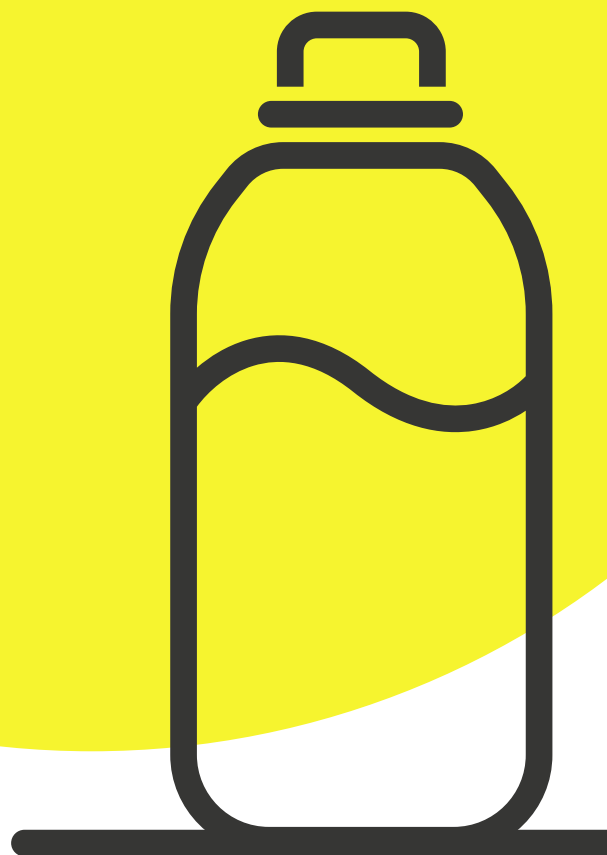


II квартал 2023 года

Квартальный обзор по маркируемому рынку

# ВОДА



## Содержание

1. Методология сбора данных
2. Сроки и этапы введения маркировки упакованной воды
3. Основные выводы
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 13 168 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 89 217 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.

---

Данные для обзора представлены с момента старта обязательной маркировки, этапы для каждой товарной группы представлены в разделе 2. Обзор сформирован на основании 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.



## **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 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**

Передача сведений о выводе из оборота путем, не являющимся продажей в розницу. 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.

### **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 покрывается внутренним производством на **98% в II квартале 2023 года**. Спрос и средневзвешенные цены сравниваются со средним значением по упакованной воде в II квартале 2023 года по причине старта регистрации в ГИС МТ обязательного выбытия с марта 2023 года.

**МИНЕРАЛЬНАЯ ВОДА:** среди минеральной воды **наибольшее количество** продаж (55% в объеме розничных продаж минеральной воды и 17% в объеме упакованной) зафиксировано по газированной минеральной природной лечебно-столовой воде несмотря на превышение **цены** по данному продукту на 34% от средних цен по упакованной воде. А **наиболее дорогая** минеральная вода — газированная минеральная природная лечебная, превышающая на 87% 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 II квартале 2023 года на 64% в сравнении с аналогичным периодом 2022 года и на 35% к I кварталу 2023 года, что обусловлено в первую очередь приростом производства (99% общего предложения).

Производство       Поставки из-за пределов РФ 

---

**ПРОЧАЯ ПИТЬЕВАЯ ВОДА:** предложение прочей питьевой воды также увеличилось на 41% в II квартале 2023 года к аналогичному периоду прошлого года. При этом 99,8% предложения прочей питьевой воды в РФ — **отечественного производства**. Наибольшую долю в **розничных продажах** продукции (82%) в II квартале 2023 года занимает негазированная питьевая вода, чья средняя цена на 45% ниже средневзвешенной цены по упакованной воде в II квартале 2023 года.

Производство       Поставки из-за пределов РФ 

---

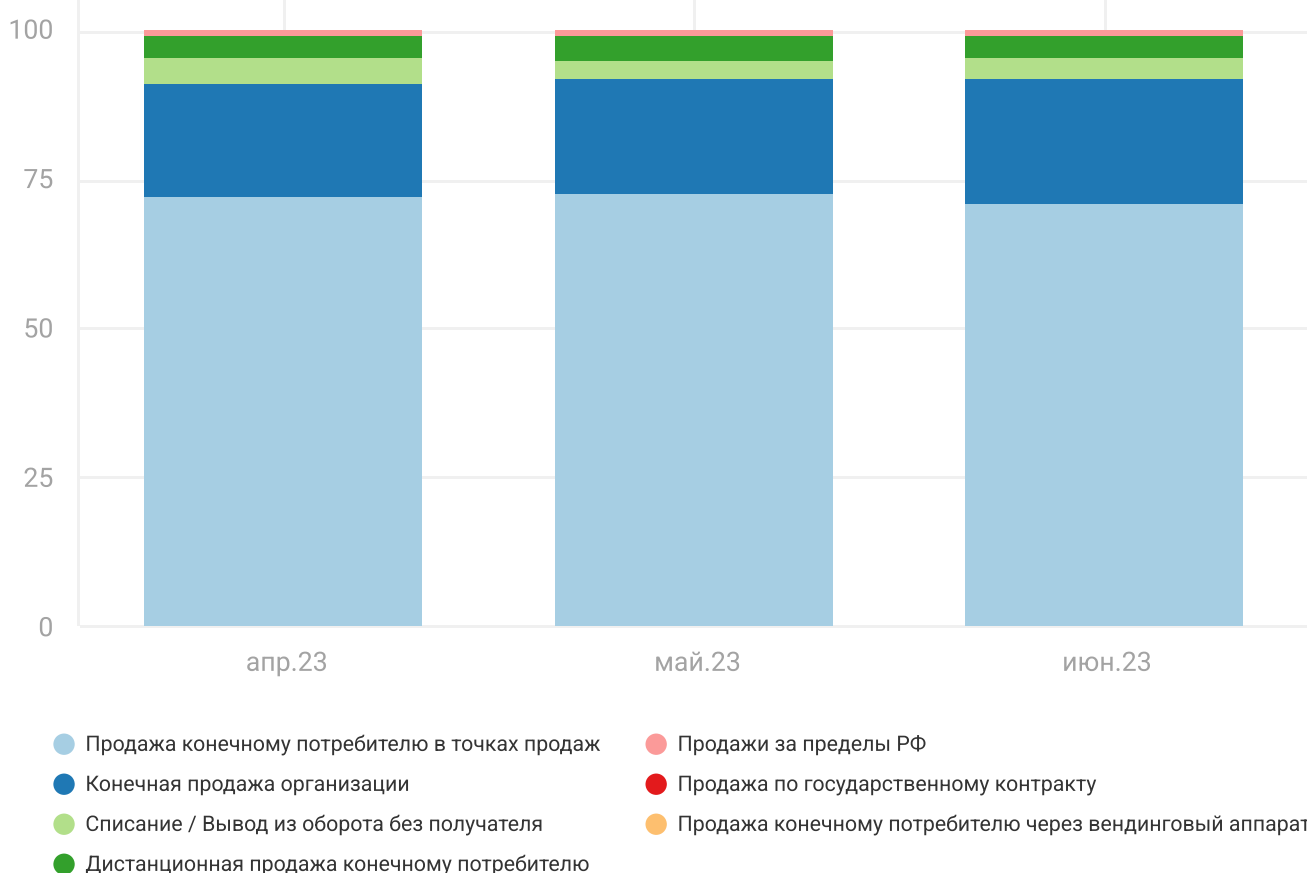


## 5. Спрос на продукцию

В II квартале 2023 года наибольший объем вывода из оборота (продаж) на рынке упакованной воды пришелся на продажи конечному потребителю, которые составили 72% от общего объема. Далее идут конечные продажи организации, которые составляют 19,8% от общего объема. Наибольший объем спроса пришелся на негазированную питьевую воду (56%) и газированную минеральную природную лечебно-столовую воду (17%).

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 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	II квартал 2023 год
Продажа конечному потребителю в точках продаж	71,90
Конечная продажа организации	19,79
Списание / Вывод из оборота без получателя	3,69
Дистанционная продажа конечному потребителю	3,55
Продажи за пределы РФ	0,92
Продажа по государственному контракту	0,01
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	0,05
<b>Итого</b>	<b>100</b>

Наибольшую динамику роста во II квартале 2023 года продемонстрировали продажи в период Апрель-Май 2023 года. Так, в мае 2023 года прирост дистанционных продаж составил +9%, продажи конечному потребителю в торговых точках +13% и продажи конечному потребителю через вендинговые аппараты +32%.

Динамика потребления, рассчитанная на базе стабильных торговых точек приведена на рисунке 2 и в таблице 2.



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

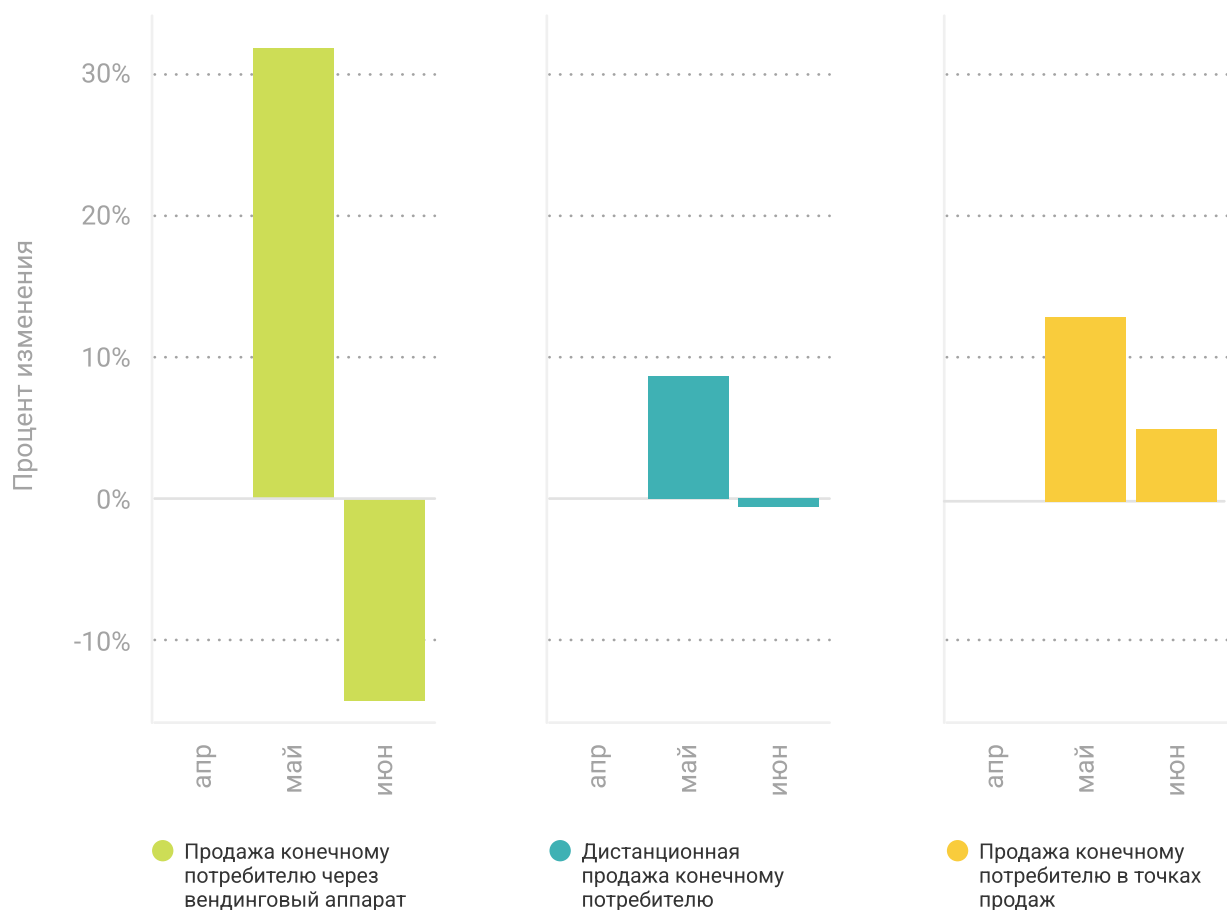


Таблица 2. Динамика потребления, %

Тип продаж	Май 2023	Июнь 2023
Дистанционная продажа конечному потребителю	8,62	-0,58
Продажа конечному потребителю в точках продаж	13,4	5,27
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	32,41	-14,69
<b>Итого</b>	<b>13,18</b>	<b>4,98</b>



Рисунок 3. Номенклатура конечных продаж, %

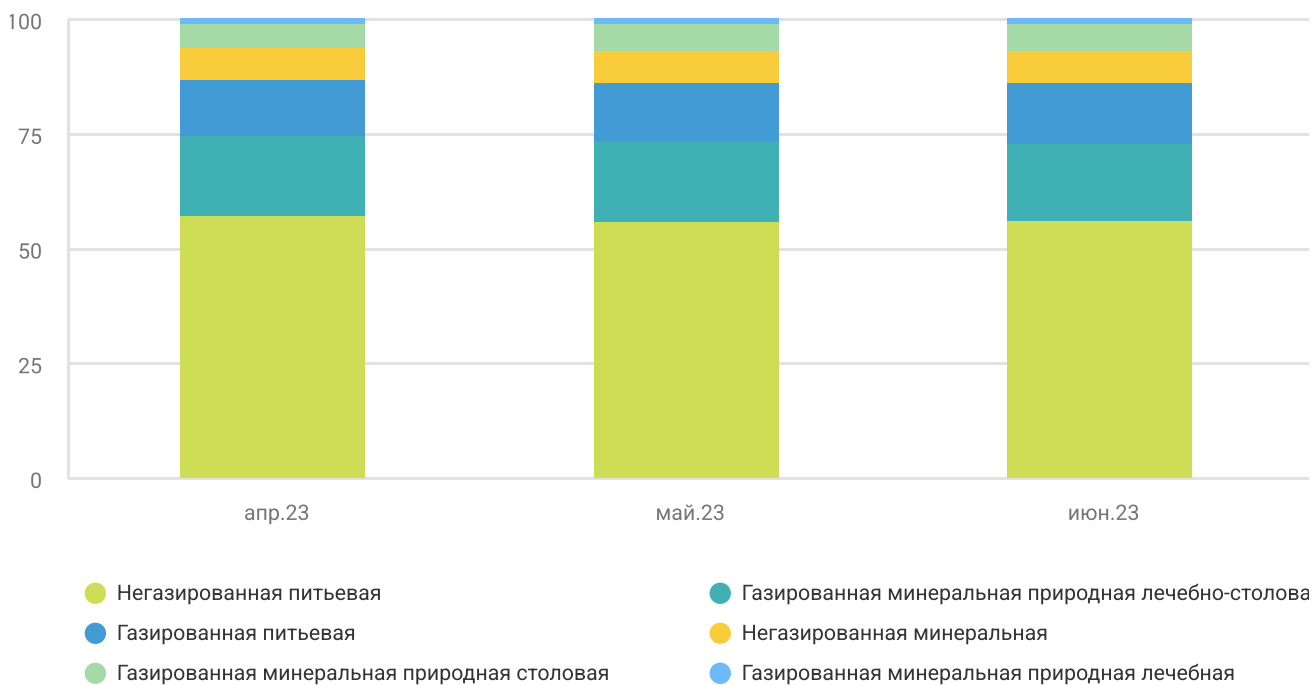


Таблица 3. Структура вывода из оборота (продаж), %

Категория продукции	II квартал 2023 год
Негазированная питьевая	56,01
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	17,36
Газированная питьевая	12,54
Негазированная минеральная	7,14
Газированная минеральная природная столовая	5,92
Газированная минеральная природная лечебная	1,03
<b>Итого</b>	<b>100</b>



В II квартале 2023 года наибольший объем среднемесячного потребления продукции воды на 1 000 человек пришелся на Центральный федеральном округе (4 942 л), наибольший вклад в данный показатель внесли Москва (6 557 л) и Московская область (6 828 л). Следующим по объему проданной упакованной воды на 1 000 человек является Северо-Западный федеральный округ (3 933 л), где больше всего продаж было в Ленинградской области (6 189 л).

Подробная региональная структура продаж с разбивкой по основным видам упакованной воды приведена в таблице 4.

Таблица 4. Региональная структура продаж упакованной воды (на 1 000 человек), II 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
Центральный федеральный округ	3 100,87	722,80	570,51	188,96	301,96	57,25	4 942,35
Северо-Западный федеральный округ	2 325,59	615,50	490,62	149,70	315,92	35,24	3 932,57
Южный федеральный округ	2 250,86	586,64	585,37	263,14	279,69	26,43	3 992,13
Уральский федеральный округ	1 900,73	605,8	404,9	250,4	352,3	20,5	3 534,53
Сибирский федеральный округ	1 731,95	1 086,82	269,42	61,8	71,0	17,1	3 238,06

## Квартальный обзор по товарной категории «Вода»



Приволжский федеральный округ	1 226,97	423,4	504,6	322,2	319,4	31,0	2 827,67
Дальневосточный федеральный округ	794,2	387,9	132,5	198,6	150,0	73,7	1 737,00
Северо-Кавказский федеральный округ	257,6	155,2	41,6	69,8	22,1	9,7	556,0
<b>Справочно</b>							
Москва	4 638,19	730,7	586,2	386,6	153,6	62,2	6 557,42
Московская область	4 373,79	971,2	862,1	314,9	197,9	108,4	6 828,33
Ленинградская область	4 118,94	884,1	745,0	224,4	176,7	39,9	6 189,03
Томская область	3 288,69	1 251,87	292,0	84,2	68,4	24,2	5 009,41
Алтайский край	2 955,34	961,5	486,6	151,2	230,4	15,4	4 800,29

Самой дорогой категорией упакованной воды в II квартале 2023 года при пересчете на один литр была газированная минеральная природная лечебная вода — 71 рубль.

Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам упакованной воды приведена на рисунке 4 и в таблице 5.



Рисунок 4. Средние цены на товары упакованной воды, руб./л

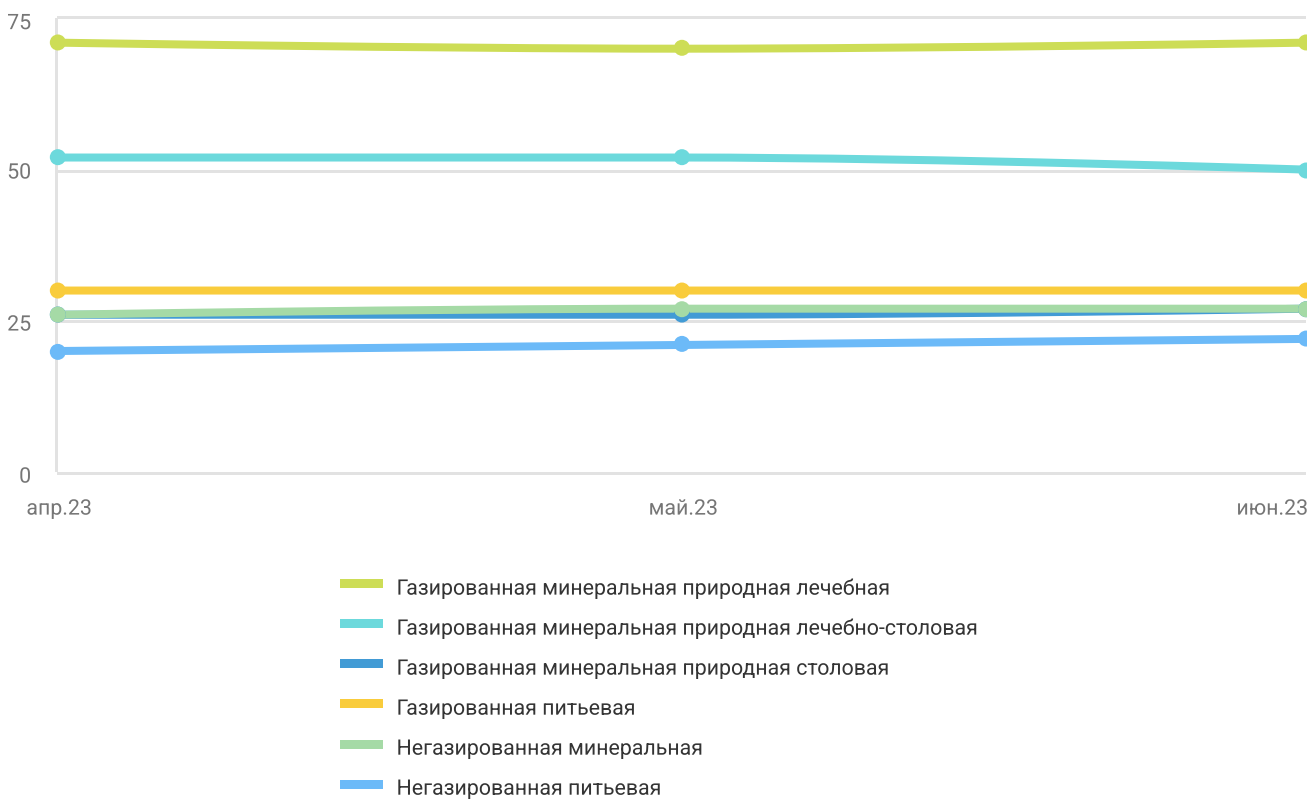


Таблица 5. Средние цены за литр упакованной воды, руб.

Категория продукции	II квартал 2023 год
Газированная минеральная природная лечебная	71
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	51
Газированная питьевая	30
Негазированная минеральная	27
Газированная минеральная природная столовая	26

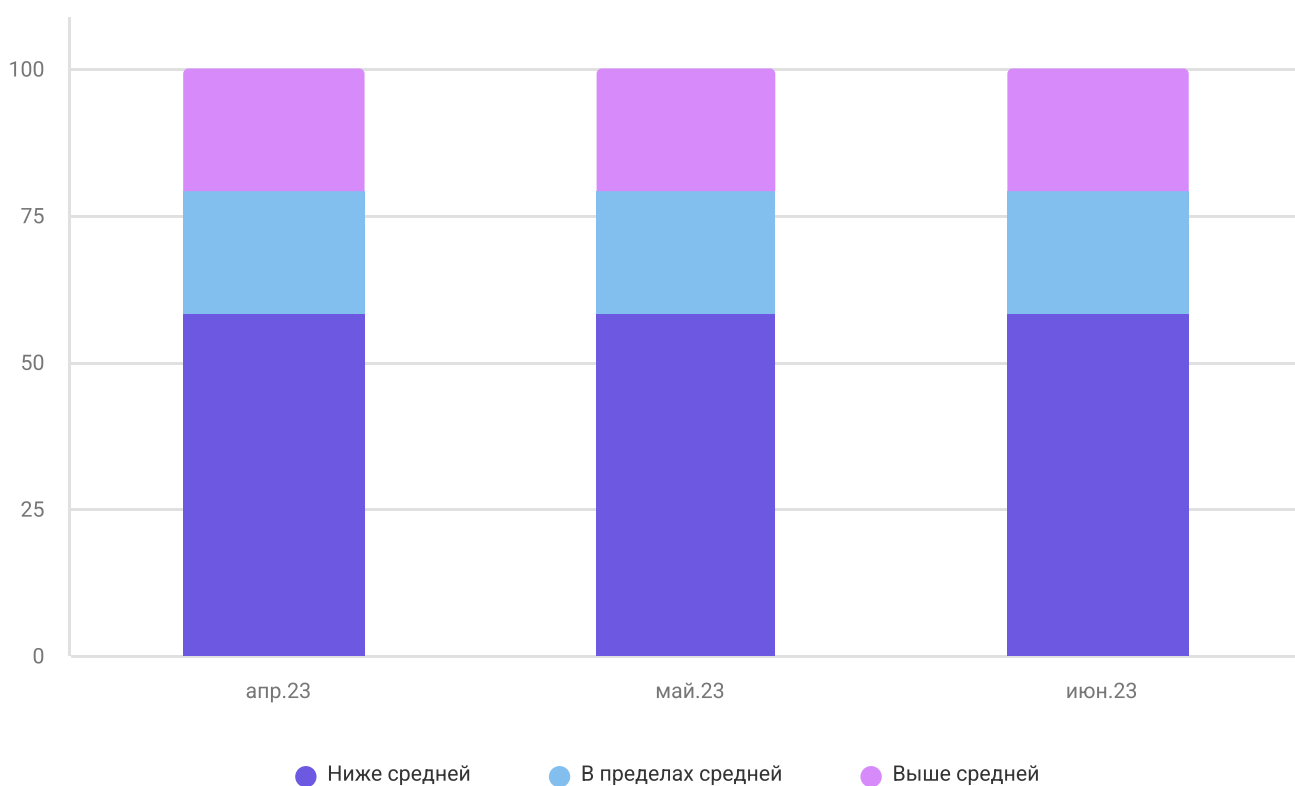


Негазированная питьевая	21
В среднем по товарной группе	38

По результатам II 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 II квартала 2023 года.

Подробная динамика распределения конечных продаж по ценовым сегментам по всей товарной группе приведена на рисунке 5, примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов упакованной воды приведены на рисунке 6.

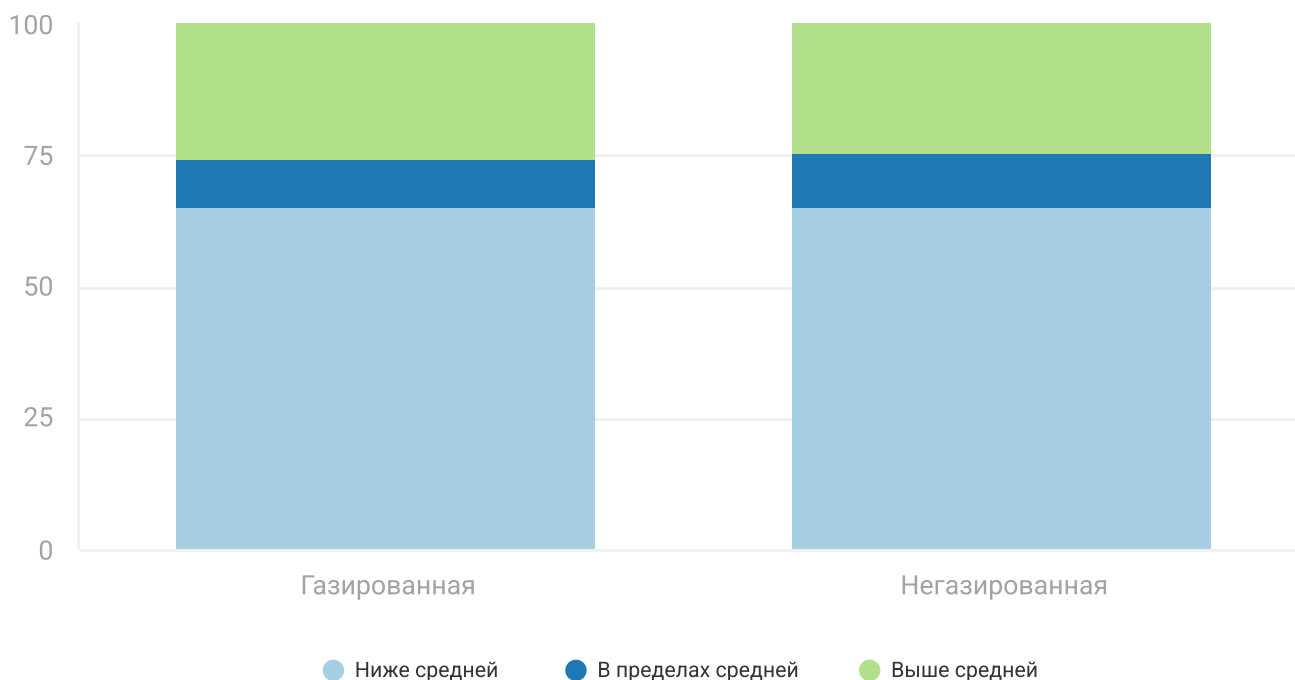
**Рисунок 5. Сегменты рынка по средневзвешенной цене**



\*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 6. Распределение конечных продаж по ценовым сегментам отдельных видов упакованной воды в II квартале 2023 года, %**

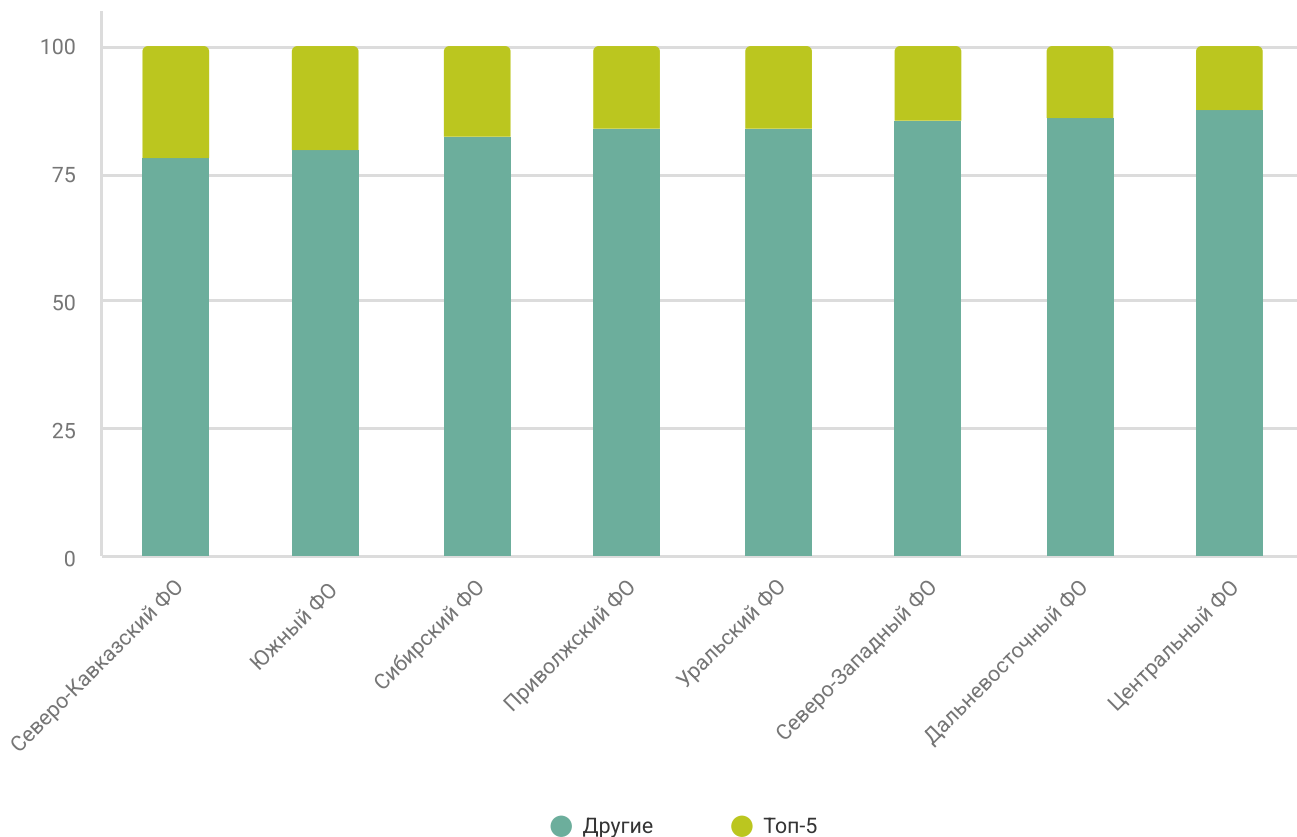


Наибольшая доля рынка, которую занимают топ-5 компаний, продающих в розницу, отмечена в Северо-Кавказском федеральном округе и составляет 22% от всех продаж в регионе. После него идут Южный федеральный округ (20% от всех продаж) и Сибирский федеральный округ (18% от всех продаж). Наименьшая доля рынка отмечена в Центральном федеральном округе, там на долю топ-5 компаний приходится всего 13% от всех продаж.

На рисунке 7 представлены доли продаж, приходящиеся на крупнейшие предприятия розничного сегмента в каждом из федеральных округов.



Рисунок 7. Доли рынка крупнейших компаний



## 6. Товарное предложение

Объем введенной в оборот в II квартале 2023 года упакованной воды составил 3 196 млн литров. Наибольший источник предложения на внутреннем рынке — локальное производство (98%). Поставки из-за пределов РФ составили 52 млн литров.

На рисунке 8 и в таблице 6 представлена динамика предложения и его структура на рынке.



Рисунок 8. Структура предложения на рынке упакованной воды, млн л

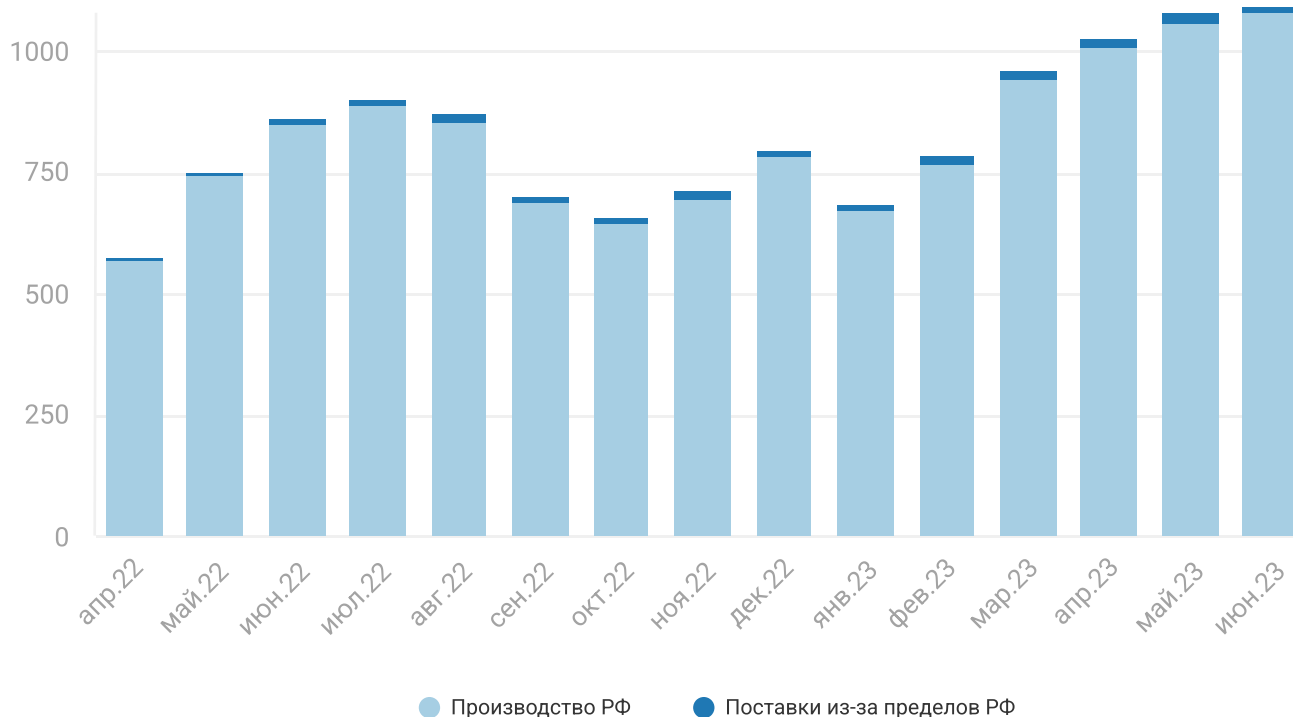


Таблица 6. Структура предложения на рынке упакованной воды, млн л

Источник предложения	II квартал 2023 год	I квартал 2023 год	Справочно
			II квартал 2022 год
Производство РФ	3 143,48	2 377,11	2 156,73
Поставки из-за пределов РФ	52,06	43,19	20,09
<b>Итого</b>	<b>3 195,54</b>	<b>2 420,30</b>	<b>2 176,82</b>



Наибольшие объемы производства внутри РФ приходятся на Центральный (36%) и Северо-Кавказский (15%) федеральные округа, наименьшие — Северо-Западный (6%) и Дальневосточный (3%) федеральные округа. Во всех регионах РФ отмечается рост производства упакованной воды после сезонного спада зимой. Также отмечается большой прирост объема производства в II квартале 2023 года по сравнению с тем же периодом в 2022 году, в среднем по всем федеральным округам прирост составил 72%

На рисунке 9 и в таблице 7 представлена динамика предложения и его структура на рынке.

**Рисунок 9. Структура внутреннего производства упакованной воды, млн л**

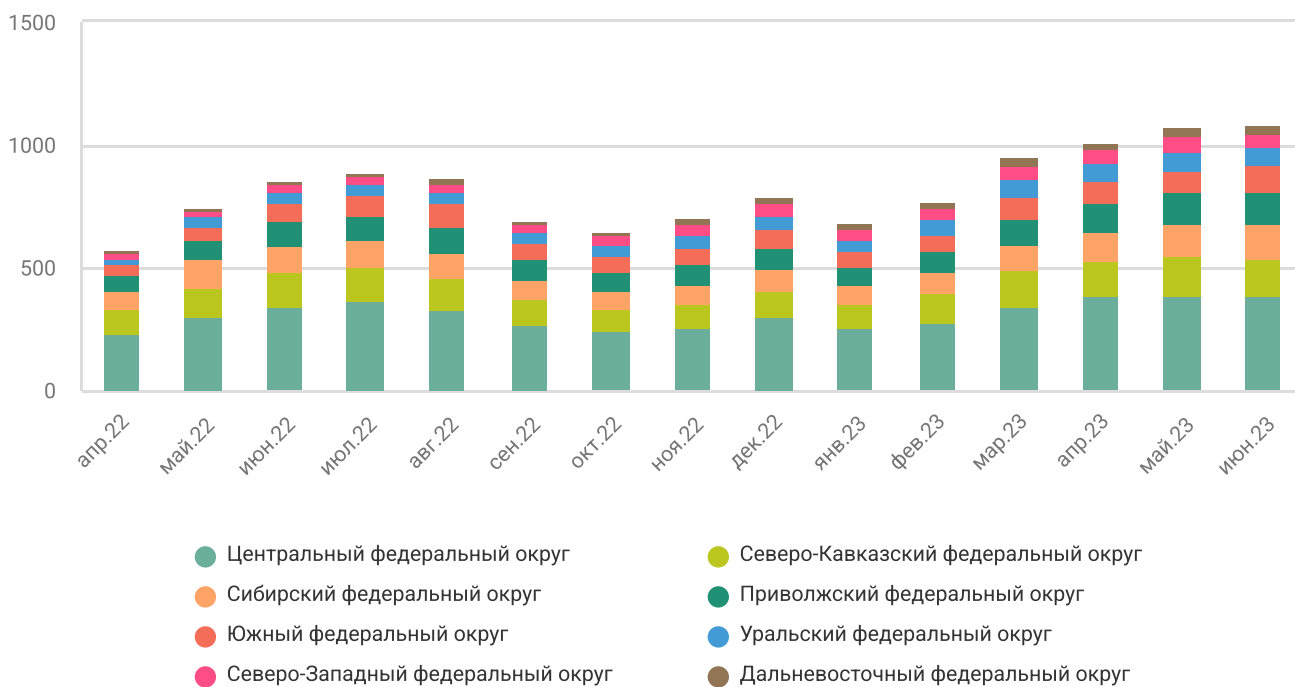




Таблица 7. Географическая структура производства упакованной воды, млн л

Субъект РФ	II квартал 2023 год	I квартал 2023 год	Справочно
			II квартал 2022 год
Центральный федеральный округ	1 140,8	848,7	864,3
Северо-Кавказский федеральный округ	455,9	380,9	351,4
Сибирский федеральный округ	384,4	250,5	300,1
Приволжский федеральный округ	382,2	286,3	241,2
Южный федеральный округ	289,5	213,0	174,5
Уральский федеральный округ	219,8	183,8	103,4
Северо-Западный федеральный округ	175,5	136,6	79,3
Дальневосточный федеральный округ	95,4	77,3	42,6
<b>Итого</b>	<b>3 143,5</b>	<b>2 377,1</b>	<b>2 156,8</b>

В II квартале 2023 года наиболее распространенным видом упакованной воды, произведенной в РФ, была негазированная питьевая вода (64%). Также в II квартале 2023 года произошел рост производства относительно II квартала 2022 в разрезе всех видов продукции. В особенности наибольший прирост отмечен для категорий газированная питьевая - на 109% и



газированная минеральная природная столовая - на 105% соответственно.

На рисунке 10 и в таблице 8 представлена динамика предложения в разбивке на типы продукции, на рисунке 11 — сводные данные за II квартал 2023 года.

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

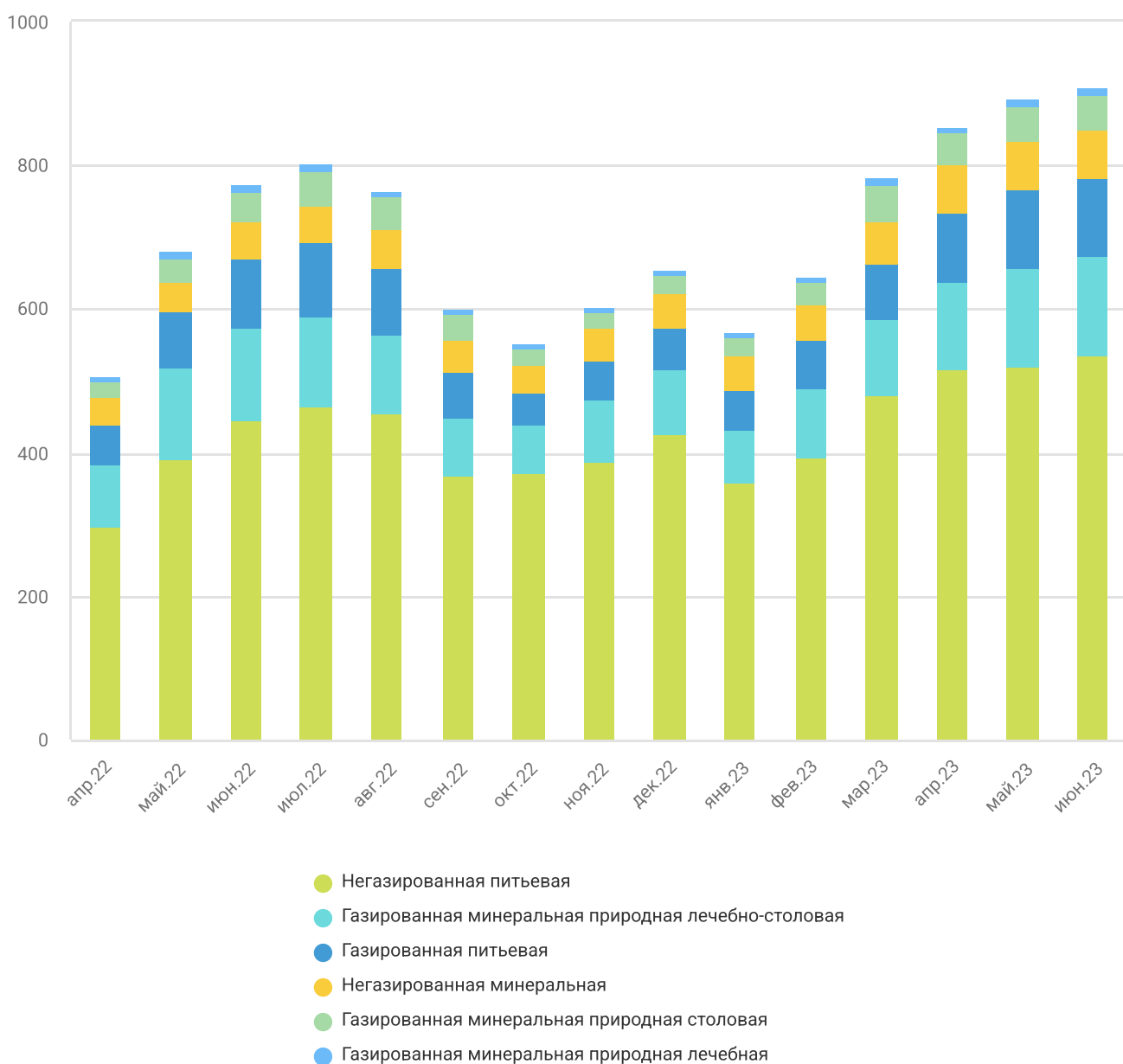




Рисунок 11. Структура производства упакованной воды по основным видам продукции в II квартале 2023 года, млн л

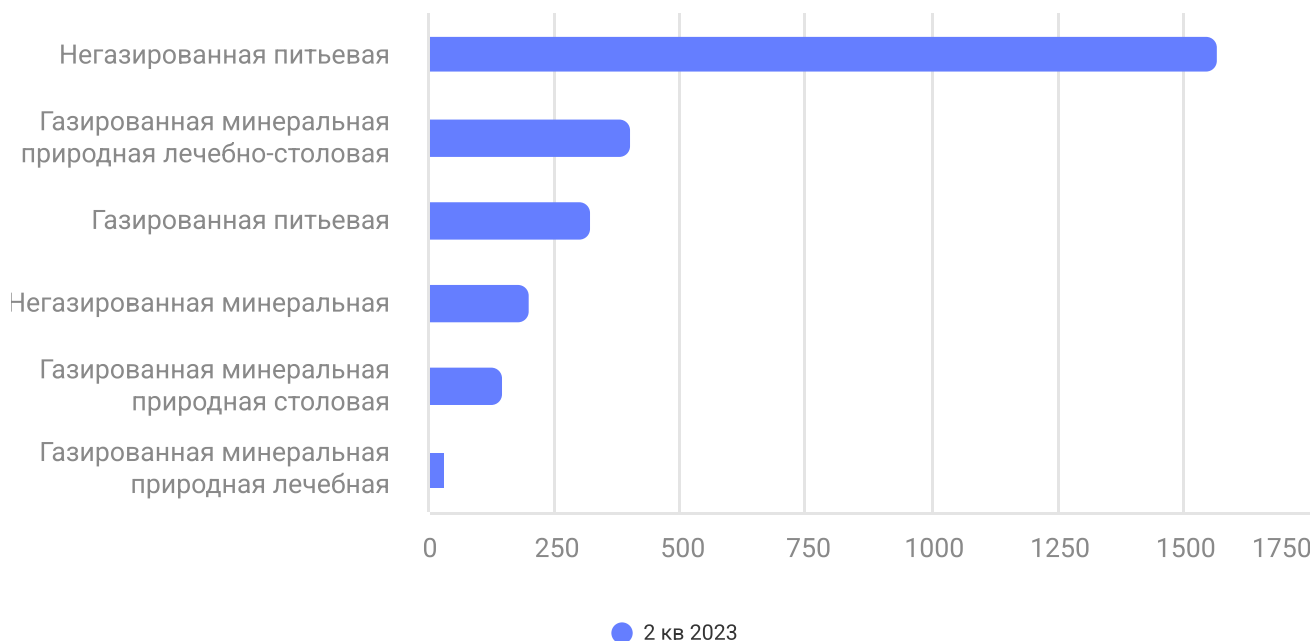


Таблица 8. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн л

Категория продукции	II квартал 2023 год	I квартал 2023 год	Справочно
			II квартал 2022 год
Негазированная питьевая	2 001,9	1 575,5	1 474,5
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	411,3	284,8	250,0
Газированная питьевая	330,1	205,6	158,3
Негазированная минеральная	225,5	173,3	146,9
Газированная минеральная природная столовая	145,8	114,4	71,1

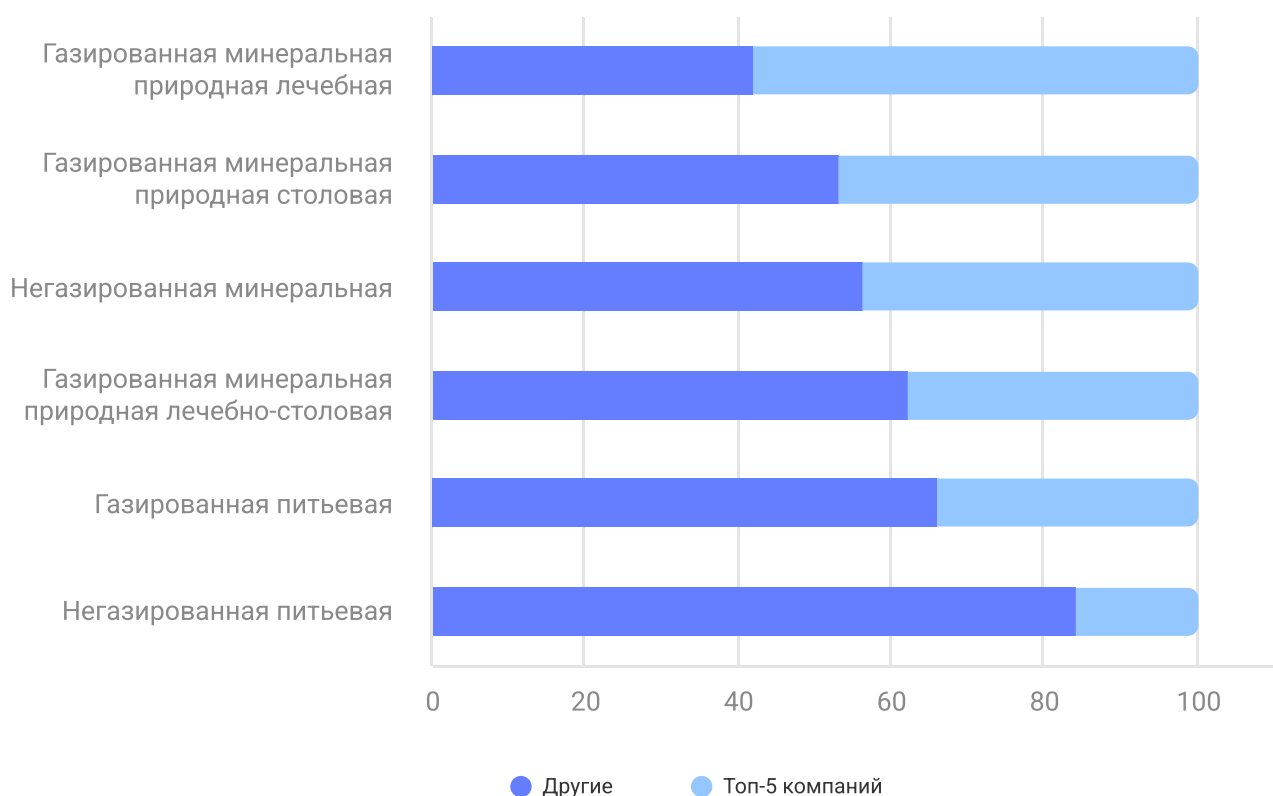


Газированная минеральная природная лечебная	28,8	23,4	20,6
<b>Итого</b>	<b>3 143,4</b>	<b>2 337,0</b>	<b>2 121,4</b>

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 58%), наименее — негазированной питьевой воды (16%).

На рисунке 12 представлена доля объема производства, приходящаяся на топ-5 производителей по каждому типу продукции.

**Рисунок 12. Концентрация производства упакованной воды по основным видам продукции, II квартал 2023 года**





В II квартале 2023 года наибольший объем поставок из-за пределов РФ пришелся на газированную минеральную природную лечебно-столовую воду (74%) и негазированную питьевую (11%). Также стоит отметить резкий рост объема ввоза в мае 2023 года (+75% от апреля 2023 года) и затем такое же резкое падение в июне (-69% от мая 2023 года).

На рисунке 13 и в таблице 9 представлена динамика объема поставок из-за пределов РФ в разбивке на виды продукции.

**Рисунок 13. Структура поставок упакованной воды по видам продукции, млн л**





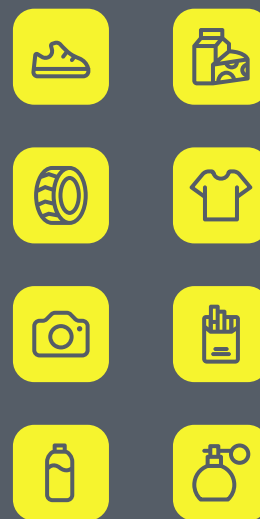
Таблица 9. Объем ввоза упакованной воды по видам продукции, млн л

Категория продукции	II квартал 2023 год	I квартал 2023 год	Справочно
			II квартал 2022 год
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	38,8	11,8	33,9
Негазированная питьевая	5,8	3,6	4,2
Негазированная минеральная	3,4	1,6	2,4
Газированная минеральная природная столовая	2,3	1,6	1,1
Газированная минеральная природная лечебная	1,6	1,4	1,3
Газированная питьевая	0,2	0,1	0,3
<b>Итого</b>	<b>52,1</b>	<b>20,1</b>	<b>43,2</b>

# 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](https://data.crpt.ru)