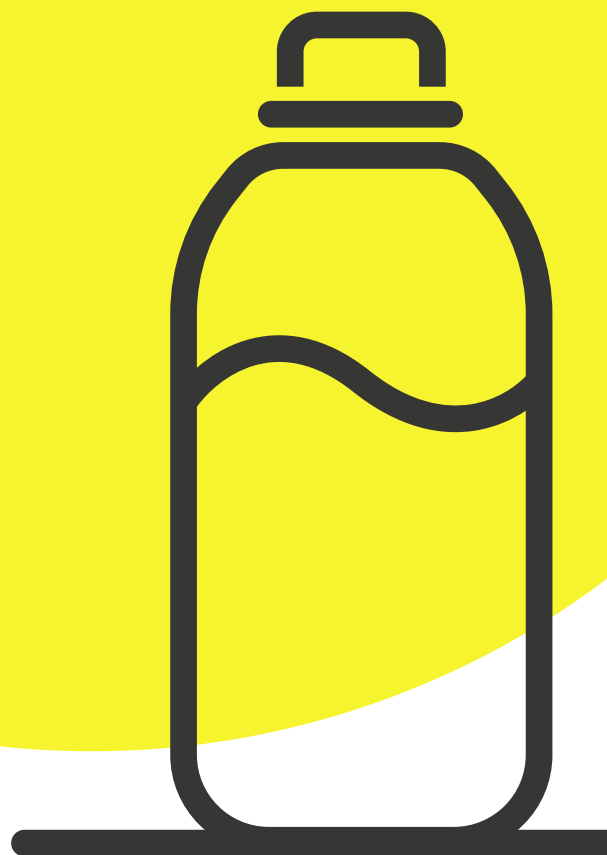


Февраль 2024 года

Ежемесячный обзор по маркируемому рынку

ВОДА



Содержание

1. Методология сбора данных
2. Сроки и этапы введения маркировки упакованной воды
3. Виды товарной продукции
4. Спрос на продукцию
5. Товарное предложение
6. ДАТАМАРКЕТ



1. Методология сбора данных

В обзоре представлена статистика по обороту только маркированных товаров. Вся информация получена из Государственной информационной системы мониторинга товаров в России (ГИС МТ) и представляет собой данные о реальном товарообороте, переданные непосредственно участниками оборота товаров, операторами фискальных данных и электронного документооборота (ЭДО). В ГИС МТ на момент разработки обзора содержится информация о 18 869 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 135 612 участников оборота товаров в рамках товарной группы «Вода».

Все полученные данные проходят процесс оценки качества и очистки от аномальных значений. Адресная информация проходит процесс нормализации и приведения к формату Федеральной информационной адресной системы (ФИАС) для точного отнесения событий к субъекту РФ. Производство распределяется по регионам в соответствии с адресом юридической регистрации производителя, продажи распределяются по регионам по адресам точек фактических продаж.

Разделение статистических данных по видам продукции реализовано на основании атрибутов товаров, описанных участниками в Национальном каталоге маркируемой продукции. Некоторые разрезы статистики подготовлены с использованием справочников, вручную собранных и регулярно обновляемых аналитиками «Ритейл Дата Центра».

В качестве факта производства или поставки товара из-за пределов РФ в обзоре считается событие ввода товара в оборот. Динамика продаж рассчитывается по данным торговых точек, которые фиксируют продажи маркированной продукции ежемесячно с начала прошлого года.

Обзор сформирован в соответствии с п. 12 ст. 201 Федерального закона от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Вся информация в обзоре представлена в обезличенной форме и не раскрывает коммерческой тайны участников оборота. В будущем обзор будет дополнен статистикой по



контрольной (надзорной) деятельности, предоставленной Национальным научным центром компетенций в сфере противодействия незаконному обороту промышленной продукции.

2. Сроки и этапы введения маркировки упакованной воды

Старт обязательной регистрации в системе маркировки

с 1 сентября 2021 года

Производители, импортеры, организации оптовой и розничной торговли, осуществляющие оборот упакованной воды, должны подать заявление на регистрацию в системе маркировки с 1 сентября 2021 года, но не позднее 7 дней со дня возникновения необходимости осуществления оборота маркированной упакованной воды.

Маркировка становится обязательной для категории «Минеральная вода»

С 1 декабря 2021 года

Производители и импортеры любой категории упакованной воды (ТН ВЭД 2201, в том числе 2201 90 000 0, ОКПД2 11.07.11.120, 11.07.11.130, 11.07.11.140) к этой дате обязаны быть зарегистрированы в системе и описать свои товары в каталоге. К этому времени также должны быть полностью настроены процессы по заказу кодов, их нанесению на товары с подачей в систему отчета о нанесении и вводе кодов маркировки в оборот, налажена работа по оплате кодов. Оборота немаркированной упакованной воды, произведенной с этой даты, будет запрещен.



Появляется обязанность передачи сведений об обороте маркированной воды (объемно-сортовой учет) для всех участников оборота

с 1 ноября 2022 года

Производитель, импортер, организации оптовой и розничной торговли, а также HoReCa (которая реализует упакованный товар через кассу) с этой даты должны использовать электронный документооборот в процессах отгрузки и приемки маркированной продукции. Участникам оборота необходимо внедрить и настроить электронный документооборот. Для этого нужно выбрать оператора ЭДО и провести тестирование электронного документооборота с контрагентами. Передавать сведения в систему необходимо о партиях товаров (информация о коде товара и количестве отгружаемого маркированного товара), при этом возможно передавать информацию без указания конкретных кодов маркировки, которые перемещаются между собственниками.

Появляется обязанность передачи сведений о выводе из оборота по прочим причинам (не являющимся продажей в розницу)

с 1 ноября 2022 года

Производитель, импортер, организации оптовой и розничной торговли с этой даты должны подавать сведения в систему цифровой маркировки «Честный ЗНАК» о выводе из оборота продукции по прочим причинам: использование для собственных нужд, использование для собственных нужд покупателем, безвозмездная передача, истечение срока годности, утилизация, утрата и др. Для этого необходимо создать документ «Вывод товара из оборота» в разделе «Документы» личного кабинета Честного ЗНАКа.



Появляется обязанность передачи сведений в систему маркировки о розничной реализации маркированной воды для всех участников оборота

с 1 марта 2023 года

Производитель, импортер, организации оптовой и розничной торговли, а также HoReCa, которые реализуют любые типы упакованной питьевой воды с применением ККТ, с этой даты обеспечивают сканирование кодов на кассе при продаже маркированной продукции и передачу сведений о продажах в систему маркировки с использованием онлайн-касс. К этому времени необходимо протестировать процессы продажи, передачи сведений в систему маркировки, обеспечить наличие 2D-сканеров на кассах, а также при необходимости обновить кассовое ПО.

с 1 сентября 2023 года

Производители и импортеры упакованной детской воды (продукции, соответствующей кодам ТН ВЭД 2201 и кода по классификатору 10.86.10.310) с этой даты обязаны быть зарегистрированы в системе и описать свои товары в каталоге. К этому времени должны быть полностью настроены процессы по заказу кодов, их нанесению на товары с подачей отчета о нанесении, оплате кодов и вводу в оборот.



3. Виды товарной продукции

В текущем обзоре статистика разбита по следующим группам продукции:

НЕГАЗИРОВАННАЯ ПИТЬЕВАЯ

ГАЗИРОВАННАЯ ПИТЬЕВАЯ

НЕГАЗИРОВАННАЯ МИНЕРАЛЬНАЯ

ГАЗИРОВАННАЯ МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ ЛЕЧЕБНАЯ

ГАЗИРОВАННАЯ МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ ЛЕЧЕБНО-СТОЛОВАЯ

ГАЗИРОВАННАЯ МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ СТОЛОВАЯ

ДЕТСКАЯ ВОДА



4. Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж в феврале 2024 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 66% от общего объема выводимой из оборота продукции.

Подробная структура вывода из оборота (продаж) с разбивкой по типам вывода из оборота приведена на рисунке 1 и в таблице 1.

На рисунке 2 и в таблице 2 представлена динамика потребления.

На рисунке 3 и в таблице 3 приведена номенклатура продаж конечному потребителю.

Рисунок 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

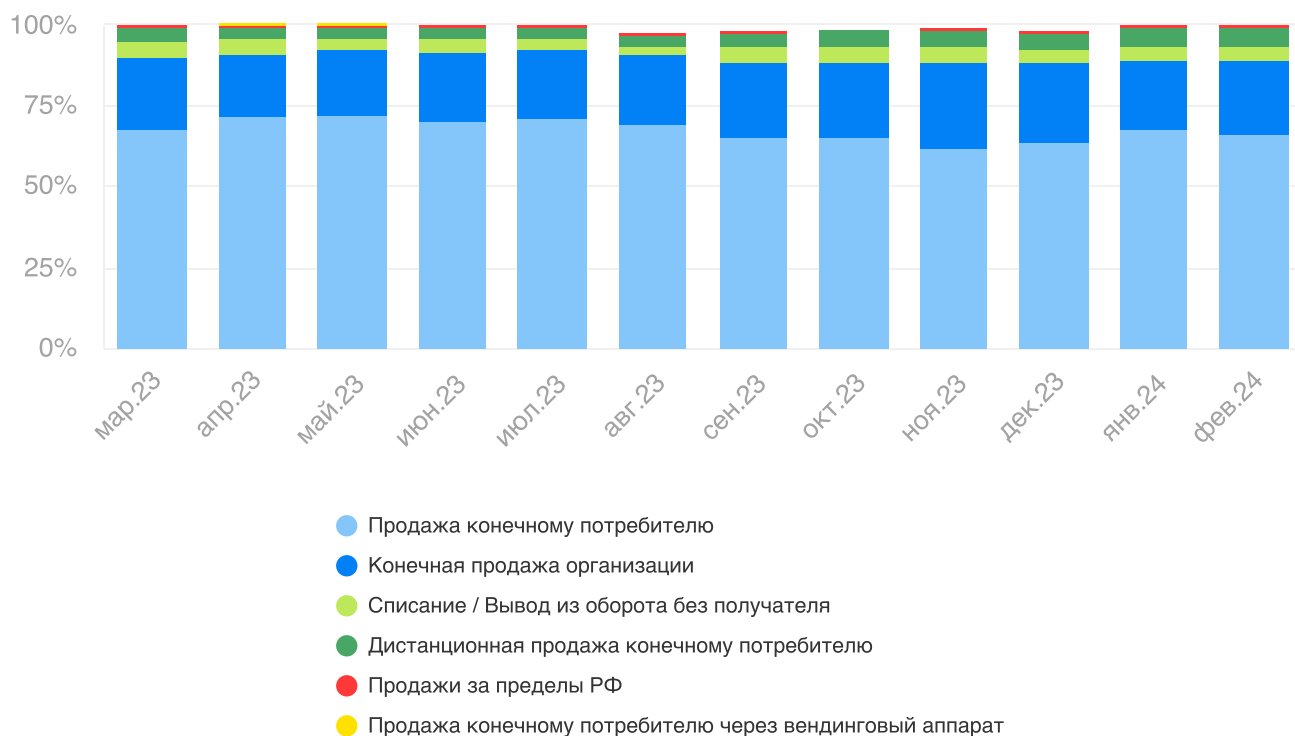




Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно
			Январь 2024
Продажа конечному потребителю	66.17	66.87	67.59
Конечная продажа организации	22.73	21.83	20.92
Дистанционная продажа конечному потребителю	5.8	5.72	5.64
Списание / Вывод из оборота без получателя	4	4.31	4.63
Продажи за пределы РФ	0.74	0.67	0.6
Продажа по гос. контракту	0.5	0.53	0.56
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	0.06	0.06	0.06
Итого	100	100	100



Рисунок 2. Динамика потребления, рассчитанная на базе стабильных торговых точек, %.

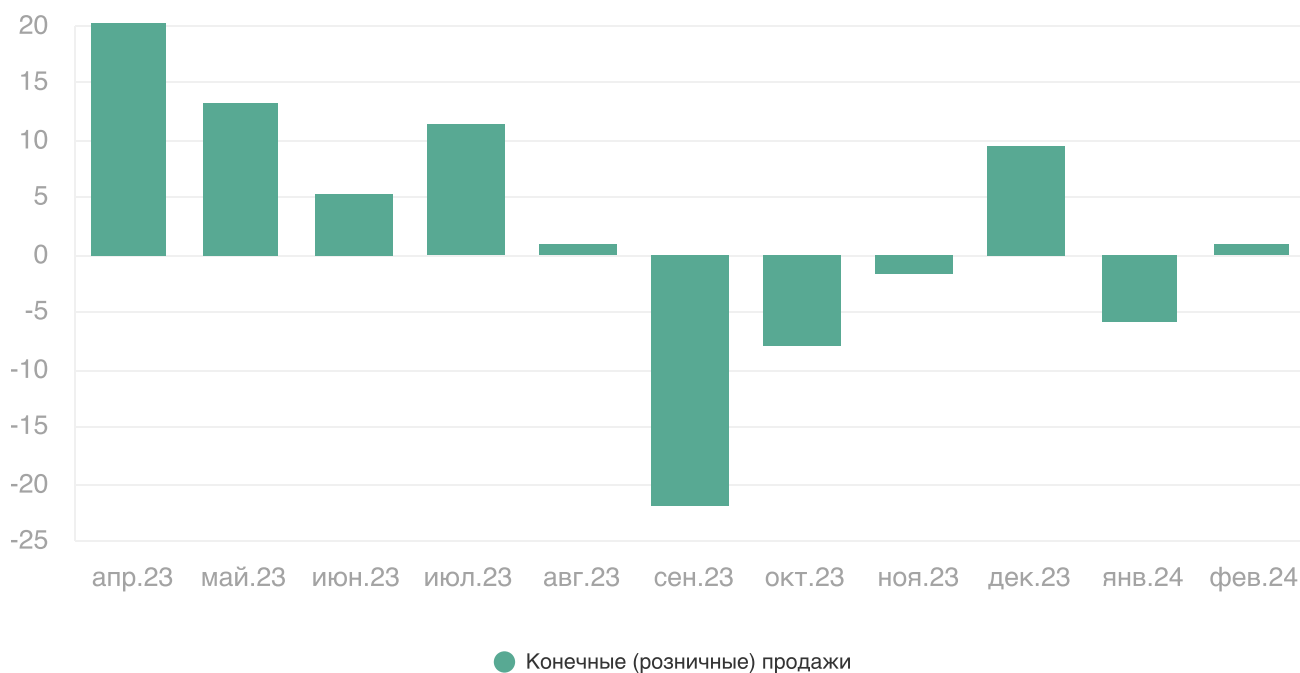


Таблица 2. Динамика потребления, рассчитанная на базе стабильных торговых точек, %

Причина вывода из оборота	Фев 2024 к Янв 2024
Конечные продажи	0.87



Таблица 3. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно
			Январь 2024
Негазированная питьевая	59.7	59.53	59.48
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	17.27	17.34	17.24
Газированная питьевая	12.37	11.78	11.21
Негазированная минеральная	5.54	5.89	6.25
Газированная минеральная природная столовая	3.84	4.18	4.53
Газированная минеральная природная лечебная	1.28	1.28	1.29
Итого	100	100	100



В феврале 2024 года наибольший объем среднемесячного потребления продукции воды на 1 000 человек пришелся на Центральный ФО — 3 927 л. Следующим по объему проданной упакованной воды на 1 000 человек является Южный ФО — 3 694 л.

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах Московская область — 5 418 л. и Москва — 5 152 л.

Подробная региональная структура продаж с разбивкой по основным видам упакованной воды приведена в таблицах 4а и 4б.

Таблица 4а. Региональная структура продаж упакованной воды (на 1000 человек), л.

Субъект РФ	Негазированная питьевая	Газированная минеральная природная лечебно-столовая	Газированная питьевая	Негазированная минеральная	Газированная минеральная природная столовая	Газированная минеральная природная лечебная	Итого
Центральный ФО	2 519	594	469	191	94	61	3 927
Южный ФО	2 248	536	497	256	130	26	3 694
Северо-Западный ФО	2 040	526	454	188	62	37	3 307
Уральский ФО	1 855	540	374	83	187	22	3 062
Сибирский ФО	1 340	852	200	36	39	27	2 494
Приволжский ФО	1 078	373	390	229	200	33	2 302
Дальневосточный ФО	638	401	119	198	152	79	1 587
Северо-Кавказский ФО	226	153	39	54	13	11	495



Таблица 46. Региональная структура продаж упакованной воды (на 1000 человек), л.

Субъект РФ	Негазированная питьевая	Газированная минеральная природная лечебно- столовая	Газированная питьевая	Негазированная минеральная	Газированная минеральная природная столовая	Газированная минеральная природная лечебная	Итого
Справочно							
Московская область	3 443	858	758	147	99	114	5 418
Москва	3 756	551	418	297	69	60	5 152
Ростовская область	3 411	455	590	356	137	19	4 967
Калининградская область	2 339	1 006	250	740	36	54	4 426
Ленинградская область	2 852	652	626	65	49	34	4 278
Дистанционные продажи*							
Вся Россия	187	28	24	9	5	3	255

*Так как по данным системы маркировки для дистанционных продаж регион потребителя не всегда возможно определить корректно, данные по потреблению на 1000 человек через дистанционные каналы продаж рассчитаны для РФ в целом.



Самой дорогой категорией упакованной воды в феврале 2024 года при пересчете на 1 литр была **Газированная минеральная природная лечебная вода** — 77 руб.

Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам упакованной воды приведена на рисунке 3 и в таблице 5.

Рисунок 3. Средние цены на товары упакованной воды, руб./л

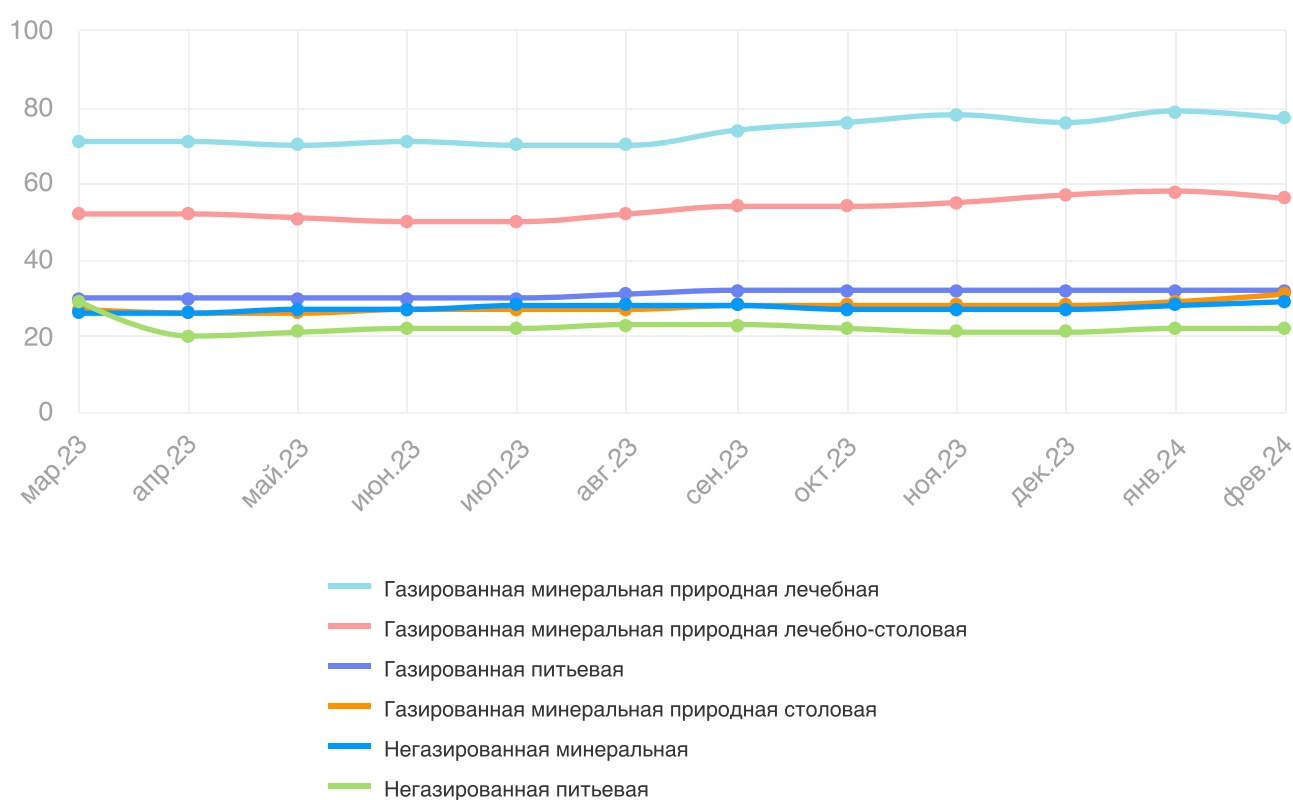




Таблица 5. Средние цены за литр упакованной воды, руб.

Тип продаж	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Измене- ние цен, м/м	Справочно
				Январь 2024
Газированная минеральная природная лечебная	77	78	-3%	79
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	56	57	-3%	58
Газированная минеральная природная столовая	31	30	7%	29
Газированная питьевая	32	32	0%	32
Негазированная минеральная	29	28	4%	28
Негазированная питьевая	22	22	0%	22



Сегменты рынка разделены на 3 категории: в пределах средней стоимости ($\pm 10\%$ от средневзвешенной цены). Все, что отклоняется от данного количества, вынесено в категории «Выше средней» или «Ниже средней».

Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах упакованной воды — на уровне 55% по итогам рассматриваемого периода.

Подробная динамика распределения конечных продаж по ценовым сегментам по всей товарной группе приведена на рисунке 4.

Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов упакованной воды приведены на рисунке 5.

Рисунок 4. Сегменты рынка по средневзвешенной цене

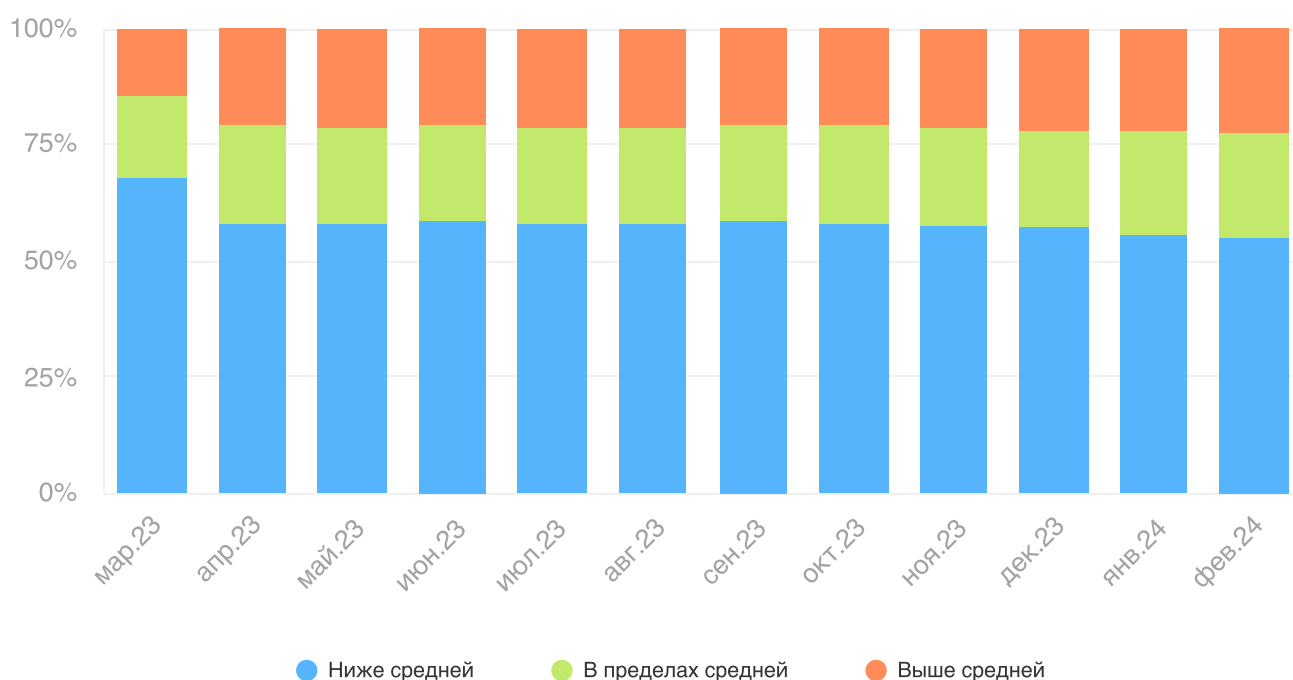
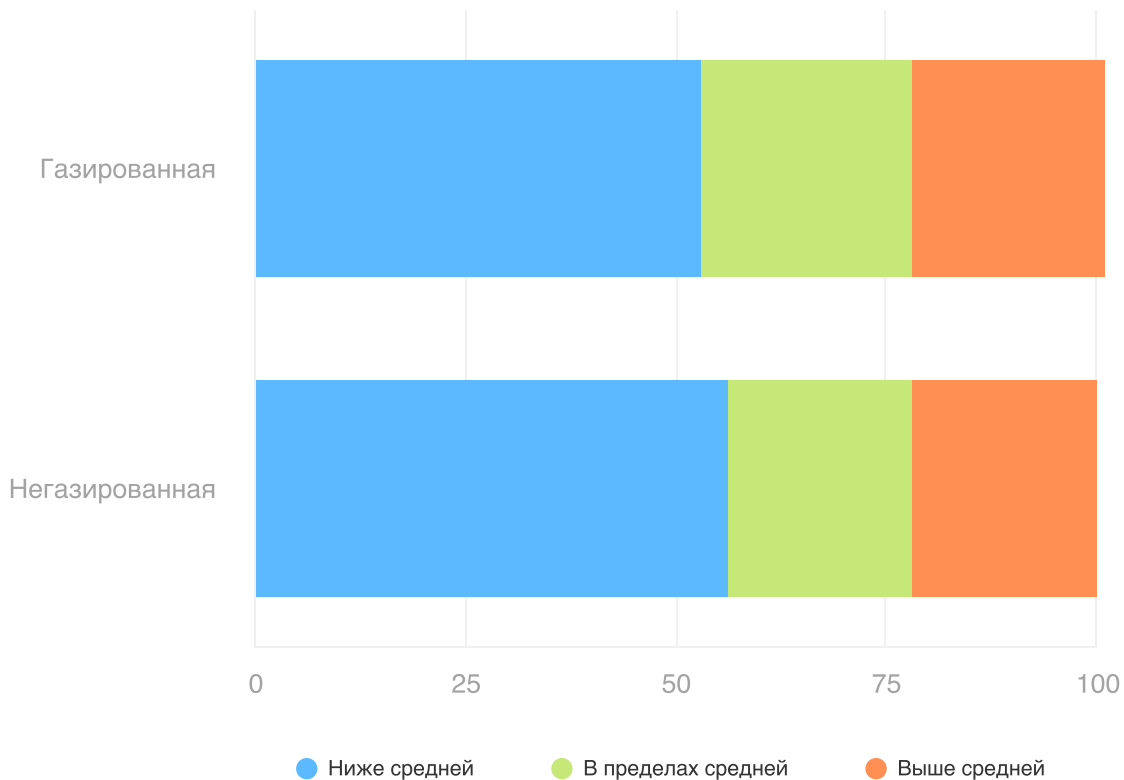




Рисунок 5. Распределение конечных продаж по ценовым сегментам отдельных видов упакованной воды, %





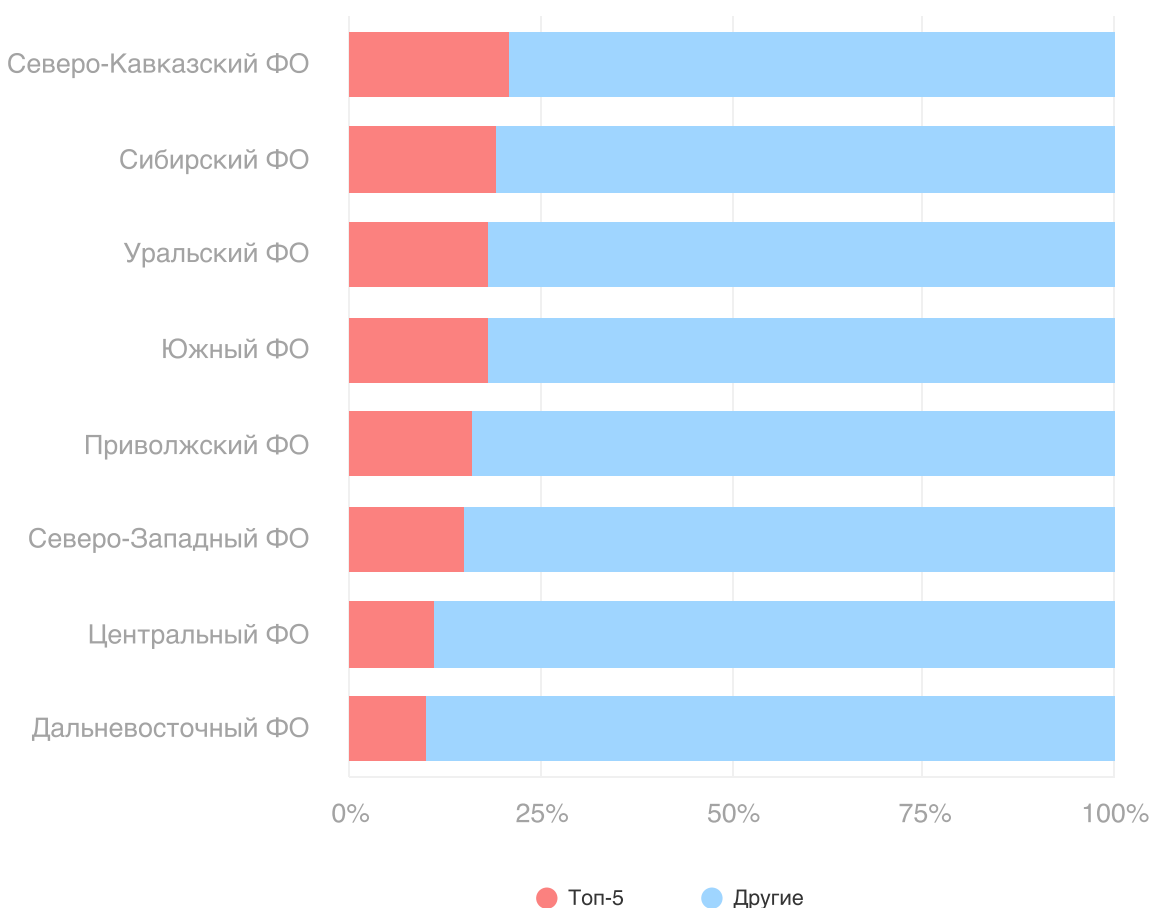
Северо-Кавказский ФО в феврале 2024 года занимает наибольшую долю рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 21%.

После него идут Сибирский ФО — 19% от всех продаж и Уральский ФО — 18% от всех продаж.

В свою очередь Дальневосточный ФО находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации производства. Там на долю топ-5 компаний приходится всего 10% от всех продаж.

На рисунке 6 представлены доли продаж, приходящиеся на крупнейшие предприятия розничного сегмента в каждом из федеральных округов.

Рисунок 6. Доли рынка крупнейших компаний





5. Товарное предложение

Наибольший источник предложения на внутреннем рынке — «Производство РФ» — 99%. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 27%

Поставки из-за пределов РФ составили 1%. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года показали падение на 17%.

На рисунке 7 и в таблице 6 представлена динамика предложения и его структура на рынке.

Рисунок 7. Доли рынка крупнейших компаний

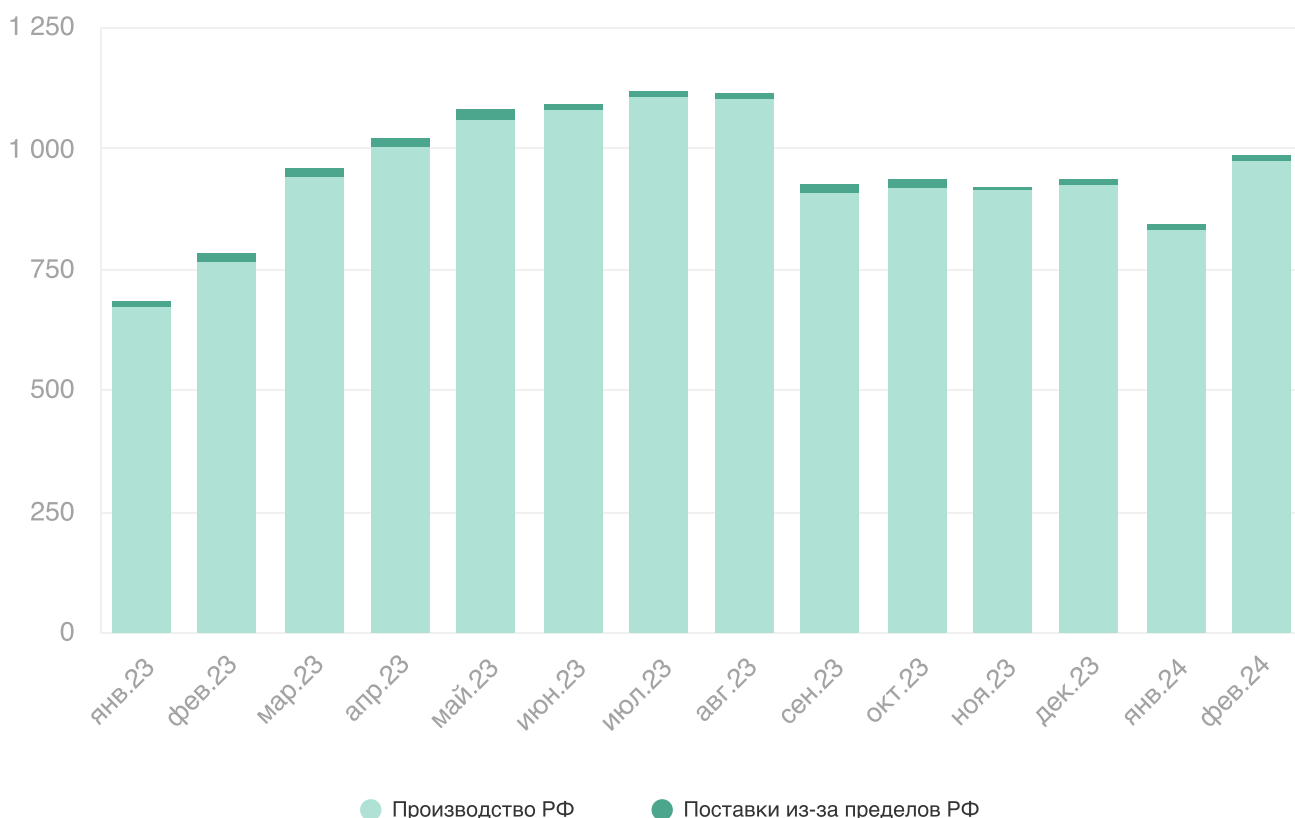




Таблица 6. Структура предложения на рынке упакованной воды, млн л

Источник предложения	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Производство РФ	974.37	1 803.45	829.08	762.57	1 432.89
Поставки из-за пределов РФ	14.44	27.7	13.26	17.47	28.72
Итого	988.81	1 831.15	842.34	780.04	1 461.61



В феврале 2024 года наибольшие объемы производства внутри РФ приходятся на Центральный ФО. В этом округе было произведено 379 млн л. упакованной воды, что составляет 39% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 42%.

Северо-Кавказский ФО занимает 2 место по объему производства. В феврале 2024 года там было произведено 127 млн л. продукции, что составляет 13% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 2%.

На рисунке 8 и в таблице 7 представлена динамика предложения и его структура на рынке.

Рисунок 8. Географическая структура производства упакованной воды, млн л

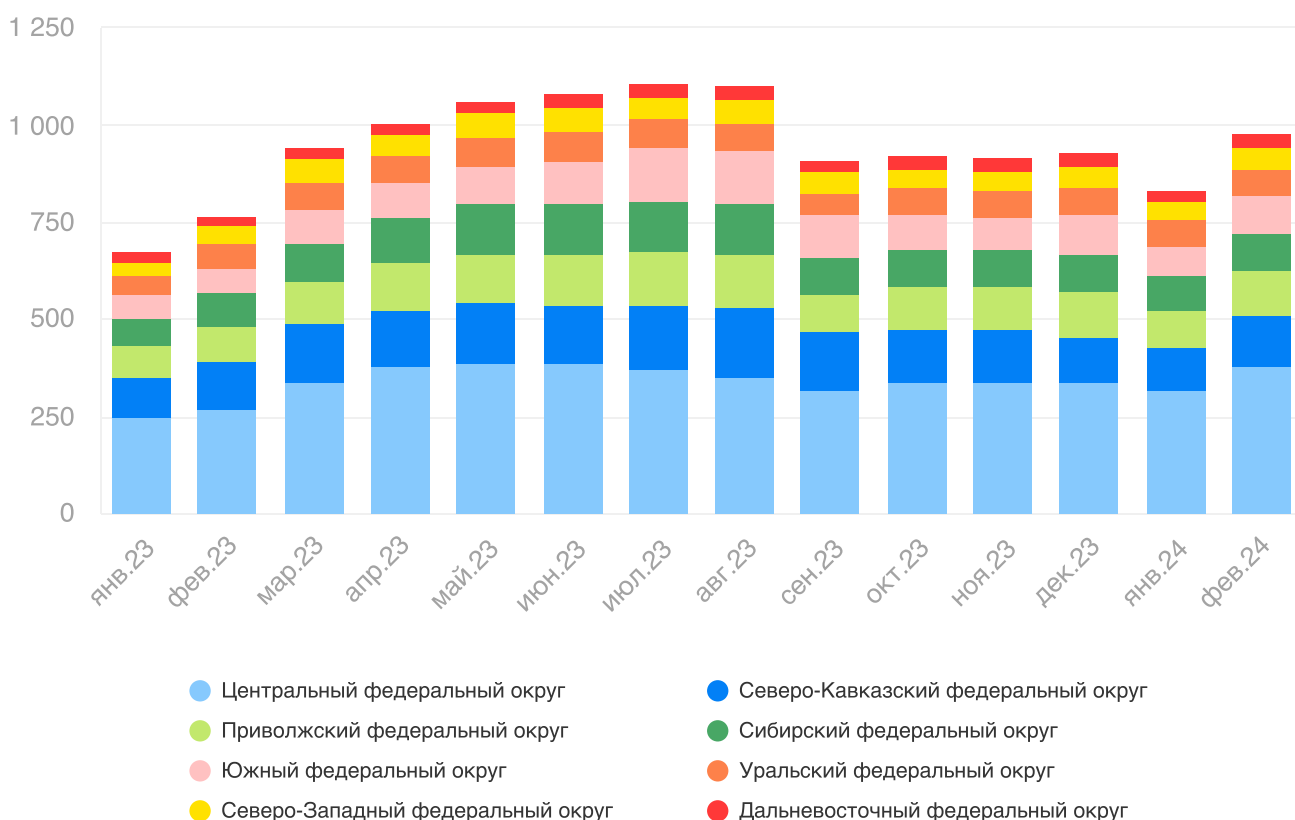




Таблица 7. Географическая структура производства упакованной воды, млн л

Федеральный округ	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Центральный ФО	379.28	694.86	315.57	268	514.92
Северо-Кавказский ФО	126.68	234.03	107.35	124	228.68
Приволжский ФО	116.65	217.18	100.53	91.14	172.06
Сибирский ФО	101.36	186.09	84.73	86.83	153.73
Южный ФО	91.8	170.24	78.44	64.4	125.39
Уральский ФО	72.55	138.9	66.35	59.64	112.88
Северо-Западный ФО	54.2	101.7	47.51	45.99	80.7
Дальневосточный ФО	31.85	60.44	28.59	22.57	44.52
Итого	974.37	1 803.44	829.07	762.57	1 432.88



Большую часть рынка производимой продукции занимает **Негазированная питьевая вода**. В феврале 2024 года производство этого типа продукции составило 615 млн л. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 23% — это 63% от общего объема производства упакованной воды в стране.

Остальные типы продукции занимают более низкую долю в производстве упакованной воды в России. Второе и третье место по доле от общего производства занимают:

Газированная минеральная природная лечебно-столовая вода — 106 млн л. и 11 % от всего рынка. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 6%.

Газированная питьевая вода — 92 млн л. и 9% от всего рынка. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 34%.



На рисунке 9 и в таблице 8 представлена динамика предложения в разбивке на типы продукции.

На рисунке 10 — сводные данные за февраль 2024 года.

Рисунок 9. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн л

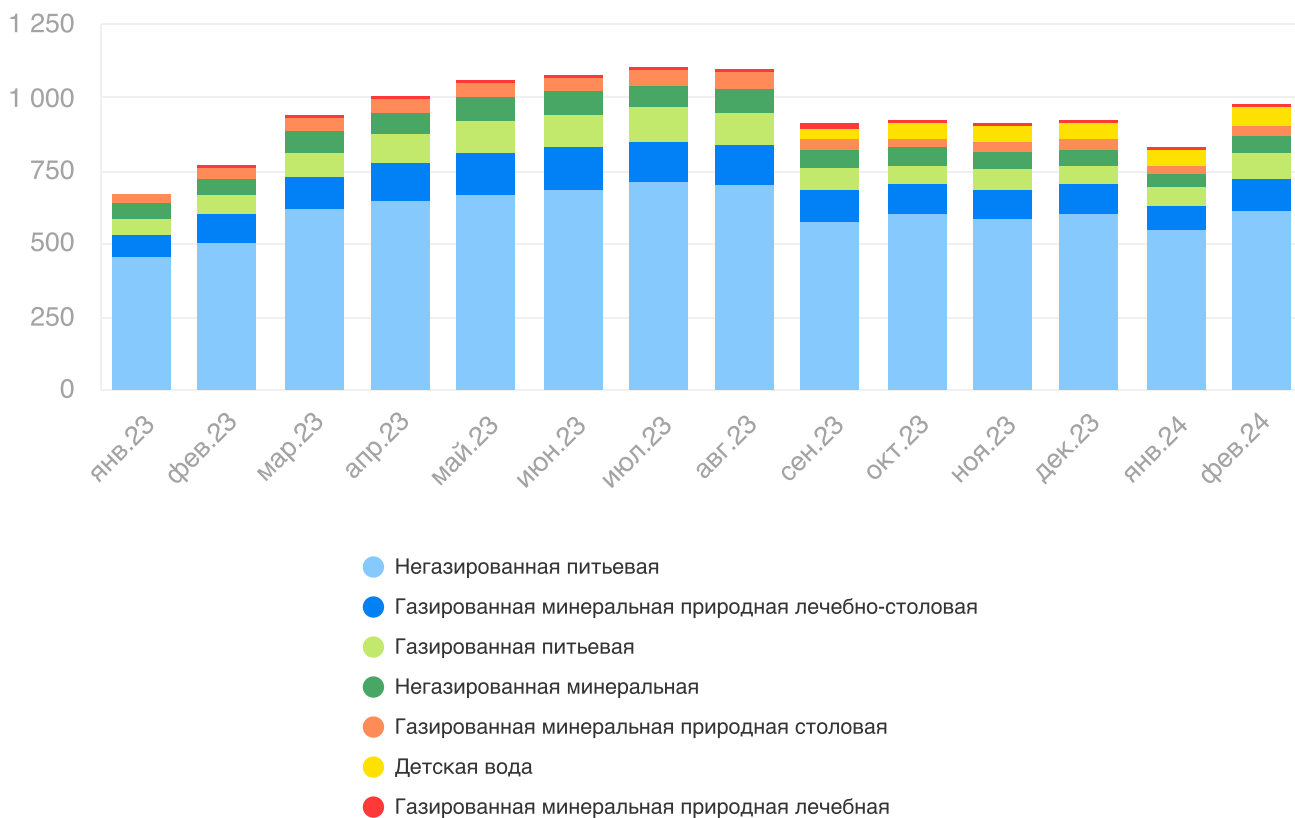




Рисунок 10. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн л

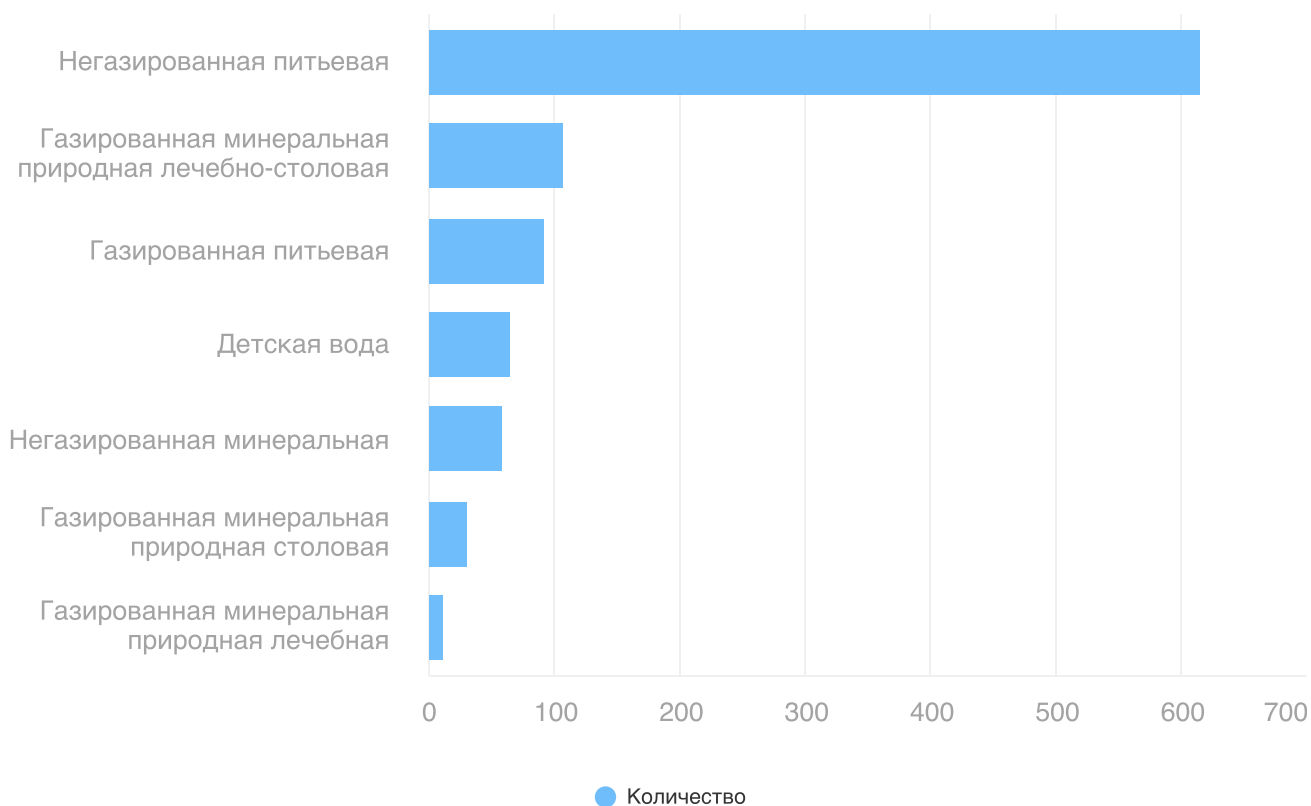




Таблица 8. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн л

Категория продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Негазированная питьевая	615	1 160	546	498	951
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	106	191	85	99	175
Газированная питьевая	92	159	67	69	125
Детская вода	63	118	55	—	—
Негазированная минеральная	58	104	45	54	106
Газированная минеральная природная столовая	29	52	23	34	62
Газированная минеральная природная лечебная	11	19	8	8	14
Итого	974	1 803	829	763	1 433



Доля производства топ-5 компаний занимает от 15% до 63% в зависимости от типа продукции. Полное распределение выглядит следующим образом:

Газированная минеральная природная лечебная вода — доля топ-5 компаний составляет 63% от всего рынка;

Детская вода — доля топ-5 компаний составляет 61%;

Газированная минеральная природная столовая вода — доля топ-5 компаний составляет 37%;

Газированная минеральная природная столовая вода — доля топ-5 компаний составляет 36%;

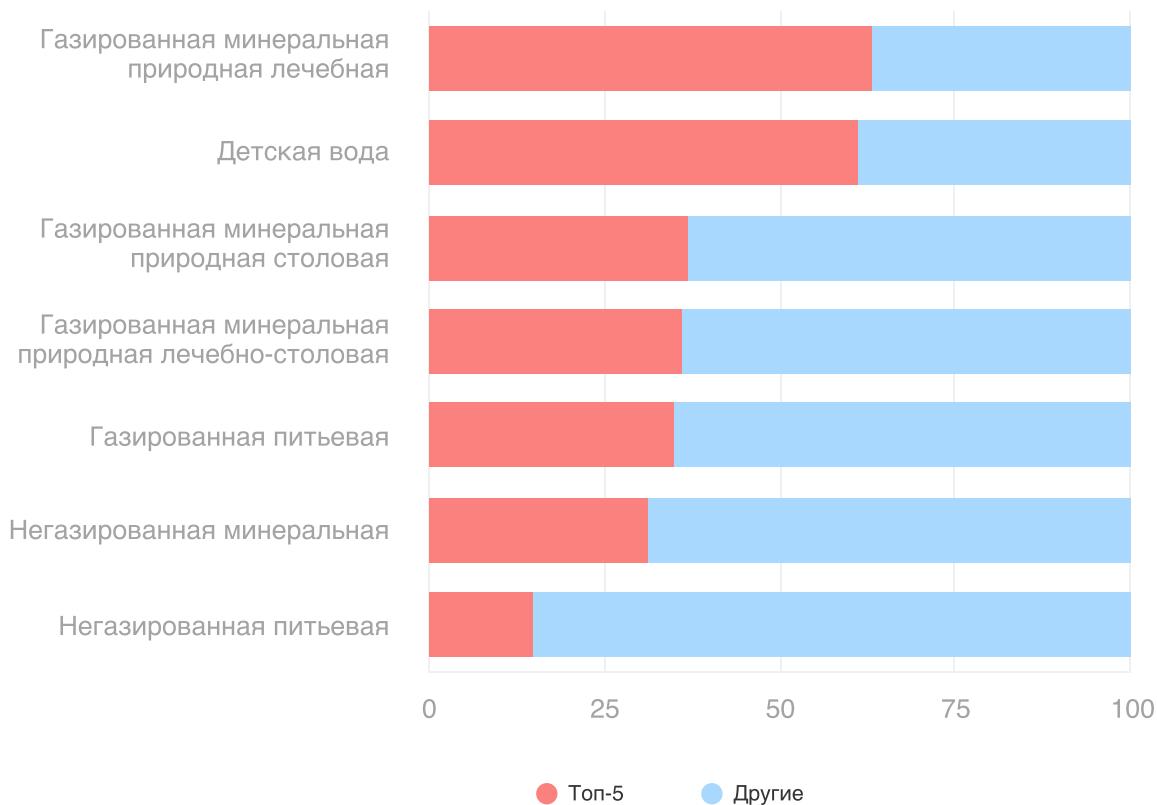
Газированная питьевая вода — доля топ-5 компаний составляет 35%;

Негазированная минеральная вода — доля топ-5 компаний составляет 31%.



На рисунке 11 представлена доля объема производства, приходящаяся на топ-5 производителей по каждому типу продукции.

Рисунок 11. Концентрация производства упакованной воды по основным видам продукции





Большую часть ввозимой упакованной воды составляет **Газированная минеральная природная лечебно-столовая вода**. Поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 12 млн л — 81% от общего объема поставок упакованной воды в страну.

Следом идет **Негазированная питьевая вода** — 1 млн л. Это 5% всей ввозимой продукции.

На рисунке 12 и в таблице 9 представлена динамика объема поставок из-за пределов РФ в разбивке на виды продукции.

Рисунок 12. Объем поставок из-за пределов РФ упакованной воды по видам продукции, млн л





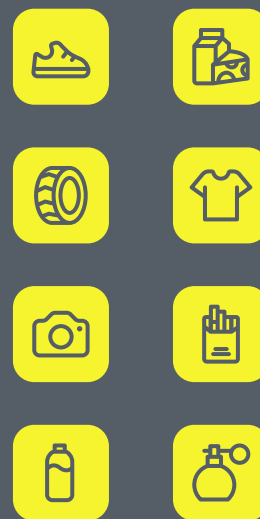
Таблица 9. Объем поставок из-за пределов РФ упакованной воды по видам продукции, млн л

Категория продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	11.64	22.32	10.68	14.67	23.13
Негазированная питьевая	1.13	2.05	0.92	1.51	2.7
Негазированная минеральная	0.69	1.41	0.72	0.75	1.42
Газированная минеральная природная столовая	0.3	0.62	0.32	0.36	0.66
Газированная питьевая	0.01	0.07	0.06	0.07	0.11
Другое	0.68	1.22	0.54	0.12	0.7
Итого	14.45	27.69	13.24	17.48	28.72

ДАТАМАРКЕТ

Система, позволяющая выбирать, заказывать и получать аналитические данные по товарным рынкам на основе данных системы «Честный знак»

Датумаркет позволяет получить данные, используемые для построения обзора рынка в части спроса.



Доступны для скачивания отчеты по 8 товарным категориям

Отчеты предоставляются в следующей грануляции:

*Данные обезличены



ТОВАР

Товарные группы
ТНВЭД / ОКПД2
GTIN*



ПЕРИОД

Квартал
Месяц / Неделя
День*



УЧАСТНИКИ

Каналы продаж
Оффлайн/онлайн
ИНН*



ГЕОГРАФИЯ

Субъекты РФ
Города
Индекс / Адрес*

Возможно сделать заявку на индивидуальный отчет или исследование

ОТЧЕТЫ И СКОРИНГ

Потенциал продаж
Доля рынка
Кредитный рейтинг

СПРАВОЧНИКИ И КОНСАЛТИНГ

Каналы продаж
Форматы товаров
Мониторинг свежести

Стоимость от 3 000 ₽

Подробнее на <https://датамаркет.честныйзнак.рф/>