

# Импортёры ввезли по полбутылки

## Поставки иностранного алкоголя в январе-феврале сократились на 40–60%

**Продавцы элитного алкоголя готовятся к снижению спроса на их продукцию из-за кризиса. Согласно данным Федеральной таможенной службы (ФТС), крупнейшие импортёры Diageo, Bacardi, Whitehall и «Рус Инк» за январь-февраль снизили поставки в Россию на 40–60% по сравнению с аналогичным периодом 2008-го. Одновременно начала снижаться и средняя стоимость ввозимого алкоголя.**

В распоряжении „Б" оказались данные ФТС по объемам ввоза алкоголя крупнейшими импортёрами за январь-февраль 2009 года. Оказалось, что, например, Bacardi (вермуты Martini и Bacardi, водки Finlandia и Grey Goose) сократил поставки с 3,2 млн л за первые два месяца 2008 года до 1,3 млн л. «ВХИмпорт» (импортёр продукции холдинга Whitehall-коньяка Hennessy, шампанского Krug, Veuve Clicquot, Dont Perignon, Moet & Chandon) — с 815 тыс. л до 400 тыс. л, «РусИнк» (коньяк Remy Martin, вермуты Cinzano и Сатрап) — с 1 млн л до 0,58 млн л. Самый существенный провал — у компании Diageo (виски Johnnie Walker; ликер Baileys, джин Gordon's): если в январе-феврале прошлого года компания ввезла 1,3 млн л алкоголя, то за этот же период 2009-го — всего 139 тыс. л.

Оперативно получить комментарий российского офиса «Бакарди Рус» не удалось, мобильные телефоны акционера Whitehall Марка Кауфмана и гендиректора Евгения Полищука не отвечали, в «Рус Инк» и Diageo цифры не комментируют. В компаниях Nemiroff и ILS (таможенный брокер, импортирует вино для сторонних заказчиков) подтвердили, что их внутренние данные совпадают с имеющимися в распоряжении „Б".

По словам источника в «Рус Инк», падение ввоза вызвано тем, что в середине 2008 года импортёры не смогли предвидеть снижения спроса в ноябре-декабре и делали заказы на предновогодние поставки из расчета 15–20-процентного роста по сравнению с концом 2007 года. Поэтому у компаний скопились обширные стоки.

Падение спроса уже зафиксировали и ритейлеры. По словам директора по закупкам управляющей компании группы «Виктория» Вячеслава Волкова, падение в премиальном сегменте импортного алкоголя началось с января, когда его продажи сократились на 20%. «В феврале падение продаж премиального и субпремиального (в классификации „Бизнес Аналитики" — от 150 руб. за 0,5 л. — „Б") импортного алкоголя продолжилось, средний сегмент (110–150 руб. — "Б") тоже немного упал, а низкий (дешевле 110 руб. — „Б") вырос

до 10%», — констатирует господин Волков. «Смещение спроса в сторону более дешевой продукции» в сети Real заметили уже в конце декабря, «и в новом году эта тенденция только усилилась», подтверждает пиар-директор компании Елена Асанова.

Падение спроса на элитный импортный алкоголь в первую очередь связано с его подорожанием в среднем на 30%, уверена она. Первая волна повышения отпускных цен прошла еще в конце 2008 года. С 1 октября поднялись на 15–30% Bacardi, на 15% с 25 декабря — «Рус Инк» (см. „Б" от 26 декабря 2008 года). В 2009-м повышение цен продолжилось. Как рассказал „Б" топ-менеджер крупной дистрибуторской компании, российский офис Diageo объявил о повышении цен в среднем на 15–20% с 1 февраля еще в конце 2008 года. «Рус Инк» объявил об очередном повышении в конце февраля (виски Grant's подорожало на 24%, коньяк Eerny Martin — на 21–15%, вермуты Samragi — на 28%). С 10 марта йа 6–12% вновь повысил цены на продукцию Bacardi, с 1 апреля — на 5–15% выфастут в цене бренды Pernod Ricard (виски Ghivas Regal, Jameson, коньяк Martell, джин Beefeater).

Внешнеторговая статистика свидетельствует, что сами импортёры не уверены, что спросом дорогая продукция будет востребована. По данным компании ILS, средняя инвойсная (то есть декларируемая на таможне) стоимость ввозимой водки снизилась с \$2,60 за 1 л в январе—октябре 2008 года до \$2,44 в ноябре 2008—феврале 2009-го, коньяка и бренди — с \$11,97 до \$10,54, а вина — с \$4,05 до \$3,08.

**Анна Рябова, Кристина Бусько**

### Крупнейшие импортёры алкоголя в Россию

Компания	Ввезла в январе-феврале 2008 года (млн л)	Ввезла в январе-феврале 2009 года (млн л)	Изменение (%)
«Лудинг»	6,8	7	3
«Мегаполис»	2,6	3,5	35
«Немирофф»*	4,3	2,5	-42
ILS	1,8	2	11
«Моро»	4,0	1,6	-60
«Бакарди Рус»	3,3	1,3	-61
«Мозель»	1,8	1,3	-28
«П.Р. Русь»	1,0	1,3	30
«Алианта»	1,8	1,3	-28
«ВиВайн»	1,4	1	-29
«Терминал-Сервис»	1,4	0,9	-36
«Вастом»	1,4	0,7	-50
«Эко-Алко»	н/д	0,6	н/д.
«Рус Инк»	1,0	0,6	-40
НПК «Сервис»	0,4	0,5	25

\*С лета 2008 года компания перенесла в другие регионы некоторые бренды импортного алкоголя в Россию. Источник: ФТС