

# ОСОБЕННОСТИ РЫНКА БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ МОСКВЫ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГА 2012

SKYLAB

**ГЛАВА 1**

ГЛАВА 2

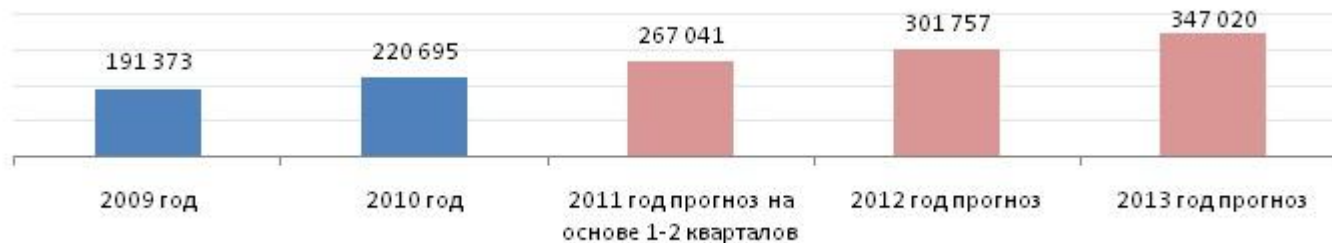
ГЛАВА 3

**SKYLAB**

# ГЛАВА 1. ДИНАМИКА РЫНКА РОЗЛИВА ВОДЫ

Покупка минеральной и питьевой воды для многих россиян становится постоянной статьёй расходов. Так, прирост продаж питьевой воды в 2010 году по отношению к 2009 году составил 15%. По прогнозам экспертов РБК и Intesco Research Group, а также на основании данных за первые два квартала, рост продаж по итогам 2011 года (по отношению к 2010 году) составит 21%; в 2012 году – 13%.

**Рисунок 1. Динамика производства питьевых природных и искусственно минерализованных вод, тыс. дкл.**



Объем продаж бутилированной воды на конец 2010 года составил более половины (64%) продаж всех безалкогольных напитков. В стоимостном выражении объемы продаж бутилированной воды растут в 1,5 раза быстрее, чем в натуральном (в 2010 г. на 30% и на 18% соответственно). Однако, если исходить из динамики индексов цен за последние 2 года, можно сказать, что данный разрыв увеличиваться не будет. По статистическим данным численность потребителей минеральной и питьевой воды из года в год практически не меняется. Компании-бутилировщики поясняют, что рынок достаточно насыщен, новых частных лиц (покупателей) не появляется, рост продаж фирмам удастся обеспечить за счет привлечения «чужих» клиентов новыми, более интересными продуктами\*.

\* - Данные компании «Новосибирскпродмаш» из исследования рынка розлива воды, а также особенностей реализации специализированного оборудования на данном рынке в динамике 2010-2012 гг.

## ГЛАВА 1. ДИНАМИКА РЫНКА РОЗЛИВА ВОДЫ.

На 2011 год сегмент продаж воды в домохозяйства выглядит с точки зрения игроков рынка стабильнее офисного. Несмотря на это, в 2012 году рост продаж планируют 63,5% производителей, что больше аналогичных показателей за 2010 год на 24% и на 18% соответственно для сегмента «офис» и «частные лица». Лидерами по реализации безалкогольных напитков стали Центральный федеральный округ (треть общероссийского оборота), Приволжский округ (шестая часть общероссийского оборота) и Южный округ.

**Рисунок 2. Объем продаж воды в офисы и частным лицам в 2010, 2011 гг., прогноз на 2012 г. по оценке компаний-производителей бутилированных вод, в % от опрошенных**



Российский рынок питьевой воды в настоящее время находится на стадии активного развития. Практически ежегодно на нем появляются новые игроки, открываются новые производственные площадки. Также рост спроса на эту продукцию будут обеспечивать растущие доходы населения. Эта закономерность подтверждена исследованиями: чем выше доход, тем больше люди пьют минеральную или питьевую воду\*.

\* - Данные компании «Новосибирскпродмаш» из исследования рынка розлива воды, а также особенностей реализации специализированного оборудования на данном рынке в динамике 2010-2012 гг.

ГЛАВА 1

**ГЛАВА 2**

ГЛАВА 3

**SKYLAB**

## ГЛАВА 2. РЫНОК ДОСТАВКИ ВОДЫ В МОСКВЕ И СПБ.

### 2.1. РЫНОК НОД РОССИИ (ДОСТАВКА ВОДЫ ДОМОЙ И В ОФИСЫ) В ЦИФРАХ:

- Доля НОД во всех бутилированных водах – 10-30% в натуральном выражении в зависимости от региона
- Доля очищенной воды не менее 70%
- 60% продаж приходится на офисы. 40% – на домашние хозяйства
- НОД рынок городов с населением от 200 000 жителей
- Логистика – самая большая статья расходов, не менее 50% от общих затрат. В цене воды логистические затраты - 30-40% от конечной стоимости
- Рынок НОД локальный: единственный бренд федерального масштаба – Архыз
- Лидеры рынка - НЕСТЛЕ (Москва), Королевская вода (Москва), Чистая вода (Новосибирск)\*

\* - Данные на 2010 год от «Технического комитета Союза производителей бутилированных вод»

# ГЛАВА 2. РЫНОК ДОСТАВКИ ВОДЫ В МОСКВЕ И СПБ.

## 2.2. ОСОБЕННОСТИ РЫНКА НОД:

### 1. 2 группы поставщиков: производители-дистрибуторы и дистрибуторы.

Первую, более многочисленную, составляют компании, самостоятельно разливающие воду. Как правило, они работают с 1-2 собственными марками воды и предоставляют возможность приобретения или аренды оборудования для подачи воды.

Ко второй группе относятся компании, не разливающие воду самостоятельно. Здесь, в свою очередь, можно выделить две подгруппы: эксклюзивные дилеры, работающие с одной маркой воды, как, например, компания Fountain Foods, поставляющая в Москве "Королевскую воду", и поставщики, работающие с несколькими, как правило, хорошо известными марками воды.

Производители сходятся во мнении, что развитие сети дистрибуторов на рынке - положительная тенденция. Это выгодно производителю, так как часто у него нет возможности охватить доставкой всю Москву.

### 2. Дополнительные услуги

Если в 2004 году компании, самостоятельно не разливающие воду, отличались предоставлением дополнительных услуг (доставка других напитков, продуктов, питьевой минеральной воды в упаковке менее 5 литров, товаров для офиса и т.п.), то в 2005 году, эти услуги стали предоставлять и компании, самостоятельно разливающие воду. В качестве дополнительных услуг также можно выделить продажу и ремонт кулеров и помп для воды.

### 3. Условия сотрудничества

Практически одинаковы у всех поставщиков: заказать воду в офис, как в первый раз, так и в последующие, можно просто позвонив по телефону. Возможна работа как по договору, так и без него, форму оплаты (наличный или безналичный расчет) выбирает клиент.

### 4. Отсутствие актуальных количественных данных о рынке

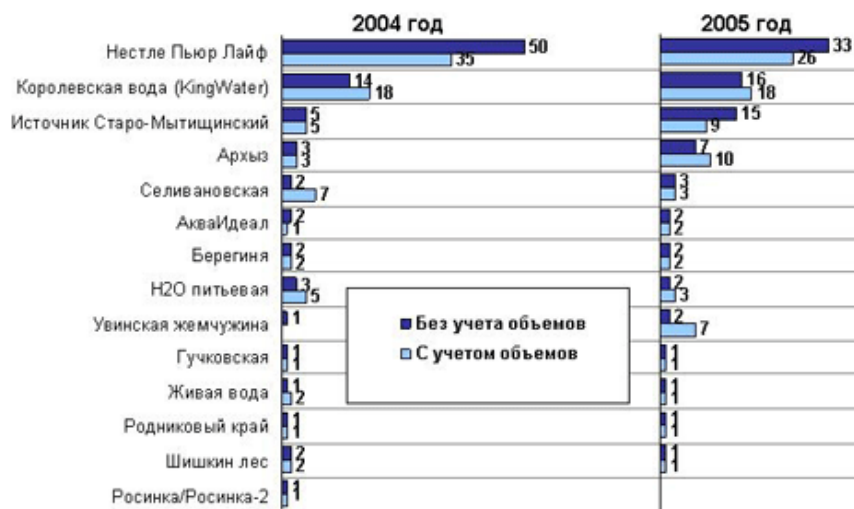
Рынок доставки воды растет быстрыми темпами, а последнее количественное исследование проводилось ЗАО «Решение» в 2005 году. Поэтому оценка ситуации на рынке базируется на экспертных мнениях.

## ГЛАВА 2. РЫНОК ДОСТАВКИ ВОДЫ В МОСКВЕ И СПБ.

### 2.3. РЫНОК ДОСТАВКИ ВОДЫ В МОСКВЕ.

Из-за отсутствия мониторинга рынка неоднозначным является ответ на вопрос о его лидерах и, тем более, об их долях в доставке питьевой воды. Сейчас на рынке заметны около 80 компаний, и о его консолидации пока речи не идет, хотя не исключена возможность слияния средних компаний. «Пока места на рынке хватает всем», - говорит Наталья Селезнева, директор по маркетингу ЗАО «Висма».

Ситуации с марками и компаниями, доставляющими воду, на рынках Москвы и Санкт-Петербурга сильно различаются. В обоих городах наиболее заметные позиции, как по уровню известности, так и по доле рынка, имеют локальные поставщики. Выделяется на их фоне только ЗАО "Нестле ВатерКулерс СНГ", чья продукция под торговой маркой Nestle Pure Life лидировала в 2005 году в Москве и занимала второе место в Санкт-Петербурге\*.



По экспертным оценкам на 2007 год ситуация не претерпела серьезных изменений: лидером осталась «Нестле Ватер Кулерс» (лидер рынка Москвы), «Королевскую воду», «Старомытищенскую» (Москва), «Чистую воду187» (Новосибирск), «Полюстрово» (Санкт-Петербург), «Архыз» (Москва и регионы). Наталья Селезнева назвала «Архыз» - единственным брендом федерального уровня сегмента НОД, они вторые, как в Москве, так и в целом по России\*\*.

\* - Исследование рынка доставки бутилированной воды в офисы Москвы и Санкт-Петербурга, ЗАО «Решение», 2004-2005 гг.

\*\* - Аналитический журнал «Aqua-Mercatus», <http://watermarket.ru/lib/207>



## ГЛАВА 2. РЫНОК ДОСТАВКИ ВОДЫ В МОСКВЕ И СПБ.

### 2.4. ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ МОСКОВСКОГО РЫНКА.

Несмотря на постоянный рост и появление все новых компаний по доставке воды, можно говорить о тенденции к закреплению основными торговыми марками своих ниш. Достаточно четко проявляется разделение питьевой воды на три сегмента - премиум, средний, и дешевый. Есть еще сегмент супер-премиум, например бутылки 5 л стоимостью от 400 до 1200 рублей, но он очень узкий и находится в стадии формирования.

**1. К премиум-сегменту** можно отнести: природную питьевую воду «Пиллигрим», питьевую воду «Архыз», питьевую воду Ватерхолл-селен.

Стоимость этой воды с доставкой от 270 до 295 рублей за бутылку 18,9 л. Добывается эта вода как правило в районах известных минеральных источников - на Северном Кавказе или в экологически чистых, далеких от промышленного производства районах России.

**2. Средний сегмент** рынка питьевой воды представлен главным образом природной питьевой водой Подмосковья. Это такие марки, как питьевая вода «Судогодская», питьевая вода «Сенежская», «Королевская вода».

Стоимость этой воды с доставкой от 200 до 240 рублей за бутылку 18,9 л. Добывается эта вода как правило в Подмосковье или ближайших областях - Тверской, Владимирской, Калужской, в экологически чистых, далеких от промышленного производства районах.

**3. Дешевый сегмент** рынка питьевой воды также представлен главным образом природной питьевой водой Подмосковья. Это такие марки, как питьевая вода «Сарова», питьевая вода «Россияночка», и целый ряд малоизвестных марок.

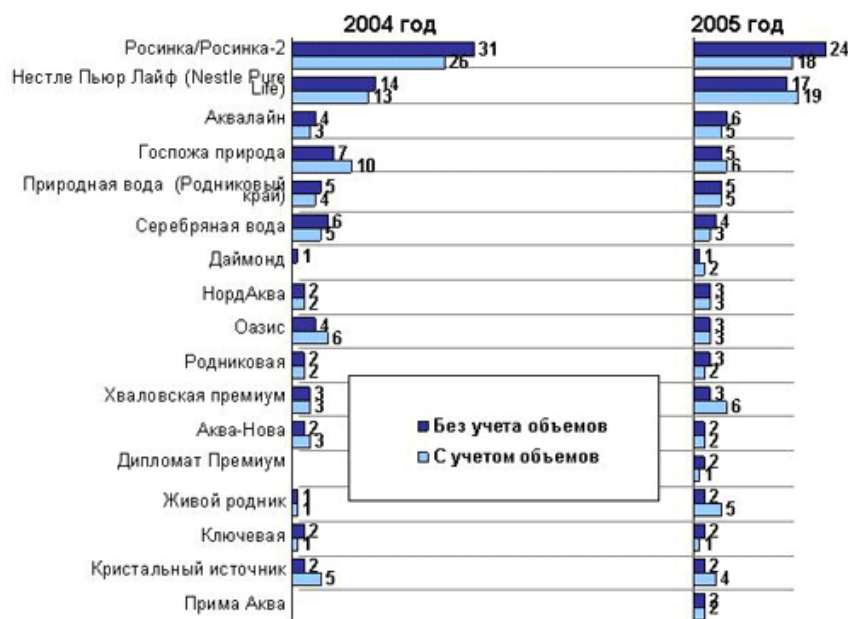
Стоимость этой воды с доставкой от 140 до 170 рублей за бутылку 18,9 л. Добывается эта вода также в Подмосковье или ближайших областях, иногда в тех районах, что и более дорогие марки. Но плохая узнаваемость, отсутствие рекламной поддержки вынуждает производителей и продавцов существенно снижать стоимость этой воды\*.

\* - Экспертные данные за 2008 год с сайта <http://www.vodavam.ru/news.php?newsid=39>

## ГЛАВА 2. РЫНОК ДОСТАВКИ ВОДЫ В МОСКВЕ И СПБ.

### 2.5. РЫНОК ДОСТАВКИ ВОДЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ.

В Санкт-Петербурге безусловным лидером в 2005 году являлось ЗАО "Полюстрово", выпускающее воду под торговыми марками "Росинка", "Росинка-2" и "Ключевая". За ней следовали ЗАО "Нестле ВотерКулерс СНГ" и "Аквалайн" (с одноименной маркой воды), которая "потеснила" компанию "Аквастар" ("Госпожа Природа"), входившую в 2004 году в тройку лидеров. Показатели уровня известности и доли рынка компании-лидера ЗАО "Полюстрово" несколько уменьшились, а компании ЗАО "Нестле ВотерКулерс СНГ" - увеличились (рис. 2)\*.



По более актуальным данным на 2007 год, в Санкт-Петербурге розливом воды в 19-литровую тару занималось порядка 10 компаний. Крупнейшими производителями оставались: ЗАО «Полюстрово», компания «Нестле Ватер Кулерс», ООО «Аквалайн» и ОАО "Аква Стар". Интересно, что в Санкт-Петербурге есть и совсем иной способ обеспечения питьевой водой. Так компания «Аквалайн» предлагает услугу обмена пустой тары на полную в своих пунктах по всему городу. В таком случае клиент платит только за воду, экономя 40% стоимости воды в бутылках\*\*.

\* - Исследование рынка доставки бутилированной воды в офисы Москвы и Санкт-Петербурга, ЗАО «Решение», 2004-2005 гг.

\*\* - Аналитический журнал «Aqua-Mercatus», <http://watermarket.ru/lib/207>

ГЛАВА 1

ГЛАВА 2

**ГЛАВА 3**

**SKYLAB**

# ГЛАВА 3. РЫНОК ПРОДАЖ БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ В МОСКВЕ И СПБ

## 3.1. РЫНОК ПРОДАЖ БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ В РОССИИ: ВЗЛЕТЫ И ПАДЕНИЯ

- На протяжении нескольких последних лет рынок бутилированной воды постоянно рос на 15-16%. Он является одним из самых быстрорастущих потребительских рынков в России.
- По данным исследований, около 10 игроков контролируют 70% рынка в целом по России, по Москве - 75% рынка. Таким образом, эксперты говорят о том, что рынок бутилированной воды достаточно насыщен.
- Финансовый кризис повлиял на темпы роста рынка бутилированной воды, но в 2010 году на рынке опять наблюдается динамика роста.
- Влияние кризиса на рынок бутилированной воды проявилось в двух основных направлениях: первый уровень составляют производители и сбытовая цепочка, второй – потребители, изменение предпочтений которых повлекло появление новых принципов работы участников рынка.
- Погодные условия летом 2010 года способствовали увеличению уровня продаж минеральных и питьевых вод на рынке в несколько раз, что также способствовало выходу отрасли из кризиса.
- В настоящее время большинство покупателей понимают, что качественная питьевая вода – это не просто уровень жизни, а в первую очередь – здоровье. Поэтому в сегменте личного потребления «провал» был недолгим и потребители уже возвращаются к докризисному уровню потребления\*.

\* - Обзор рынка бутилированной воды за 2010 год, по данным Системы Межрегиональных Маркетинговых Центров

# ГЛАВА 3. РЫНОК ПРОДАЖ БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ В МОСКВЕ И СПБ

## 3.2. ОСОБЕННОСТИ РЫНКА БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ В РОССИИ:

### 1. В структуре рынка преобладает минеральная вода

Наибольшая доля в потреблении воды принадлежит минеральной столовой воде - 66%, очищенная вода - 28%, на долю лечебной воды приходится 6%.

### 2. Основные потребители имеют высокий доход

Жители с уровнем дохода не ниже 15–25 тыс. руб. в месяц

### 3. Большое количество производителей

По данным Nielsen, в России через розничные каналы продают свою продукцию около 230 производителей бутилированной воды.

### 4. Высокая насыщенность рынка

Согласно данным компании Research.Techart, порядка 70% отечественного рынка бутилированной воды в денежном выражении занимают десять лидеров рынка: Кока-Кола Эйч-би-си Евразия, ООО (The Coca-Cola Company), Пепсико Холдингс, ООО (Pepsi Bottling Group), Нарзан, ОАО, Висма, ЗАО, Кавминводы, ЗАО, Аква Стар, ООО (Nestle – IDS Group), Шишкин Лес Холдинг, ООО, Группа Nestle (Perrier-Vittel, S.Pellegrino), Вимм-Билль-Данн Напитки, ООО, Меркурий, ООО. При этом треть рынка в равной мере принадлежит двум транснациональным гигантам – Coca-Cola и PBG.

### 5. Потенциал роста рынка - в регионах

В столице 10 игроков контролируют 75% рынка. На региональных рынках еще есть свободные ниши - до сих пор в стране есть крупные города, где действует всего одна компания (по материалам <http://www.rg.ru/2010/05/18/water.html> и <http://www.research-techart.ru/strategy/17.htm>).

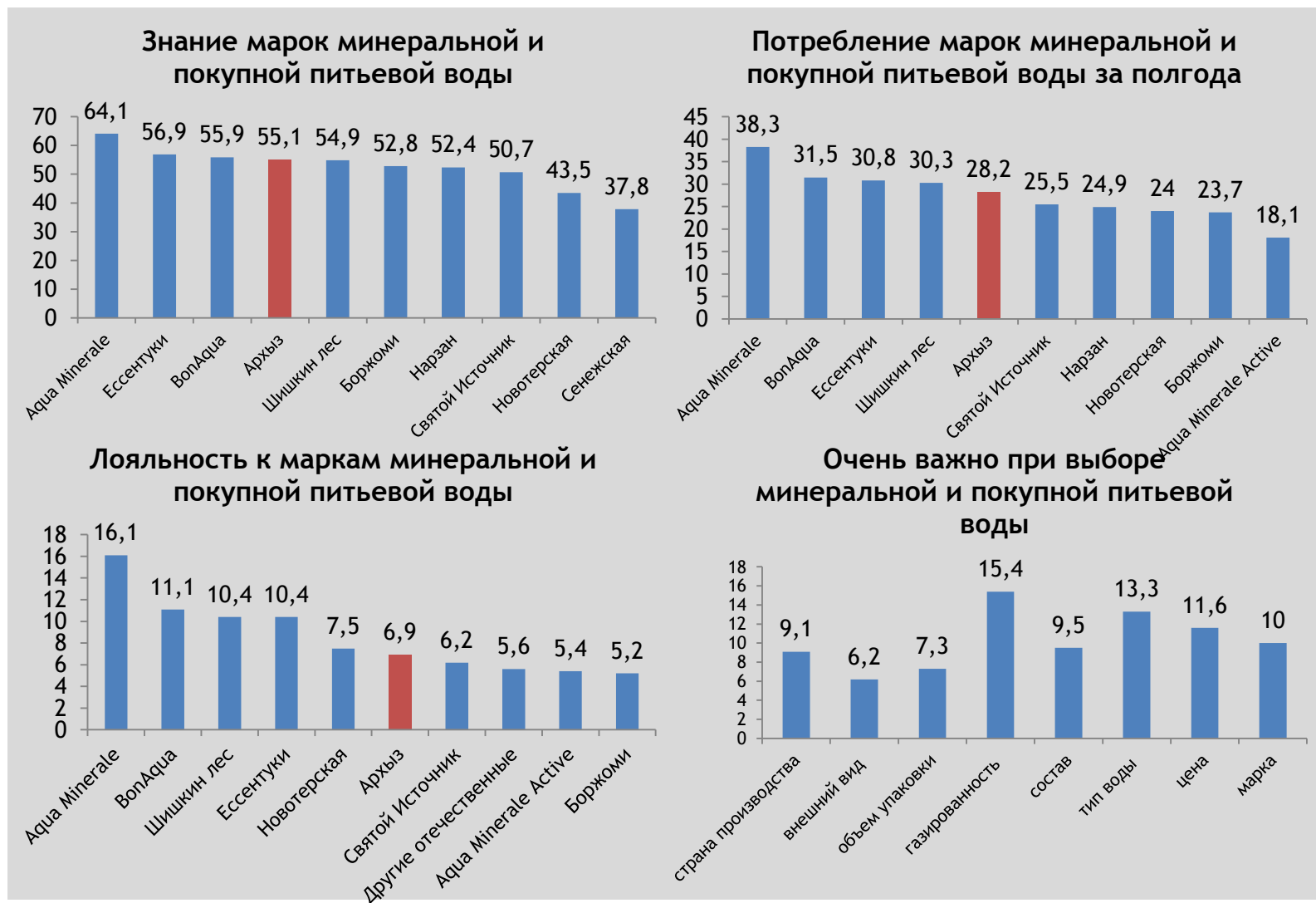
### 6. В структуре продаж преобладают продуктовые магазины

Согласно результатам исследования, проведенного компанией РОМИР, чаще всего россияне покупают бутилированную воду в продуктовом магазине (37%). На втором месте – киоск или палатка – 29,3%. Около 8,5% респондентов приобретают воду в крупных универсамах, 8,3% – на оптовых рынках, 4,7% – с лотка на улице, однако, учитывая сезонность этого фактора, можно предположить, что данный вид торговых точек популярен только в жаркий период, поэтому он не оказывает значительного влияния на структуру продаж.

# ГЛАВА 3. РЫНОК ПРОДАЖ БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ В МОСКВЕ И СПБ

## 3.3. РЫНОК БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ В МОСКВЕ:

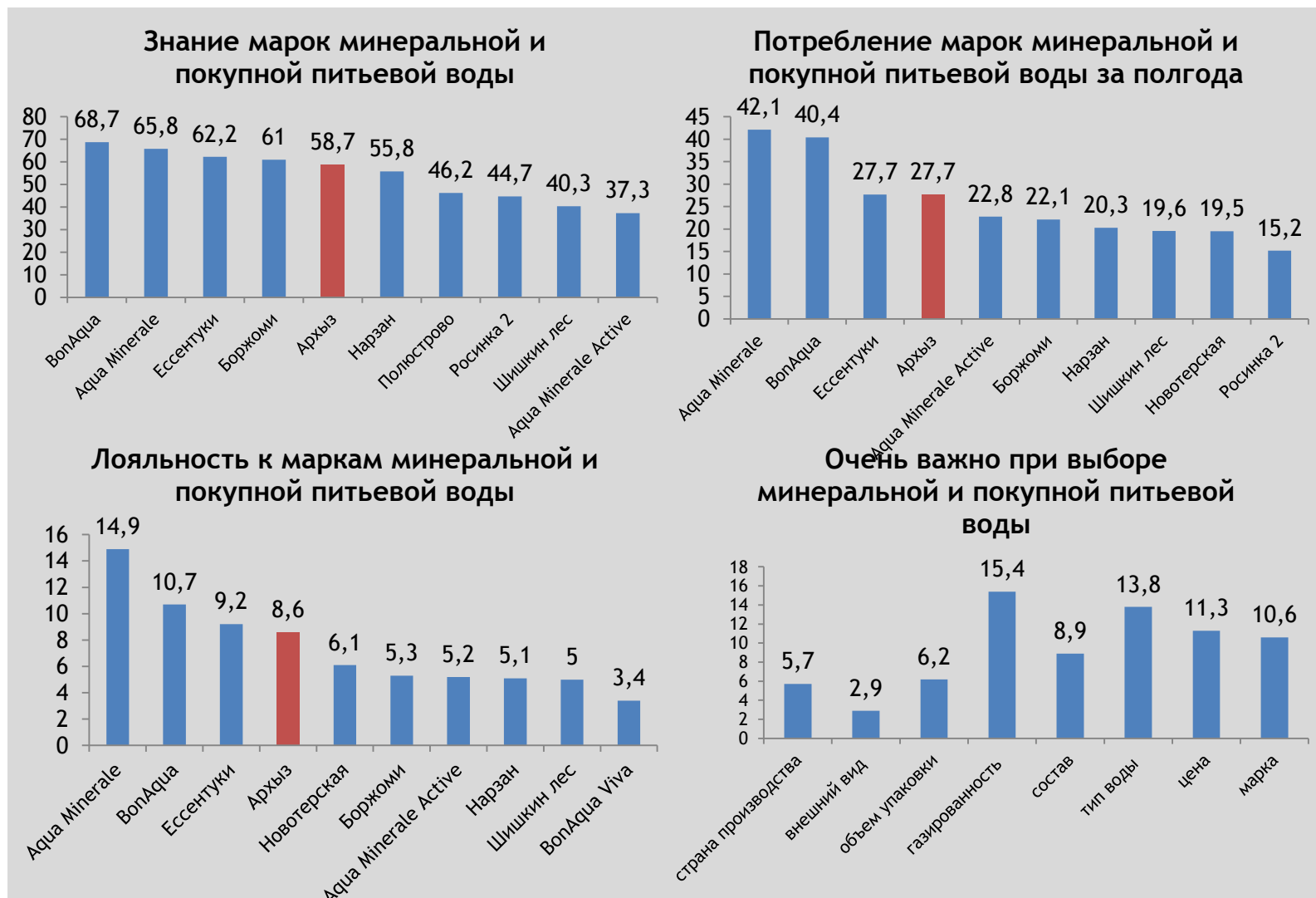
Данные за 2 квартал 2012 года, TNS Marketing Index:



# ГЛАВА 3. РЫНОК ПРОДАЖ БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ В МОСКВЕ И СПБ

## 3.4. РЫНОК БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Данные за 2 квартал 2012 года, TNS Marketing Index:



# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

SKYLAB  
advertising group

+7 812 643 55 11  
info@skylab.ru  
191025  
St. Petersburg  
Vosstanya, 6a - 77

[www.skylab.ru](http://www.skylab.ru)

**SKYLAB**