

Пресс-релиз

5 февраля 2021 г.

В 2020 году «Балтика» увеличила объемы продаж на 9%

С 2020 года «Балтика» реализует новую бизнес-стратегию. В условиях высококонкурентного рынка пива и ограничений из-за пандемии это помогло пивоваренной компании увеличить продажи на 9%¹ по сравнению с 2019 годом.

После первого квартала 2020 года, показавшего рост продаж, «Балтике» пришлось перестроить работу из-за пандемии: не занятые на производстве и в продажах сотрудники были переведены на удаленную работу, был ограничен экспорт продукции и ее реализация в сегменте HORECA. Третий квартал был успешным из-за теплого лета и ослабления ограничений, а в четвертом квартале компании вновь пришлось адаптироваться к изменившейся обстановке. В частности, по итогам 2020 года сегмент HORECA в России сократился на 36%. Однако на результаты «Балтики» в целом это не оказало такого влияния, как в других странах, в связи с небольшой долей сегмента в объеме продаж. Несмотря на специфику 2020 года, «Балтика» продемонстрировала устойчивый рост в каналах традиционной и современной торговли (+9,8%) и пивных бутиках (+41%).

Среди брендов хорошие результаты показали «Балтика»² (+6%), Tuborg (+14%) и Kronenbourg Blanc (+34%), а также фруктовые сорта Seth&Riley's Garage (+14%) и Somersby, объем продаж которого вырос по сравнению с 2019 годом в 2,5 раза благодаря обновлению упаковки, появлению нового, ежевичного, вкуса и коммуникационной кампании. Объем продаж безалкогольных напитков в 2020 году вырос на 26% по сравнению с 2019 годом: в частности, энергетика Flash Up — на 28%, а «Балтики 0» — на 19,5%. Реагируя на растущий спрос на безалкогольную продукцию в Интернете, компания заключила контракты с онлайн-площадками «Утконос», «Самокат», Ozon и «Яндекс Маркет».

Несмотря на сложности, вызванные пандемией, «Балтика» улучшила клиентский сервис, в том числе и для крупных торговых сетей. Осенью «Балтика» получила премию «Лучшая новинка года» от сети магазинов «Магнит», а также была награждена X5 Group как лучший партнер в цепочке поставок.

Продукция компании была отмечена и зарубежными призами. Энергетический напиток Flash Up завоевал награду «Бренд года 2019» в Узбекистане (по данным исследования Национального маркетингового центра), а «Балтика 0» была признана «Безалкогольным пивом №1» в Латвии. Вопреки ограничениям, связанным с COVID-19, объем продаж «Балтики» за рубежом в 2020 году вырос на 9%. Топ-рынки для экспорта «Балтики» в 2020 году — Армения, Киргизия, Таджикистан, Узбекистан, Китай, Израиль, Германия и США. Новыми продуктами

¹ Здесь и далее — собственные данные «Балтики»/Carlsberg Group.

² Без учета безалкогольных сортов.

для экспорта стали «Балтика №7 Мягкое», Flash UP Ultra Energy, Seth&Riley's Garage Hard Californian Pear и другие.

Общий объем инвестиций «Балтики» в 2020 году составил 2,8 млрд рублей. Ключевыми направлениями инвестиций были запуск новых брендов и устойчивое развитие: в частности, «Балтика» подготовила к запуску биологические очистные сооружения в Ростове-на-Дону и Санкт-Петербурге и модернизировала метантенки для сбора биогаза с очистных сооружений [в Туле](#) и Ярославле, нарастив объем использования биогаза до 11% от объема закупок природного газа для заводских котельных. Помимо этого, компания заменила 25% холодильного оборудования в торговых точках на более экологичное и запустила проект по переводу части автопарка на метан, [закупив 3 метановых автопоезда и начав переоборудование грузового автопарка в Санкт-Петербурге.](#)

«Балтика» продолжает работу над сокращением экоследа упаковки. В мае компания объявила о планах к 2022 году обеспечить сбор и переработку не менее 50% объема всей выпускаемой ею на рынок упаковки по сравнению с 44% в 2019 году. Упаковка собирается совместно с партнерами в рамках проекта «Принеси пользу своему городу».

Результаты Carlsberg Group в регионе Восточная Европа

Пандемия COVID-19 в целом не оказала серьезного влияния на торговлю, поэтому и ее воздействие на рынки Восточной Европы было незначительным. Однако ближе к концу года покупательское поведение изменилось, в результате чего произошло перераспределение в каналах сбыта и предпочтений потребителей в части ассортимента.

Все рынки, кроме Украины, выросли за год. Органический рост объемов продаж пива в Восточной Европе составил 5,3%, рост объемов безалкогольных напитков — 22,6% (в основном за счет продаж энергетических напитков), а общий объем продаж в органическом выражении увеличился на 6,2%.

Органический рост выручки составил 1%. Сокращение выручки на один гектолитр на 5% обусловлено высоким уровнем промоактивности, направленной на укрепление позиций на российском рынке.

Органический рост операционной прибыли в регионе составил 10,9%, чему способствовали высокие показатели на всех рынках помимо России. Операционная маржа увеличилась на 220 базовых пунктов до 19,2%.

ООО «Пивоваренная компания "Балтика"» — один из крупнейших производителей товаров повседневного спроса в России. Компания управляет 8 заводами в России. «Балтика» — важная часть Carlsberg Group и ее бизнеса в регионе Восточная Европа, к которому также относятся Азербайджан, Беларусь, Казахстан и Украина. ООО «Пивоваренная компания "Балтика"» — ведущий экспортер российского пива. «Балтика» поставляет продукцию в более чем 75 стран мира. Благодаря качеству мирового уровня бренды компании удостоены более 670 российских и международных наград на профессиональных и потребительских конкурсах.

За дополнительной информацией просьба обращаться к Алексею Коломенцеву:

**ВАРИМ ПИВО ДЛЯ ЛУЧШЕГО
СЕГОДНЯ И ЗАВТРА**



kolomentsev_av@baltika.com

www.baltika.ru, pr@baltika.ru