобство. Кроме этого, увеличение числа брендов и разнообразие вкусов безалкогольного пива делает его более привлекательным для потребителей", - объясняет **Андрей Губка**, председатель совета российской Ассоциации производителей пива.

В среднем россияне заказывали по 3 банки безалкогольного пива в составе одного заказа. Россиянам больше нравится пить светлое – оно присутствует в 95% всех заказов. Чаще всего безалкогольные напитки онлайн покупают в Санкт-Петербурге и Москве: на столицы приходится более 80% всех заказов. В Москве чаще покупают безалкогольное пиво и пивные напитки большими объемами. Самые крупные партии - по 100-120 штук в одном заказе.

ТОП-5 городов по количеству онлайн-заказов безалкогольного пива и пивных напитков замыкают: Сургут, Тула и Тверь. Меньше всего интереса к безалкогольному пиву проявляют жители Владикавказа, Ханты-Мансийска и Великого Новгорода.

"Пандемия и ограничительные меры перестроили привычки россиян и в отношении покупки алкоголя. Одна из гипотез - россияне хотели заменить привычные алкогольные напитки, которые можно было купить только оффлайн. Мы видим, что и после снятия ограничительных мер спрос на онлайн-доставку безалкогольного пива остался на высоком уровне, а всплески интереса происходят ближе к праздникам и важным датам. В Петербурге мы прогнозируем подъем спроса с началом игр чемпионата Европы по футболу" - говорит директор по маркетингу сервиса доставки продуктов igooods **Алексей Груздев**.

Спрос на безалкогольные напитки увеличивается в праздники. Например, в декабре 2020 года заказы безалкогольного пива по всей России выросли на 21% по сравнению с ноябрем.

Самый популярный вкус у россиян в категории безалкогольного фруктового пива и пивных напитков – грейпфрут: на него приходится более половины всех покупок. Следом по популярности идут вкусы лайма и мяты, а также лимона и малины. Реже всего приобретают напитки со вкусом огурца, апельсина и винограда.

"В России запрещена дистанционная продажа алкогольной продукции, но по заказам безалкогольного пива мы видим, что услуга востребована среди потребителей. Клиенты получают доставку качественной пивоваренной продукции от известных брендов. Ассоциация выступает за разрешение продажи слабоалкогольной пивоваренной продукции через дистанционные форматы. Эта мера при соблюдении всех правил продажи, действующих для офлайн магазинов, станет позитивным стимулом для отрасли и приведет к сокращению "теневого рынка" онлайн-заказов алкогольной продукции", - говорит **Андрей Губка**.

Для справки: Название компании: *АйГудс Системс, ООО (iGoods)* Адрес: 192148, Россия, Санкт-Петербург, ул. Седова, 46 Телефоны: +7(812)9855506; +7(812)5048952 E-Mail: info@igooods.ru Web: <https://igooods.ru>
Руководитель: *Кунис Григорий Михайлович, управляющий - индивидуальный предприниматель* (INFOLine, ИА (по материалам компании) 10.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Некоторые европейские пивовары спасаются от дефицита тары поставками из России.

На европейском рынке наблюдается структурный дефицит пивных бутылок, пишет Retail Detail.

Дефицит тары для пива и пивных напитков уже существовал на европейском рынке до коронавирусного кризиса, но в прошлом году он усугубился, когда пивовары были вынуждены массово переключиться с бочек (для индустрии гостеприимства) на бутылки для супермаркетов.



Сильнее всего нехватку тары ощутили небольшие пивоваренные компании. Например, Ален Кутто, владелец Struise Brouwers, рассказал, что последний заказ бутылок для напитка пришел со значительной задержкой.

"Вот почему в мае нам пришлось импровизировать. Всего несколько дней назад мы наконец получили достаточно бутылок, что позволило нам снова разливать в тару", — рассказал он.

Чтобы обойти проблему дефицита бутылок, пивоваренная компания Nuughe уже несколько лет пользуется поставками тары из России.

"Более того, сразу после вспышки Covid в марте прошлого года мы арендовали склад в Антверпене, где хранили дополнительные запасы бутылок. Мы видели, что надвигается шторм. В результате мы не сталкиваемся с какими-либо проблемами в настоящее время", — рассказал представитель компании Ален-Де Лаэ.

Кристоф Босут из компании Axaglass отмечает, что кризис с стеклянной тарой вызван исчезновением по всей Европе стекольных фабрик, поскольку десять лет назад наблюдалось избыточное предложение бутылок.

"Это вызвало волну поглощений, в результате которых осталось только три основных производителя", — объясняет Кристоф Босут.

При этом, в последние несколько лет спрос на стеклянные бутылки неуклонно растет. Причиной этому послужил рост европейской пивоваренной и винной промышленности, а также то, что молоко снова все чаще разливается в стеклянную тару. При этом, производители стекла практически не увеличивали производственные мощности, только немецкая компания Wiegand-Glas недавно открыла новый завод. ([Ритейл.ру](#) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости о маркировке пива

В России начали действовать новые правила по продаже пива.

Минпромторг считает необходимым вводить обязательную маркировку на пиво, пишет "Российская газета". На другой алкоголь в нашей стране такая маркировка распространена не будет, пояснил статс-секретарь, заместитель министра промышленности и торговли Виктор Евтухов.

"Нет смысла. Крепкий алкоголь есть в системе ЕГАИС. Она полностью обеспечивает прозрачность. Нам ведь маркировка не ради маркировки нужна, а для того, чтобы прослеживаемость была и мы могли определять качество товара, во-первых. А во-вторых, чтобы мы могли определить, легально ли он произведен или ввезен в Россию. ЕГАИС для крепкого алкоголя полностью обеспечивает такую прослеживаемость", — рассказал Евтухов.

На отечественном рынке доля нелегального пива может достигать 30%, отметил заместитель министра.

"Жизненный путь" товара поможет отследить цифровая маркировка, сообщил специалист.

С 1 апреля 2021 года правительство запустило эксперимент по маркировке пива. Планируется, что он закончится в сентябре 2022 года. (ПРАЙМ 05.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Эксперимент по маркировке пива затронул более 40% сегмента HoReCa.

В России с 1 апреля проводится эксперимент по маркировке пива и напитков, изготавливаемых на его основе. За два месяца к эксперименту присоединилось 5 компаний, которые производят программное обеспечение для **HoReCa**, их клиентская сеть охватывает более 40% сегмента.

"Эксперимент по маркировке пива для нас по-своему уникален. Впервые мы стали работать с сегментом **HoReCa** и рады, что уже несколько компаний-производителей ПО для гостинично-ресторанного бизнеса присоединились к пилоту. Это компании разного масштаба: от лидеров рынка до небольших предприятий", - говорит руководитель управления подакцизных товарных групп ЦРПТ Ян Витров.

В компании iiko считают, что включение в эксперимент на раннем этапе позволит подготовиться к маркировке и изучить все особенности процесса. "Мы присоединились к эксперименту, чтобы обеспечить наших пользователей функционалом, который позволит им точно соблюдать требования государства. Включение в проект на раннем этапе даст нам возможность хорошо подготовиться к внедрению маркировки и вовремя снабдить всех своих клиентов нужными инструментами. В отличие от розницы, рестораторы реализуют пивную продукцию чаще всего в розлив. Таким образом, мы должны предусмотреть реализацию товара с одной и той же маркой по разным чекам. Надеюсь, с помощью специалистов ЦРПТ мы сможем решить этот вопрос. Благодаря маркировке гости будут уверены в качестве напитков, предлагаемых в ресторанах, а недобросовестных производителей станет значительно меньше", - отметила владелица продукта в iiko Анастасия Омельченко.

Маркировка поможет гостинично-ресторанному бизнесу перейти на электронный документооборот, считают в компании DocsInBox. "Нашей компании важно быть в курсе всех изменений в работе ресторанов. Задача DocsInBox первыми узнать о нововведениях, разобраться и рассказать нашим клиентам, что их ждет, что нужно сделать, чтобы соблюсти законодательство. Участие в эксперименте помогает в числе первых узнать, какие будут изменения, и заранее подготовиться, чтобы предоставить нашим клиентам быстрое и корректное решение на любое изменение в учете.

Мы надеемся, что благодаря маркировке наши клиенты смогут перейти на электронный документооборот, полностью избавившись от бумажных документов", - сказал менеджер продуктов в компании DocsInBox Илья Васильев.

Эксперимент по маркировке пива и напитков, изготавливаемых на его основе, завершится 31 августа 2022 года. В рамках пилота ЦРПТ выдает коды на безвозмездной основе. Объем нелегального рынка пива в России оценивается в 5-12% и "обеление", на которое направлена маркировка, приведет к увеличению прибыли производителей пива на 2,5-3 миллиарда рублей, позволит создать до 1700 рабочих мест и увеличить годовые налоговые поступления на 20 миллиардов рублей в год. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 10.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости компании "Балтика"

На ПМЭФ "Балтика" анонсировала инвестиции в 470 млн рублей.

В ходе ПМЭФ-2021 пивоваренная компания "Балтика", часть Carlsberg Group, анонсировала инвестиции в развитие производств, IT-сферу и региональные экологические инициативы.



Представители компании подписали соглашения о сотрудничестве с Ростовской и Ярославской областями, Санкт-Петербургом и Сбером. Также топ-менеджеры встретились с главами Воронежской, Новосибирской и Тульской областей – регионов, где заводы компании являются крупными налогоплательщиками.

2020 год стал временем серьезных вызовов, навсегда изменивших мир, однако "Балтика" смогла адаптироваться и продемонстрировать устойчивость в непростых условиях: продажи компании за 2020 год выросли на 9% относительно 2019 года, а в первом квартале этого года экспорт "Балтики" достиг максимума за 5 лет. Однако, в центре внимания были и остаются вопросы безопасности здоровья сотрудников и клиентов, а также инициативы по устойчивому развитию и экологии.

Так, в **Ярославской области** компания планирует инвестировать 100 млн рублей в реализацию экологических инициатив. В 2021 году эти средства будут вложены во второй метантенк для анаэробной стерилизации воды на пивоварне "Ярпиво".

В **Санкт-Петербурге** компания также расширяет инвестиции в устойчивое развитие. Общий объем вложений в модернизацию производственных систем своей пивоварни в **Санкт-Петербурге**, обеспечение безопасности сотрудников, обновление лабораторного оборудования и развитие комплекса очистных сооружений составит 100 млн рублей.

Самые крупные инвестиции "Балтика" анонсировала в **Ростовской области**: 270 млн рублей пойдут на развитие производственных систем пивоварни "Южная Заря 1974".

Новые реалии требуют современных цифровых решений, позволяющих значительно экономить ресурсы и оптимизировать ведение бизнес-процессов. Поэтому в ходе ПМЭФ "Балтика" и **Сбер** заключили соглашение о сотрудничестве, в рамках которого предполагается масштабное использование решений экосистемы, а также разработка уникальных продуктов и сервисов.

В ходе ПМЭФ президент компании обсудил с главами регионов и вопросы, касающиеся отрасли в целом. Так, одним из самых острых вопросов остается проект по введению маркировки: для производителей это нововведение будет означать большие дополнительные расходы. Например, импортное оборудование для нанесения марок на одной линии розлива может стоить до 1 млн евро. За этим следует усложнение логистики, неизбежные потери продукции, стоимость программного обеспечения. Это не может не отразиться на стоимости продукции для потребителя: по оценкам "Балтики", цена может вырасти до 10%.

Для справки: Название компании: Пивоваренная компания Балтика, ООО Адрес: 194292, Россия, Санкт-Петербург, 6-й Верхний переулок, д. 3 Телефоны: +7(812)3266637; +7(812)3299100; +7(800)3333303; +7(963)3032251; +7(963)3030254 Факсы: +7(812)3269044 E-Mail: pr@baltika.ru; post@baltika.ru Web: <http://corporate.baltika.ru> Руководитель: *Шерстенников Денис, президент* (INFOLine, ИА (по материалам компании) 04.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Балтика" и Правительство Ростовской области подписали соглашение о сотрудничестве.

3 июня в рамках Петербургского международного экономического форума президент компании "Балтика" Денис Шерстенников и губернатор Ростовской области Василий Голубев подписали соглашение о сотрудничестве.



В числе положений соглашения – развитие производственных систем завода. В частности, запланирована модернизация линии розлива, что позволит расширить линейку производимых на заводе сортов и сократить логистические издержки на доставку продукции на рынок южного региона. Кроме того, в планах компании замена газовой турбинной установки мощностью 7,5 МВт. Выработанная энергия будет полностью покрывать потребности завода в электричестве и тепле, при этом излишки будут отдаваться в городскую сеть.

Ростовская область – важный регион для "Балтики", а "Балтика" – надежный партнер Правительства Ростовской области. По итогам 2020 года завод перечислил 4,9 млрд рублей акцизов. В рамках проекта компании по сбору вторсырья "Принеси пользу своему городу" в Ростовской области установлены 247 контейнеров для раздельного сбора макулатуры, картона, стекла и пластика в городах Зверево, Волгодонск, Шахты. В планах на 2021 установка



контейнеров в городах Ростов-на-Дону и Таганрог. Также в 2021 году запущены биологические очистные сооружения, инвестиционный проект стоимостью 578 млн рублей. Это оборудование позволяет не только подготовить воду, оставшуюся после процесса пивоварения, к возвращению в городскую водную систему, но и использовать на заводе в качестве топлива биогаз, который образуется в ходе этого процесса. Соответственно, доля биогаза, то есть "зеленой энергии", в общем объеме потребления пивоварни вырастет до 5%, что даст филиалу не только экономию средств, но и положительно отразится на окружающей среде за счет снижения объемов потребления природных ресурсов.

Для справки: Название компании: Пивоваренная компания Балтика, ООО Адрес: 194292, Россия, Санкт-Петербург, 6-й Верхний переулок, д. 3 Телефоны: +7(812)3266637; +7(812)3299100; +7(800)3333303; +7(963)3032251; +7(963)3030254 Факсы: +7(812)3269044 E-Mail: pr@baltika.ru; post@baltika.ru Web: <http://corporate.baltika.ru> Руководитель: Шерстенников Денис, президент; Шерстенников Денис Владимирович, Президент (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

На ПМЭФ-2021 Правительство Ярославской области и "Балтика" подписали соглашение о сотрудничестве.

4 июня на Петербургском международном экономическом форуме глава Ярославской области Дмитрий Миронов и президент компании "Балтика" Денис Шерстенников обсудили перспективы развития и повышение прозрачности пивоваренного рынка, а также наметили дальнейшие шаги по взаимодействию в регионе, подписав Соглашение о сотрудничестве.



Торжественная церемония подписания соглашения состоялась сегодня на Петербургском международном экономическом форуме. Подписи под документом поставили губернатор Ярославской области Дмитрий Миронов и президент пивоваренной компании "Балтика" Денис Шерстенников.

В соответствии с подписанным соглашением, "Балтика" вложит 100 млн рублей в проект по увеличению доли "зеленой энергии" на филиале "Пивзавод "Ярпиво". В 2021 году на пивоварне будет введена в эксплуатацию вторая метантенк для анаэробной стабилизации воды, проходящей дополнительную подготовку перед тем как попасть в городскую водную систему. Это позволит не только очистить воду от органических продуктов пивоварения, но и увеличить количество биогаза, который образуется в ходе этого процесса и используется на заводе в качестве топлива. Соответственно, доля биогаза, энергии из возобновляемого источника, в общем объеме потребления на котельной предприятия вырастет до 15%, что позволит пропорционально сократить объем используемого природного газа, и даст филиалу не только экономию средств, но и внесет значительный вклад в охрану окружающей среды за счет использования "зеленой энергии" и снижения объемов потребления природных ресурсов.

Для справки: Название компании: Пивоваренная компания Балтика, ООО Адрес: 194292, Россия, Санкт-Петербург, 6-й Верхний переулок, д. 3 Телефоны: +7(812)3266637; +7(812)3299100; +7(800)3333303; +7(963)3032251; +7(963)3030254 Факсы: +7(812)3269044 E-Mail: pr@baltika.ru; post@baltika.ru Web: <http://corporate.baltika.ru> Руководитель: Шерстенников Денис Владимирович, Президент; Шерстенников Денис, президент (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Принеси пользу своему городу": "Балтика" организовала отдельный сбор упаковки на экомарафоне "Реки бегут".

5 июня, во Всемирный день окружающей среды, в Туле на Казанской набережной прошел экологический марафон "Реки России.#рекибегут". Это спортивно-развлекательное мероприятие, участники которого стремятся привлечь внимание к заботе об окружающей среде и созданию гармоничной жизни в родном городе.



Сотрудники тульского филиала "Балтики" не только поучаствовали в забеге на дистанции 5 и 10 км, но и организовали на площадке мероприятия сбор пластиковых бутылок и банок на переработку, поддержав проект компании "Принеси пользу своему городу".

Участники экомарафона "Реки бегут" сдавали пластиковые бутылки и алюминиевые банки на трех точках сбора отходов упаковки "Принеси пользу своему городу, а также пообщались с волонтерами и узнали много полезного о сортировке отходов: куда можно сдать вторсырье, с чего начать отдельный сбор, какие здоровые привычки помогут сделать жизнь чище и экологичнее, что происходит с упаковкой после сдачи и какие новые вещи делают,



используя вторичные материалы. Все собранные бутылки были переданы на сортировочную станцию для дальнейшей отправки на переработку.

"Балтика" ставит перед собой цель варить пиво с заботой об окружающей среде, бережно расходовать воду и сокращать экослед пивоварен и готовой продукции "от поля до бокала". Например, в прошлом году компания запустила спутниковый CO₂-мониторинг своих посевов ячменя, обеспечила сбор и переработку почти 50% объема выпущенной упаковки, увеличила до 10% долю "зеленого" топлива для своих пивоварен. Компания развивает проект "Принеси пользу своему городу", направленный на содействие созданию в нашей стране системы раздельного сбора и переработки отходов упаковки, с 2013 года.

В Туле рамках проекта "Принеси пользу своему городу" в 2020 году совместно с региональным оператором "Хартией" и Министерством природных ресурсов и экологии Тульской области установлена стационарная площадка для раздельного сбора отходов упаковки на парковке гипермаркета "Зельгрос". За 8 месяцев работы пункта на переработку отправлено более 80 тонн вторсырья: алюминиевых банок, стекла, пластика и бумаги. Также около завода "Балтика" в Туле – по адресу Одоевское шоссе, д. 85 - установлены контейнеры для раздельного сбора макулатуры, пластиковых бутылок, алюминиевых банок и стеклянной тары.

Мы благодарим наших потребителей и эко-волонтеров, которые разделяют наши ценности, придерживаются принципов раздельного сбора и способствуют распространению культуры обращения с отходами!

Для справки: Название компании: Пивоваренная компания Балтика, ООО Адрес: 194292, Россия, Санкт-Петербург, 6-й Верхний переулок, д. 3 Телефоны: +7(812)3266637; +7(812)3299100; +7(800)3333303; +7(963)3032251; +7(963)3030254 Факсы: +7(812)3269044 E-Mail: pr@baltika.ru; post@baltika.ru Web: <http://corporate.baltika.ru> Руководитель: *Шерстенников Денис, президент; Шерстенников Денис Владимирович, Президент* (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Бренд "Воронежское Жигулевское" стал лауреатом смотра-конкурса "Воронежское качество".

Экспертная комиссия оценила вкусовые свойства и соответствие строгим стандартам качества пива "Воронежское Жигулевское".

Известный и любимый воронежцами сорт много лет является визитной карточкой "Воронежского пивзавода" — одного из ведущих промышленных предприятий региона, в этом году отмечающего 85-летие.

Несколько лет подряд продукция "Воронежского пивзавода", филиала компании "Балтика", завоевывает победу на смотре-конкурсе "Воронежское качество". В этом году диплом лауреата получил главный бренд предприятия — пиво "Воронежское Жигулевское". Сорт вошел в список ведущих продовольственных товаров Воронежской области и был отобран для участия в федеральной программе "100 лучших товаров России".

Конкурсная комиссия положительно оценила вкус, цвет и аромат пива и подчеркнула, что далеко не каждое предприятие может продемонстрировать соответствие продукции столь строгим параметрам качества. Интегрированная система менеджмента качества "Воронежского пивзавода" сертифицирована по ГОСТ Р ISO 9001 и ряду других международных стандартов. Среди них — безопасность пищевой продукции, экологический менеджмент, менеджмент безопасности труда и охраны здоровья, энергоменеджмент. В качестве сырья на всех предприятиях "Балтики" используется солод исключительно из российского пивоваренного ячменя, прошедшего несколько этапов тщательного контроля качества. Этот ячмень для "Балтики" выращивают российские агрохозяйства в рамках агропрограммы Carlsberg Group.

В результате получается пиво, которое говорит само за себя: "Воронежское Жигулевское" является одним из самых популярных сортов пива у городских жителей. Это подтверждает и заведующая фирменным магазином "Воронежского пивзавода" **Галина Казакова**: "Сорт выпускается на нашем предприятии с середины 60-х, и надо сказать, что за прошедшие годы любовь потребителя к нему ничуть не ослабла. Нашим покупателям нравится классическое сочетание легкого, приятного вкуса, аппетитного хлебного аромата и сбалансированной хмелевой горечи. Кстати, это один из самых популярных сувениров, которые гости города увозят из Воронежа", — поделилась Галина.

Для справки: Название компании: Пивоваренная компания Балтика, ООО Адрес: 194292, Россия, Санкт-Петербург, 6-й Верхний переулок, д. 3 Телефоны: +7(812)3266637; +7(812)3299100; +7(800)3333303; +7(963)3032251; +7(963)3030254 Факсы: +7(812)3269044 E-Mail: pr@baltika.ru; post@baltika.ru Web: <http://corporate.baltika.ru> Руководитель: *Шерстенников Денис, президент; Шерстенников Денис Владимирович, Президент* (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Сбер и "Балтика" реализуют совместные проекты по цифровизации.



Сбер и пивоваренная компания "Балтика", часть Carlsberg Group, заключили соглашение о сотрудничестве.

Документ на XXIV Петербургском международном экономическом форуме подписали заместитель председателя правления Сбербанка Анатолий Попов и президент "Балтики" Денис Шерстеников.

Соглашение предполагает широкое использование в процессе цифровой трансформации компании инновационных решений экосистемы Сбера для повышения качества клиентских сервисов и повышения эффективности внутренних и внешних бизнес-процессов. Стороны планируют совместно разрабатывать уникальные продукты и сервисы, в том числе с привлечением сторонних отечественных разработчиков.

Цифровая трансформация бизнеса компании особенно важна для реализации бизнес-стратегии "Балтики" на 2020-2022 годы. Совместно с "Яндексом" и "Монолит Инфо", компания развивает цифровую экосистему логистики и сервиса. Кроме этого, "Балтика" активно внедряет современные IT-продукты в свою работу и переходя на безбумажный документооборот под эгидой национального проекта "Цифровая экономика Российской Федерации". Только за четыре месяца этого года компания создала и отправила клиентам более четырех миллионов электронных документов.



Для справки: Название компании: *Пивоваренная компания Балтика, ООО* Адрес: 194292, Россия, Санкт-Петербург, 6-й Верхний переулок, д. 3 Телефоны: +7(812)3266637; +7(812)3299100; +7(800)3333303; +7(963)3032251; +7(963)3030254 Факсы: +7(812)3269044 E-Mail: pr@baltika.ru; post@baltika.ru Web: <http://corporate.baltika.ru> Руководитель: *Боллов Таймураз Казбекович, генеральный директор; Шерстеников Денис, президент* (INFOline, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

В Самаре обсудили рост популярности профессии пивовара у абитуриентов.

Накануне приемной кампании в "Самарском политехе" представители "Балтики-Самара" и пивовары обсудили перспективы подготовки кадров для отрасли и договорились взять шефство над перспективными студентами.

В Самарском государственном техническом университете (СамГТУ) растет популярность профиля "Технология броидильных производств и виноделие". Это самый востребованный у студентов профиль в направлении "Продукты питания из растительного сырья" факультета пищевых производств. 2020 год из-за пандемии не показателен, а в 2019-ом на направлении "Продукты питания из растительного сырья" был большой конкурс на 37 бюджетных и 10 коммерческих мест, проходной балл оставил 185. Правда, декан факультета Владимир Бахарев отмечает, что только часть студентов приходит с четким представлением о том, что они хотят стать пивоварами или виноделами, некоторые идут за профессией по совету родителей, либо просто за дипломом. В 2021 году будущим пивоварам нужно сдать русский, математику, и физику или химию на выбор. Впрочем, все участники дискуссии – представители вуза и пивоваренных предприятий, среди которых пивовары "Балтики", "Русской охоты", пивоварен "Крафтовъ", "Богатое" и компании по продаже пивоваренного оборудования Vilek Filtry сошлись во мнении, что просто за дипломом вообще не стоит идти в вуз, так как никаких гарантий само по себе его наличие не дает.

Пивовары сошлись во мнении, что высшее образование - это необходимое условие для роста и развития в профессии. Без образования, например, не построить карьеру на крупном производстве.

"Наличие высшего профильного образования – обязательное условие для пивовара "Балтики". Общее понимание микробиологии, физики и химии процессов, а также сам навык учиться, систематизировать знания и анализировать информацию способно дать базу, необходимую для профессионального развития и роста, так как пивовары на "Балтике" должны разбираться и в технологии, и в контроле качества, и в обслуживании оборудования, и постоянно учиться новому - отмечает **Денис Панарин**, главный пивовар филиала "Балтика-Самара". – Если к нам приходит заинтересованный в развитии сотрудник, перед ним открываются большие перспективы. С хорошим английским – практически безграничные возможности для международной карьеры в Carlsberg Group".

Чтобы поощрить интерес к профессии и мотивировать студентов на учебу пивовары договорились о кураторстве проектной работы на базе профильной специальности в вузе. Проекты под кураторством пивоваров могут появиться в рамках учебной практики и трека "Технологическое предпринимательство" СамГТУ уже со следующего учебного года. "Проектная работа – отличный способ вовлечь студентов в актуальные производственные вопросы, познакомить с оборудованием и технологиями, а также иметь возможность выделить наиболее перспективных студентов для кадрового резерва", - считает начальник производственной лаборатории "Балтики-Самара", член ГАК факультета пищевых производств СамГТУ **Алла Мурашкина**.

"Балтика-Самара" - партнер "Самарского политеха" с самого момента основания филиала. В 2003 году, с появлением завода "Балтики" в регионе, на факультете пищевых производств СамГТУ была основана кафедра





бродильных производств и биотехнологии, открыт целевой набор на технологов пивоваренного производства. Филиал является крупнейшим работодателем в отрасли в регионе и надежным партнером вуза в подготовке профессиональных кадров: студенты "политеха" проводят практику и участвуют в программах стажировок компании.

Для справки: Название компании: Пивоваренная компания Балтика, ООО Адрес: 194292, Россия, Санкт-Петербург, 6-й Верхний переулок, д. 3 Телефоны: +7(812)3266637; +7(812)3299100; +7(800)3333303; +7(963)3032251; +7(963)3030254 Факсы: +7(812)3269044 E-Mail: pr@baltika.ru; post@baltika.ru Web: <http://corporate.baltika.ru> Руководитель: Шерстенников Денис, президент; Шерстенников Денис Владимирович, Президент (INFOLine, ИА (по материалам компании) 10.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Совладелец Kopix прокомментировал сообщения о сделке с Carlsberg.

Ранее "Коммерсантъ" обнаружил в отчетности структуры Carlsberg Group — "Хоппи Юнион" — информацию о возможном приобретении долей в "Коникс Бревери" за 150 млн рублей.

Гендиректор "Хоппи Юнион" Игорь Майоркин подтвердил, что компания рассматривает покупку долей в Kopix как один из вариантов развития.

Совладелец Kopix Олег Татуев в переписке с корреспондентом Profibeer отметил: "Сделки сейчас нет. Есть разговоры о сделке. Что касается слов гендиректора "Хоппи Юнион", не могу комментировать планы Carlsberg", — написал Олег Татуев.

Для справки: Название компании: Хоппи Юнион, ООО Адрес: 194292, Россия, Санкт-Петербург, пер. 6-й Верхний, 3 Телефоны: +7(812)3262158 Руководитель: Майоркин Игорь Анатольевич, генеральный директор; Головня Роман Александрович, генеральный директор (PROFIBEER 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Балтику" разбавят крафтом. "Коммерсантъ". 7 июня 2021

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

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

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости компании AB InBev Efes

AB InBev разработала самую легкую пивную бутылку в мире.

Революционные инновации в производстве стекла помогут значительно сократить выбросы CO₂

Крупнейшая пивоваренная компания в мире AB InBev (производитель BUD, Stella Artois, Beck's, Corona Extra и др.)

разработала самую легкую в мире пивную бутылку с удлиненным горлышком. Учитывая объемы производства, только в Европе использование такой технологии позволит ежегодно сокращать эмиссии углекислого газа в объеме, сопоставимом с выбросами от 62 тысяч автомобилей.

Компании AB InBev удалось снизить вес своей стандартной пивной бутылки с удлиненным горлышком со 180 до 150 граммов, сократив таким образом объем выбросов CO₂ на 17% в пересчете на производство одной бутылки. С учетом того, что на упаковку в среднем приходится порядка 50% углеродного следа, такие инновации являются важным шагом в достижении глобальной цели компании в области устойчивого развития — снизить выбросы парниковых газов в цепочке поставок на 25% к 2025 году.

Разработкой первой в мире технологии по снижению веса стеклянной тары занимался Глобальный инновационно-технологический центр исследований и разработок "GITEC", расположенный в г. Лёвене (Бельгия). Новая методика сочетает в себе применение различных современных технологий для создания более экологичных бутылок, сохраняя при этом упаковку безопасной и надежной для обеспечения высокого качества пива.

"На протяжении многих лет одним из приоритетов AB InBev остается снижение веса наших бутылок. Новая экологичная технология изготовления стеклянной тары стала прорывом, способствующим уменьшению углеродного следа при производстве стеклянных бутылок. Успех научно-технических разработок — результат эффективного сотрудничества с нашими партнерами в стекольном производстве, обмена опытом и совместной работы над новым покрытием для стекла и повышением его прочности", — отметил **Фредерик Де Грааф, глобальный директор направления разработки упаковочных технологий компании AB InBev.**

Работая над проектом, компания столкнулась с рядом технологических трудностей, связанных с прочностью бутылок пониженной массы. *"Качество и безопасность упаковки - это те вещи, которые не подлежат обсуждению, поэтому перед выходом новой тары на рынок, она проходит всестороннее тестирование, так как уменьшение массы могло сказаться на прочности бутылки. Как вы знаете, пиво — это газированный напиток, и при определенных температурных условиях внутреннее давление в бутылке может возрасти из-за расширения газа. Также было необходимо учитывать скорость работы наших линий розлива, оказывающих высокие ударные нагрузки на бутылки. В итоге сочетание современного оборудования, опытных операторов и совершенствования производственных процессов помогли нам разработать эту инновационную технологию",* — отметил **Фредерик Де Грааф.**

В настоящее время компания AB InBev изучает способы вывода новой бутылки на рынок. В первую очередь она появятся в тех странах Европы, где применяется невозвратная тара. Для стран, использующих возвратную тару, группа ученых центра "GITEC" будет разрабатывать технологию снижения веса бутылок, совместимую с многократным использованием.

Компания AB InBev стремится к тому, чтобы к 2025 году 100% собственной продукции выпускалось в оборотной таре или упаковке, изготовленной из преимущественно переработанных материалов.

Для справки: Название компании: *АБ ИнБев Эфес, АО (AB InBev Efes)* Адрес: *121614, Россия, Москва, ул. Крылатская, 17 корп. А, Бизнес-парк «Крылатские холмы»* Телефоны: *+7(495)9602360; +7(800)3338101* Факсы: *+7(495)9602362* E-Mail: mail@ab-inbev.com; info@abinbevefes.com Web: <https://suninbev.ru> Руководитель: *Шпаков Дмитрий, президент; Губка Андрей, Председатель Совета директоров (INFOLine, ИА (по материалам компании) 09.06.21)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Президент AB InBev Efes и глава Мордовии обсудили развитие сотрудничества.

На ПМЭФ-2021 президент AB InBev Efes Дмитрий Шпаков и и.о. главы Мордовии Артем Здунов обсудили возможности развития долгосрочного сотрудничества.

Артем Здунов отметил, что регион выступает за сохранение пивоваренных мощностей и объемов производства. Поэтому стороны договорились в течение двух месяцев подготовить программу увеличения производства.

Сотрудничеством довольна и другая сторона:





— Мы планируем дальнейшее развитие нашего производства в регионе. Благодаря партнерству с Республикой Мордовия мы смогли создать полноценный производственный кластер, объединяющий в себе выращивание в регионе сельскохозяйственного сырья на основе лучших мировых технологий, его дальнейшую переработку и последующее производство пива. Одно рабочее место на нашем предприятии создает более 10 рабочих мест в смежных отраслях, включая агрокомплекс, а загрузка мощностей по производству солода в Саранске показывает хорошие темпы роста. Закупки пивоваренного ячменя у сельхозпредприятий региона в среднем составляют 25 тыс. тонн ежегодно, — говорит Президент АВ InBev Efes Дмитрий Шпаков.

Отдельное внимание стороны уделили повышению экологичности производства. Так, весной 2021 года компания перевела завод в Саранске на поставки энергии из возобновляемых источников. Также компания и регион договорились о реализации соцпроектов по благоустройству, развитию промышленного туризма и культуры ответственного потребления алкоголя.

Для справки: Название компании: *АБ ИнБев Эфес, АО (AB InBev Efes)* Адрес: *121614, Россия, Москва, ул. Крылатская, 17 корп. А, Бизнес-парк «Крылатские холмы»* Телефоны: *+7(495)9602360; +7(800)3338101* Факсы: *+7(495)9602362* E-Mail: mail@ab-inbev.com; info@abinbevefes.com Web: <https://suninbev.ru> Руководитель: *Шпаков Дмитрий, президент; Губка Андрей, Председатель Совета директоров (PROFIBEER 11.06.21)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Врио губернатора Ульяновской области Алексей Русских и руководство АВ InBev Efes обсудили перспективы развития предприятия в регионе.

Завод компании является одним из крупнейших налогоплательщиков региона — объем отчислений в консолидированный бюджет с 2018 по 2020 годы составил порядка девяти миллиардов рублей. Глава региона Алексей



Русских встретился с президентом пивоваренной компании Дмитрием Шпаковым на площадке ПМЭФ.

"Компания АВ InBev Efes продолжает наращивать закупки ячменя у местных производителей и инвестировать в развитие сельскохозяйственной отрасли Ульяновской области. На сегодня годовой объем закупок превысил 50 тысяч тонн. Мы будем продолжать сотрудничество на благо региона, будем работать над совместными проектами и созданием комфортных условий для работы крупного инвестора", - отметил Алексей Русских.

На встрече президент АВ InBev Efes Дмитрий Шпаков подтвердил, что компания продолжит развивать в регионе Глобальную Агропрограмму, которая помогает обеспечивать высокое качество пивоваренного ячменя, закупаемого у местных производителей, и его соответствие международным стандартам. Он отметил, что Правительство Ульяновской области является важным стратегическим партнером для компании. "За три года после старта Агропрограммы объемы закупок компанией ячменя у местных сельхозпредприятий увеличились в восемь раз, обеспечив дополнительный спрос и уровень занятости в агрокомплексе региона. Мы планируем и дальше развивать проекты в области сельского хозяйства в Ульяновской области", — сказал Дмитрий Шпаков.

Благодаря партнерству объемы производства на ульяновском заводе и налоговых отчислений компании в региональный бюджет за 2017-2020 годы выросли более чем в 1,5 раза. Инвестиции за этот же период выросли более чем в пять раз.

Также ульяновское предприятие вносит вклад в социально-экономическое развитие региона, реализуя проекты по благоустройству, развитию промышленного туризма, благотворительные и социально-значимые проекты. В 2020 году в рамках глобальной стратегии по устойчивому развитию компания перевела местный производственный комплекс на электроэнергию из возобновляемых источников. По итогам года из альтернативных источников получено 48% энергии.

Кроме выпуска линейки пивоваренной продукции, на базе завода в Ульяновске действует Единый центр обслуживания, который обеспечивает основной цикл рутинных операций компании для поддержки бизнеса по всей стране.

Для справки: Название компании: *АБ ИнБев Эфес, АО (AB InBev Efes)* Адрес: *121614, Россия, Москва, ул. Крылатская, 17 корп. А, Бизнес-парк «Крылатские холмы»* Телефоны: *+7(495)9602360; +7(800)3338101* Факсы: *+7(495)9602362* E-Mail: mail@ab-inbev.com; info@abinbevefes.com Web: <https://suninbev.ru> Руководитель: *Шпаков Дмитрий, президент; Губка Андрей, Председатель Совета директоров (Сайт губернатора и правительства Ульяновской области 07.06.21)*

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости пивоваренных компаний

"Булгарпиво" готовит отправку ещё одной партии напитков в ДНР.

Две недели назад в Донецкую народную республику ушли две 20-ти тонные фуры с челнинским пивом. Отличное пиво по хорошей цене быстро и с удовольствием потребители, и попросили, не мешкая, снарядить очередную партию прохладительных напитков "Булгарпиво".

На следующей неделе с конвейера челнинского завода начнётся загрузка ещё одной двадцатитонной фуры, в которой за границу поедет не только любимейшее днровцам пиво, но и отменный челнинский квас.



Для справки: Название компании: *Булгарпиво, ОАО* Адрес: 423800, Россия, Республика Татарстан, Набережные Челны, Хлебный Проезд, 37 Телефоны: +7(8552)305400 Факсы: +7(8552)551934 E-Mail: inform@bulgarpivo.ru Web: www.bulgarpivo.ru Руководитель: Якушев Руслан Рифкатович, генеральный директор (INFOline, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Аудит АО "Тандер" присвоил высшую категорию "Белому Кремлю".

Сегодня стало известно аудиторское заключение АО "Тандер" внешней проверки производственной площадки "Пивоваренный завод "Белый Кремль" компании "Татспиртпром". Предприятию присвоена высшая группа соответствия чек-листу требований партнера.

В конце мая текущего года представитель одного из ведущих российских ритейлеров провел аудит пищевого производства по инфраструктуре, санитарно-гигиеническим требованиям, хранению и транспортировке, производству, контролю качества и другим блокам.

Программа ежегодного аудита поставщика предусматривает регулярные проверки пищевых производств. Общая оценка предприятия классифицируется по четырем категориям: категория "А" - предприятие отвечает требованиям чек-листа, "В" - выявлены незначительные отклонения требований стандартов качества, "С" – потенциальный риск нарушений стабильности качества, "D" – наличие критических несоответствий.

Ильдар Залаков, директор пивоваренного завода "Белый Кремль":

"Одним из ключевых моментов в системе взаимоотношений "заказчик-поставщик" является оценка поставщика. Это хорошо понимает руководство компании, коллектив завода, поэтому у нас в приоритете стабильно соответствовать согласованным требованиям наших партнеров, включая качество продукции, сроки и форму поставки, цену, наличие системы менеджмента качества".

Пивоваренный завод "Белый Кремль" наряду с производимыми флагманскими брендами "Белый Кремль", "Жигулевское", "Хмельные раки", "Slavny pivovar", "Schlosskeller" является поставщиком АО "Тандер", в частности в торговой сети магазинов "Магнит" пива собственной торговой марки "Frau Danke", и в ближайшее время планируется расширение ассортиментного портфеля СТМ.

Для справки: Название компании: *Филиал АО Татспиртпром Пивоваренный завод Белый Кремль* Адрес: 420111, Россия, Республика Татарстан, Чистополь, ул. Промышленная, 16 Телефоны: +7(843)5673401 E-Mail: dir@tatspiritprom.ru Web: <https://kremlinbeer.ru> Руководитель: Залаков Ильдар, генеральный директор (INFOline, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Удержать марку: "Почта России" создает бренд для продажи мяса и пива. "Известия". 8 июня 2021

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

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

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Новости рынка сырья

Чувашия увеличила экспорт хмеля.

Чувашский Минсельхоз сообщил, что с января по май 2021 года регион экспортировал 12,2 тонн шишек хмеля, что равняется 70% от всего объёма экспорта в 2020 году. При этом в стоимостном выражении поставки увеличились в 16 раз.

Пивоваренное сырьё из Чувашии отправляется в Киргизию, Азербайджан и Казахстан. При этом в апреле 2021 года "Чувашихмельпром" зарегистрировал товарный знак "Чувашский хмель", чтобы помочь развитию и продвижению бренда чувашского хмеля на мировом рынке. (PROFIBEER 07.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Зарубежные новости рынка пива

В Беларуси вводят лицензирование импорта товаров из Украины, в том числе пива.

В Беларуси вводят разовое индивидуальное лицензирование товаров из Украины. Новый порядок лицензирования импорта коснется украинского шоколада, соков и пива, стройматериалов, бытовой и сельскохозяйственной техники, товаров для ремонта, мебели, сообщает ресурс 1prof.by.

В соответствии с опубликованным в субботу постановлением Совмина от 26 мая № 292, в перечень включены почти 2 десятка позиций.

"Кондитерские изделия из сахара (включая белый шоколад); шоколад и прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао; соки фруктовые и овощные; пиво; плиты древесностружечные; плиты древесноволокнистые; обои и аналогичные настенные покрытия; бумага туалетная, отдельные виды картонной и бумажной упаковки; кирпич строительный прочий из керамики; плитка керамическая неглазурованная; ампулы стеклянные; прочие радиаторы и их части из черных металлов; машины сельскохозяйственные для подготовки и обработки почвы и их части; стиральные машины; мебель для сидения и ее части; мебель прочая и ее части", – говорится в документе.

Решение принято в связи с систематическим нарушением Украиной принципов свободной торговли и в соответствии с подп.1.5 п.1 Указа Президента Республики Беларусь от 5 апреля 2016 года № 124 "О государственном регулировании внешнеторговой деятельности".

Отметим, что ограничительные меры вступят в силу через 10 дней после официального опубликования постановления и будут действовать в течение полугода.

Министерство иностранных дел Беларуси должно уведомить Евразийскую экономическую комиссию и проинформировать исполнительный комитет СНГ о принятых мерах в отношении Украины.

По словам первого замглавы белорусского МИД Александра Гурьянова, Беларусь готова вернуть режим свободной торговли в полном объеме, если Киев пересмотрит свои антидемпинговые и защитные меры. (E-Malt.ru 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Zibert Белое" - новое нефilterованное белое пиво на рынке Украины.

Продолжая активную экспансию на национальном рынке, ТМ "Zibert" объявляет о расширении линейки и запуске нового сорта "Zibert Белое" — традиционного нефilterованного белого пива в формате ПЭТ-бутылки объемом 0,9 л, сообщает "Пивное дело".

"Zibert Белое" обладает свежим сладко-терпким вкусом с ярко выраженным ароматом цедры апельсина и кориандра. Ароматные сорта хмеля и пшеничный солод делают вкус напитка насыщенным и мягким, а кориандр привносит изящную пряность.

"ТМ „Zibert“ является одним из основных брендов в пивном портфеле компании „Оболонь“, поэтому ее динамичное развитие всегда в приоритете. Сегодня „Zibert“ становится более привлекательным как для лояльных потребителей бренда, так и для потребителей других марок, что подтверждается наращиванием инкрементальных показателей", — говорит директор по маркетингу Василий Шилов.

"Zibert" — это качественное пиво, сваренное в соответствии с немецкими традициями. Сегодня вниманию потребителей представлено сразу три оригинальных сорта — "Светлое", "Баварское" и "Белое". Все позиции изготавливаются на "Пивоварне Зиберта", где в течение века хранятся и поддерживаются лучшие традиции немецкого пивоварения, основанные Юлиусом Зибертом еще в 1906 году. Богатая история формирует богатый вкус пива, в котором воплощен вековой опыт пивоваров и неизменно высокое качество. (E-Malt.ru 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

"Оболонь": "BeerMix Energy" - новинка среди пивных миксов.

Уже почти 20 лет "BeerMix" остается на вершине популярности среди брендов пивных миксов. Именно компания "Оболонь" в начале двухтысячного начала в Украине новый сегмент - специальное пиво с фруктовыми вкусами.

Как первооткрыватель категории "Оболонь" не только удачно следует трендам рынка, но и первой задает их. Поскольку сегмент пивных миксов не стоит на месте, всегда актуальны запуски интересных и нестандартных новинок, которые будут "драйвить" аудиторию. Ведь целевая аудитория "BeerMix" - это молодежь, которая готова экспериментировать и стремится инноваций во всем, в том числе и во вкусах. Именно поэтому "Оболонь" выводит на рынок интересную новинку - "BeerMix Energy", микс пивного коктейля и энергетика.

"BeerMix Energy" - это неповторимое сочетание вкуса энергетика с легкой пивной горчинкой. Этот микс из добавлением кофеина создан для драйвовых людей, которые стремятся бодрости, инноваций и экспериментов во вкусах, двигаются только вперед к новым вершинам, игнорируя обыденность. Они не знают усталости и не





привыкли говорить "нет" своему желанию. Поэтому "Beermix Energy" может стать их приятным спутником и добавить оригинального вкуса на пути к новым достижениям.

Содержание алкоголя в напитке составляет 6%. Новинка уже запущена в продажу в удобном формате ж / б 0,5 л и имеет национальную дистрибуцию.

"Beermix Energy" - драйвовый вкус и новые эмоции!

Для справки: Название компании: *Оболонь, ЧАО* Адрес: *04655, Украина, Киев, ул. Богатырская, 3* Телефоны: *+380(44)4128410* Факсы: *+380(44)2014781* Web: <http://www.obolon.ua> (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Группа Pearl Jam выпустила новое пиво.

Рок-группа Pearl Jam выпустила новый сорт пива. Напиток, получивший название MPS Pool Ale, представляет собой пейл-эль крепостью 5%, охмелённый сортом Lemondrop.

Пиво было сварено пивоварней KettleHouse Brewing Co., находящейся в Миссуле, штат Монтана. Приурочен релиз к первому онлайн-показу ранее не демонстрировавшегося широкой публике концерта Pearl Jam в Миссуле, прошедшего в августе 2018 года. Концерт можно будет посмотреть на сервисе Nugsnet 18-21 июня.

— MPS Pool Ale — это лёгкое, питкое пиво с цитрусовыми нотами мандарина и лимонной корки. Оно было создано, чтобы наслаждаться живой музыкой, и мы хотим, чтобы, включив запись шоу Pearl Jam, слушатели могли бы представить себя на концерте, с пивом в руке, — сказал главный пивовар KettleHouse Зак Нельсон.



Вырученные от продажи пива средства будут направлены в благотворительную организацию Montana Pool Service, основанную бас-гитаристом группы Джеффом Аментом, уроженцем Монтаны. Montana Pool Service строит в сельской местности скейт-парки мирового уровня, чтобы привлечь к спорту молодёжь.

За свою более чем тридцатилетнюю историю группа Pearl Jam выпускает уже не первое пиво. В 2018 году в родном для группы Сиэтле пивоварня Georgetown Brewing выпустила пиво под названием The Home Shows. А в 2011-м пивоварня Dogfish Head сварила в честь двадцатилетия группы сорт под названием Faithful Ale. Более того, выпускалось под маркой группы и вино: в штате Вашингтон группа виноделов Underground Wine Project выпустила набор вина под названием Home X Away с этикетками, разработанными дизайнерами Pearl Jam. (PROFIBEER 11.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)

Несмотря на снятие локдауна, британским малым пивоварням приходится трудно.

Несмотря на возобновление работы пабов и ресторанам, британским малым пивоварням приходится трудно: острая конкуренция на рынке существовала ещё до пандемии, и пережить кризис удалось не всем.

Число пивоварен в Британии в 2020 году сократилось, впервые за 18 лет. За предыдущее десятилетие количество предприятий выросло практически вдвое, до 1823, такие данные приводит CAMRA.

— Сегодня многие крафтовые пивоварни держатся на плаву благодаря выплатам от государства на сотрудников и торгуются с контрагентами по срокам оплаты и заморозкам платежей. Когда всё это закончится, им придётся трудно, — сказал управляющий директор консалтинговой компании Drinks Adviser Дейв МакКарти.

— Люди думают, что, раз пабы теперь открылись — всё в порядке. Но сейчас продаётся только 65 процентов от обычного объёма продаж пива, — добавил исполнительный директор Сообщества независимых пивоваров SIBA Джеймс Колдер.

Некоторые видят в этой ситуации возможность развития. Частный инвестор Люк Джонсон закрыл сделку по приобретению за 5 млн фунтов пивоварни Curious Brewery у винодельческой компании Chapel Down и намерен продолжить приобретать другие бренды. "В ближайшие 12 месяцев будет достаточно крафтовых пивных брендов, которым нужна рекапитализация, и у нас есть для этого ресурсы", — заявил инвестор.

По оценкам SIBA, во время последнего локдауна крафтовые пивоварни сжигали в среднем 5 тысяч фунтов ежемесячно, так как помощи из бюджета было недостаточно для покрытия расходов.

Некоторым пивоварням удалось успешно использовать краудфандинг. Например, микропивоварня Hunter's привлекла почти 17 тысяч фунтов от своих лояльных клиентов. Вскоре её владелец Пол Уокер надеется нанять новый персонал. Однако у него до сих пор остаются долги по налогам из-за сокращения продаж через пабы и рестораны.



Даже до пандемии конкуренция между малыми пивоварнями была интенсивной: на долю более чем 1800 независимых пивоварен приходилось всего лишь 10 процентов рынка общей стоимостью около 20 млрд долларов, а остальные 90 процентов контролировали транснациональные компании.

— Множество людей пьют дифирамбы 47 разным видам крафтового пива, но на самом деле только примерно пяти удалось прорваться, и четыре принадлежат крупным компаниям, — сказал один из бывших крафтовых пивоваров.

Некоторые пивоварни заключили сделки с крупными компаниями: в феврале лондонская Brixton Brewery была полностью выкуплена Heineken, а крупная шотландская пивоварня Innis & Gunn продала долю крупному производителю напитков C & S Group. Некоторым пивоварням выжить не удалось, в том числе принадлежащим крупным компаниям: так, Molson Coors закрыла лондонскую Hop Stuff.

После возобновления работы заведений малые производители могут столкнуться с проблемами доступа на краны: по словам Джеймса Колдера, крупные производители предложили пабам бесплатные поставки пива в обмен на заключение контрактов на два или три года. Находясь в трудной финансовой ситуации, владельцы пабов вынуждены были заменить продукцию малых производителей пивом от крупных пивоваренных компаний.

Ещё один риск — изменение системы акцизообложения. Обсуждается идея снизить порог объёма производства, при котором пивовары могут пользоваться сниженными ставками. Однако есть и инициатива, поддерживаемая более чем ста парламентариями, о снижении акциза на пиво в пабах, чтобы поддержать их в конкурентной борьбе с супермаркетами. (PROFIBEER 07.06.21)

[К СОДЕРЖАНИЮ](#)



Периодические 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 5000 СМИ, материалов федеральных и региональных органов власти, а так же 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
"Пищевая промышленность и рынок продуктов питания РФ"	2 раза в неделю	6 000 руб.
"Агропромышленный комплекс РФ - Инвестиции и развитие"	2 раза в неделю	6 000 руб.
"Инвестиции в АПК и пищевую промышленность РФ"	Еженедельно	10 000 руб.
"Рынок слабоалкогольных и безалкогольных напитков, пива РФ"	Еженедельно	5 000 руб.
"Рынок крепких алкогольных напитков РФ"	Еженедельно	5 000 руб.
"Рынок мучной и хлебопекарной продукции РФ"	Еженедельно	5 000 руб.
"Рынок кондитерской продукции РФ"	Еженедельно	5 000 руб.
"Рынок масел и жиров РФ"	Еженедельно	5 000 руб.
"Рынок молока, молочной продукции и молочного животноводства РФ"	Еженедельно	5 000 руб.
"Рыбная промышленность, рыбоводство и рыбный промысел РФ"	Еженедельно	4 000 руб.
"Птицеперерабатывающая промышленность и птицеводство РФ"	Еженедельно	4 000 руб.
"Мясоперерабатывающая промышленность и животноводство РФ"	Еженедельно	5 000 руб.
"Рынок упаковки и тары РФ и мира"	Еженедельно	5 000 руб.
"Розничная торговля РФ"	Ежедневно	10 000 руб.
"Розничная торговля продуктами питания и торговые сети FMCG РФ"	Ежедневно	5 000 руб.
"Рекламная и маркетинговая деятельность РФ и мира"	Еженедельно	4 000 руб.
"Рынок общественного питания РФ"	Еженедельно	6 000 руб.

Услуга №2: 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
"Инвестиционные проекты в АПК и пищевой промышленности РФ"	Ежемесячно	5 000 руб.
"Russian consumer market and FMCG retail chains rating"	Ежемесячно	20 000 руб.
"Состояние потребительского рынка России и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ"	Ежемесячно	20 000 руб.
"Foodtech: онлайн-торговля и службы доставки. Рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail"	Ежеквартально	50 000 руб.

Услуга №3: Банк новинок

(структурированное описание новых продуктов на рынке)

Периодический обзор ["Банк новинок на рынке продуктов питания"](#) – это отраслевой обзор, включающий в себя структурированное описание новых продуктов, вышедших на рынок продуктов питания и напитков (B2C). Данный продукт будет полезен всем производителям, дистрибьюторам, представителям розничной торговли для отслеживания конкурентной среды, тенденций на рынке, управления ассортиментным портфелем, специалистам отделов маркетинга и продаж предприятий, производящих продукцию и оказывающих услуги промышленным предприятиям. 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/периодичность	Стоимость (без НДС)
"Банк новинок на рынке мясных продуктов и деликатесов"	Ежемесячно	10 000 руб.
"Банк новинок на рынке замороженных полуфабрикатов"	Ежемесячно	10 000 руб.
"Банк новинок на рынке молока и молочных продуктов"	Ежемесячно	10 000 руб.
"Банк новинок на рынке хлеба и хлебобулочных изделий"	Ежемесячно	10 000 руб.
"Банк новинок на рынке мучных кондитерских изделий"	Ежемесячно	10 000 руб.
"Банк новинок на рынке шоколада и сахаристых кондитерских изделий"	Ежемесячно	10 000 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 (812) 322-6848 тел./fax (495) 772-7640 или по почте retail@infoline.spb.ru