

## Мировой и российский рынки бутилированной воды

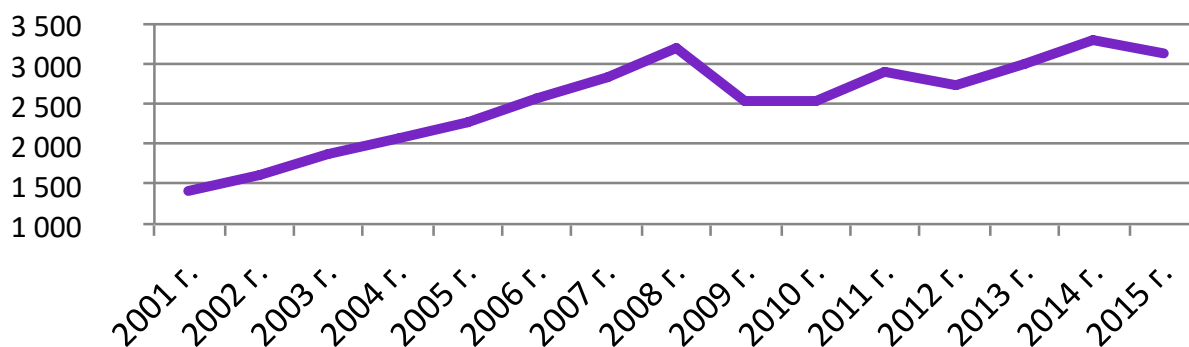
*На мировом рынке упакованной питьевой воды успешно работают как крупные транснациональные компании, так и новые локальные игроки. Например, компания Fiji Water вывела свою страну в топ-5 мировых экспортеров бутилированной воды. Уникальные природно-климатические ресурсы нашей страны позволяют в перспективе занять достойное место на глобальном рынке питьевой воды.*

Мировой объем производства бутилированной питьевой воды оценивается в 330 млрд. литров или \$170 млрд. в 2015 году. Ожидается, что к 2024 году производство бутилированной воды в мире вырастет до \$310 млрд.

Ведущими мировыми производителями бутилированной воды являются: Nestle Waters (бренды Perrier, San Pellegrino, Acqua Panna, Vittel) Groupe Danone (Evian, Volvic, Badoit), PepsiCo Inc (Aquafina, SmartWater), The Coca Cola Company (Bonaqua). Кроме того, на рынке значительную роль играет несколько премиальных брендов, созданных сравнительно недавно независимыми компаниями: Fiji Water (The Wonderful Company), Voss (Voss of Norway ASA) и ряд других.

Международный рынок бутилированной питьевой воды по состоянию на 2015 год оценивается в \$3,1 млрд. За последние 15 лет рынок вырос в 2 раза (средний темп роста оценивается в 6% в год).

**Динамика мирового рынка бутилированной питьевой воды**



Крупнейшие мировые покупатели бутилированной воды – США, страны ЕС и Япония. Ведущие мировые позиции по экспорту занимают Италия и Франция, заметную роль на рынке также играют ряд нишевых производителей – Фиджи, Грузия, Норвегия.





#### Ведущие страны - экспортеры минеральной воды

Экспортеры минеральной воды	Размер экспорта, \$ млн.	Объем экспорта, тыс.тонн	Цена товара USD/тонна
Франция	859	3 914	219
Италия	548	2 650	207
Бельгия	259	773	334
США	131	372	352
Фиджи	95	229	415
Грузия	82	102	805
Turkey	62	362	172
United Kingdom	56	116	478
Norway	51	106	479
Canada	27	114	235

Этот опыт особенно интересен для России. Используя мощный позитивный мировой тренд, направленный на рост потребления здоровых продуктов питания, Фиджи и Норвегия смогли, опираясь на свои природно-климатические преимущества, занять нишу на рынке товаров с высокой добавленной стоимостью. Более того, поставки чистой воды – важный элемент общего имиджа страны как производителя натуральных, высококачественных продуктов питания.

Общий объем производства бутилированной воды в России составляет 5 638 млн. литров (приблизительно 1,5% от всего объема мирового производства). В денежном выражении - 164,5 млрд. руб (\$2,6 млрд.).

#### Объем производства бутилированной воды в России в натуральном и денежном выражении

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	1 кв. 2016 г.	
Объем производства, млн.л.	4 582	4 530	5 226	5 481	5 861	5 636	1 264	
Темп роста, год к году		-1%	15%	5%	7%	-4%	3%	
Объем производства, млн.руб..	106 721	96 313	119 752	133 424	153 127	164 512	37 477	
Темп роста, год к году		-10%	24%	11%	15%	7%	9%	

Последние 5 лет, начиная с 2012 года, объемы производства бутилированной воды в РФ устойчиво растут. Ожидается, что в 2017 году объем производства бутилированной воды в России вырастет до 5,9 – 6 млн. литров.

Доля импорта на российском рынке сравнительно невелика и составила по итогам 2015 года около 2%. Ведущими поставщиками питьевой воды в нашу страну являются Грузия и Франция. В первом полугодии 2016 года Грузия увеличила свою долю в российском импорте бутилированной воды – с 40% до 50%. Значительно сократились объемы поставок на российский рынок премиальных марок питьевой бутилированной воды: объемы продаж одной из самых дорогих марок - ACQUA DI TOSCANA - снизились в десять раз. Для сравнения, бъем импорта данного бренда в 2014 году составлял 123 тыс. литров, в 2015 году – 12 тыс. литров.

Россия обладает всеми необходимыми предпосылками для того, чтобы войти в число ведущих мировых экспортеров бутилированной воды. При этом сравнительно невысокая величина стартовых инвестиций в организацию производства и значительная маржа делают такой бизнес привлекательным. Но главной компетенцией здесь является эффективное продвижение своей продукции на мировой рынок.

Как показывает опыт бренда Fiji Water, успешный запуск новых марок является обычной практикой на мировом рынке.

*Материал подготовлен Международным независимым институтом аграрной политики на основании данных Росстат, AC Nielsen, Союза производителей бутилированных вод, Transparency Market Research, Zion Research, Beverage Marketing Corporation и базы данных по международной торговле ООН (UN Comtrade Database).*