

Пресс-релиз

27 октября 2021 г.

**В первые 9 месяцев 2021 года «Балтика» превзошла  
показатели 2020 года**

На фоне незначительного роста российского рынка пива, которому способствовала хорошая погода в летние месяцы, и вызовов для производителей в виде роста затрат на сырье, материалы и логистику, объемы продаж пивоваренной компании «Балтика» (часть Carlsberg Group) в III квартале и за 9 месяцев 2021 года увеличились на 4% и 5% соответственно по сравнению с аналогичными периодами 2020 года<sup>1</sup>.

**Рынок пива**

Для рынка пива в III квартале 2021 года были характерны тренды, сформировавшиеся в период пандемии: поляризация и смещение спроса из среднеценового сегмента в премиум и эконом, переход покупателей из традиционной торговли в специализированные пивные магазины, рост продаж безалкогольного пива (в том числе за счет электронных маркетплейсов) и крафтовых сортов. В бизнесе компании тенденции были аналогичны.

**Динамика продаж и бренды**

Доля компании по итогам первых девяти месяцев 2021 года стабилизировалась на уровне **27,5%**<sup>2</sup>. Рост продаж флагманского бренда «Балтика» в первые 9 месяцев 2021 года составил 14%. Рост отгрузок в первые 9 месяцев 2021 года также продемонстрировали сорта Tuborg (+52%), Kronenbourg 1664 Blanc (+56%), Grimbergen (+51%), а также напитки с фруктовыми и ягодными вкусами Somersby (+42%) и Garage (+10%)<sup>3</sup>.

Отгрузки безалкогольного пива в III квартале 2021 года увеличились на **25%**, в том числе за счет использования новых каналов продаж: заправочных станций, неалкогольных магазинов и виртуальных маркетплейсов. В частности, за этот период «Балтика» продала на электронных торговых площадках в 8 раз больше безалкогольной продукции, чем в 2020 году (за первые 9 месяцев — в 15 раз больше). Безалкогольный ассортимент «Балтики» теперь доступен и для гостей [петербургской «Газпром Арены»](#). Соглашение об этом между «Балтикой» и собственником арены рассчитано на три сезона.

Объем продаж компании в пивных бутиках в III квартале вырос на 24%. Продолжил свое восстановление после ослабления карантинных ограничений канал HoReCa. «Балтика» заключила контракты с такими игроками рынка, как сеть ресторанов Novikov Group и KaifBurger.

<sup>1</sup> Собственные данные Carlsberg Group.

<sup>2</sup> Данные розничного аудита в натуральном выражении, проведенного компанией Nielsen Research.

<sup>3</sup> В натуральном выражении, по отношению к аналогичному периоду 2020 года.

Экспортные продажи компании за первые 9 месяцев 2021 года увеличились на 17% в натуральном выражении по сравнению с аналогичным периодом 2020 года за счет роста отгрузок в ключевых экспортных направлениях, таких как Узбекистан, Кыргызстан, Китай, Германия и США. Коллекция наград престижных международных конкурсов пополнилась в III квартале четырьмя призовыми местами на World Beer Awards, которые заняли сорта «Балтика 0 Пшеничное Нефильтрованное», «Балтика Пшеничное», «Балтика 9 Крепкое» и «Балтика 7 Мягкое».

### **Инвестиции и устойчивое развитие**

Объем инвестиций компании за 9 месяцев 2021 года составил 2,3 млрд рублей. Одними из основных направлений инвестиций стали закупка новых холодильников и оборудования для розлива пива и мебели для летних кафе. Кроме этого, «Балтика» продолжает реализацию долгосрочной аграрной программы, в рамках которой внедряет в России инновационные сорта ячменя, созданные в лаборатории Carlsberg Group специально для российских климатических условий, совместно с фермерами проводит посевную кампанию и сбор урожая, отслеживает качество ячменя на всех этапах выращивания. В 2021 году агрохозяйства Тульской и Липецкой областей впервые получили семена нового сорта «Цитра» прямо из Новой Зеландии, где они были размножены к началу российского посевного сезона. Новый сорт позволит пиву дольше сохранять органолептические свойства благодаря повышению стабильности ароматики и вкуса, а солодовням и пивоварням «Балтики» — снизить воздействие на окружающую среду, уменьшив объем потребляемых энергоресурсов: «Цитра» меньше нуждается в охлаждении при хранении и транспортировке, как и другие сорта группы NULL-LOX<sup>4</sup>.

\*\*\*

*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 700 российских и международных наград на профессиональных и потребительских конкурсах.*

**За дополнительной информацией просьба обращаться к Алексею Коломенцеву:**

+7 963 303 34 53

[kolomentsev\\_av@baltika.com](mailto:kolomentsev_av@baltika.com), [www.baltika.ru](http://www.baltika.ru), [pr@baltika.ru](mailto:pr@baltika.ru)

---

<sup>4</sup> NULL-LOX — одна из уникальных разработок селекционного центра Carlsberg, группа новых сортов ячменя с нулевым процентом фермента липоксигеназы, что положительно влияет на сохранение свежести пива и пеностойкость.