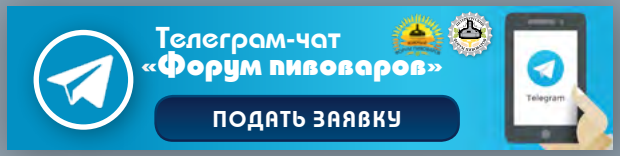
ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ

Индустрия НАПИТКОВ НОВОСТИ

Для специалистов в сфере производства алкогольных и безалкогольных напитков

10.03.2025–
16.03.2025



ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР **Михаил Сгибнев**

НАУЧНЫЙ РЕДАКТОР **Андрей Букин (канд. техн. наук)**

ДИЗАЙН И ВЕРСТКА **Татьяна Федорова**

КОРРЕКТОР **Ольга Федотова**

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ОТДЕЛ **Дарья Сгибнева**

МАРКЕТОЛОГ **Вероника Котова**

АДМИНИСТРАТОР **Яна Князевская**

СИСТЕМНЫЕ АДМИНИСТРАТОРЫ **Айнур Мирзагалиев, Ильнур Мирзагалиев**

Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации ПИ № 77-14719 от 17 февраля 2003 г.

Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии.

Издатель: **ООО «Консалтинговая компания «ИНДУСТРИЯ НАПИТКОВ»**

По вопросам подписки и размещения рекламы обращаться по адресу:

195297, Россия, Санкт-Петербург, а/я 23.

Тел.: +7 (812) 603-49-48;
(911) 922-49-17, (911) 922-49-16

E-mail: magazine@beverage-industry.ru

www.beverage-industry.ru

Редакция не несет ответственности за содержание информационных и рекламных материалов.

СПОНСОР БЮЛЛЕТЕНЯ

СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД И КОНЦЕНТРАТЫ

«СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД» – производство солода и концентрата квасного сусла



ЕДИНОРАЗОВАЯ СКИДКА ПО ПРОМОКОДУ: «ИНДУСТРИЯ НАПИТКОВ» 10%

Концентрат квасного сусла

ГОСТ 28538-2017

Состав: мука ржаная, солод ржаной ферментированный, солод ржаной неферментированный, вода питьевая.

Пищевая и энергетическая ценность в 100 г: белки 5 г, углеводы 65 г, 285 ккал/1210 кДж

Экстракт солодовый ячменный

ТУ 10.89.19-002-43639474-2023

Состав: солод ячменный пивоваренный, вода питьевая.

Пищевая и энергетическая ценность в 100 г: белки 5 г, углеводы 70 г, 300 ккал/1275 кДж

- Концентраты и экстракты разливаем в удобный для вас вид тары: автоцистерны, еврокубы, бочки, бочонки и канистры.
- На каждую партию продукции оформляется удостоверение о качестве и безопасности.
- Вся продукция имеет декларации о соответствии «Евразийского экономического союза».

ООО «Прибой»
353602, Россия, Краснодарский край,
станица Староминская, ул. Краснощербиновская, 37А
Тел.: +7 (928) 847-05-47; +7 (928) 20-320-38
E-mail: k129@kwas.ru, priboy@kwas.ru
www.kwas.ru



Содержание

Мир: производители виски решили приостановить выпуск напитков 4

16.03.2025 Крупные мировые производители виски решили приостановить выпуск алкогольных напитков. Об этом пишет The Drinks Business.

Белоруссия: скоро будет принято решение по банкротству ОАО «Брестское пиво» 5

15.03.2025 Крупный производитель пива банкротится в Беларуси. Похоже, не сложилось с поиском новых инвесторов.

Франция: Pernod Ricard выпустит свой первый безалкогольный аперитив .. 6

14.03.2025 Французская компания Pernod Ricard выходит на рынок безалкогольных аперитивов и запускает производство Ramazzotti Aperitivo Arancia. Об этом пишет Just Drinks.

В Ростовской области запустили завод безалкогольных напитков за 2 млрд руб. 7

14.03.2025 В Ростовской области введен в эксплуатацию новый завод безалкогольных напитков, объем инвестиций в который превысил 2 млрд руб. Об этом сообщила пресс-служба правительства региона.

Производство пива и пивных напитков в РФ в январе–феврале выросло на 5,7% 8

14.03.2025 Пивовары РФ в январе–феврале этого года произвели 127,8 млн декалитров (дал) пива и пивных напитков, что на 5,7% больше, чем за аналогичный период прошлого года, сообщает Росалкогольтабакконтроль.

Пропивочный минимум 9

14.03.2025 Малые пивовары просят Минэкономики ускорить, используя Евразийскую экономическую комиссию (ЕЭК), принятие решения о введении минимальных цен на пиво в российской рознице. Они ссылаются на то, что не выдерживают конкуренции с крупными производителями, которые могут демпинговать за счет большого объема выпуска, порой продавая товар даже ниже себестоимости, либо за счет низкого качества продукции. Идея вызовет протест транснациональных пивоваренных компаний ЕАЭС, где у них традиционно сильное влияние, предупреждают эксперты.

«Фанагория» расширяет коллекцию вин в алюминиевых банках 11

14.03.2025 В марте «Фанагория» выпустила сухое розовое вино Rose. Frizzante в алюминиевой банке объемом 0,185 л. Первая партия выпущена тиражом 20 тыс. штук.

Испания: в стране выпустили джин по рецепту от искусственного интеллекта 12

13.03.2025 Испанский производитель спиртных напитков Beveland выпустил джин Aigin, для создания рецептуры которого применялся искусственный интеллект (ИИ), пишет Drinks International. Для разработки напитка семейная компания использовала алгоритмы, проанализировавшие более 2 млн комбинаций ингредиентов, методов дистилляции и мацерации.

Мир: Budweiser Brewing сократит штат для снижения расходов на 15% в 2025 году 13

13.03.2025 Пивоваренная компания Budweiser Brewing Co. Apac Ltd. планирует сократить тысячи рабочих мест в 2025 году, чтобы уменьшить расходы на фоне ослабления потребительского спроса в Китае, сообщает агентство Bloomberg со ссылкой на источники.

Оператор маркировки поспорил с пивоварами о доступности оборудования 14

13.03.2025 Оператор системы «Честный знак» Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ) заявил «РБК Вино», что дефицита оборудования для маркировки товаров или проблем с его поставками нет. 11 марта председатель совета Союза российских пивоваров Даниил Бриман сказал об увеличенных сроках поставки комплектующих, необходимых для внедрения экземплярной прослеживаемости тарированной пивоваренной продукции.

Великобритания: новый вкус Captain Morgan – сладкий чили и лайм 15

13.03.2025 Captain Morgan расширил линейку рома, представляя новый вкус: Sweet Chili Lime. Этот продукт сочетает в себе сладость, цитрусовые нотки и легкий привкус острого чили.

Розничные продажи российских вин выросли до 660 млн бутылок в 2024 году 16

13.03.2025 В 2024 году розничные продажи тихих и игристых вин, произведенных в России, достигли 660 млн бутылок объемом 0,75 л (порядка 495 млн л). Об этом сообщает РИА «Новости» со ссылкой на данные Роскачества.

Brandexpert «Остров Свободы» разработало новый фирменный стиль безалкогольных коктейлей Space 17

13.03.2025 Агентство Brandexpert «Остров Свободы» разработало новый фирменный стиль, логотип и дизайн упаковок лимонадов и безалкогольных коктейлей Space. Задачей стало создание новой визуальной стратегии, которая бы в полной мере соответствовала дерзкому и динамичному духу бренда, устремленного в космос.

Depot провело редизайн упаковки безалкогольных напитков Stom 18

13.03.2025 Брендинговое агентство Depot провело редизайн чеченского бренда безалкогольных напитков Stom. Необходимо было полностью изменить внешний облик всей продукции, включая чаи, соки и освежающий мохито. Было важно сохранить узнаваемость среди устоявшейся аудитории бренда, придав при этом свежий и современный вид, соответствующий актуальным трендам.

Объем производства водки с начала года оказался минимальным за девять лет 19

12.03.2025 Объем производства водки в январе–феврале 2025 года в России упал на 26,3% по сравнению с аналогичным периодом 2024 года и достиг минимальных значений с 2017 года.

Великобритания: Bloomberg рассказал о роли флешмоба с буквой "G" в росте продаж Guinness 21

12.03.2025 На росте продаж пива Guinness в Великобритании мог сказаться флешмоб-состязание под названием "Split the G" («Раздели букву "G"»), который стал популярным в X, TikTok и других соцсетях, пишет Bloomberg. За последние полгода продажи пива бренда выросли на 17%.

Великобритания: сидр стал вторым по популярности алкогольным напитком в барах страны 22

12.03.2025 Сидр стал второй после пива алкогольной категорией в пабах, барах и ресторанах Великобритании. Об этом говорится в отчете Heineken Cider Report 2025 The Cider House Rules.

Словакия: DS Smith и Martins Brewery сотрудничают в создании групповой упаковки пива 23

12.03.2025 Компания DS Smith, один из ведущих производителей экологичных упаковочных решений на основе целлюлозного волокна, сообщила о партнерстве с Martins Brewery в целях создания индивидуального экоустойчивого решения для групповой упаковки с ручкой на 6 стеклянных бутылок.

Getbrand разработало новый дизайн упаковки для соков «Дары Кубани» .. 24

12.03.2025 Агентство Getbrand разработало новый дизайн упаковки для сокового бренда «Дары Кубани». Дизайнеры придерживались стратегии преемственности, чтобы сохранить узнаваемость бренда и не отпугнуть существующих потребителей. В агентстве бережно относились к наследию бренда, добавляя лишь необходимые улучшения, чтобы сделать его более современным и привлекательным.

Мир: в ЕС проверят производителей безалкогольных напитков на предмет конкуренции 26

11.03.2025 Еврокомиссия проверяет производителей безалкогольных напитков в нескольких странах Евросоюза на предмет нарушения антимонопольного законодательства.

В России появятся новые производители соджу на фоне роста спроса 27

11.03.2025 В феврале два российских предприятия подали заявки в Роспатент на регистрацию товарных знаков для производства соджу. Так, томский завод «Кахети» намерен зарегистрировать знак Khari, а предприятие «Пермалко» – знак Pum Purum.

Возвращение «Балтики 4. Тёмный эль с ржаным солодом» 30

11.03.2025 Знаменитый специалитет возвращается на волне перезапуска линейки бренда «Балтика». Обновление брендов из номерной линейки вызвало большой интерес и волну положительной обратной связи со стороны партнеров и потребителей.

Пивовары предложили перенести сроки поэкземплярного учета пива 31

11.03.2025 Союз российских пивоваров предложил перенести срок введения экземплярной прослеживаемости тарированной пивоваренной продукции на один год. Об этом заявил председатель совета Союза российских пивоваров Даниил Бриман, говорится в поступившем в РБК сообщении организации.

Эксперты оценили данные о падении производства водки в России 32

10.03.2025 Аналитики назвали причиной сокращения объема производства водки в России повышение акциза и минимальной розничной цены (МРЦ) на крепкий алкоголь, а также увеличение объема закупок населением и торговыми сетями перед новогодними праздниками.

Мир: производители виски решили приостановить выпуск напитков

16.03.2025

Крупные мировые производители виски решили приостановить выпуск алкогольных напитков. Об этом пишет The Drinks Business.



Из материала следует, что Pernod Ricard временно приостановит производство на ирландском заводе, где выпускают виски Jameson, Redbreast, Midleton Very Rare и Powers. Возобновление производства ожидается через два месяца.

Также компания Diageo, выпускающая Johnnie Walker, поставила на паузу деятельность одного из своих предприятий в США. Кроме того, приостановлено строительство завода на территории Канады.

Ранее президент США Дональд Трамп предупредил, что, если Европейский союз не отменит свои высокие пошлины на виски, он может поднять до 200% тарифы на алкоголь из стран сообщества.

Источник: dzen.ru

Белоруссия: скоро будет принято решение по банкротству ОАО «Брестское пиво»

15.03.2025

Крупный производитель пива банкротится в Беларуси. Похоже, не сложилось с поиском новых инвесторов.

«Пиво» – как много в этом слове, однако для одной из компаний в Беларуси этот напиток не принес ничего хорошего.

Казалось бы, что на пенном можно заработать и не думать о проблемах, однако что-то пошло не так, ведь в стране банкротится крупный производитель этого напитка.

Уже 17 марта Экономический суд Брестской области рассмотрит дело одной известной компании.

Заявление подано налоговой инспекцией МНС по Ленинскому району Бреста.

По итогам заседания будет принято решение по банкротству ОАО «Брестское пиво». Отметим, что компания столкнулась с финансовыми трудностями еще в конце прошлого десятилетия.

В 2020 году госпакет акций предприятия, составлявший 89,73%, был продан ООО «Мультигруп Трейд» за 6,6 млн белорусских руб.

Покупатель обязался в течение 10 лет инвестировать в «Брестское пиво» 25 млн белорусских руб. Судя по всему, что-то пошло не так.

В августе 2023-го руководство компании уже рассматривало возможность подачи заявления о банкротстве.

Согласно отчету, за тот год выручка предприятия составила 8,175 млн белорусских руб. Однако чистый убыток достиг 5,43 млн белорусских руб.

СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД И КОНЦЕНТРАТЫ
ООО «ПРИБОЙ» / ЭКСТРАКТ СОЛОДОВЫЙ И КОНЦЕНТРАТ КВАСНОГО СУСЛА

Непокрытый убыток компании составил 33,52 млн белорусских руб., а долгосрочные обязательства по кредитам и займам – 15,39 млн белорусских руб.

Источник: brestcity.com

Франция: Pernod Ricard выпустит свой первый безалкогольный аперитив

14.03.2025

Французская компания Pernod Ricard выходит на рынок безалкогольных аперитивов и запускает производство Ramazzotti Aperitivo Arancia. Об этом пишет Just Drinks.



Напиток представляет собой безалкогольную альтернативу бренда амаро под брендом Ramazzotti. Он поступит в продажу в магазинах и ресторанах Германии и Австрии с апреля. Розничная цена за бутылку объемом 700 мл составит 13,99 евро.

«РБК Вино» создал онлайн-сомелье, который поможет вам подобрать подходящее вино, – чтобы воспользоваться им, необходимо запустить бот в Телеграме. Наш бот поможет вам с выбором, даже если вы только начинаете свое знакомство с увлекательным миром вина.

Руководитель отдела управления брендом немецкого подразделения Pernod Ricard Клеманс Курц отметил, что сегмент безалкогольных напитков сейчас развивается наиболее динамично. «После Aperitivo Rosato, Aperitivo Fresco и Limoncello, Aperitivo Arancia 0.0% станет идеальным дополнением к нашему итальянскому портфолио Ramazzotti для удовлетворения растущего спроса на безалкогольные спиртные напитки», – цитирует его издание.

Pernod Ricard выпустила свой первый безалкогольный анисовый напиток Pacific еще в 1982 году. Среди последних безалкогольных напитков в портфеле компании – бренд крепкого спиртного напитка на растительной основе Swedish Ceder, приобретенный в 2021 году, вино Jacob's Creek Unvined и напиток Suze Tonic 0%, доступный исключительно во Франции. В 2024 году Pernod Ricard также выпустила безалкогольный джин Beefeater.

В феврале Reuters писал о том, что Pernod Ricard рассматривает возможность продажи бренда шампанского Mumm. По данным издания, компания намерена развивать свои премиальные бренды.

Источник: rbc.ru

В Ростовской области запустили завод безалкогольных напитков за 2 млрд руб.



14.03.2025

В Ростовской области введен в эксплуатацию новый завод безалкогольных напитков, объем инвестиций в который превысил 2 млрд руб. Об этом сообщила пресс-служба правительства региона.

Компания «Лидер», которой принадлежит предприятие, планирует выпустить в регионе до 50 млн л безалкогольных напитков в 2025 году. При выходе на проектную мощность объем производства увеличится до 200 млн л в год. О сроках такого выхода не сообщается.

По данным правительства области, донской завод станет крупнейшим производством ПК «Лидер». Действующие предприятия компании расположены в Московской, Ярославской, Ленинградской областях; их совокупная производственная мощность – 74,4 млн л в год. Все напитки производятся на основе артезианской воды из собственных скважин.

По данным СПАРК, ООО ПК «Лидер» (прежнее название ООО «Мастер-Алко») образовано в Московской области в 1999 году, владелец компании – Евгений Клинецкий. По итогам 2023 года выручка общества превысила 4 млрд руб., чистая прибыль – 275,9 млн руб.

Как сообщал «РБК Ростов», компания «Лидер» первоначально планировала вложить в строительство завода 1,5 млрд руб. и запустить его в 2024 году. Соответствующее соглашение было подписано на Петербургском экономическом форуме в 2021 году.

Источник: rbc.ru

Производство пива и пивных напитков в РФ в январе–феврале выросло на 5,7%



14.03.2025

Пивовары РФ в январе–феврале этого года произвели 127,8 млн декалитров (дал) пива и пивных напитков, что на 5,7% больше, чем за аналогичный период прошлого года, сообщает Росалкогольтабакконтроль.

Основная доля пришлась на пиво крепостью до 8,6° – 110,14 млн дал, это на 3,3% больше, чем год назад. Более крепкого пива сварено 14,5 тыс. дал (на 4,9% меньше). Пивных напитков произведено 16,7 млн дал, что на 24,6% больше прошлогоднего.

Росалкогольтабакконтроль также сообщил, что сидра, пуаре и медовухи выработано 1,955 млн дал, что на 39,5% больше, чем год назад. Наибольшие темпы роста показал сидр – на 44,2%, до 1,454 млн дал. Медовухи произведено 505,4 тыс. дал (на 31,3% больше), пуаре – 36,5 тыс. дал (на 2% меньше).

Всего в январе–феврале было выпущено 128,8 млн дал напитков брожения, что на 6,1% больше, чем годом ранее.

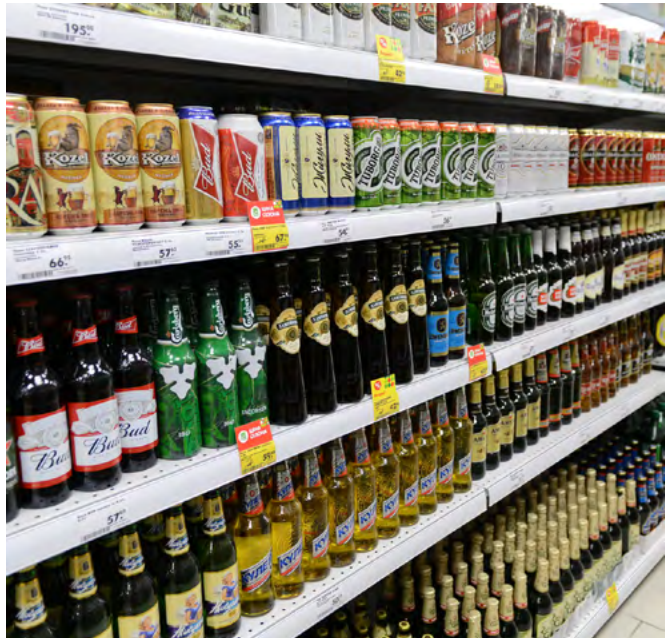
СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД И КОНЦЕНТРАТЫ
ООО «ПРИБОЙ» / ЭКСТРАКТ СОЛОДОВЫЙ И КОНЦЕНТРАТ КВАСНОГО СУСЛА

В 2024 году пивовары РФ произвели 789 млн дал пива, что на 10,3% больше, чем в 2023 году. Выработка пивных напитков выросла на 22,5%, до 119,3 млн дал. Общее производство увеличилось на 11,7%, до 908,3 млн дал. Производство сидра, пуаре и медовухи в 2024 году составило 14,4 млн дал, увеличившись на 43,8%.

Источник: interfax.ru

Пропивочный минимум

14.03.2025



Малые пивовары просят Минэкономики ускорить, используя Евразийскую экономическую комиссию (ЕЭК), принятие решения о введении минимальных цен на пиво в российской рознице. Они ссылаются на то, что не выдерживают конкуренции с крупными производителями, которые могут демпинговать за счет большого объема выпуска, порой продавая товар даже ниже себестоимости, либо за счет низкого качества продукции. Идея вызовет протест транснациональных пивоваренных компаний ЕАЭС, где у них традиционно сильное влияние, предупреждают эксперты.

Глава «Опоры России» Александр Калинин попросил главу Минэкономики Максима Решетникова ускорить рассмотрение на уровне ЕЭК вопроса об отмене запрета устанавливать минимальные розничные цены (МРЦ) на алкоголь крепостью до 28%. Копия соответствующего письма есть у «Ъ». В «Опоре России» подтвердили отправку письма.

Сейчас МРЦ устанавливается в основном на крепкий алкоголь от 28%, включая водку. Если ЕЭК примет решение снять запрет, то это позволит устанавливать в России минимальные розничные цены на пивоваренную продукцию, пишет Александр Калинин.

СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД И КОНЦЕНТРАТЫ
ООО «ПРИБОЙ» / ЭКСТРАКТ СОЛОДОВЫЙ И КОНЦЕНТРАТ КВАСНОГО СУСЛА

По его словам, подобная мера необходима «в связи с частой практикой продажи подобной продукции по цене ниже себестоимости». А это, по мнению г-на Калинина, негативно сказывается на небольших компаниях, не выдерживающих конкуренцию с более крупными пивоварами.

В Минэкономики сообщили «Ъ», что инициатива применять государствами – членами ЕАЭС ценовое регулирование на алкогольную продукцию от 28% разработана Минфином (регулятор алкогольного рынка) и представлена на рассмотрение ЕЭК. На площадке комиссии продолжается рассмотрение этой инициативы, добавляют в министерстве. В Минфине РФ, в свою очередь, заявили «Ъ», что вопрос с МРЦ на пиво может рассматриваться только после внесения изменений в Договор ЕАЭС по предоставлению странам права устанавливать минимальные цены на весь алкоголь. Сейчас, как поясняют в министерстве, этот вопрос прорабатывается в рамках рабочей группы в ЕЭК.

По мнению председателя совета Союза российских пивоваров Даниила Бримана, введение МРЦ на пиво необходимо для защиты российского рынка от демпинга и некачественной продукции.

«Стоит рассмотреть введение МРЦ на пивоваренную продукцию в том числе из-за того, что некоторые производители продают слабоалкогольные коктейли как пивные напитки, например джин-тоник», – считает руководитель Центра разработки национальной алкогольной политики Павел Шапкин.

Как сообщал «Ъ» 8 февраля, продажи алкогольных коктейлей сократились на 27,6% год к году. Эксперты объясняли это не падением производства, а выпуском коктейлей под видом пивных напитков.

По словам г-на Шапкина, против снятия запрета устанавливать МРЦ на пивоваренную продукцию ожидаемо выступают крупные производители. У таких компаний есть возможность разливать напитки в значительных объемах, что позволяет им продавать дешевле, чем небольшие пивоварни. Тем не менее, убежден эксперт, если решение о МРЦ будет принято, оно не должно значительно отразиться на стоимости и продажах пива. По оценкам, оптимальным решением будет 120 руб. за 1 л.

В пивоваренной компании «Балтика», холдинге «Объединенные пивоварни» (бывшая Heineken), AB InBev Efes и «Московской пивоваренной компании» на запрос «Ъ» не ответили. Большая часть этих компаний входит в Ассоциацию производителей пива, солода и напитков (АПП). Исполнительный директор АПП Вячеслав Мамонтов высказал позицию членов ассоциации. По его словам, МРЦ вводили в других сегментах алкогольного рынка как способ борьбы с нелегальной продукцией в условиях отсутствия механизмов прослеживаемости алкогольной продукции и маркировки. В пивоваренной же индустрии обеспечена полная прослеживаемость продукции, и снижение доли теневого сектора возможно за счет введения других инструментов, в частности реестра продавцов, добавляет эксперт. «В таком случае МРЦ может выступать механизмом скорее конкурентной борьбы, чем борьбы с нелегальным рынком», – рассуждает он.

Однако вряд ли в ближайшее время может быть рассмотрен вопрос об установлении МРЦ на пивоваренную продукцию, считает Павел Шапкин.

По его словам, для этого нужно одобрение всех членов ЕАЭС, но в некоторых из этих стран сильно влияние транснациональных пивоваренных компаний, которые выступают категорически против минимальных цен.

По данным Росалкогольтабакконтроля, в январе 2025 года объем производства в стране пива крепостью от 0,5 до 8,6% увеличился на 7%, до 53,4 тыс. декалитров (дал), пива крепостью выше 8,6% – сократился на 1,5%, до 6,6 тыс. дал. Выпуск пивных напитков увеличился на 19,4%, до 7,5 тыс. дал.

Источник: kommersant.ru

«Фанагория» расширяет коллекцию вин в алюминиевых банках

14.03.2025

В марте «Фанагория» выпустила сухое розовое вино Rose. Frizzante в алюминиевой банке объемом 0,185 л. Первая партия выпущена тиражом 20 тыс. штук.



Rose. Frizzante создано из винограда сортов «каберне совиньон», «каберне фран» и «саперави» урожая 2023 года, которые раскрывают палитру фанагорийского терруара. Благодаря использованию метода кратковременной криомацерации мезги из экстрактивных красных сортов винограда получилось вино светло-розового цвета. Технология «холодного брожения» позволила сохранить в вине растворенный углекислый газ, выделяющийся при ферментации, а остановка брожения холодом – смягчить вкус минимальным количеством остаточного природного сахара.

Розовое вино Rose. Frizzante будет доступно для покупки в сети фирменных винотек «Фанагории» уже в самое ближайшее время.

Источник: unipack.ru

СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД И КОНЦЕНТРАТЫ
ООО «ПРИБОЙ» / ЭКСТРАКТ СОЛОДОВЫЙ И КОНЦЕНТРАТ КВАСНОГО СУСЛА



Испания: в стране выпустили джин по рецепту от искусственного интеллекта

13.03.2025

Испанский производитель спиртных напитков Beveland выпустил джин Aigin, для создания рецептуры которого применялся искусственный интеллект (ИИ), пишет Drinks International. Для разработки напитка семейная компания использовала алгоритмы, проанализировавшие более 2 млн комбинаций ингредиентов, методов дистилляции и мацерации.

Производитель подчеркнул, что, несмотря на развитие технологий, самостоятельно создать напиток ИИ не в состоянии. «Страсть и опыт команды винокурни являются истинной движущей силой этого проекта», – приводит комментарий компании The Spirits Business.

Это не первый случай, когда производители алкогольных напитков используют ИИ как исследовательский инструмент на разных этапах разработки новых продуктов. Например, онлайн-ретейлер The Whisky Exchange применял его в создании этикеток для коллекции из 12 бутылок 50-летнего виски The Glenlivet, выпущенных в честь 200-летия винокурни в 2024 году. Некоторые владельцы брендов обращаются к ИИ для повышения качества. Компания Von Stiehl Winery из Миннесоты предлагала покупателям оставлять отзывы и дегустационные заметки по поводу их белых и красных вин AI White и AI Red, чтобы автоматически обработать и учесть замечания для создания следующей партии.

Отдельные винодельни в США используют технологии прямо на виноградниках. Винодел Том Гэмбл из долины Напа рассказал Associated Press, что планирует в числе первых начать использовать беспилотный трактор, который способен собирать данные в процессе работы. По словам Тайлер Клик

из Redwood Empire Vineyard Management, автоматизация, особенно процессов орошения, мониторинга состояния здоровья растений и прогнозирования урожайности, может быть полезной, но требует значительных финансовых вложений. В итоге эти затраты могут оказаться непосильными для малых производителей, которые составляют около 80% винодельческой отрасли США.

Источник: rbc.ru

Мир: Budweiser Brewing сократит штат для снижения расходов на 15% в 2025 году

13.03.2025

Пивоваренная компания Budweiser Brewing Co. Apac Ltd. планирует сократить тысячи рабочих мест в 2025 году, чтобы уменьшить расходы на фоне ослабления потребительского спроса в Китае, сообщает агентство Bloomberg со ссылкой на источники.

Это является частью планов компании по снижению операционных расходов примерно на 15% в этом году. В прошлом году Budweiser Brewing уже сократила 16% из примерно 25 тыс. сотрудников, сказал один из источников.

Основная часть планируемых увольнений пройдет в Китае, поскольку на его долю приходится более 80% персонала.

Компания постепенно сокращала штат в течение последних нескольких лет, и к концу 2023 года численность персонала упала примерно на 20% по сравнению с более чем 30 тыс. человек в 2017 году.

Budweiser Brewing, контролируемая Anheuser-Busch InBev, в IV квартале получила чистый убыток в размере 16 млн долл., не оправдав консенсус-прогноз аналитиков, предполагавший прибыль 6,72 млн долл. По итогам всего 2024 года компания снизила прибыль на 15%, выручку – на 9%.

Котировки акций Budweiser Brewing в четверг снижаются на 0,4%. Рыночная стоимость компании за последние три месяца увеличилась на 11,2%, в то время как фондовый индекс Hang Seng поднялся на 14,7%.

В сентябре 2019 года бельгийская Anheuser-Busch InBev, крупнейшая в мире пивоваренная компания, привлекла около 5 млрд долл. по итогам первичного размещения акций своего азиатского бизнеса на Гонконгской фондовой бирже. Budweiser Brewing является крупнейшим производителем пива в Китае, Австралии и Южной Корее, а также реализует свою продукцию в Индии, Вьетнаме и других государствах Азии. Компания производит и продает более 50 брендов пива, в том числе Budweiser, Stella Artois, Corona, Hoegaarden и Harbin.

Источник: interfax.ru

Оператор маркировки поспорил с пивоварами о доступности оборудования

13.03.2025

Оператор системы «Честный знак» Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ) заявил «РБК Вино», что дефицита оборудования для маркировки товаров или проблем с его поставками нет. 11 марта председатель совета Союза российских пивоваров Даниил Бриман сказал об увеличенных сроках поставки комплектующих, необходимых для внедрения экземплярной прослеживаемости тарированной пивоваренной продукции.

В ЦРПТ сообщили, что предоставляют бизнесу свыше 10 тыс. аппликаторов, принтеров, камер технического зрения, риббонов, печатающих головок, картриджей и других материалов. Также отмечается, что маркировка «не приводит к заметному покупателям изменению цены».

Бриман, сказав о затратах на оборудование и проблемах с поставками, предложил перенести срок введения экземплярной прослеживаемости тарированной пивоваренной продукции на один год.

СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД И КОНЦЕНТРАТЫ
ООО «ПРИБОЙ» / ЭКСТРАКТ СОЛОДОВЫЙ И КОНЦЕНТРАТ КВАСНОГО СУСЛА

С 1 марта 2025 года производители, продавцы и импортеры пива и другой слабоалкогольной продукции, расфасованной в кеги, обязаны вносить в систему «Честный знак» всю информацию о продаже, перемещении и выводе продукции из оборота. Планируется, что с 1 сентября 2025 года этот механизм будет распространен и на остальные виды упаковки пива, включая бутылки и алюминиевые банки.

Источник: rbc.ru

Великобритания: новый вкус Captain Morgan – сладкий чили и лайм

13.03.2025

Captain Morgan расширил линейку рома, представляя новый вкус: Sweet Chili Lime. Этот продукт сочетает в себе сладость, цитрусовые нотки и легкий привкус острого чили.



Энн Носко, вице-президент Captain Morgan, поделилась: «Учитывая динамику вкусовых трендов, мы стремились создать продукт, который выходит за рамки традиционного рома. Sweet Chili Lime предоставляет поклонникам то, что они ищут: идеальное сочетание сладости и остроты, а также смелый эксперимент».

Крепость Captain Morgan's Sweet Chili Lime составляет 35%, его можно употреблять в чистом виде, охлажденным или использовать в коктейлях. Новые бутылки объемом 50, 375 и 750 мл, а также 1,0 и 1,75 л уже доступны в американских магазинах.

Источник: alcoexpert.ru

СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД И КОНЦЕНТРАТЫ
ООО «ПРИБОЙ» / ЭКСТРАКТ СОЛОДОВЫЙ И КОНЦЕНТРАТ КВАСНОГО СУСЛА





Розничные продажи российских вин выросли до 660 млн бутылок в 2024 году

13.03.2025

В 2024 году розничные продажи тихих и игристых вин, произведенных в России, достигли 660 млн бутылок объемом 0,75 л (порядка 495 млн л). Об этом сообщает РИА «Новости» со ссылкой на данные Роскачества.

Жители страны купили в рознице 329,3 млн л тихих вин и 165,4 млн л игристых вин отечественного производства. Доля российских игристых вин в натуральных продажах (без учета кафе и ресторанов) составила около 70%, тихих вин – порядка 60% отечественного рынка.

Потребители предпочитают покупать вино в магазинах. В торговых точках в 2024 году было приобретено 819 млн л напитков.

Роскачество связывает рост продаж российских вин с мерами господдержки и льготным кредитованием виноделов. Так, с 2018 года проходят дни российских вин. Это программа поддержки продаж отечественных вин в розничной торговле; оператором проекта выступает Роскачество.

Ранее стало известно, что за январь–февраль этого года производство виноградных вин в России выросло на 14,8%, до 5,1 млн дал, игристых вин – на 16,1%, до 2,4 млн дал. Выпуск виноградосодержащих напитков без этилового спирта упал в 2,6 раза, до 18,1 тыс. дал, с содержанием этилового спирта – в 9,7 раза, почти до 1,3 млн дал.

Источник: sostav.ru

СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД И КОНЦЕНТРАТЫ
ООО «ПРИБОЙ» / ЭКСТРАКТ СОЛОДОВЫЙ И КОНЦЕНТРАТ КВАСНОГО СУСЛА



Brandexpert «Остров Свободы» разработало новый фирменный стиль безалкогольных коктейлей Space

13.03.2025

Агентство Brandexpert «Остров Свободы» разработало новый фирменный стиль, логотип и дизайн упаковок лимонадов и безалкогольных коктейлей Space. Задачей стало создание новой визуальной стратегии, которая бы в полной мере соответствовала дерзкому и динамичному духу бренда, устремленного в космос.

Мечты о межзвездных полетах стали для основателя Space отправной точкой при создании компании. Использование металлика в дизайне этикеток не только подчеркивает премиальный характер бренда, использующего самые натуральные и качественные ингредиенты, но и отражает идею космического путешествия во вселенную новых вкусов.

При разработке дизайна этикетки для линейки тоников особое внимание уделено цветовой сочетаемости упаковки и самого напитка. Акцент на визуальной эстетике напитков и их компонентов делает упаковку заметной и подчеркивает эмоционально-заряженный характер бренда, созданного для тех, кто любит яркие новые ощущения.

Источник: unipack.ru

Depot провело редизайн упаковки безалкогольных напитков Stom

13.03.2025

Брендинговое агентство Depot провело редизайн чеченского бренда безалкогольных напитков Stom. Необходимо было полностью изменить внешний облик всей продукции, включая чаи, соки и освежающий мохито. Было важно сохранить узнаваемость среди устоявшейся аудитории бренда, придав при этом свежий и современный вид, соответствующий актуальным трендам.







В первую очередь дизайнеры обновили логотип, переведя его на латиницу и придав ему более строгую, квадратную форму. Это прибавило бренду лаконичности и современности. Плашка под логотипом, символизирующая стакан, гармонично вписалась в новый дизайн, усиливая его структурность и визуальную привлекательность.

Этикетка приобрела яркий и аппетитный вид благодаря насыщенным цветам, акцентам и изображениям свежих ягод и фруктов. Специально разработанные клеймы на этикетке теперь акцентируют внимание на натуральности состава и пользе фруктовых компонентов, делая упаковку более информативной. Чтобы упростить выбор

для покупателя, дизайнеры визуально разделили категории товаров с помощью ярких цветов, четких названий и уникальных графических элементов. Это решение позволяет моментально отличить чаи, соки и мохито, делая процесс поиска нужного напитка быстрым и удобным.

Завершающим штрихом стала фотосессия готовой упаковки, материалы которой активно используются для дальнейшего продвижения продукта.

Источник: unipack.ru

Объем производства водки с начала года оказался минимальным за девять лет



12.03.2025

Объем производства водки в январе–феврале 2025 года в России упал на 26,3% по сравнению с аналогичным периодом 2024 года и достиг минимальных значений с 2017 года.

Эксперты называют это падение «подозрительным», но отмечают, что оно может быть связано с перепроизводством в конце 2024 года.

За январь–февраль 2025 года в России объем производства водки составил 7,6 млн дал, что стало самым низким показателем за этот период с 2017 года (включительно). Это следует из данных Росалкогольтабакконтроля (РАТК), поступивших в «РБК Вино», а также из данных статистики ЕМИСС. Сокращение производства по сравнению с 2024 годом составило 26,3%.

До сих пор минимальный объем производства водки был зафиксирован в тот же период 2021 года – 9 млн дал.

Как отметил в комментарии «РБК Вино» президент гильдии экспертов «Алкопро» Андрей Московский, на такие показатели производства водки в России могло повлиять несколько факторов. «Традиционно январь был пустым месяцем, в который мало всего производили. Кроме того, выросли акцизы и минимальная

розничная цена на бутылку водки. Все же повышение цены было серьезным – сразу на 50 руб. Кроме того, регионами ведется достаточно активная антиалкогольная кампания», – отметил он.

Московский при этом отмечает, что цифры производства показывают количество непроданного товара, который может лежать на складе.

«Завод вполне мог до этого периода работать в три смены и загрузить таким образом склад. Возможно, что у производителя еще остались запасы с прошлого года. И в это верится больше, чем в то, что ограничения торговли в нескольких регионах или антиалкогольная деятельность Минздрава принесли такой результат. Поэтому всегда нужно в первую очередь смотреть на показатели продаж», – добавил он.

В целом объем производства алкогольной продукции (за исключением пива, пивных напитков, сидра, пуаре и медовухи) в России за январь–февраль 2025 года сократился на 25,6%. Если в 2024 году он составлял 26,8 млн дал, то за аналогичный период текущего года равен 19,9 млн дал. Этот показатель также стал минимальным за первые два месяца с 2017 года.

Сильнее всего просели показатели в категориях слабоалкогольной продукции – на 92,1%, до 211,2 тыс. дал, в виноградосодержащих напитках с этиловым спиртом (–89,7%, до 1,2 млн дал) и в плодовой алкогольной продукции (–87,9%, до 241,2 тыс. дал). Это связано с перераспределением напитков из данных категорий в другой раздел статистики – «бродильные напитки». Из-за повышения акцизов производители стали иначе маркировать свою продукцию.

Категория спиртных напитков крепостью выше 9% просела в январе–феврале 2025 года на 23,4%. Помимо водки, упали объемы производства коньяка (–18,3%), ликеро-водочных изделий (–14,8%), а также в категории «другие спиртные напитки», куда входят ром, виски, джин, соджу и т. д. (–21,2%).

Двумя категориями, которые показали рост объемов производства в январе–феврале 2025 года, стали тихие и игристые виноградные вина. Первые прибавили 14,8%, до 5,1 млн дал, вторые – 16,1%, до 2,4 млн дал.

Директор Центра исследований федерального и региональных рынков алкоголя (ЦИФРРА) Вадим Дробиз назвал показатели производства водки и другого алкоголя в России «подозрительными».

«В прошлом году, конечно, производили много всего. год вообще был уникальный, было какое-то общее непонимание. С одной стороны, если взять крепкий алкоголь, то там вроде было все спокойно, все росло пропорционально росту продаж, то есть показатели были понятны. А по вину, конечно, был полный хаос, потому что наши производители до сих пор ждут, что продажи импортного вина вот-вот рухнут и они смогут быстро заполнить эту нишу. Хотя ее уже прекрасно заполнило грузинское вино и Новый Свет», – сказал он.

Дробиз также отметил, что в категории водки «не должно быть такого падения». По его словам, в России не было «какого-то грандиозного перепроизводства в прошлом году», которое могло бы привести к подобным результатам.

По итогам 2024 года в России снизилось общее производство алкогольной продукции. Снижение этот показатель демонстрировал третий год подряд. Так, в 2022 году объем производства был равен 199,5 млн дал, в 2023 году – 191,6 млн дал, а в 2024 году оказался на уровне 188,1 млн дал.

Источник: vodkapremium.ru

Великобритания: Bloomberg рассказал о роли флешмоба с буквой "G" в росте продаж Guinness

12.03.2025

На росте продаж пива Guinness в Великобритании мог сказаться флешмоб-состязание под названием "Split the G" («Раздели букву "G"»), который стал популярным в X, TikTok и других соцсетях, пишет Bloomberg. За последние полгода продажи пива бренда выросли на 17%.



Состязание заключается в том, чтобы после первых глотков пива граница между собственно напитком и пеной оказалась на определенном уровне: либо посередине буквы G в логотипе бренда на фирменных бокалах (отсюда и название), либо между названием и логотипом пива.

Первые упоминания о Split the G в интернете относятся к 2018 году. Популярность к флешмобу пришла в 2022 году. Резкий рост интереса к игре возник в декабре 2024 года. В тот же месяц крупнейший паб Guinness в мире – Devonshire – продал 27,5 тыс. пинт за неделю.

По словам Оисина Роджерса, соучредителя паба Devonshire, он наблюдает такую игру в своем баре «около 120 раз в день».

«Такой беспрецедентный спрос в праздничный сезон привел к нехватке поставок в Великобритании. Guinness строит вторую пивоварню, стоимостью 200 млн евро, в графстве Килдэр в Ирландии, которая начнет производство к 2026 году», – сказал глобальный директор Diageo, компании – владельца марки, Грейн Уэйфер.

По словам Тима Мартина, основателя и председателя J D Wetherspoon PLC, управляющей 800 пабами в Великобритании и Ирландии, продажи стаута выросли на 85% по сравнению с допандемийным уровнем, что составляет около 25 млн пинт в год. «Нет ничего более мощного, чем модная идея», – сказал он.

В середине января стало известно, что во время дефицита пива Guinness голландский пивоваренный гигант Heineken, владеющий брендом Murphy's, зафиксировал рост продаж ирландского стаута Murphy's более чем в 7 раз в барах и пабах Великобритании.

Источник: rbc.ru

Великобритания: сидр стал вторым по популярности алкогольным напитком в барах страны



12.03.2025

Сидр стал второй после пива алкогольной категорией в пабах, барах и ресторанах Великобритании. Об этом говорится в отчете Heineken Cider Report 2025 The Cider House Rules.

Согласно данным отчета, на протяжении нескольких лет до осени 2024 года рынок сидра рос в стоимостном выражении быстрее, чем любая другая алкогольная категория на рынке. За последний год было продано 342 млн пинт сидра в розлив и около 114 млн бутылок.

Наибольшую долю в категории по-прежнему занимает яблочный сидр, на него приходятся почти две трети рынка сидра (63,7%), на ароматизированные сидры – более трети рынка (35,9%), менее 1% составляют продажи других напитков в этой категории.

В отчете указано, что сидр сталкивается с теми же проблемами, что и другие напитки: бытовые расходы покупателей увеличиваются, они реже посещают заведения, растет популярность безалкогольных и слабоалкогольных напитков. Помимо этого, сидр сталкивается с сезонными проблемами, которых нет у других напитков в баре. Тем не менее сидр остается одним из ключевых напитков в британских пабах и барах. В Великобритании сидра продается больше, чем вина. Потребители ожидают, что в заведениях, где есть вино, они также смогут найти и сидр: 79% потребителей утверждают, что наличие сидра в карте бара или ресторана – важный фактор при выборе места для посещения.

По данным компания «Нильсен», в России за последнюю полную неделю 2024 года и новогоднюю неделю на 370,5% выросли продажи напитков, отнесенных к категории «сидр». За аналогичный период годом ранее продажи сократились на 1,3%.

Источник: rbc.ru

Словакия: DS Smith и Martins Brewery сотрудничают в создании групповой упаковки пива

12.03.2025

Компания DS Smith, один из ведущих производителей экологичных упаковочных решений на основе целлюлозного волокна, сообщила о партнерстве с Martins Brewery в целях создания индивидуального экоустойчивого решения для групповой упаковки с ручкой на 6 стеклянных бутылок.



Новое решение для упаковки на 6 бутылок призвано создать запоминающийся опыт и улучшить процесс покупки и «распаковки» у клиентов пивоварни. Процесс распаковки разработан так, чтобы быть простым, а решение из гофрированного картона имеет умную систему складывания для создания шести отдельных отсеков для пива. Пивоваренная компания поместила внутри упаковки ряд математических головоломок, чтобы клиенты могли их исследовать.

Это упаковочное решение изготовлено на 100% из перерабатываемого материала в виде неокрашенного коричневого картона и с использованием экологически чистого клея. Групповая упаковка разработана так, что имеет простую конструкцию для ручного складывания. Следовательно, ее можно внедрить в процесс производства без необходимости использования сложных машин или специального оборудования.

Дизайн экологичного коричневого картона смелый и эффектный, он четко передает ценности бренда пивоварни и позволяет обеспечить отличительную печать на внешних сторонах и большое пространство для информации бренда. Общая конструкция упаковки скреплена экологически чистым клеем.

Команда дизайнеров DS Smith применяет свои уникальные, разработанные впервые в отрасли инструменты Circular Design Metrics (CDM) для измерения и количественной оценки показателей экоустойчивости каждого из своих упаковочных решений по восьми ключевым показателям: от углеродного следа, повторного использования, оптимизации цепочки поставок, возможности вторичной переработки и использования материалов до включения переработанного содержимого.

Источник: unipack.ru

Getbrand разработало новый дизайн упаковки для соков «Дары Кубани»

12.03.2025

Агентство Getbrand разработало новый дизайн упаковки для сокового бренда «Дары Кубани». Дизайнеры придерживались стратегии преемственности, чтобы сохранить узнаваемость бренда и не отпугнуть существующих потребителей. В агентстве бережно относились к наследию бренда, добавляя лишь необходимые улучшения, чтобы сделать его более современным и привлекательным.



Несмотря на узнаваемость бренда, «Дары Кубани» столкнулись с проблемой: их флагманская линейка соков начала теряться на полке на фоне более ярких и современных конкурентов, таких как «Добрый» и «Любимый». Перед Getbrand стояла задача провести редизайн, который позволил бы «Дарам Кубани» выделиться, не теряя при этом узнаваемости и транслируя ключевые ценности бренда – натуральность и качество.

Перед началом работы в агентстве провели глубокий аудит текущего дизайна упаковки. Анализ «трех слоев эффективности» показал, что существующий дизайн набирает 58%, что неплохо, но недостаточно для эффективной конкуренции на рынке. Дизайнеры изучили эволюцию конкурентов и выявили слабые места «Даров Кубани», в частности, недостаточно привлекательные фуд-зоны и не самый читаемый шрифт.

В агентстве сохранили узнаваемый фон логотипа, но усилили его, убрав лишние листья и добавив больше солнечного света, чтобы подчеркнуть связь бренда с Кубанью. Шрифтографика стала более читаемой, чтобы бренд лучше воспринимался потребителями и был заметен.

Фудзона была полностью переработана: она стала более сочной, крупной и реалистичной. Вместо хаотичного расположения фруктов, использовали крупные изображения, а в линейке сока прямого отжима изобразили яблоко в каплях и сочные дольки, чтобы продемонстрировать свежесть и натуральность сока.

Дизайнеры также усилили коммуникацию ключевых преимуществ продукта – «100% сок» и «без добавления сахара», чтобы потребители могли легко и быстро получить эту информацию.

В линейке прямого отжима сохранился крафтовый дизайн упаковки, но при этом дизайнеры усилили коммуникацию процесса производства, разместив информацию об этапах производства на обратной стороне упаковки.

Источник: unipack.ru

ПЕТЕРБУРГСКИЙ ФОРУМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

VIII ФОРУМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

25–26 ноября 2025 года

Основные разделы форума:

- Лекции специалистов
- Экскурсия на предприятия отрасли
- Дегустации напитков
- Презентации новых видов сырья, полупродуктов, вспомогательных материалов и ингредиентов
- Неформальное общение участников в кулуарах форума

+7 (812) 603-49-48
+7 (911) 922-49-17
+7 (911) 922-49-16
magazine@beverage-industry.ru
www.beverage-industry.ru

Индустрия НАПИТКОВ
ЖУРНАЛ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ



Мир: в ЕС проверят производителей безалкогольных напитков на предмет конкуренции

11.03.2025

Еврокомиссия проверяет производителей безалкогольных напитков в нескольких странах Евросоюза на предмет нарушения антимонопольного законодательства.

Регулятор сообщил, что провел инспекции в ряде компаний без предупреждения, не приводя, однако, их названий.

«ЕК опасается, что компании могли нарушить антимонопольные правила ЕС, запрещающие сговор, ограничительные практики и злоупотребление рыночным положением», – говорится в сообщении.

«В частности, ЕК расследует возможные ограничения торговли товарами на едином европейском рынке и потенциальную рыночную сегментацию. Проверки касаются действий, которые, вероятно, продолжаются и затрагивают несколько государств ЕС», – отметила ЕК.

Незапланированные инспекции являются предварительным этапом расследования предполагаемых неконкурентных действий. Тот факт, что ЕК проводит такие инспекции, не означает виновности компаний в неконкурентном поведении и не предрешает ход самого расследования.

Помимо этого, ЕК сообщила, что направила официальный запрос на получение информации от компании, работающей в сфере выпуска средств личной гигиены. Такие запросы являются еще одним механизмом сбора сведений, касающихся предполагаемого неконкурентного поведения.

Два года назад ЕК проводила предварительную проверку в отношении Coca-Cola Co. и занимающихся розливом ее напитков в Европе Coca-Cola Europacific Partners и Coca-Cola Hellenic, пишет The Wall Street Journal. Тогда регулятор высказывал опасения, что компании злоупотребляют положением на рынке, стимулируя ретейлеров блокировать выход на рынок новых производителей напитков. ЕК, однако, не нашла достаточных оснований для продолжения расследования.

Источник: interfax.ru

В России появятся новые производители соджу на фоне роста спроса



11.03.2025

В феврале два российских предприятия подали заявки в Роспатент на регистрацию товарных знаков для производства соджу. Так, томский завод «Кахети» намерен зарегистрировать знак Khari, а предприятие «Пермалко» – знак Pum Purum.

Директор по корпоративным коммуникациям компании «АлкоВорлд» (управляет «Пермалко») Инна Ильина подтвердила «РБК Вино», что предприятие намерено выпускать собственный напиток в рамках инициативы по развитию портфеля брендов.

«Соджу находит все большую популярность, особенно в молодежной среде. Мы уверены, что введение этого напитка в ассортимент позволит привлечь новых потребителей и расширить аудиторию. Мы планируем начать продажи в доступных нам каналах продаж в ключевых регионах России, где наблюдается интерес к напитку. Решение об объемах производства и рынке сбыта будет принято по результатам тестирования спроса», – отметила Ильина.

На запрос «РБК Вино» в «Кахети» не ответили.

«РБК Вино» создал онлайн-сомелье, который поможет вам подобрать подходящее вино. Чтобы воспользоваться им, необходимо запустить бот в Телеграме. Наш бот поможет вам с выбором, даже если вы только начинаете свое знакомство с увлекательным миром вина.

По данным аналитического агентства «ЭТА.лаб», в России в 2024 году было продано более 4,3 млн л соджу отечественного производства. Это в 35,8 раз больше, чем в 2023 году. Калужский завод «Кристалл» был единственным российским предприятием, которое продавало соджу собственного производства в 2023 году (0,12 млн дал). В 2024 году продажи выросли в 10 раз, до 1,2 млн дал. По объему продаж лидируют бренды соджу «Алкогольной сибирской группы» – за 2024 год было реализовано более 2,2 млн л продукции.

Как рассказал «РБК Вино» президент гильдии экспертов «Алкопро» Андрей Московский, рост популярности соджу у потребителей в России обусловлен совпадением запроса на экзотику с возможностями отечественных предприятий. «Нужно понимать, что рецептура соджу в Корее весьма разнообразна, а наши предприятия взяли сейчас только один ее вариант – ароматизированный соджу. По сути, это спирт, разбавленный водой с добавлением ароматических компонентов. По большому счету, получается слабоалкогольный коктейль, который в таком виде достаточно легко производить», – считает он.

Эксперт также отметил, что на решение российских заводов производить соджу может влиять тот факт, что в прессе регулярно пишут о популярности этой категории. Поэтому, на его взгляд, «маркетологи предприятий задумываются о том, что, возможно, и им нужно наладить такое производство».

«И как бы это ни было странно, для потребителей российский соджу стал некой альтернативой просекко по доступности и вкусу. Российский соджу – это вкусный, легкий, недорогой и условно импортный напиток. Поскольку просекко сейчас стоит уже в среднем 1 тыс. руб., а соджу можно купить за 200–250 руб., его популярность растет», – добавил Московский.

По словам руководителя общественной организации «Клуб профессионалов алкогольного рынка», доцента кафедры менеджмента Президентской академии в Санкт-Петербурге Максима Черниговского, возросшая популярность соджу и других экзотических категорий в России связана с введением санкций и изменением структуры импорта в последние три года. Поэтому он называет логичным запуск производства подобных напитков и отечественными производителями.

«Если ранее большинство наших потребителей о них даже не слышали, то теперь такие эксклюзивные бренды уже можно найти на полках розничных магазинов. Параллельно российские производители активно перестраивают свое производство: порядка 15 заводов выпускают виски, активно развивается сегмент отечественного джина. Поэтому меня совершенно не удивляет, что кто-то начинает делать и российское соджу: компании пытаются найти свои ниши в новых рыночных условиях», – считает он.

Черниговский не исключил увеличения количества российских предприятий, которые начнут выпускать соджу. Это, по его словам, связано с данными по продажам отечественных аналогов корейского напитка. Однако он отмечает, что, несмотря на рост интереса к соджу, этот напиток все еще выбирает довольно небольшая группа потребителей.

«К тому же развитию продаж экзотических напитков мешают избыточные временные ограничения для легальной розничной продажи алкоголя в заведениях общепита, уже введенные в 64 регионах России. Такие меры сужают рынок легальной продукции и ограничивают доступ потребителей к новым вкусовым формам алкоголя», – добавил он.

Первым из российских производителей делать соджу, еще в 2023 году, начал калужский завод «Кристалл». Позже, в 2024 году, к нему присоединилась «Алкогольная сибирская группа» и поволжский комбинат «Родник», а в декабре 2024 года планы по выпуску соджу озвучили в «Башспирте».

Российские производители также начали экспериментировать в категории соджу. Например, «Кристалл» объявил о том, что начал выпуск газированной версии этого напитка под брендом Insight. Объем производства газированного соджу оценили на уровне 10 млн бутылок объемом 0,3 л в год.

«Соджу – главный драйвер роста продаж на российском алкогольном рынке в категории аперитивов», – сказал председатель совета директоров ПАО «АГК», конечный бенефициар ООО «КЛВЗ "Кристалл"» Павел Победкин. Он также заявил об «огромном экономическим потенциале роста этого сегмента».

По данным аналитической компании «Нильсен», в 2024 году соджу стал лидером по росту продаж в натуральном выражении среди экзотических напитков (+348,1%). В денежном выражении продажи напитка за тот же период выросли на 184,1%.

Источник: rbc.ru



ПОДПИСКА — 2025

Индустрия НАПИТКОВ
ЖУРНАЛ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Оформить подписку на наши издания можно и в течение года!

Для этого вам нужно связаться с офисом редакции:
тел./факс: **+7 (812) 603-49-48**; тел.: **(911) 922-49-17, (911) 922-49-16**; e-mail: **magazine@beverage-industry.ru**

либо скачать купон на подписку с нашего сайта: **www.beverage-industry.ru**

Оформив подписку на наши издания на 2025 год, вы получите в течение года четыре номера журнала **«ИНДУСТРИЯ НАПИТКОВ»**.



Возвращение «Балтики 4. Тёмный эль с ржаным солодом»

11.03.2025

Знаменитый специалитет возвращается на волне перезапуска линейки бренда «Балтика». Обновление брендов из номерной линейки вызвало большой интерес и волну положительной обратной связи со стороны партнеров и потребителей.

Старший бренд-менеджер Балтики Игорь Пикалёв сказал: «Тёмное пиво является одним из крупнейших сегментов в специалитетах, при этом последние годы идет процесс активного замещения импортных сортов российскими брендами. "Четверка" всегда пользовалась уважением у ценителей специалитетных сортов. Наши пивовары проявили исключительное мастерство, добившись глубокого насыщенного вкуса и одновременной питкости – ожидаем, что новинка придется по вкусу широкой аудитории».

Благодаря добавлению ржаного солода «Балтика 4» отличается аппетитными нотами ржаной корочки. Деликатные оттенки карамельной сладости во вкусе балансируются приятной хмелевой горчинкой. Подавать «Балтику 4» предпочтительнее в бокале формы «тюльпан» при температуре 4–7 °С. Чтобы прочувствовать вкус и аромат и раскрыть все особенности ржаного солода, следует дать пиву «подышать», после того как налить его в бокал, любуясь переливами янтаря с красноватыми оттенками. Отличным аккомпанементом благородному ржаному элю станут блюда на гриле, выдержанные сыры и острая кухня.

Источник: beernews.ru



Пивовары предложили перенести сроки поэкземплярного учета пива

11.03.2025

Союз российских пивоваров предложил перенести срок введения экземплярной прослеживаемости тарированной пивоваренной продукции на один год. Об этом заявил председатель совета Союза российских пивоваров Даниил Бриман, говорится в поступившем в РБК сообщении организации.

С 1 марта 2025 года производители, продавцы и импортеры пива и другой слабоалкогольной продукции, расфасованной в кеги, обязаны вносить в систему «Честный знак» всю информацию о продаже, перемещении и выводе продукции из оборота. Планируется, что с 1 сентября 2025 года этот механизм будет распространен и на остальные виды упаковки пива, включая бутылки и алюминиевые банки.

Бриман предупредил о затратах на оборудование, а также об увеличенных сроках поставки комплектующих – этот процесс может занимать до 60 дней. «Текущие процентные ставки по кредитам близки к 30 процентам, что делает финансирование таких проектов крайне затратным. Учитывая, что основное технологическое оборудование на пивоваренных заводах также требует обслуживания и обновления, дополнительные расходы могут негативно сказаться на финансовой устойчивости производителей», – сказал он на заседании профильных комитетов Торгово-промышленной палаты.

К внедрению процедуры прослеживаемости, по мнению Бримана, не готовы не только производители с дистрибьюторами, но и розничные сети. «Запуск агрегации для кегов, которые составляют менее 10 процентов от общего объема продукции, уже выявил сбои на стороне ретейла. А масштабирование этой системы на всю тарированную продукцию, объем которой исчисляется миллиардами единиц, может привести

к серьезным сбоям в цепочке поставок», – считает он. По его словам, перенос сроков введения системы на год позволит избежать дополнительных сложностей для производителей и ретейла.

За первое полугодие 2024 года с помощью программы «Честный знак» пиво проверяли 5,2 млн раз, сообщил оператор системы маркировки – Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ).

Источник: rbc.ru

Эксперты оценили данные о падении производства водки в России



10.03.2025

Аналитики назвали причиной сокращения объема производства водки в России повышение акциза и минимальной розничной цены (МРЦ) на крепкий алкоголь, а также увеличение объема закупок населением и торговыми сетями перед новогодними праздниками.

Руководитель общественной организации «Клуб профессионалов алкогольного рынка», доцент кафедры менеджмента Президентской академии в Санкт-Петербурге Максим Черниговский в комментарии «РБК Вино» назвал падение объема производства водки в России существенным. По его словам, это связано с несколькими причинами.

«Во-первых, с начала 2025 года выросли акцизы и минимальные розничные цены (МРЦ) на крепкий алкоголь, что закономерно снизило спрос на легальную продукцию, ведь часть потребителей при высокой цене переключаются на продукцию нелегального сегмента. Во-вторых, еще в конце 2024 года произошел всплеск производства водки и ликеро-водочных изделий (суммарно плюс 9,5 процента к концу 2023-го), создав своеобразный "запас", который тоже отразился на динамике начала 2025-го. Кроме того, существенную роль играют региональные ограничения, особенно

СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД И КОНЦЕНТРАТЫ
ООО «ПРИБОЙ» / ЭКСТРАКТ СОЛОДОВЫЙ И КОНЦЕНТРАТ КВАСНОГО СУСЛА

запреты на продажу алкоголя в объектах общепита, расположенных в многоквартирных домах (МКД). Формально их вводят для борьбы с "ночными" правонарушениями, но в результате потребители теряют доступ к легальной продукции и нередко переходят на нелегальные каналы. Это напрямую влияет на официальную статистику: сокращаются продажи водки и крепкого алкоголя, а бюджеты регионов недополучают акцизы. Подобные ограничения уже приняты в 64 регионах России», – отметил он.

По словам Черниговского, на фоне законодательных ограничений наблюдается рост продаж самогонных аппаратов в России. Он отметил, что в целом в собственности у населения их сейчас около 2,5 млн штук.

«Безусловно, сокращение выпуска и продаж легальной водки окажет негативное воздействие на отрасль и экономику в целом: в январе–феврале 2024 года было произведено 10,4 миллиона литров водки, а в январе–феврале 2025-го – уже 7,6 миллиона литров. Разница – 2,8 миллиона литров, что эквивалентно примерно 830 миллионам рублей, недополученных бюджетом только от акцизных поступлений», – добавил он.

Аналитики некоммерческого проекта A.List (создан президентом гильдии экспертов «Алкопро» Андреем Московским и преподавателем виски-школы Double Dram Алексеем Пятницких) также видят причину падения объема производства в повышении акцизов и МРЦ, однако отмечают, что «цены на самый популярный напиток нашей страны сегодня, даже после повышения, держатся на самом минимальном уровне в экономической истории России по сравнению с доходами населения», а стоимость даже премиальной водки сравнима с начальными ценниками на «более-менее приличный виски или коньяк».

Директор Центра исследований федерального и региональных рынков алкоголя (ЦИФРРА) Вадим Дробиз говорил «РБК Вино» о том, что в России не было глобального перепроизводства этого напитка, которое могло бы привести к таким результатам.

По данным ЕМИСС, объем водки, произведенный в России в январе–феврале 2025 года, стал минимальным с 2017 года (включительно).

Источник: rbc.ru

СТАРОМИНСКИЙ СОЛОД И КОНЦЕНТРАТЫ
ООО «ПРИБОЙ» / ЭКСТРАКТ СОЛОДОВЫЙ И КОНЦЕНТРАТ КВАСНОГО СУСЛА