

При проведении чемпионата мира по футболу в России МОО РДА (М. Богомолова) через Российскую Диабетическую Газету (РДГ) привлекала внимание общественности к проблемам взаимосвязей потребления алкогольных напитков, включая пиво и заболеваемостью ожирением, атеросклерозом, артериальной гипертензией и сахарным диабетом 2 типа. Объемы потребления пива в литрах по миру падают.

НО КРУПНЫЕ ПИВОВАРЫ НАХОДЯТ СПОСОБЫ ИЗВЛЕЧЬ ВЫГОДУ ИЗ РАСТУЩЕЙ КУЛЬТУРЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ.

Несмотря на то, что объем австралийского рынка пива меньше, чем когда-либо, « он никогда не был более прибыльным», - сообщил Ричард Уайтхед, учитывая давние тенденции в австралийской индустрии пива, где наблюдается спад потребления до минимума за четыре десятилетия.

Количество литров потребления продолжает падать, австралийцы все чаще выбирают из премиальных сортов пива марки с более низким содержанием алкоголя - до такой степени , что Carlton United Breweries запустила первое в своей 180-летной истории безалкогольное пиво , Carlton Zero, в этом месяце.

« *То, что мы наблюдаем на рынке пива, заключается в том, что за последние пять лет в Австралии выросло потребление безалкогольного пива примерно на 57%, и люди ищут возможность умеренно или порой более расширенного пиво использования более здоровых сортов пива»* , - отметил Келли Барнс, директор агентства торгового маркетинга CUB.

«*Следуя исследованиям предпочтений потребителей и тенденциям, которые мы наблюдаем, мы думали, что это идеальная возможность стать лидером в этой категории, чтобы фактически предоставить потребителям возможность наслаждаться пивом, в ситуациях где алкоголь может оказаться неприемлемым* » .

Цифры CUB показывают, что пиво низкого и среднего уровня цены в настоящее время составляет 20% от его продаж, так как потребители все чаще снижают потребление абсолютного алкоголя. Это отражает более широкие данные Австралийского бюро статистики, в которых показано, что в прошлом году австралийцы потребили 3,6 млн. литров абсолютного алкоголя меньше, чем в 2015-16 годах, из 185,8 млн. литров по всей стране. Последние 40 с лишним лет идет вниз тенденция потребления.

Тем не менее, хотя потребление пива теперь на 60% ниже, чем было на пике в 1974-75 годах, это снижение привело к новым возможностям для австралийских пивоваренных предприятий для смены ассортимента.

«Классический потребитель, пьющий пиво, стал больше думать об умеренности , чем раньше».



У трех крупнейших пивоваренных фирм Австралии есть исторический опыт, относящийя к более чем 150 годам опыта в той или иной форме, что дало им богатый материал в совершенствовании балансирования между разнообразием, качеством и ценой. В течение поколений им приходилось отказываться от неблагоприятных тенденций, используя свои ресурсы и масштабы для перехода к соответствующим новым направлениям. Занятно какие тенденции изменения потребления пива наблюдаются в России?

В прошлом году это было показательным примером, когда маркетологи отмечали усиление тенденций потребления к снижению уровня алкоголя, снижению уровня потребления углеводов и переход к более высокому качеству, поскольку потребительские запросы вызывают ударные волны на всем рынке. В дополнение к выпуску Carlton Zero, например, CUB также запустил Rusty Yak, алкогольное имбирное пиво для рынка премиальных изделий в этом году. В то же время Iron Jack, новый бренд Lion Beer Australia, вышел на рынок в августе прошлого года как низкоуглеводное пиво средней крепости, которое нацелено на « классического пивного потребителя, который больше думает об умеренности, чем раньше », - заметил директор бренда Lion , Джек Месли. Пивовар утверждает, что запуск был самым успешным в Австралии за последнее десятилетие: более 9,8 млн литров Iron Jack проданы в первые шесть месяцев. Со своей стороны, семейные пивовары Coopers, третий по величине пивоваренный завод в Австралии, в июле выпустили свой флагман безалкогольный низкоуглеводный Original Pale Ale в банках, чтобы привлечь растущий спрос на формат. В этом месяце он также запустил Coopers Dry для рынка с низким содержанием углеводов, что составляет 15% от потребления австралийского пива.

Бретт Хеффернан, из Ассоциация пивоваров Австралии говорит: *«Пивной сектор никогда не был более прибыльным, поскольку потребители привлекаются к премиальным продуктам»* , - сказал Бретт Хеффернан, исполнительный директор Австралийской ассоциации пивоваров, представляющей ведущих производителей пива в Австралии. Он добавил, что эти пивовары все еще доминируют на рынке со многими новыми марками.
«Крупнейшие пивоваренные заводы составляют около 90% всех продаж пива в Австралии, но, что интересно, на них также приходится около 65% рынка так называемого ремесленного пива. Поэтому, несмотря на то, что многое связано с ростом ремесленного производства или независимого пива, цифры показывают, что 450 или около того небольших пивоваренных заводов составляют около 3,5% от общего объема продаж »
, - сказал Хеффернан.

Согласно прогнозу Goldstein Research, ежегодный рост прогнозируется на уровне 5,3% с

2017 по 2025 год, когда он будет стоить около $ 340 млн ($ 242 млн.), Рынок «рукодельного» пива является наиболее ярким, несмотря на незначительную долю рынка. И есть еще место для новых сортов и торговых марок, хотя независимые ремесленные пивовары неуклонно растут уже около десяти лет, говорит Эван Бьюэртон, главный пивовар и директор пивоваренного завода Mismatch Brewing Co. в Аделаиде.

« Рынок агрессивно вырос, но он до сих пор не достиг своего пика, что довольно интересно, потому что вы думаете, что он почти в точке насыщения », - сказал он. « Люди пьют меньше, но пьют лучше, более качественные напитки. Вы по-прежнему найдете традиционных пьющих и молодых людей, которые потребляют в основном пиво, но на данный момент они в настоящее время снижаются, тогда как ремесленное пиво растет с каждым годом». Пивной сектор никогда не был более прибыльным, поскольку потребители привлекаются к премиальным продуктам. Уровень качества растет, поэтому люди ожидают большего, они ожидают более последовательного продукта, а не продуктов, находящихся повсюду.

Контроль качества.

По мнению своего представителя, Хеффернан отметил, что спрос на качественное пиво среди пивоваренного рынка в Австралии имеет решающее значение для того, почему крупные массовые пивоваренные заводы сохраняют свою гегемонию так долго.

« Качество очень важно. Многие небольшие пивоваренные заводы должны быть положительно отмечены потребителями за их динамичные подходы, но часто качество между сортами заметно варьируется », - сказал он. *« Их производственные объемы небольшие, а цена высокая – это огромная проблема. Не каждый хочет заплатить 12-15 долларов за пиво в пабе. Поэтому, пока мелкие производители не смогут достичь объема, необходимого для удовлетворения спроса, они могут получить качество под контролем и смогут обуздать цену, они будут бороться, чтобы их воспринимали всерьез на массовом рынке»* .

В последних достижениях рынка пивовары видят светлое будущее для нишевого пива, ориентированного на массовый рынок.

CUB возлагает большие надежды на Carlton Zero и намерена построить категорию вокруг своего первого безалкогольного пива, возможно, с некоторыми видами ремесленных сортов, благодаря усовершенствованному процессу пивоварения с низкой

ферментацией, разработанному родителем пивоваренной компании ABI InBev.

« Мы смогли использовать новые технологии и опираться на их техническую экспертизу , чтобы сварить наше здоровое пиво-что является пивом и здоровья, и вкуса как пиво, но не содержит никакого спирта в нем», - сказал Барнс.

Ожидается, что пивная индустрия в течение некоторого времени увидит больше разновидностей одного и того же бренда безалкогольного безуглеводного пива, поскольку пивовары далее реагируют на изменения вкуса потребителя. «Основные мировые пивовары продолжат выпускать новые продукты, которые захватывают значительную долю рынка, хотя это может произойти за счет вытеснения традиционных предложений», - говорит Хеффернан.

Эксперты отметили, что чрезвычайно успешный Iron Jelly Jack's поглотил долю других брендов, в том числе XXXX Gold, которая в течение многих лет сокращалась, и Hahn Super Dry и XXXX Summer Bright lager-sales, последние две из которых продавались плохо в первые месяцы с момента запуска нового лейбла. Но все же, по мере развития вкуса потребителя, и если основные пивоварни продолжают реагировать на эти изменения, запустив успешные продукты, этот рыночный каннибализм будет заметен меньше, если успех новых брендов будет отмечен каждой новой соответствующей группой потребителей.

« Каждый из членов CUB, Lion и Coopers запустили крупные новые заводы только в прошлом году, и все они снимают свои новые прибыли» , - сказал Хеффернан. *« В то время как более мелкие пивоваренные заводы видят, что новые пивоваренные заводы выходят в интернет по биржевой ставке почти один раз в неделю, их доля на рынке продолжает оставаться в основном неизменной»*
.

Чемпионат мира по футболу в России закончился. Что смогут предложить российские пивовары кроме традиционной «нулёвки».