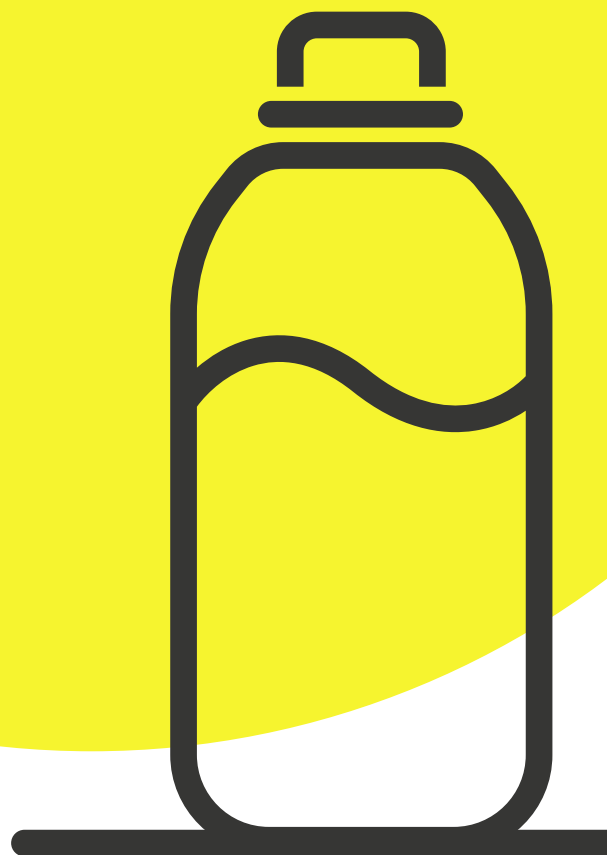


III квартал 2023 года

Квартальный обзор по маркируемому рынку

ВОДА



Содержание

1. Методология сбора данных
2. Сроки и этапы введения маркировки упакованной воды
3. Виды товарной продукции
4. Основные выводы
5. Спрос на продукцию
6. Товарное предложение
7. 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 операторами электронного документооборота (ЭДО). В ГИС МТ на момент разработки обзора содержится информация о 17 470 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 109 083 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 рубежа 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.

Динамика продаж рассчитывается по данным торговых точек, которые фиксируют продажи маркированной продукции ежемесячно с начала прошлого года.

В настоящем обзоре уточнены показатели предыдущих временных периодов ввиду возможности получения в ГИС МТ сведений о движении товара от



участников оборота с задержкой и корректировки сведений о товарах в Национальном каталоге маркированной продукции.

Обзор сформирован в соответствии с п. 12 ст. 20(1) 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. Оборот немаркированной упакованной воды, произведенной с этой даты, будет запрещен.

Появляется обязанность по передаче 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 по передаче 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 по передаче 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.

Маркировка становится обязательной для категории «детская вода»

с 1 сентября 2023 года

Производители и импортеры упакованной детской воды (продукции, соответствующей кодам ТН ВЭД 2201 и коду 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

4. Основные выводы

Внутреннее предложение на все ключевые продукты упакованной воды увеличилось в **III квартале 2023** года в сравнении с аналогичным периодом 2022 года на 28% и на 98,6% покрывается внутренним производством.

Кроме того, производство может увеличиться в следующих отчетных периодах в связи с подписанием изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ, которые позволят малым и средним предприятиям в сфере добычи и реализации минеральных подземных вод претендовать на господдержку. **Спрос**



по упакованной воде в III квартале 2023 года в сравнении с предыдущим кварталом **неэластичен к цене** и растет несмотря на увеличение цен. Продажи увеличились в сравнении со II кварталом на 11,2% в точках продаж и на 13,8% в дистанционных продажах. Продажи через вендинговые аппараты немного уменьшились (на 0,6%), однако данные продажи занимают незначительную долю в структуре вывода из оборота (0,04%).

МИНЕРАЛЬНАЯ ВОДА: среди минеральной воды **наибольшая доля в структуре продаж** (53% в объеме розничных продаж минеральной воды и 17% в объеме упакованной) в III квартале 2023 года зафиксирована по газированной минеральной природной лечебно-столовой воде, несмотря на превышение **цены** по данному продукту на 33% от средних цен по упакованной воде. А **наиболее дорогая** минеральная вода — газированная минеральная природная лечебная, превышающая на 85% средние цены упакованной воды, занимает последнее место в объемах продаж как минеральной воды (3%), так и упакованной воды в целом (1%). **Предложение** минеральной воды увеличилось в III квартале 2023 года на 70% в сравнении с аналогичным периодом 2022 года, что обусловлено в первую очередь приростом производства (+22%). В сравнении с II кварталом 2023 года предложение минеральной воды немного снизилось (-5%) в связи с началом сезонного снижения (ввоз в РФ снизился на 18%, производство - на 4%).

Производство  Ввоз в РФ 



ПРОЧАЯ ПИТЬЕВАЯ ВОДА: предложение прочей питьевой воды также увеличилось на 31% в III квартале 2023 года к аналогичному периоду прошлого года. В сравнении со II кварталом предложение прочей питьевой воды незначительно снизилось на 0,02%. При этом 99,8% предложения прочей питьевой воды в РФ — **отечественного производства**. Наибольшую долю в **розничных продажах** (56% всей упакованной воды и 81% от прочей питьевой воды) в III квартале 2023 года занимает негазированная питьевая вода, чья средняя цена на 41% ниже средневзвешенной цены по упакованной воде в III квартале 2023 года. В сравнении со II кварталом 2022 года цены по негазированной питьевой воде увеличились на 10%, доля в структуре продаж ее при этом осталась практически неизменной (-0,3%).

Производство  Ввоз в РФ 

5. Спрос на продукцию

В III квартале 2023 года наибольший объем вывода из оборота (продаж) на рынке упакованной воды пришелся на продажи конечному потребителю, которые составили 68,5% от общего объема. Далее идут конечные продажи организации, которые составляют 21,5% от общего объема (рисунок 1, таблица 1).

Наибольший объем спроса пришелся на негазированную питьевую воду (55,8%) и газированную минеральную природную лечебно-столовую воду (16,7%) (таблица 3).



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

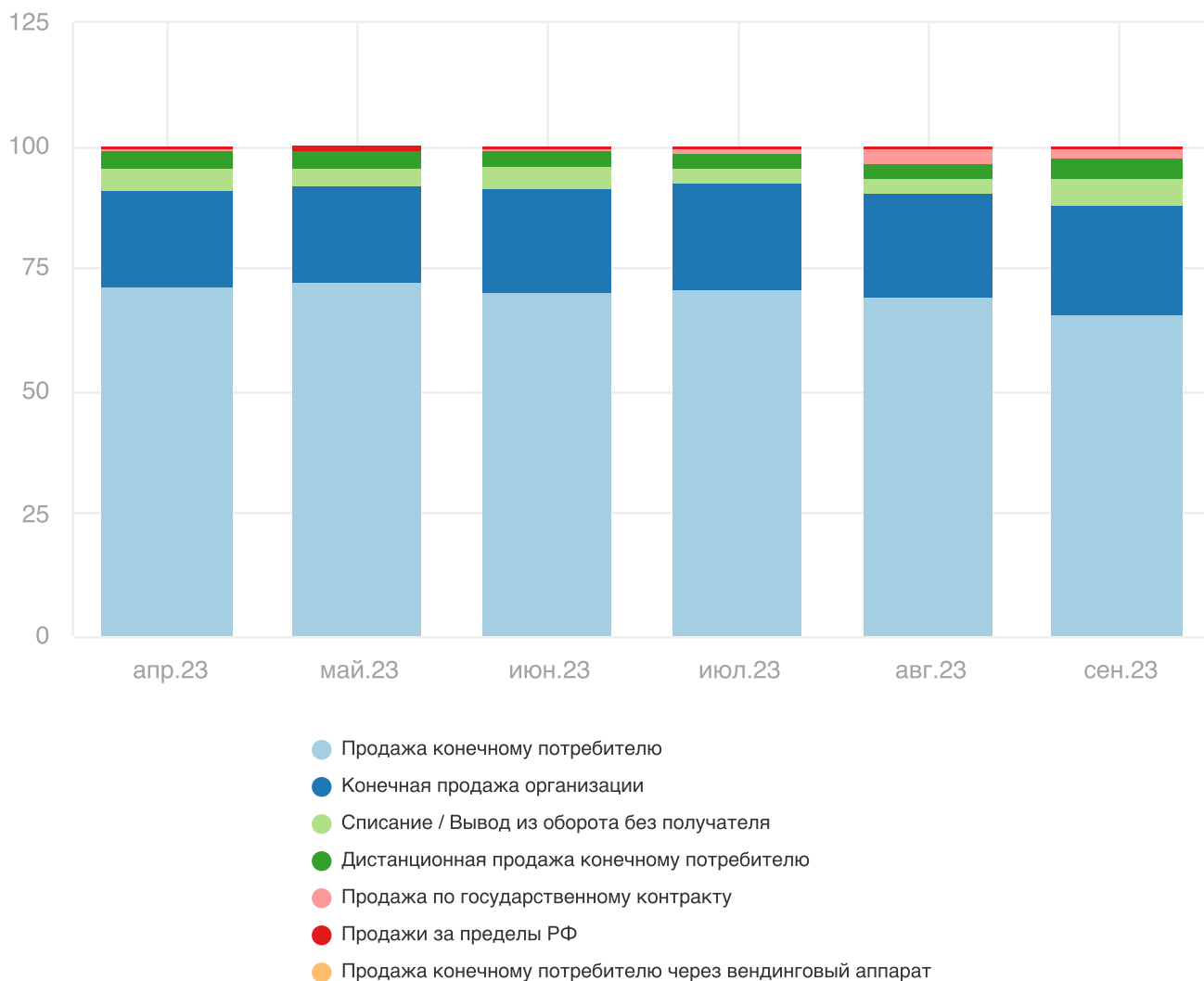




Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	III квартал 2023 год	II квартал 2023 год
Продажа конечному потребителю	68.53	70.91
Конечная продажа организации	21.58	20.36
Списание / Вывод из оборота без получателя	3.82	4.10
Дистанционная продажа конечному потребителю	3.45	3.53
Продажа по государственному контракту	1.93	0.14
Продажи за пределы РФ	0.66	0.91
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	0.04	0.05
Итого	100.00	100.00

В III квартале в силу сезонности продажи конечному потребителю продемонстрировали падение в сентябре на 23%. (рисунок 2, таблица 2).



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





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

Причина вывода из оборота	III квартал 2023 года к II кварталу 2023 года, %
Дистанционная продажа конечному потребителю	13.75
Продажа конечному потребителю в точках продаж	11.22
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	-0.61

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

Категория продукции	III квартал 2023 год	II квартал 2023 год
Негазированная питьевая	55.84	56.02
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	16.70	17.41
Газированная питьевая	12.88	12.48
Негазированная минеральная	7.35	7.17
Газированная минеральная природная столовая	6.27	5.89
Газированная минеральная природная лечебная	0.97	1.02
Итого	100	100



В III квартале 2023 года наибольший объем среднемесячного потребления продукции воды на 1 000 человек пришелся на Южный федеральный округ (5 826 л). Наибольший вклад в данный показатель внесли Краснодарский край (7 213 л) и Ростовская область (5 754 л). Следующим по объему проданной упакованной воды на 1 000 человек является Центральный федеральный округ (5 295 л), где больше всего продаж было в Москве (6 778 л) и Московской области (7 267 л) (таблица 4).

Таблица 4. Региональная структура продаж упакованной воды (на 1 000 человек за III квартал 2023 года, л)

Субъект РФ	Негазированная питьевая	Газированная минеральная природная лечебно-столовая	Газированная питьевая	Негазированная минеральная	Газированная минеральная природная столовая	Газированная минеральная природная лечебная	Итого
Южный федеральный округ	3 225.45	863.99	911.25	397.59	393.87	34.29	5 826.44
Центральный федеральный округ	3 314.90	747.42	619.67	336.55	214.70	61.81	5 295.05
Северо-Западный федеральный округ	2 425.48	600.07	487.61	342.72	156.37	33.07	4 045.32
Уральский федеральный округ	2 018.10	609.30	418.44	246.17	368.04	20.28	3 680.33
Сибирский федеральный округ	1 758.40	1 075.36	276.18	75.99	82.05	17.71	3 285.69



Субъект РФ	Негазированная питьевая	Газированная минеральная природная лечебно-столовая	Газированная питьевая	Негазированная минеральная	Газированная минеральная природная столовая	Газированная минеральная природная лечебная	Итого
Приволжский федеральный округ	1 403.87	457.59	584.02	364.93	376.55	31.67	3 218.63
Дальневосточный федеральный округ	881.25	453.10	153.69	286.97	201.66	81.28	2 057.95
Северо- Кавказский федеральный округ	340.75	209.60	60.30	100.73	31.39	12.75	755.52
Справочно							
Московская область	4 683.17	1 003.89	953.07	314.80	202.29	110.37	7 267.59
Краснодарский край	4 106.16	877.99	1 036.87	561.50	586.56	44.36	7 213.44
Москва	4 843.10	684.61	603.04	417.36	163.75	66.03	6 777.89
Ленинградская область	4 454.11	846.01	712.49	221.54	161.90	34.67	6 430.72
Ростовская область	3 296.62	621.98	935.67	445.33	433.35	21.79	5 754.74



Самой дорогой категорией упакованной воды в III квартале 2023 года при пересчете на один литр была газированная минеральная природная лечебная вода — 72 рубля (рисунок 3, таблица 5).

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

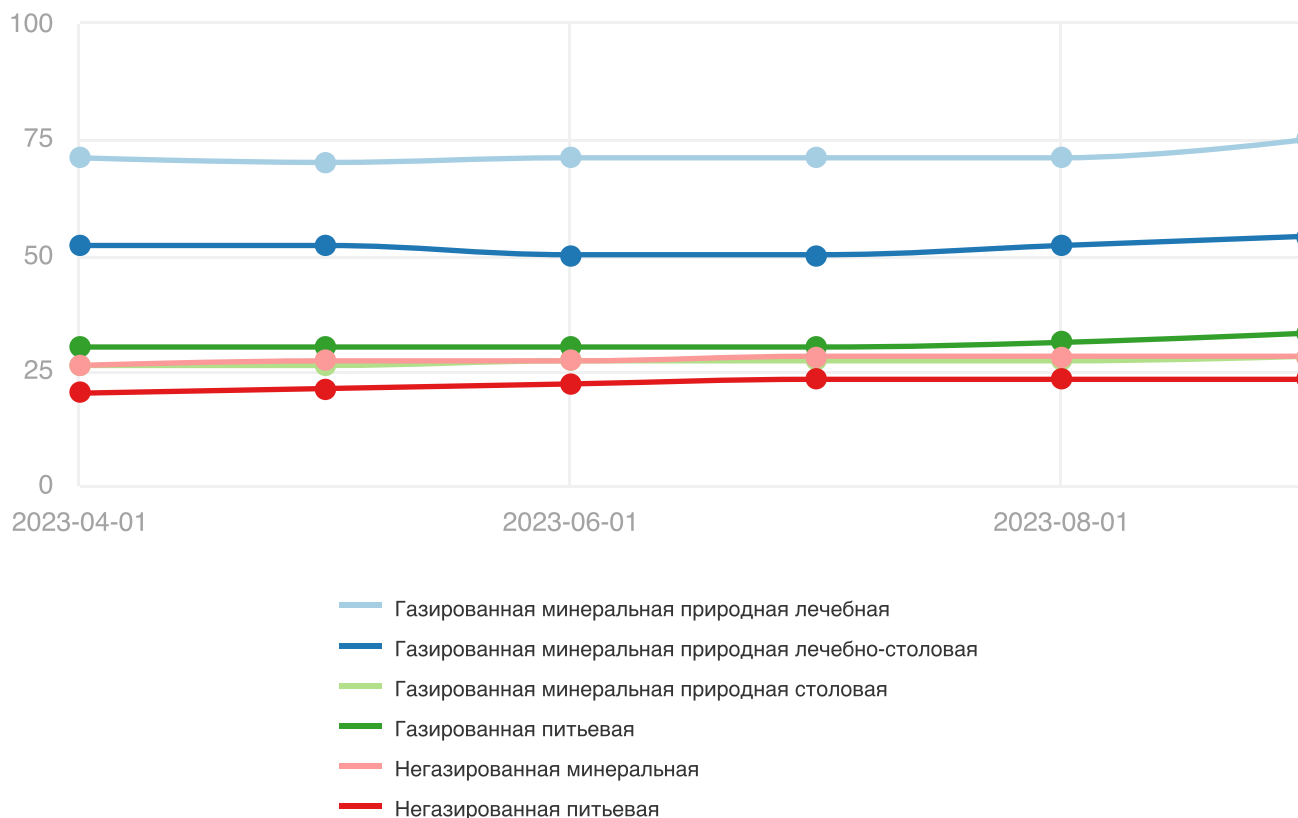




Таблица 5. Средневзвешенные цены за литр упакованной воды, руб.

Категория продукции	III квартал 2023 год	II квартал 2023 год
Газированная минеральная природная лечебная	72	71
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	52	51
Газированная питьевая	31	30
Негазированная минеральная	28	27
Газированная минеральная природная столовая	27	26
Негазированная питьевая	23	21
В среднем по товарной группе	39	38

По результатам III квартала 2023 года наибольшая доля продаж приходится на упакованную воду в пределах более низкого ценового сегмента* — 58% продаж.

Распределение продаж по ценовым сегментам рынка можно назвать стабильным в течение всего III квартала 2023 года (рисунки 4-5).

*Сегменты рынка разделены на 3 категории: в пределах средней стоимости ($\pm 20\%$ от средневзвешенной цены). Все, что отклоняется от данного количества, вынесено в категории «Выше средней» или «Ниже средней».



Рисунок 4. Сегменты рынка по средневзвешенной цене

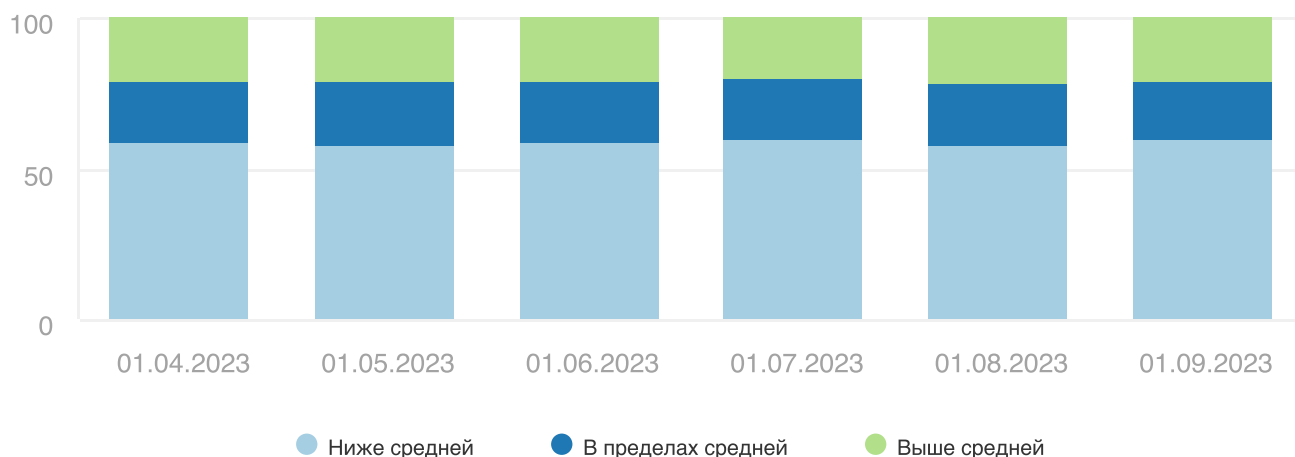
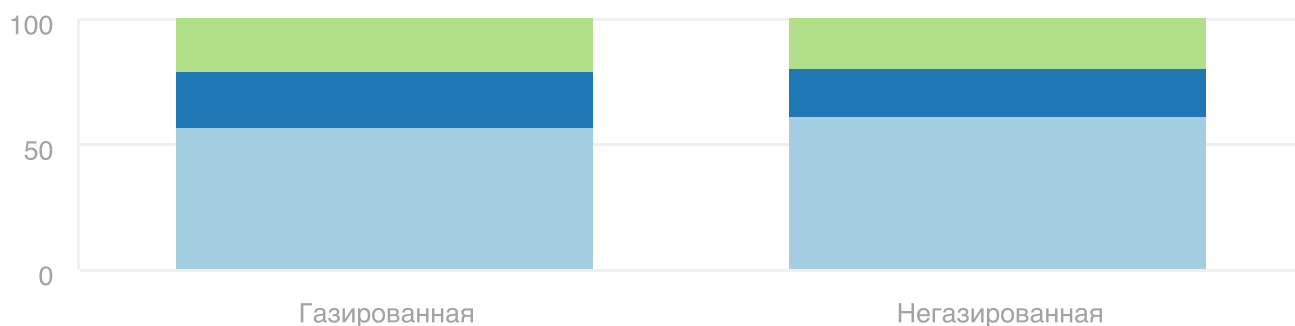


Рисунок 5. Распределение конечных продаж по ценовым сегментам отдельных видов упакованной воды в III квартале 2023 года, %

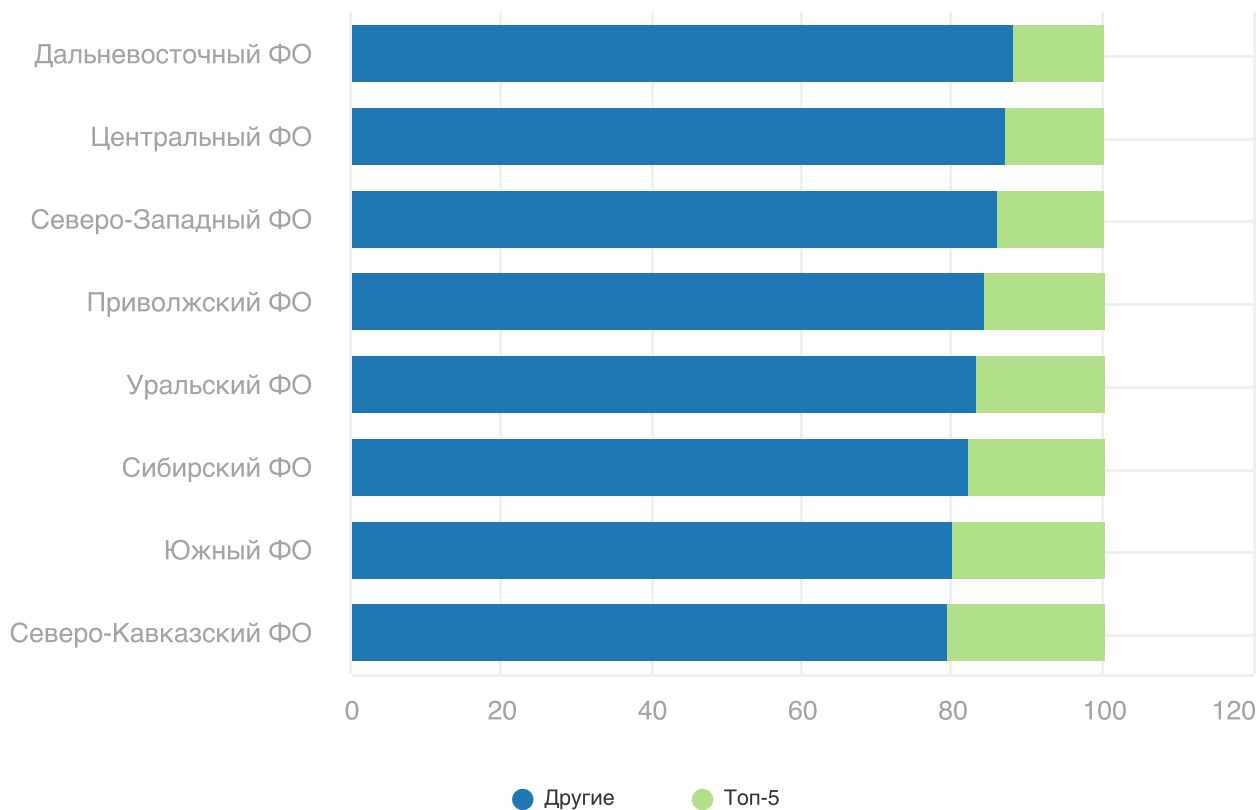


В III квартале наибольшая доля рынка, которую занимают топ-5 компаний*, продающих в розницу, отмечена в Северо-Кавказском федеральном округе и составляет 21% от всех продаж в регионе. После него идут Южный федеральный округ (20% от всех продаж) и Сибирский федеральный округ (17% от всех продаж). Наименьшая доля рынка отмечена в Дальневосточном федеральном округе, там на долю топ-5 компаний приходится всего 12% от всех продаж (рисунок 6).

* Топ-5 компаний могут отличаться в каждом из федеральных округов.



Рисунок 6. Доли рынка крупнейших компаний



6. Товарное предложение

Объем введенной в оборот в III квартале 2023 года упакованной воды составил 3 155 млн литров. Наибольший источник предложения на внутреннем рынке — локальное производство (98,6%). Ввоз в РФ составил 43 млн литров (рисунок 7, таблица 6).



Рисунок 7. Доли рынка крупнейших компаний

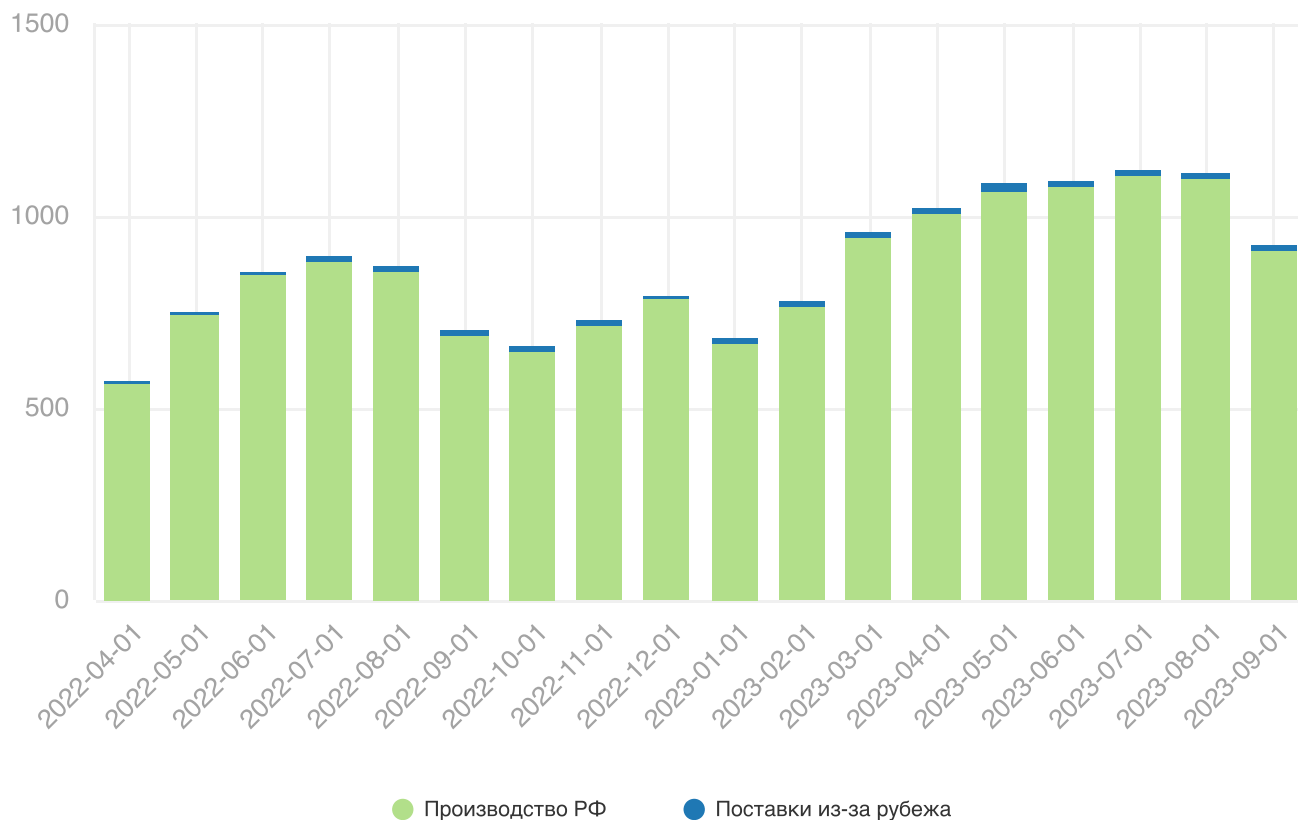


Таблица 6. Структура предложения на рынке упакованной воды, млн л

Источник предложения	III квартал 2023 год	II квартал 2023 год	Справочно
			III квартал 2022 год
Производство РФ	3 112.58	3 143.27	2 424.74
Поставки из-за рубежа	42.74	41.19	41.19
Итого	3 155.32	52.04	2 465.93



Наибольшие объемы производства внутри РФ приходятся на Центральный (34%) и Северо-Кавказский (16%) федеральные округа, наименьшие — Северо-Западный (5%) и Дальневосточный (3%) федеральные округа. Отмечается большой прирост объема производства в III квартале 2023 года по сравнению с тем же периодом в 2022 году: в среднем по всем федеральным округам прирост составил 46%. Также в сентябре во всех регионах РФ отмечается спад производства упакованной воды после сезонного роста летом (рисунок 8, таблица 7).

Рисунок 8. Структура внутреннего производства упакованной воды, млн л

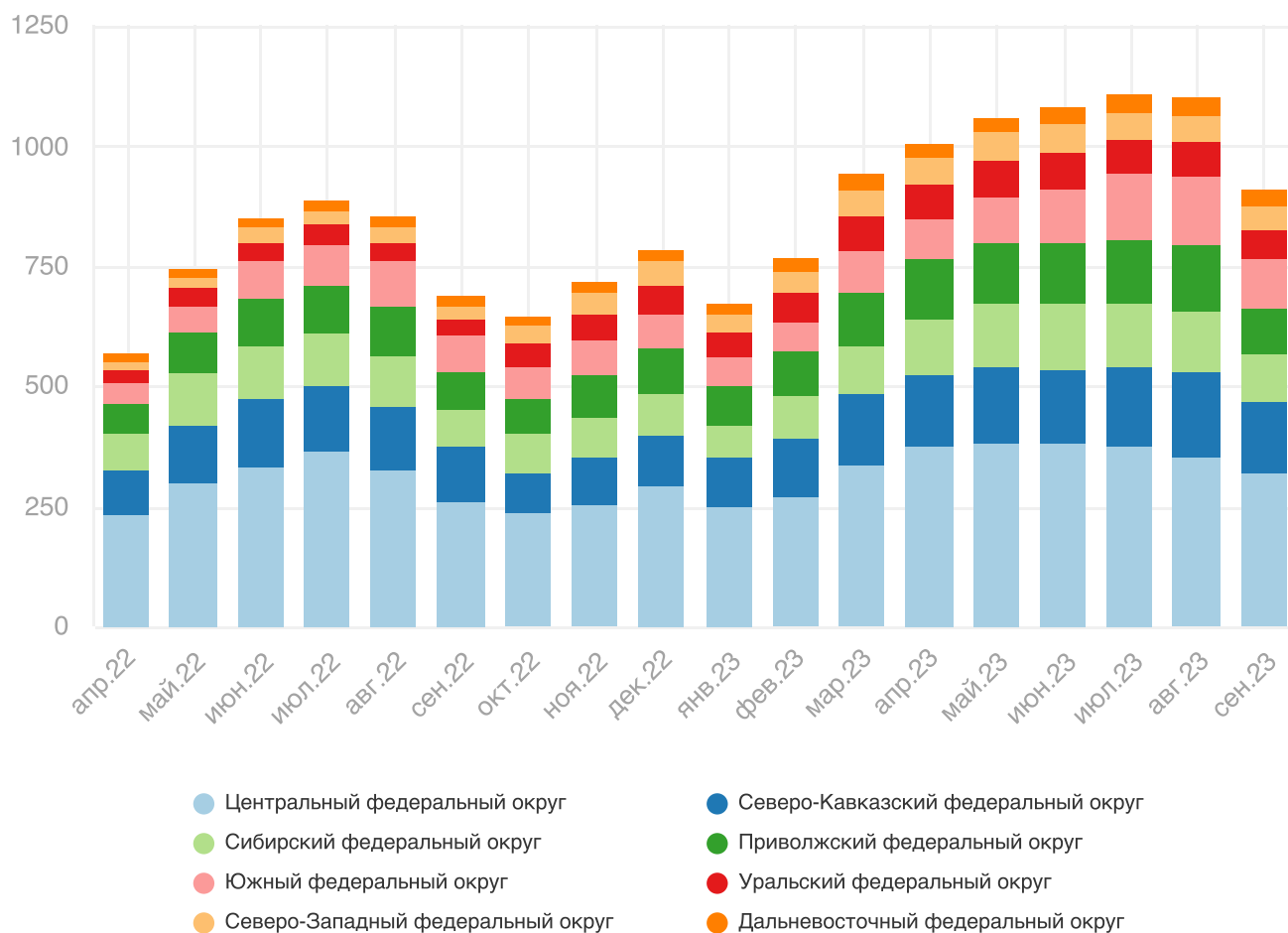




Таблица 7. Географическая структура производства упакованной воды, млн л

Субъект РФ	III квартал 2023 год	II квартал 2023 год	Справочно
			III квартал 2022 год
Центральный федеральный округ	1 044.5	1 140.7	945.1
Северо-Кавказский федеральный округ	493.6	455.9	386.5
Южный федеральный округ	382.1	289.5	248.2
Приволжский федеральный округ	368.7	382.2	285.9
Сибирский федеральный округ	353.9	384.3	290.0
Уральский федеральный округ	204.0	219.8	122.3
Северо-Западный федеральный округ	162.4	175.5	90.1
Дальневосточный федеральный округ	103.5	77,3	42,6
Итого	3 112.7	95.4	2 156,8

В III квартале 2023 года наиболее распространенным видом упакованной воды, произведенной в РФ, была негазированная питьевая вода (65%). Также в III квартале 2023 года произошел рост производства относительно III квартала 2022-го в разрезе всех видов продукции, в среднем по всем видам продукции рост составляет 22% (рисунки 9-10, таблица 8).



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

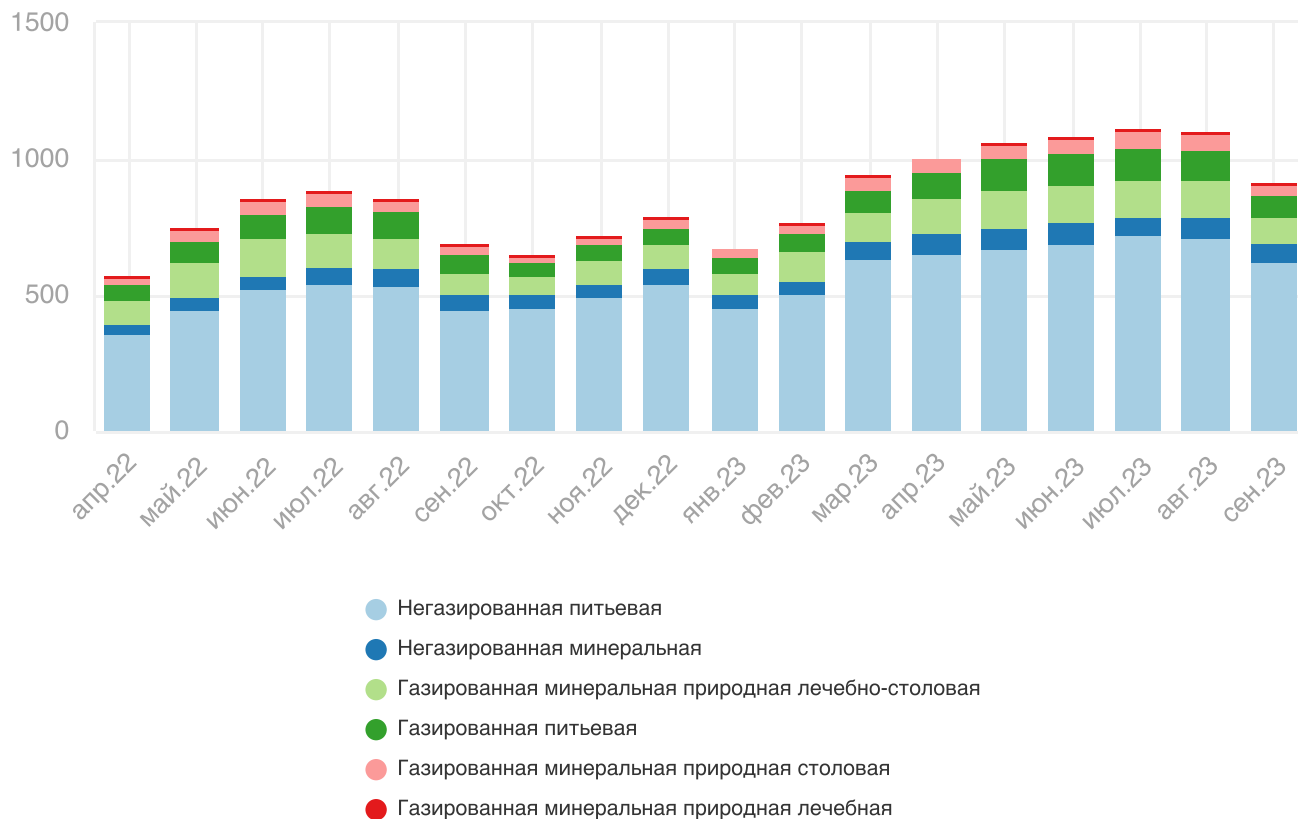


Рисунок 10. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре в III квартале 2023 года, млн л

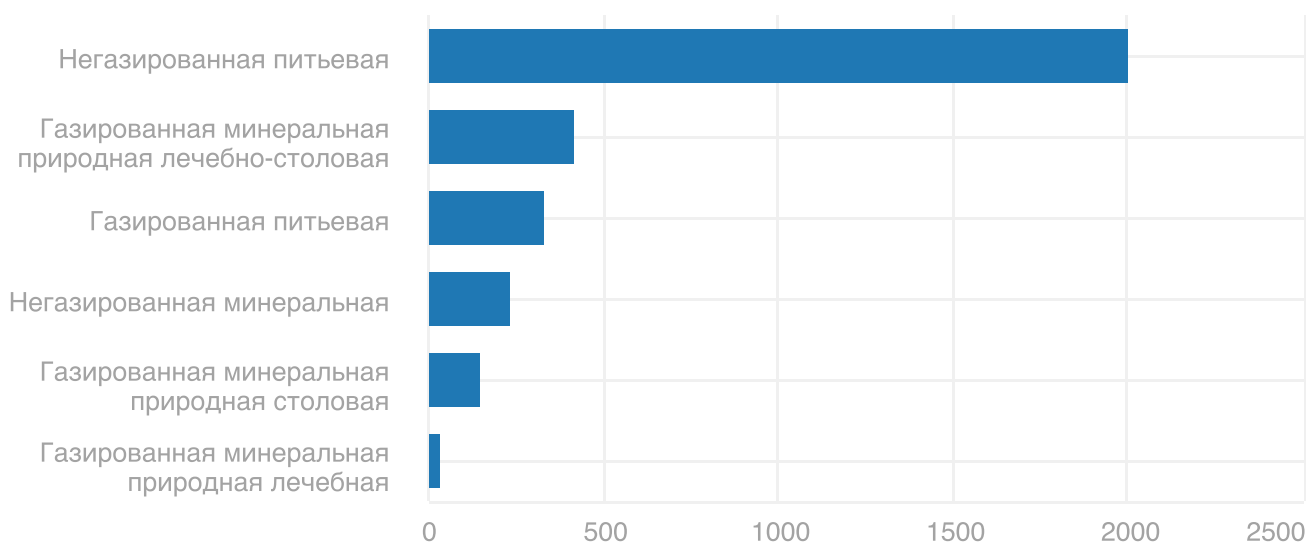




Таблица 8. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн

Категория продукции	III квартал 2023 год	II квартал 2023 год	Справочно
			III квартал 2022 год
Негазированная питьевая	2 031.9	1 999.8	1 517.0
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	387.9	411.3	318.4
Газированная питьевая	297.5	329.5	264.8
Негазированная минеральная	218.4	227.5	172.4
Газированная минеральная природная столовая	145.7	146.4	127.3
Газированная минеральная природная лечебная	31.1	28.8	24.7
Итого	3 112.5	3 143.3	2 424.6

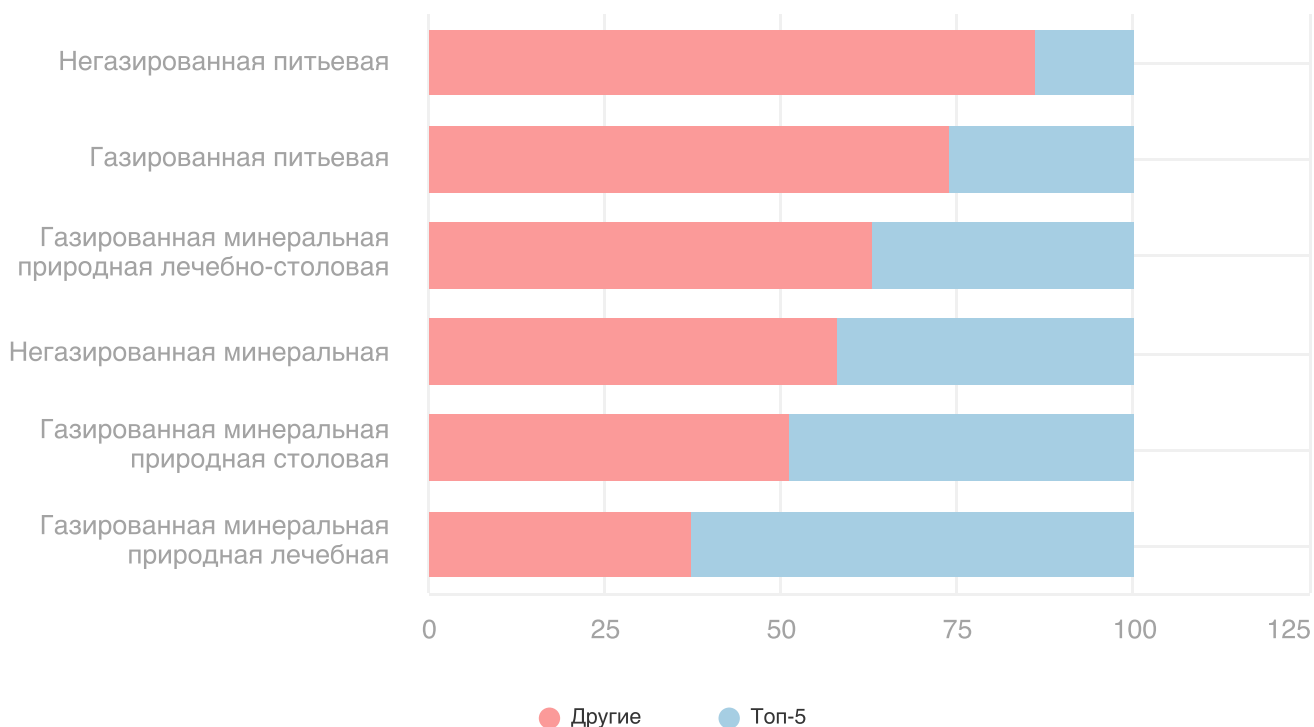
В производственном сегменте наблюдаются отличия в степени концентрации рынка в зависимости от типа продукции. Наиболее концентрировано по России в целом производство газированной минеральной природной лечебной воды (доля 5 крупнейших компаний составляет 63%), наименее — негазированной питьевой воды (14%).

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

*Топ-5 компаний могут отличаться в каждом из федеральных округов.



Рисунок 11. Концентрация производства упакованной воды по основным видам продукции, III квартал 2023 года



В III квартале 2023 года наибольший объем поставок из-за пределов РФ пришелся на газированную минеральную природную лечебно-столовую воду (72%) и негазированную питьевую (12%) (рисунок 12, таблица 9).



Рисунок 12. Структура ввоза в РФ упакованной воды по видам продукции, млн л





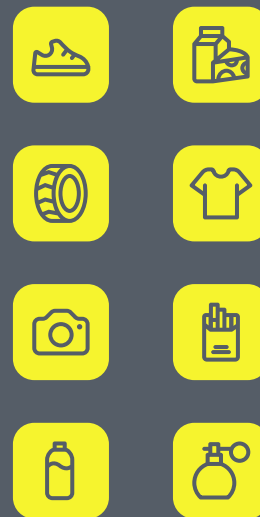
Таблица 9. Объем ввоза упакованной воды по видам продукции, млн л

Категория продукции	III квартал 2023 год	II квартал 2023 год	Справочно
			III квартал 2022 год
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	30.6	38.8	32.0
Негазированная питьевая	5.2	5.8	3.2
Негазированная минеральная	3.3	3.4	2.9
Газированная минеральная природная столовая	1.8	2.3	1.1
Газированная минеральная природная лечебная	1.7	1.6	1.8
Газированная питьевая	0.2	0.2	0.3
Итого	42.8	52.1	41.3

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 data.crpt.ru