

НЕДЕЛЯ РИТЕЙЛА

НЕДЕЛЯ РИТЕЙЛА

НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА 2026

22-25 ИЮНЯ

XII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ
БИЗНЕСА И ВЛАСТИ

WEEK
RETAIL

Организаторы:



РОССИЙСКАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ЭКСПЕРТОВ
РЫНКА РИТЕЙЛА



Минпромторг
России



Ритейл Эвент



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
TELEGRAM

Альфа Лизинг

Альфа Банк

Особые условия лизинга для масштабного бизнеса по всей России

Индивидуальный подход к задачам

Срок лизинга до 10 лет

Аванс от 0%



- Производственное оборудование
- Недвижимость
- Специальная и тяжёлая техника
- Вагоны и ж/д-техника
- Морские и речные суда
- Вертолёты и авиатехника

Приветствие участникам	5
Антон Алиханов	5
Андрей Карпов.....	6
Екатерина Лобачева.....	7
Наталья Ляхович.....	8
Рустам Закиров	9
Партнеры форума	13
Схема экспозиции.....	17
1 этаж	17
2 этаж	18
Интервью Статс-секретаря.....	21
Аналитика от РОМИР.....	25
Аналитика в цифрах.....	28
Wine-Retail.....	32
История виноторговли в России	35

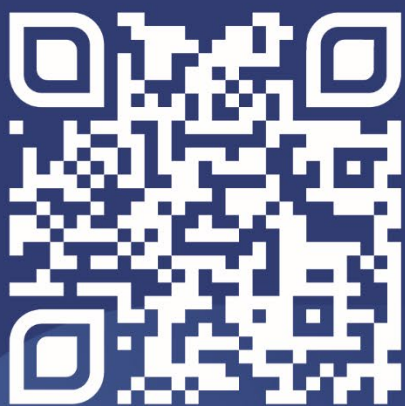


ГАЗПРОМБАНК | БИЗНЕС

**HPP
2026**

Отправьте запрос на сотрудничество экспертам отрасли ритейл Газпромбанка

Отсканируйте QR-код
и узнайте больше



gazprombank.ru

Банк ГПБ (АО). Ген. лицензия ЦБ РФ № 354. Реклама.

Антон Алиханов

Министр промышленности и торговли Российской Федерации



Уважаемые друзья!

Приветствую всех участников Международного Форума бизнеса и власти

«Неделя Российского Ритейла»!

Торговля является одной из ключевых отраслей экономики, напрямую влияющей на развитие страны и её регионов. Сегодня ритейл активно трансформируется: внедряется ещё больше цифровых технологий, происходит адаптация под изменения потребительского поведения, набирают силу новые торговые форматы. Меняются и экономические условия, влияющие на бизнес. При этом задачи, которые стоят перед торговлей, остаются прежними – обеспечение продовольственной безопасности, поддержка российского производителя и комфортная среда для развития предпринимательства. Для их решения Форум объединяет представителей органов власти, бизнеса и экспертного сообщества.

Уверен, что активная дискуссия будет разворачиваться вокруг построения модели торговли будущего, основанной на справедливой конкуренции и высоких стандартах клиентоориентированности. Условия для её ведения созданы на площадке Недели Российского Ритейла, а значит Форум поможет выработать взвешенные подходы, способствующие процветанию отрасли.

Желаю участникам мероприятия продуктивной работы, содержательных дискуссий и успешной реализации намеченных планов!

Андрей Карпов

Председатель правления Российской Ассоциации экспертов рынка ритейла



Уважаемые коллеги, партнёры и друзья!

Рад приветствовать вас на Международном Форуме бизнеса и власти «Неделя Российского Ритейла» - ключевой площадке, где профессиональное сообщество, представители власти и эксперты собираются, чтобы говорить открыто о настоящем и будущем отрасли. За годы своего существования Форум доказал: именно здесь рождаются решения, которые затем формируют реальную повестку развития розничной торговли в стране.

Сегодня перед отраслью стоят задачи, требующие совместного обсуждения и выработки взвешенных решений. Речь идёт не только о развитии современных технологий и новых форматов торговли, но и о создании условий для устойчивого роста всего потребительского рынка. Особую значимость приобретают вопросы обеспечения равных условий для всех участников рынка, поиска баланса между различными каналами продаж, сохранения многообразия торговой инфраструктуры и создания эффективных механизмов поддержки отечественных

производителей.

«Неделя Российского Ритейла» предоставляет возможность услышать позиции представителей власти, ритейлеров, поставщиков и аналитиков, что способствует формированию более объективного и сбалансированного взгляда на происходящие изменения. Убеждён, что именно такой предметный, с участием всех заинтересованных сторон разговор позволит выработать решения, отвечающие долгосрочным интересам всей отрасли.

Желаю всем участникам продуктивной работы и содержательных дискуссий!

Екатерина Лобачева

Президент X5



Уважаемые участники Форума!

Уже более десяти лет «Неделя Российского Ритейла» является ключевой площадкой, где определяются векторы развития розничной торговли и принимаются стратегические решения. Она объединяет всех, кто развивает российский ритейл: представителей бизнеса, отраслевые ассоциации и органы государственной власти.

В этом году X5 отмечает знаменательную дату – уже 20 лет мы обеспечиваем россиян качественными и доступными продуктами, задаем отраслевые стандарты и растем вместе с нашими партнерами. Неизменным остается одно – в центре нашей работы клиент. Сегодня X5 активно развивает омниканальный подход, чтобы каждый раз удивлять нашего искушенного покупателя как в офлайне, так и в онлайн. Мы следим за передовыми технологиями и внедряем их в распределительные центры и на производственных площадках, чтобы быть еще более эффективными.

Нас ожидает насыщенная неделя, где мы обменяемся видением будущего розничной торговли с коллегами по отрасли. Желаю всем участникам Форума живых дискуссий, смелых идей и новых партнерств!

Наталья Ляхович

Исполнительный вице-президент «Газпромбанк»



Уважаемые коллеги, партнеры и участники Недели Российского Ритейла!

Приветствуем вас на ключевой площадке для профессионального диалога, обмена опытом и обсуждения будущего одной из самых динамично развивающихся отраслей экономики.

Ритейл находится в центре масштабных изменений. Развитие информационных технологий, изменения потребительского поведения и расширение применения искусственного интеллекта открывают новые возможности для бизнеса и задают высокие стандарты эффективности, качества сервиса и клиентского опыта.

Российская розничная торговля продолжает демонстрировать устойчивость, гибкость и способность быстро адаптироваться к меняющимся условиям. Именно поэтому особенно важно сохранять открытый диалог между бизнесом, государством, экспертным сообществом и партнерами, совместно выработывая решения, которые будут способствовать

дальнейшему развитию отрасли.

Неделя Российского Ритейла традиционно объединяет лидеров рынка, представителей органов власти, производителей, поставщиков и экспертов для обсуждения актуальных тенденций, лучших практик и перспективных направлений развития торговли.

Желаем всем участникам продуктивной работы, содержательных дискуссий, полезных знакомств и реализации планов, способствующих укреплению российского ритейла

Рустам Закиров

Управляющий директор по работе с клиентами торговли, с/х и международными компаниями «Сбербанк»



Уважаемые участники и гости Недели Российского Ритейла!

Неделя Российского Ритейла — не просто деловая площадка, а место, где индустрия сверяет свои ориентиры с реальными запросами рынка. Здесь представители бизнеса, органов власти и экспертного сообщества обсуждают решения, направленные на развития современной розничной торговли.

Для Сбера, ежегодного партнёра форума, ритейл является неотъемлемой частью повседневной работы на всей территории страны. Сегодня отрасль переживает масштабные изменения: трансформируются потребительские предпочтения, усиливается конкуренция между федеральными игроками, региональными сетями и маркетплейсами, а персонализация становится одним из ключевых факторов роста.

В этой связи особенно важно понять, какие тренды формируют спрос и как они влияют на бизнес компаний. Остаётся ли низкая цена главным критерием выбора?

Какие еще факторы оказывают воздействие на покупательское поведение? Как будут меняться традиционные торговые точки продаж, онлайн-ритейл, маркетплейсы и само понятие «магазин»? Эти и многие другие вопросы мы обсудим в рамках открытого диалога «Скажи, что ты покупаешь, и я скажу, кто ты», который состоится 22 июня в 14:30.

Желаю всем участникам продуктивной работы, содержательных дискуссий и полезных деловых встреч!

Выручаем

X5

Делаем еду доступной *каждому*

Помочь продуктами
можете и вы, сделав
пожертвование
в фонд «Выручаем»





**главные
в еде**

X5.ru

Реклама. ПАО «Корпоративный центр Икс 5», ОГРН 1247700463911,
г. Москва, Средняя Калитниковская ул, д. 28 стр. 4

Еда, которой можно доверять



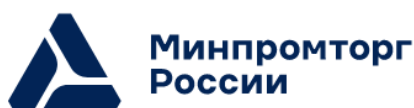
X5
система
качества



Реклама. ПАО «Корпоративный центр Икс 5», ОГРН 1247700463911,
г. Москва, Средняя Калитниковская ул, д. 28 стр. 4

X5.ru

ОРГАНИЗАТОРЫ ФОРУМА



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР



ПЛАТИНОВЫЙ ПАРТНЕР



ЗОЛОТОЙ ПАРТНЕР



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СПОНСОР WINE RETAIL



ПЛАТИНОВЫЙ ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР WINE RETAIL



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР КОНГРЕССА АНТИКОНТРАФАКТ



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР ЗОНЫ РЕГИСТРАЦИИ



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР AWARDS



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР WINE RETAIL



ОРГАНИК ПАРТНЕР WINE RETAIL



ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР WINE RETAIL



ЛИДЕР КАРТЫ ТРЕНДОВ И ПОЗИЦИЙ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ОРГАНИЗАТОР СЕССИИ



ПАРТНЕР ПО ГОТОВОЙ ЕДЕ



ПАРТНЕР ПО МЕДИЦИНСКОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ



ПАРТНЕРЫ СЕССИЙ



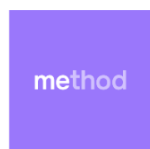
СПИКЕРЫ СЕССИЙ



Yandex Crowd Solutions



Яндекс Доставка



mindbox



точка

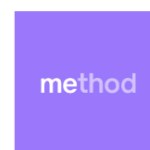
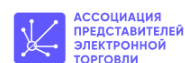
Контур

ОККАМ TRADE MARKETING





ЭКСПОНЕНТЫ





ЭКСПОНЕНТЫ WINE RETAIL WEEK



МАССАНДРА



ЭКСПОНЕНТЫ ФОРУМА «ПИВО РОССИИ»



1 этаж



-  ЭСКАЛАТОР
-  ЛЕСТНИЦА
-  ТУАЛЕТЫ

- | | |
|---|---|
|  A2 Сервизория |  C1 Made in Uzbekistan |
|  A3 Pixel 24 |  C2 Method |
|  A4 Nami |  C3 Lasmart |
|  A5 Промостойка РФ |  C4 Скорозвон |
|  A6 Ашан |  C5 Хабаровский край |
|  A8 Rocs |  C7 LMCagency |
|  A9 Первый ОФД |  C8 CTL |
|  A10 Fitocosmetic |  C9 Яндекс Смена |
|  A11 Betty's cake |  D1 Retail Media |
|  A12 Sherpa Robotics |  D4 SPI Robotics |
|  A13 Loginof Plus |  D5 Altavia |
|  A14 Market Guru |  D6 Ответо |
|  A15 Rudesktop |  D7 Собрано в саду |
|  A16 Далее |  D8 Кофейный дом Хорсь |
|  A17 ANFORCE |  D10 Деколайн |
|  B7 Flomni |  D12 АМИДА |
| B10 Ура! Кондитеры |  D13 Points Lab |
| B11 Herbarus | D14 BST Digital |
| | D15 Бовиль |
| | D16 Альфа-Лизинг |

2 этаж



WINE RETAIL WEEK

- | | |
|--------------------|-------------------------------|
| 1 Ауа | 15 Chirsova |
| 3 Абрау-Дюрсо | 16 Luding |
| 5 Фанагория | 17 Кубань-Вино |
| 6 FORT | 18 Валерий Захарьин |
| 7 Бокалы ОСЗ | 19 Мысхако Раевское |
| 8 Солнечная Долина | 20 СОЮЗ-ВИНО |
| 9 РСХБ (Свое Вино) | 21 Цимлянские вина |
| 11 Шато Пино | 22 АЛВИСА |
| 12 АРТВИН | 23 Ladoga |
| 13 Дербент Вино | 24 Книга История Виноторговли |
| 14 ГК Вилаш | 25 Inkerman Массандра |

- | | | |
|--|-----|--------------------|
| | E1 | МОО "Торгпром" |
| | E2 | СДЭК |
| | E3 | ДИИП 2000 |
| | E4 | Ту CIS |
| | E5 | Яндекс Крауд |
| | E6 | БРПИ |
| | E7 | Kaizen |
| | E8 | РАЗРР |
| | E9 | Альфа-Банк |
| | E10 | Кафе Select |
| | E11 | Юmoney |
| | E14 | АПХ Дороничи |
| | E18 | Кофейный Дом Хорсь |
| | E19 | МВидео |
| | E20 | СИБУР |
| | E21 | СБЕР |
| | E24 | АКИТ |
| | E26 | ТВ Студия |
| | E27 | De Longhi |
| | F1 | Белая Долина |
| | F2 | Jacobs |
| | F3 | ВТБ |
| | F4 | Очаково |
| | F5 | Тензор |

Альфа Банк

**Лучший банк
для масштабного
бизнеса**

Сервис для тех, кто решает

**Первые в стране запустили мобильный
сервис для тех, кто принимает решения
в крупном и среднем бизнесе**

- Оформляйте и контролируйте сделки в одном приложении
- Решайте любые бизнес-вопросы с персональным менеджером в чате
- Читайте отчёты аналитиков банка по отраслям и макроэкономике



Подключите сервис
Альфа-Босс и контролируйте бизнес онлайн

Альфа

БОСС

Альфа Банк

Лучший банк для масштабного бизнеса



Альфа-Инсайт

Сервис для анализа рынков и бизнес-рекомендаций

- Узнайте вашу долю рынка и динамику продаж относительно отрасли и конкурентов
- Посмотрите, кто ваши покупатели, сколько они тратят и какие товары выбирают
- Получите данные, на которые можно опираться для принятия маркетинговых решений
- Определите, какие категории развивать, какие — сокращать, а где теряете прибыль из-за цены



Наведите камеру телефона и закажите отчёт по вашему бизнесу, отрасли или конкурентам

Письменное интервью статс-секретаря – заместителя Министра промышленности и торговли Российской Федерации Р.А. Чекушова



1. Как развивается российская торговля?

Ответ:

У нас последовательно растет оборот розничной торговли. Здесь важна стабильность. По итогам 2025 года он составил 62,3 трлн руб. Результаты говорят о высоком профессионализме и адаптивности отрасли к внешним вызовам. Сегодня российский ритейл – это более 1 млн объектов по всей стране. Но здесь важно отметить, что мы движемся по пути развития многоформатности. Доля сетей в обороте розничной торговли по итогам 2025 года составляет 35%, все остальное – это иные форматы (рынки, малые торговые объекты, мобильные торговые объекты и прочее).

Активно развивается сегмент электронной торговли. В 2025 г. её доля в общем обороте розничной торговли составила порядка 21%.

По сравнению с 2024 г. она прибавила 28%. При этом маркетплейсы остаются ключевым каналом продаж в этой сфере – на них приходится около 9 трлн всего товарооборота интернет-торговли.

Я неоднократно говорил, что российская торговая отрасль лучшая в мире. И для этого есть все основания. Она вбирает в себя новые высокотехнологичные решения, обеспечивает граждан необходимыми товарами, вносит существенный вклад в российскую экономику. Этот тезис остается в силе.

2. Каковы перспективы международного развития маркетплейсов?

Ответ:

Сегодня крупнейшие маркетплейсы (Wildberries, Ozon и Яндекс) уже больше чем просто торговые площадки – это инфраструктурные платформы, которые объединяют логистику, платежи, маркетинг и сервис. Также они формируют «бесшовный» процесс экспорта российских товаров за счет создания зарубежной торговой инфраструктуры. Экспорт товаров с помощью платформ в 2025 году (по

сравнению с 2024 г.) увеличился примерно на 40%. Это, безусловно, несет дополнительную добавленную стоимость товара и стимулирует его развитие. На текущий момент площадки крупных маркетплейсов совокупно присутствуют в более чем 13 государствах, включая страны Азии, Африки и ближнего зарубежья. Подчеркну, что задача по продвижению российской продукции за рубеж является важной. Инфраструктура маркетплейсов поспособствует этому. Также на это нацелены инструменты и программы Российского экспортного центра, в частности «Сделано в России».

3. Как изменится роль персонала в торговой отрасли с внедрением новых технологий? Планируются ли программы переподготовки кадров?

Ответ:

Сегодня одним из ключевых направлений работы Минпромторга России является повышение производительности труда в отрасли внутренней торговли.

Соответствующая задача была постановлена Президентом Российской Федерации для всех отраслей экономики.

Для этого на площадке ведомства организован специальный отраслевой центр компетенций – Штаб технологического развития торговли. Он объединяет крупнейших игроков потребительского рынка, а также производителей технологических решений и специалистов (в том числе из корпоративных центров компетенций). На площадке Штаба функционируют две профильные рабочие группы – по технологическому развитию торговли и по подготовке кадров и развитию кадрового потенциала. Уже проведен анализ всех бизнес-процессов в торговых объектах, дарксторах, распределительных и фулфилмент-центрах.

По итогам этой работы составлена карта технологического развития торговой отрасли, которая наряду с регуляторными мероприятиями легла в основу отраслевой программы повышения производительности труда. Безусловно технологические решения, которые сегодня внедряет торговля, оказывают прямое влияние на кадровый состав и в целом кадровую емкость отрасли. Например, возникает необходимость в специалистах, которые обеспечивают работу складских робототехнических решений и одновременно сокращается потребность в складских работниках.

Также мы можем наблюдать изменения в нашей повседневной жизни – при походах в магазины. Для потребителя стало привычкой наличие касс самообслуживания, работу которых обеспечивает всего один человек (осуществляет контроль функционирования касс).



Конечно же, все эти нововведения предполагают переподготовку персонала, обучение его новым навыкам. Соответствующие мероприятия по кадровой адаптации осуществляются в рамках корпоративных центров компетенций и в рамках Штаба. В программе повышения производительности труда предусмотрен отдельный блок по выявлению потребностей в кадровой переподготовке и разработке программ обучения.

4. Российские бренды активно занимают ниши, ранее занятые международными игроками. Какой следующий шаг для отрасли – масштабирование внутри страны или активный выход на рынок дружественных стран?



Ответ:

Закрепление позиций внутри страны и масштабирование – базовый приоритет. Емкость российского рынка позволяет это, а потенциал импортозамещения в ряде потребительских и промышленных секторов еще не исчерпан. Очевидно, что внутренний рынок для брендов является точкой опоры и роста. Он позволяет отладить логистические цепочки, сформировать стабильную сырьевую базу, оптимизировать себестоимость, добиться высокой узнаваемости, понять механики, с помощью которых создается сильный бренд. Но что дальше? Дальше выход на внешние рынки.

Сегодня для российских брендов есть возможности по выходу на рынки дружественных стран – ЕАЭС, СНГ, Ближнего Востока, Азии, Африки и Латинской Америки. Потребители в этих регионах демонстрируют высокий интерес к российской продукции.

Минпромторг совместно с Российским экспортным центром (РЭЦ) и другими институтами развития выстраивает бесшовную систему поддержки бизнеса. Она дает возможность компаниям создавать и расширять производство товаров внутри страны и выводить продукцию на внешние рынки. Здесь есть целый ряд инструментов, начиная от льготного кредитования и субсидирования, и заканчивая компенсацией логистических затрат, помощи в продвижении российской продукции за рубежом, консультационной поддержки предпринимателей и пр.

Особенно радует, когда на новые рынки выходит потребительская продукция. Ведь её экспорт позволяет ознакомиться не только с достижениями промышленности, но и взглянуть по-новому на нашу страну гражданам дружественных стран. И среди примеров такой продукции – парфюмерно-косметическая продукция. Её экспортные поставки по итогам 2025 года (по сравнению с 2024 годом) увеличились на 22% и составили 830 млн долл. США.

**купер
бизнес**

**Ваш сервис
по закупкам**



-50%

**на первый заказ
от 10 000 ₺**

ПРОМОКОД

b2b50



Доставка день в день



ЭДО и возврат НДС



**Больше выгоды для
клиентов СберБизнеса**

Аналитика от РОМИР по потребительскому рынку.

Комментарий директора по работе с клиентами РОМИР:

«Сегодня мы наблюдаем сразу несколько фундаментальных изменений, которые будут определять развитие потребительского рынка в ближайшие годы.



Первое из них связано с демографией. Традиционное кредитоспособное ядро – люди в возрасте 35–54 лет. Их доля составляет около 38% населения России, и именно эта группа будет сокращаться быстрее других. При этом будут расти как молодые поколения, так и аудитория старшего возраста, причем доля россиян старше 55 лет уже сопоставима с долей основного потребительского ядра. Это означает, что бизнесу необходимо все больше учитывать потребности так называемых активных серебряных – людей старшего возраста, которые сохраняют высокий уровень потребления, интерес к новым продуктам и услугам, а также стремление поддерживать качество жизни.

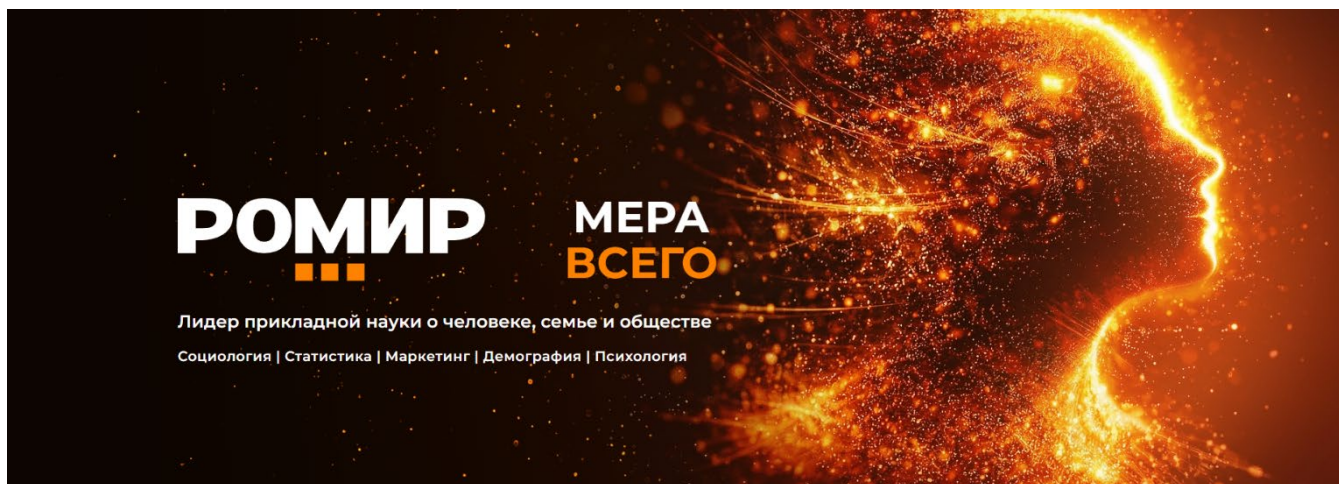
Вторая важная тенденция – изменение потребительских настроений. Если в течение 2025 года индекс потребительской уверенности оставался в положительной зоне, то в первом квартале 2026 года РОМИР зафиксировал его переход в отрицательные значения. Это говорит об усилении потребительского рационализма. Покупатели становятся более внимательными к своим расходам, чаще сравнивают предложения и стремятся получить максимальную ценность за свои деньги.

Мы видим это и в реальном потребительском поведении. Несмотря на то что расходы домохозяйств продолжают расти, меняется сама структура покупок. Средние траты на FMCG увеличились на 11,2%, одновременно с этим снижается количество товаров в корзине. Покупатели чаще совершают покупки, и при этом отказываются от лишних и дублирующих позиций, более тщательно формируют набор приобретаемых товаров и концентрируются на действительно значимых для себя категориях.

На этом фоне формируется новая ценностная карта российского потребителя. Мы выделяем пять ключевых направлений, которые определяют выбор покупателей: рациональность бюджета, удовольствие, здоровье, время и социальные связи. Рациональность остается базовой ценностью для большинства россиян, и это не

означает исключительно экономию. Покупатель ищет оптимальный баланс между ценой, качеством, удобством и эмоциональной отдачей от покупки.

Одновременно растет значение качества жизни. Россияне все чаще связывают заботу о здоровье не с медицинскими услугами, а с повседневными практиками – полноценным отдыхом, прогулками, качественным питанием и соблюдением режима дня. Важной частью потребительского поведения становится стремление поддерживать физическое и эмоциональное благополучие через доступные ежедневные решения.



Не менее значимой становится и ценность времени. Современный потребитель стремится сократить количество рутинных действий и выбирает решения, которые позволяют экономить время без потери качества жизни. Именно поэтому растет востребованность готовых решений, цифровых сервисов и продуктов, упрощающих повседневные задачи».

Контур

Решения для ритейла и поставщиков



Автоматизация поставок

Проверка контрагентов

Электронный
документооборот

Отчетность онлайн

СБЕР | 185

**Бизнес
Прайм**
Консультации
юриста —
бесплатно

Сервис «Юрист для бизнеса» предоставляет ООО «Сбер Лигал» (ОГРН 1187746905004, г. Москва) бесплатно при подключении платной подписки СберБизнес Прайм (далее – подписки), предоставляемой ПАО Сбербанк при открытии расчетного счета. Подробнее – на sberbank.ru/ko. ПАО Сбербанк. Генеральная лицензия ЦБ РФ № 1481 от 11.08.2015 г.

«36,6% – новая норма»: Ассоциация производителей пива, солода и напитков о главных трендах на рынке пива

Все знают, что 36,6 – это норма температуры человеческого тела. Теперь и норма рынка пива в России – по итогам 2025 года именно такой стала доля этого напитка в общей структуре потребления алкоголя. Алкогольный градусник показал снижение пивной доли на 2,8%. Причина? Общий тренд на снижение продаж алкоголя. На этом же фоне россияне увеличили спрос на отечественную пивоваренную продукцию, стали чаще потреблять сидр и безалкогольное. Ассоциация производителей пива, солода и напитков рассказывает о результатах, с которыми рынок твердо вошел в 2026 год, и о том, какие перспективы ждут отрасль в будущем.

Переход к культурному потреблению

В пивоваренной отрасли в 2025 году общий объем производства снизился на 1,1% до 930 млн дал, а спрос сократился на 15,7% до 702,6 млн дал.

В среднем один россиянин теперь выпивает 48,1 литров пива за год, снижение потребления – 15,7%. В 2026 же году за первый квартал пивоваренное производство также сократилось на 4,7% до 193,76 млн дал.

Что такое 702,6 млн дал для рынка? Минимум потребления за 15 лет. Ближе всего в части цифр только 2019 год – тогда в стране было продано 721,8 л. С 2020 года производство и спрос постепенно росли, в 2024 году среднестатистическое потребление вышло на уровень 57 литров на человека. 2025-2026 годы знаменуют собой новый цикл – плавное снижение.

«Сейчас потребители активнее приобретают безалкогольные напитки, в том числе безалкогольное пиво. Также на сокращение производства влияет общая экономическая ситуация и рост фискальной нагрузки в секторе. Тем не менее производители продолжают активно развивать собственные продуктовые линейки».

— поясняет исполнительный директор Ассоциации производителей пива, солода и напитков Вячеслав Мамонтов.

Сидр и медовуха в цене, «нулёвка» – в моде

Спрос на безалкогольное пиво в России в этом десятилетии растет стремительно — с 2022 года продажи выросли на 15% в натуральном выражении. В 2025 году был установлен новый рекорд – 20,8 млн дал выпущенной на рынок «нулёвки».

Как отмечает директор АНО «Научно-исследовательский центр по развитию пивобезалкогольной отрасли» Максим Новиков, повышенный интерес связан не только с модой на здоровый образ жизни, но и с общим развитием культуры потребления напитков в РФ и расширением вкусовой палитры. Попросту говоря, современное безалкогольное пиво – это не скучный аналог алкогольного собрата, а самостоятельное произведение пивоваренного искусства.

Часть спроса среди россиян также мигрировала в сторону смежных напитков брожения – к сидру, медовухе и пуаре. Производство в этой категории в 2025 году в РФ выросло на 23% до 17,7 млн дал. Продажи на внутреннем рынке также увеличились на 5% до 13,1 млн дал.

Рост интереса к этим напиткам, как указывает Вячеслав Мамонтов, связан во многом с расширением вкусовой гаммы от отечественных производителей. Еще одна причина – это тематическая популяризация потребления, например, через фестивали.

Царь-пиво и его подданные

Вместе с общим снижением потребления алкоголя в РФ пиво не теряет своего самого главного качества — оно остается самым популярным алкогольным напитком в стране. Очередное доказательство этого тезиса — недавнее исследование Министерства финансов РФ, презентованное на отраслевой сессии ПМЭФ-2026.

Согласно проведенному ведомством опросу, в качестве приоритетного напитка пиво указали 80% респондентов. Вино заняло в этом рейтинге лишь второе место. Но цель потребителя сегодня — вкусовое удовольствие. Исследование Минфина показало, что 28% потребителей при выборе напитка обращают внимание прежде всего на вкус продукции. Цена является ключевым фактором при покупке только для 14% опрошенных.

Ключевой тренд – пьем российское

Один из основных трендов на рынке отечественного пивоварения — это само увеличение спроса на его продукцию относительно уже устоявшихся марок-гигантов из-за рубежа. Если в 2000-е и начале 2010-х годов знак качества в глазах потребителей преимущественно присуждался импортным маркам, то в середине 2020-х можно уже твердо говорить о «пивном патриотизме» в хорошем смысле этого словосочетания.

Дальнейший рост происходит во многом благодаря крупным брендам с федеральной репутацией, а также новым региональным маркам, которые сперва завоевывают популярность на своем небольшом рынке, а затем приобретают известность на всю страну. Значимый фактор этого распространения локального и его превращения во всероссийское — продолжающийся рост внутреннего туризма. Приехать в регион и попробовать именно местного — это уже неотъемлемая часть российской пивной культуры от Камчатки и до Калининграда. Большую роль здесь также играют крафтовые пивоварни с небольшими сериями, которые занимают свои ниши на рынках крупнейших городов страны.

Перспектива рынка: фестивали и продвижение отечественного



Вместе с изменениями самой культуры потребления россияне сосредотачиваются на вкусовых ощущениях и стремятся изучить «пивную карту» России по аналогии с «винной картой». Производители со своей стороны развивают новые форматы, которые позволили бы удовлетворить растущий интерес к оригинальным сортам.

Успешной инициативой этого года стала федеральная акция «Дни пива России», которая проходит 28 мая – 30 июня в крупнейших ритейловых сетях при поддержке Минпромторга, Минсельхоза и Роскачества. Суть акции – формирование в

торговых залах «эталонной полки российского пива», которая должна привлекать внимание потребителей к отечественной продукции и информировать их о новинках лучших брендов.

Перекрёсток

SELECT × EGGSELLENT

ВСЁ НАЧИНАЕТСЯ С ЗАВТРАКА



А завтрак начинается с EGGSELLENT & Перекрёсток SELECT!



Торговая марка «Перекрёсток Select» совместно с Eggsellent* представляет линейку завтраков. Количество товаров ограничено. Предложение действует не во всех супермаркетах торговой сети. Изображение товара может отличаться от оригинала. Информацию об ассортименте товаров, участвующих в акции, уточняйте в супермаркетах «Перекрёсток» и на сайте www.perekrestok.ru. *Eggsellent - сеть городских кафе завтраков.

Энолог без романтики: как создают вино, которое не залеживается на полках



Артём Васильев, главный энолог винодельни «Кубань-Вино», рассказал о своей профессии, о вызовах, с которыми сталкивается российское виноделие, и о том, почему без профессиональной школы отрасли не обойтись.

Можете в двух словах объяснить, в чём суть вашей работы?

— Энолог курирует весь цикл производства: от качества сырья до розлива готового напитка. Это синтез инженерной работы и дегустации, но главное — системный подход. В советское время у нас была сильная школа, но в 1990-е многое было утрачено, в то время как европейские виноделы активно развивали технологии. Сейчас важно создать в России отдельную образовательную программу по энологии — общий инженерно-технологический профиль здесь не решает всех задач.

Как вы сами пришли в эту сферу?

— Осознание пришло на втором курсе университета — с тех пор пути назад уже не было. К моменту выпуска у меня уже был практический опыт — около полутора лет. В виноделии теория без практики почти бесполезна: нужно прочувствовать ритм производства и научиться взаимодействовать с командой.

Насколько трудно молодому специалисту завоевать авторитет среди опытных коллег?

— Очень непросто, если рассчитывать, что должность сама по себе даст уважение. Знания технологии — это только половина дела. Нужно уметь работать с людьми, которые посвятили виноделию десятилетия. Авторитет зарабатывается постепенно: через грамотные решения, которые приносят пользу и бизнесу, и качеству продукции. Когда команда видит, что твои предложения обоснованы и эффективны, приходит доверие.

Часто можно услышать, что массовое производство убивает индивидуальность вина. Вы согласны?

— Совсем нет. Мы выпускаем около 420 наименований, работаем с 46 сортами винограда, делаем как купажные, так и моносортные вина. На производстве — современные автоматизированные системы, профессиональные технологи и строгий контроль качества. Всё это позволяет сохранять высокий уровень и узнаваемый стиль.

Как меняется отношение к российскому вину?

— Процесс идёт, но небыстро. Есть те, кто принципиально не рассматривает отечественные марки. Другие уже признают качество и не видят смысла переплачивать за импорт. А есть потребители, которые выбирают вино, ориентируясь только на вкус, а не на происхождение. Популяризация российского вина требует усилий всей отрасли и поддержки на государственном уровне.

Расскажите о своём рабочем ритме. Ведь виноделие зависит от сезона.

— Я не беру отпуск с июня по декабрь. Уже в июле начинается подготовка: обслуживание оборудования, прочие организационные вопросы. Затем стартует сезон, и весь график подстраивается под него. Этот ритм становится естественным, если ты в него влился. Кроме того, я занимаюсь обучением студентов: читаю лекции, провожу практику, чтобы к началу сезона они уже обладали базовыми навыками. Без этого отрасль не сможет восполнить кадровый дефицит.

А молодёжь вообще готова идти в эту профессию?

— Искренне заинтересованы примерно 30 % начинающих. Из них можно отобрать лучших. Но в целом интерес растёт, и, думаю, профессия будет становиться всё более востребованной.

Что для вас сейчас самое важное в работе?

— Во-первых, нужно, чтобы отрасль получала поддержку на государственном уровне - это отражается в законах, ГОСТах, нормативах. Во-вторых, важна команда: все должны говорить на одном профессиональном языке и стремиться к высокому уровню. И, наконец, главное - чтобы создаваемые вина находили своего покупателя. Они не должны пылиться на складах. Их место - на полках, а ещё лучше - чтобы они с этих полок исчезали. Поэтому я и говорю: лучшее вино -пто, которого уже нет на полке.

Brut d'Or

MÉTHODE CLASSIQUE*

НАМ ЕСТЬ ЧЕМ ГОРДИТЬСЯ
АБРАУ-ДЮРСО

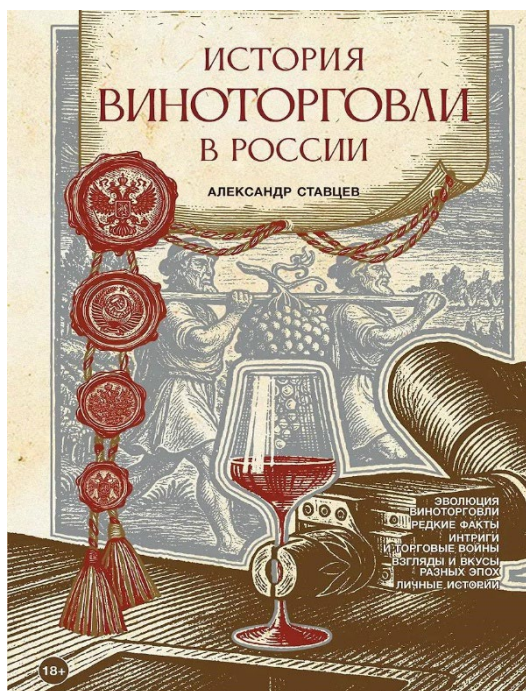


2025-2026 гг.



* Брют д' Ор метод классик

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 18+



История винооторговли в России

Первое в стране масштабное исследование, посвященное эволюции винной торговли – от древнерусских летописей до современных реалий.

Опираясь на архивные документы, свидетельства современников и уникальные личные истории ключевых фигур винооторгового дела, автор детально анализирует, как смена эпох, внешнеторговые соглашения и государственные монополии влияли на то, что оказывалось в бокалах россиян. Это издание открывает малоизвестные страницы прошлого, показывая, что вино было не просто товаром, а двигателем экономики, политики, культуры и зеркалом перемен.

Содержание книги представлено шестью блоками.

Вот лишь несколько сюжетов, которые ждут читателя:

От Константинополя до Архангельска. Как княгиня Ольга в 957 году оказалась в центре винной дипломатии, почему первый торговый договор Руси 911 года включал пункты о вине и каким образом далекий порт Архангельска стал воротами для европейских вин в Московское царство.

Крымская история. Как князь Потемкин делал вино для императрицы, почему Александр III запретил подавать себе иностранные вина и как князь Голицын создал русскую винную школу.

Советская эпоха. Как отмена сухого закона при НЭПе подкосила винооторговлю, почему Сталин настоял на передаче виноделия Микояну, кто придумал «Советское шампанское» и как антиалкогольная кампания Горбачева изменила страну.

5 причин прочитать:

1. В рамках работы над книгой автор совершил несколько экспедиций в Архангельск, Нижний Новгород, Дербент, Крым, на Правобережный Дон и Черноморское побережье Кавказа. Повествование дополнено живыми впечатлениями от этих мест.
2. В некоторых главах размещен «Блокнот путешественника» – авторские заметки, которые можно использовать как подсказки для организации поездок по стране.

3. Прослеживая, как веками менялись спрос и винные вкусы, можно сделать полезные выводы о сегодняшнем дне и построить прогнозы на будущее.
4. Книга полна фотографий, иллюстраций и карт, которые делают изложение более наглядным и способствуют лучшему восприятию материала.
5. Издание рассчитано на широкий круг читателей. Специалисты по истории и экономике найдут в нем аналитику и архивные данные. Сомелье и преподаватели винных школ получат настольное пособие по эволюции винной культуры в России. А любители вина и истории – увлекательное чтение.

Цитаты:

«Важность вина как товара для знати, а также (не будем забывать) и для церковных таинств, его дороговизна и редкость, особенно за пределами Новгородской земли, не раз делали вино инструментом не только дипломатии, но и торговых войн».

«Успехи донского виноделия не прошли незамеченными и в столице. В конце XVIII века донское вино попадает на балы и пиршества в Санкт-Петербург».

«Общая площадь виноградников Крыма к середине 1830-х приблизилась к 3 тысячам гектаров, на которых росли 7,5 миллионов лоз. Уже в этот момент появились первые признаки перепроизводства вина на полуострове».

«К 1890-м годам Дагестан становится настоящим виноградарским и винодельческим гигантом (каким регион является и до сих пор), не хватало лишь перехода количества в качество – прорыва в идеях и технологиях виноделия, который позволил бы повысить репутацию вин Дербента и их стоимость».

«Вкусы вождя и народа совпадали – основным продуктом для отечественного виноделия на десятилетия стало “Советское полусладкое”. О популярности сладких игристых можно судить по ценам в торговле второй половины 1930-х. Бутылка “брюта” из Абрау-Дюрсо стоила 19 руб. 80 коп., полусухого – 22 руб. 40 коп., сладкого – 25 руб. Видимо, продать сухие сорта можно было только сделав приличную скидку».

Об авторе:

Александр Ставцев – винный эксперт, журналист-аналитик, автор более 400 аналитических исследований и просветительских материалов по теме вина, экономики виноделия и винной торговли.

Является вице-президентом Российской ассоциации экспертов рынка ритейла и почетным членом Союза сомелье и экспертов России.



organic wine
& vineyards



ОРГАНИЧЕСКИЕ ВИНА

с собственных
виноградников



г. Севастополь,
с. Родное



AVA – это гармоничная
винная экосистема в Крыму:
вилла, ресторан, энотуризм



ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

НОВИНКИ АБРАУ-ДЮРСО

КОНЬЯК АБРАУ 5-ЛЕТНИЙ



РУССКОЕ ИГРИСТОЕ БРЮТ РОЗОВОЕ



АБРАУ SPUMANTE BRUT



ВИНО ИГРИСТОЕ ЖЕМЧУЖНОЕ
АБРАУ FIZZ SEMI-SWEET



Альфа Банк

Лучший банк для масштабного бизнеса



Кассы самообслуживания по подписке

- Минимальные вложения — всего от 6990₽ в месяц
- Не требуется участие кассира
- Меньше время ожидания в очереди
- Интеграция с вашей учётной системой



Подключить кассы
самообслуживания

Реклама, АО «Альфа-Банк». Ген. лицензия ЦБ РФ № 1326 от 16.01.2015 г. Стоимость актуальна на момент передачи в печать 14.04.2026.

Гран-при международной премии The Global FinTech Awards 2024. Первое место в рейтинге CBonds по цифровым финансовым активам в 2025 г. Первое место по приросту портфеля за 2024 г. по данным Ассоциации факторинговых компаний. Лидер по объему размещений IPO и SPO в рейтинге CBonds и PREQVECA в 2024 г. IPO (Initial Public Offering) — первое публичное размещение акций, SPO (Secondary Public Offering) — вторичное публичное размещение акций.

Альфа Банк

Лучший банк для масштабного бизнеса

Онлайн-инкассация

Мгновенное зачисление денег из торговой точки на счет

- **Безопасность**
100% защита при хранении наличной выручки, снижение рисков, связанных с перевозкой наличных
- **Экономия**
Не потребуется кредитование для закрытия кассовых разрывов — выручку можно зачислять 24/7, даже в выходные и праздники
- **Скорость**
Онлайн-зачисление выручки на расчётный счёт в Альфа-Банке, по всей стране
- **Удобство**
Исключены повторные приёмы, пересчёты и вопросы по сомнительным купюрам



Оставить заявку
на онлайн-инкассацию

