

Пресс-релиз

18 августа 2021 г.

В первом полугодии 2021 года «Балтика» увеличила продажи на 6% за счет высокой динамики первого квартала

Несмотря на жаркое лето, ослабление карантинных ограничений и стабильность российского рынка пива в I полугодии 2021 года, ситуация в отрасли осталась напряженной. Последствия пандемии COVID-19 и изменение потребительского поведения стали вызовами для пивоваров. «Балтика», часть Carlsberg Group, адаптировалась к изменениям на рынке и увеличила объем продаж на 6%¹.

Рынок пива

Переход объемов из традиционной торговли в современную торговлю, который получил дополнительный импульс с началом пандемии COVID-19, продолжался в течение всего первого полугодия. Несмотря на ограничения, объемы продаж в пивных бутиках и HoReCa восстанавливаются². Тренды на здоровый образ жизни, безопасность и удобство, домашнее потребление, а также падение реальных доходов обуславливают изменения в каналах продаж: растут отгрузки в дискаунтеры, специализированные магазины и онлайн-торговля. С точки зрения категорий, увеличивается популярность безалкогольного пива, а также крафтовых и специальных сортов. Кроме этого, наблюдается рост в премиальном и эконом-сегментах за счет среднеценового сегмента.

Динамика продаж и бренды

Показатели «Балтики» — в трендах рынка. Доля компании по итогам первых шести месяцев 2021 года увеличилась на 1,1 процентного пункта по сравнению с I полугодием 2020 года, стабилизировавшись на уровне 27%³. Рост продаж в I половине 2021 года продемонстрировали сорта Grimbergen (+65%) и Kronenbourg 1664 Blanc (+53%), Tuborg (+45%) а также напитки с фруктовыми и ягодными вкусами Somersby (+66%) и Garage (+6%)⁴.

Отгрузки безалкогольного пива увеличились на 26,14%, в том числе за счет использования новых каналов продаж. В частности, на электронных торговых площадках за первые 6 месяцев 2021 года «Балтика» продала в 4 раза больше безалкогольного пива и напитков, чем за весь 2020 год. Пул партнеров компании по e-commerce в этом году пополнился крупнейшим маркетплейсом страны — Wildberries.

Российские партнеры «Балтики» высоко оценили работу компании: в 2021 году крупнейшие ритейлеры признали компанию лучшим поставщиком алкогольной

¹ Здесь и далее применительно к результатам работы «Балтики» — собственные данные компании.

² По оценке компании «Балтика».

³ Данные розничного аудита в натуральном выражении, проведенного компанией Nielsen Research.

⁴ В натуральном выражении.

продукции по итогам 2020 года⁵, в том числе компания заняла I место по критерию «Клиентский сервис».

Хорошую динамику в первом полугодии 2021 продемонстрировали и экспортные продажи: несмотря на вызванные пандемией ограничения, экспортные отгрузки компании увеличились на 31% по сравнению с аналогичным периодом 2020 года. Лидерами продаж за рубежом остаются «Балтика 7 Мягкое», «Балтика 0» и Flash Up. В мае 2021 открылось локальное производство Flash Up в Узбекистане.

Инвестиции и устойчивое развитие

Объем инвестиций компании за первые 6 месяцев 2021 года составил 1,8 млрд рублей. В рамках подготовки к летнему сезону средства были вложены в запуск новинок, приобретение холодильного оборудования, а также аппаратов для розлива пива и мебели для летних кафе. Крупными статьями инвестиций стали замена газотурбинной установки на пивоварне в Ростове-на-Дону и покупка оборудования для изготовления безалкогольного пива на пивоварне в Туле. Кроме того, на прошедшем в июне Петербургском международном экономическом форуме «Балтика» объявила об инвестициях в размере 470 млн рублей в развитие производств и экологические инициативы в трех регионах своего присутствия, а также в диджитализацию бизнеса.

В начале лета 2021 года «Балтика» вновь поддержала своей безалкогольной продукцией врачей, работающих в «красных» зонах городских больниц. Компания по-прежнему с большим вниманием подходит к вопросам обеспечения безопасных условий труда и устойчивости бизнеса во время пандемии: сотрудники обеспечены средствами индивидуальной защиты и по возможности переведены на удаленную работу, сокращены командировки, увеличена частота уборок, обеспечена регулярная возможность вакцинации — в течение 2021 года компания уже 10 раз проводила добровольную вакцинацию сотрудников на своих заводах.

*«Несмотря на то, что во втором квартале по-прежнему сохранялась часть ограничений, связанных с COVID-19, мы уверенно себя чувствовали на рынке благодаря оперативной ребалансировке портфеля, которая позволила улучшить наш ценовой микс, — говорит президент пивоваренной компании «Балтика» **Денис Шерстенников**. — Наши сотрудники научились работать в новых условиях, и команда отлично справилась с вызовами в начале сезона, мы сумели сохранить и стабилизировать свою долю на рынке. Однако, на фоне продолжающейся пандемии ситуация на рынке остается сложной, особенно с учетом ряда потенциальных регуляторных инициатив государства».*

ООО «Пивоваренная компания "Балтика"» — один из крупнейших производителей товаров повседневного спроса в России. Портфель компании включает 55 пивных национальных и региональных брендов и 5 непивных брендов, таких как «Балтика», Carlsberg, Tuborg, Kronenbourg 1664 Blanc, Garage, «Арсенальное», энергетический напиток Flash Up и квас «Хлебный край». Компания управляет 8 заводами в России. «Балтика» — важная часть Carlsberg Group и ее бизнеса в регионе Центральная и Восточная Европа, к которому также относится еще 15 стран. 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.

⁵ Результаты опроса, проведенного SCM Alco, крупнейшим сообществом руководителей и специалистов по логистике и цепям поставок в алкогольной отрасли.

**ВАРИМ ПИВО ДЛЯ ЛУЧШЕГО
СЕГОДНЯ И ЗАВТРА**



За дополнительной информацией просьба обращаться к Алексею Коломенцеву:

+7 963 303 34 53

kolomentsev_av@baltika.com

www.baltika.ru, pr@baltika.ru