

Без бутылки не разберешься

Для ритейлеров российская алкогольная политика – проверка на стойкость. С какими вызовами в этой области ритейлу предстоит столкнуться в 2013 году?



Наступивший год алкогольная розница встретила с новыми ценами на водку и запретом на торговлю пивом по ночам. Но ужесточение алкогольной политики государства продолжится. Так, на 2013 г. намечено активное тестирование ЕГАИС в рознице: Росалкогольрегулирование (РАР) обещает внедрить систему во всех магазинах уже в 2014 г. А еще в декабре 2012 г. Правительство РФ утвердило правила, по которым регионам отдано право устанавливать границы территорий, прилегающих к социально значимым объектам, где запрещена продажа алкоголя. По новым правилам ритейлеры, чьи магазины торгуют алкогольной продукцией, с этого года фактически становятся заложниками муниципальных властей.

Мы вас посчитаем

В своей борьбе с алкоголизацией населения государство, как правило, равняется на западный

Планируется, что внедрение ЕГАИС должно пройти безболезненно – никаких дополнительных трат на оборудование, лишь установка программного обеспечения, которое будет предоставляться бесплатно.

опыт, а точнее – на опыт североευропейских стран. Так, в Швеции и Финляндии уже не первое десятилетие действует система многочисленных запретов и ограничений во всем, что касается торговли алкоголем. В частности, в скандинавских странах торговых точек, продающих спиртное, на душу населения приходится в несколько раз меньше, чем в России. Правда, при этом потребление алкоголя на севере Европы не уменьшается и даже растет. К тому же, как отмечают многие эксперты, в России все попытки ограничить производство контрафакта и «закрутить гайки» приводят к тому, что отечественный потребитель начинает пить «паленку».

Одной из мер контроля за производством и реализацией алкоголя в свое время и стала Единая государственная автоматизированная информационная система (ЕГАИС), с которой отечественный алкогольный рынок познакомился еще в 2006 г. Она была создана для того, чтобы контролировать обороты алкогольной продукции от производителя до прилавка магазина с целью снизить объемы нелегальной продукции. Однако с самого начала своего существования система давала многочисленные сбои. Результатом одного из них стал дефицит алкоголя в рознице, с которым потребители и игроки рынка столкнулись летом 2006 г. Тогда было решено оставить ЕГАИС лишь для производителей спиртного, но сейчас стало очевидно, что рознице избежать внедрения системы не получится.

Росалкогольрегулирование начало тестировать систему уже в прошлом году. Как рассказали нашему журналу в пресс-службе организации, на данный момент систему обкатывают в полутора десятках магазинов «Магнит» и в нескольких магазинах «Дикси». Также к тестированию привлечены торговые точки X5 Retail Group. «Пока можно говорить о 10–15 магазинах в Москве и Подмосковье, – говорит руководитель Управления по связям с общественностью X5 Retail Group Владимир Русанов. – В РАР предложили оттестировать супермаркеты “Перекресток”, так как дискаунтеры они тестируют в “Магните” и “Дикси”». По словам В. Русанова, свою оценку ЕГАИС X5 Retail Group сможет дать только по итогам первого тестового периода. Однако, заявляет источник в РАР, при тестировании, которое проходило летом прошлого года, сбоев выявлено не было. В любом случае, успокаивают в ведомстве, ЕГАИС будет в обязательном порядке внедряться в розницу только после полноценного тестирования, которое не оставит сомнений в эффективности

Одной из мер контроля за производством и реализацией алкоголя в свое время и стала Единая государственная автоматизированная информационная система (ЕГАИС), с которой отечественный алкогольный рынок познакомился еще в 2006 г. Она была создана для того, чтобы контролировать обороты алкогольной продукции от производителя до прилавка магазина с целью снизить объемы нелегальной продукции. Однако с самого начала своего существования система давала многочисленные сбои.

системы. Планируется, что внедрение ЕГАИС должно пройти безболезненно – никаких дополнительных трат на оборудование, лишь установка программного обеспечения, которое будет предоставляться бесплатно.

Но, несмотря на уверения, что систему сделают максимально комфортной для ритейлеров, необходимо держать руку на пульсе. К примеру, при тестировании ЕГАИС в прошлом году использовались стандартные кассовые аппараты АМС-100К с установленным GSM-модулем и сканером. Кроме того, отмечают эксперты, с технической точки зрения использование ЕГАИС в работе с сетевой розницей проще, чем с традиционной. Так или иначе все магазины должны решить проблемы с каналами коммуникации и иметь двухмерные сканеры.

По мнению руководителя Центра исследований федерального и регионального рынков алкоголя (ЦИФРРА) Вадима Дробиза, при кажущейся простоте система поставит вне закона целый ряд небольших магазинов и фактически приведет к укрупнению рынка.

«По большому счету, алкогольная розница переживает реформу с начала 2012 г. Сначала запретили ночные продажи крепкого алкоголя. С этого года прекратилась продажа пива по ночам. Потом ввели декларирование, к которому розница приспособилась, хотя проблем было много. Все это приводит к укрупнению рынка и сокращению торговых точек. На 1 января 2012 г. алкоголь продавали официально 330 тысяч стационарных магазинов и 35 тысяч киосков (это не лицензиатов, а именно торговых точек). Сейчас киоски уходят с рынка, а число магазинов сократилось примерно тысяч на 50. Следующая угроза – ЕГАИС. Это неизбежное зло, к которому придется отнестись так же стои-

чески, как и к декларированию. Однако, по сути, это такой же акт по укрупнению розницы. Все идет к укрупнению», – уверяет эксперт.

При той ситуации, которая складывается сегодня, в результате внедрения ЕГАИС могут пострадать именно небольшие несетевые магазины, поскольку регулятор, как понятно уже сейчас, проводит тестирование исходя из интересов крупной розницы. Будет ли государственный регулятор при тестировании взаимодействовать с кооперативами, представляющими интересы именно маленьких игроков рынка, в РАР пока не комментируют.



Павел Бусыгин

Председатель
совета директоров
в ООО «РусАлкоИмпорт»

«ЕГАИС в рознице в любом случае обернется для ритейлеров головной болью. Хотя бы потому, что для правильной работы понадобится перестроить многие внутренние процессы. Конечно, если абстрагироваться от эмоций, система контроля продажи – благо. Другой вопрос, что она не совершенна. Если проводить аналогию с оптовым рынком, то многие компании в свое время были не готовы к жестким требованиям, предъявленным регулятором, то есть государством. Результат – более половины их из них сидит без лицензии. Так что, если хочешь работать, надо абстрагироваться от эмоций и принять правила регулятора, соответствовать им.

Попутно участникам рынка придется учитывать не только правила игры, предложенные государством, но и те тренды, которые диктует отрасль, и в соответствии с ними пересматривать свою матрицу. Так, в этом году дорожает все традиционное вино, поскольку цены на виноматериалы из-за неурожая выросли до 30%. В силу этого меняется структура потребления. Приведу пример. Есть популярное немецкое вино «Молоко любимой женщины», и многие столовые вина Германии пытались быть похожими на него, но при этом стоили дешевле. Но если раньше между ними была существенная разница, то теперь, из-за подорожания сырья, она сократится. И мы прогнозируем, что люди, увидев это, будут стремиться к более дорогому товару. На такие вещи, чтобы не оказаться дезориентированным, надо обращать внимание.

Ассоциация компаний розничной торговли уже готовит обращение в Правительство с просьбой исправить ситуацию, поскольку из-за изменений в алкогольном законодательстве могут быть аннулированы многие розничные лицензии.



Знай свое место

Если считать ЕГАИС не благом, а злом, то это зло не самое большое. С куда большим опасением ритейлеры ждут лета, когда в полную силу начнет реализовываться еще одна инициатива государства. Речь идет о федеральном законе о регулировании оборота спиртосодержащей продукции, который запрещает реализацию алкогольной продукции в детских, образовательных и медицинских организациях, на культурных, спортивных и военных объектах, а также на рынках, вокзалах и прилегающих к ним территориях. Все бы ничего, однако в декабре 2012 г. Правительство РФ предоставило регионам право устанавливать границы этих территорий.

«С 2013 г. магазины по продаже алкоголя объявлены асоциальными объектами, – говорит Вадим Дробиз. – Изначально государство собиралось само установить порядок определения территорий, где можно продавать алкоголь. Там была масса требований, плюс собирались установить 100-метровую зону вокруг социальных объектов и создать методику расчета этих ста метров. Однако государство на федеральном уровне этого сделать не смогло, и все расчеты отдали муниципалитетам. По факту мы получили максимально коррупционный закон. Сегодня, поскольку регионы по уровню

В результате внедрения ЕГАИС могут пострадать именно небольшие несетевые магазины, поскольку регулятор, как понятно уже сейчас, проводит тестирование, исходя из интересов крупной розницы.

Не секрет, что алкоголь является трафикообразующим товаром. По данным директора аналитического агентства INFOLine Михаила Бурмистрова, алкоголь занимает 12%–16% в продажах магазина, причем с ним, как правило, покупают закуску и другие напитки.

жизни соревноваться не могут, они начинают меряться антиалкогольными инициативами. В “Пятерочке” и “Дикси” говорят, что у них в “мертвые зоны” может попасть до 35% магазинов. Это все должно решиться до 1 июля».

Ассоциация компаний розничной торговли уже готовит обращение в Правительство с просьбой исправить ситуацию, поскольку из-за изменений в алкогольном законодательстве могут быть аннулированы многие розничные лицензии. Об этом уже заявил исполнительный директор АКОРТ Илья Белонский.

Что может получиться, если Правительство не отреагирует на запрос розницы, на одном из специализированных форумов наглядно обрисовал на примере Калужской области директор по корпоративным отношениям X5 Retail Group Михаил Сусов. Местное Законодательное собрание приняло соответствующие поправки сразу же, в декабре 2012 г.: в регионе запретили торговать спиртными напитками в радиусе 50, 100 и 200 м от социальных объектов (в зависимости от их типа). В результате карта Калуги, продемонстрированная М. Сусовым, оказалась вся испещрена красным. «Вино, водку и пиво в Калуге теперь могут продавать лишь несколько десятков магазинов на берегу реки и у кладбища», – шутит Михаил Сусов. Вообще же, уже сейчас около сотни магазинов группы из-за нововведений отказались торговать алкоголем.

Не секрет, что алкоголь является трафикообразующим товаром. По данным директора аналитического агентства INFOLine Михаила Бурмистрова, алкоголь занимает 12%–16% в продажах магазина, причем с ним, как правило, покупают закуску и другие напитки. Аналогичные цифры приводит и Михаил Сусов. «Магазины без лицензии на алкоголь часто становятся нерентабельными, и мы вынуждены их закрывать», – заключает он.

Запрет на ночную продажу пива уже привел к тому, что многие магазины отказываются от круглосуточной работы. Что произойдет, когда большая часть из них попадет в так называемые «мертвые зоны», остается только гадать. Однако, как это водится в России, ритейлерам придется смириться и подстраиваться под новые реалии, ожидая, какой очередной вызов им подбросит регулятор ■