vinetur

Запрет США на ввоз канадского алкоголя сильнее всего ударит по ликероводочным заводам

По данным аналитиков, производители крепких спиртных напитков поставляют более половины своей продукции в США, что значительно превышает показатели пивоваренных и винодельческих компаний.

пятница, 11 сентября 2026 г.



Запрет США на ввоз большинства канадских алкогольных напитков вступит в силу 29 сентября, и, по мнению отраслевых аналитиков, канадские ликероводочные заводы, вероятно, понесут наибольший ущерб, поскольку они гораздо в большей степени зависят от американского рынка, чем пивоваренные и винодельческие предприятия.

Об этой мере объявило правительство США на фоне обострения торговых противоречий между двумя странами. По мнению отраслевых ассоциаций и экономистов, ограничения заблокируют ввоз в США большинства канадских спиртных напитков и других алкогольных продуктов, хотя канадский виски и ликер, поставляемые в бутылках объемом более четырех литров, будут исключены из-под запрета. Представители торговых кругов отмечают, что на практике это исключение имеет ограниченное применение, поскольку продукция в таких больших форматах не пользуется широким спросом.

Крейг Джонстон, главный экономист Farm Credit Canada, отметил, что ликероводочные заводы находятся в особенно уязвимом положении, поскольку более половины своей продукции они отправляют за границу. По его словам, среди основных категорий алкогольной продукции именно производители спиртных напитков в наибольшей степени зависят от спроса в США, что делает их более уязвимыми, чем пивоваренные и винодельческие предприятия, если запрет останется в силе.

Это имеет значение не только для одной категории продукции. Затянувшиеся сбои в поставках могут изменить характер доступа канадских производителей крепких спиртных напитков, пива и вина к их крупнейшему ближайшему экспортному рынку, причем самое сильное непосредственное давление ляжет на производителей ликеров, а для пивоваренных и винодельческих компаний ожидаются лишь более ограниченные прямые последствия. Это изменение также может вынудить компании пересмотреть системы дистрибуции, планирование производства и присутствие на полках магазинов в США в то время, когда восстановить утраченные отношения с розничными сетями крайне сложно.

Кэл Брикер из Spirits Canada заявил, что с практической точки зрения эта мера близка к запрету на канадский виски. По его словам, у отрасли нет простого обходного пути, поскольку многие продукты защищены правилами происхождения и давними торговыми соглашениями. Канадский виски должен производиться в Канаде, точно так же, как бурбон должен производиться в США, а текила — в Мексике, пояснил он. Это означает, что производители не могут просто перенести линию по производству канадского виски южнее границы и продолжать продавать тот же продукт под тем же наименованием.

Брикер также отметил, что североамериканский алкогольный бизнес глубоко интегрирован, особенно в случае крупных транснациональных корпораций. В качестве примера он привёл такие компании, как Diageo, которая производит Crown Royal в Канаде, бурбон Bulleit в США и текилу Don Julio в Мексике. По его мнению, меры, направленные против продукции одной страны, все равно могут повлиять на более широкие корпоративные цепочки поставок, поскольку эти предприятия управляются в рамках единого баланса.

По словам Брикера, пока ни один из 11 ликероводочных заводов и производителей спиртных напитков, представленных его ассоциацией, не обращался к нему с вопросом о переносе производства в США. Однако он отметил, что отрасль настаивает на проведении переговоров, поскольку коммерческие последствия могут оказаться серьезными, если запрет продлится.

Роберт Картер, аналитик пищевой промышленности из StratonHunter Group, отметил, что особенно уязвимыми могут оказаться мелкие производители, имеющие розничное присутствие в США. По его словам, многие из них годами налаживали связи с американскими дистрибьюторами, ресторанами и магазинами, и эти отношения могут быстро ослабнуть, если поставки продукции прекратятся. Как только бренд исчезает с полок, заменить утраченное место может быть сложно и дорого.

Пивоваренные компании в целом кажутся менее уязвимыми, хотя некоторые из них все же сталкиваются со значительным риском. Эндрю Оланд, генеральный директор Moosehead Breweries, заявил, что разочарован тем, что алкогольная

продукция все больше втягивается в расширяющийся торговый спор. По его словам, 15 % напитков Moosehead поставляется в США и уже облагается 50-процентными пошлинами после того, как в прошлом месяце сорвались торговые переговоры между двумя странами.

Оланд сообщил, что пивоваренная компания из Сент-Джона (Нью-Брансуик) пытается отправить в США как можно больше пива в ближайшие несколько недель, чтобы сохранить место на полках и поддерживать отношения с розничными сетями. По его словам, если пиво этой компании не будет доступно в американских магазинах, те быстро заменят его на другую марку, и впоследствии вернуть себе место на полках может быть сложно. В то же время он отметил, что Moosehead готовится к возможному длительному сбою в поставках и ищет маркетинговые возможности за пределами США.

Тем не менее представители пивоваренной отрасли отмечают, что этот сектор не так сильно зависит от рынка США, как производители спиртных напитков. Люк Чепмен, вице-президент по федеральным вопросам в Beer Canada, заявил, что канадское пивоварение в подавляющем большинстве ориентировано на внутренний рынок. По его словам, более 90 % пива, купленного в Канаде в прошлом году, было сварено в стране с использованием отечественных ингредиентов, что обеспечивает отрасли более широкую базу на внутреннем рынке, чем у многих других канадских отраслей.

Ожидается, что производители вина также смогут избежать самых серьезных последствий. Норман Бил, председатель совета директоров Ontario Craft Wineries, заявил, что лишь около 1 % продаж вина приходится на США. По его словам, канадские производители вина являются относительно небольшими компаниями и реализуют большую часть своей продукции в Канаде, что снижает их прямую уязвимость перед запретом на импорт со стороны США.

Недавние торговые данные показывают, почему этот вопрос по-прежнему важен для алкогольной отрасли в целом. Данные Статистического управления Канады, на которые ссылаются аналитики, показывают, что в период с апреля 2024 года по март 2025 года Канада импортировала из США алкогольной продукции на

сумму 1 млрд долларов, что на 5,4 % меньше, чем в предыдущем финансовом году. За тот же период канадский экспорт алкогольной продукции в США составил 1,4 млрд долларов, что на 4,1 % больше, чем годом ранее.

По данным отраслевых источников, на которые ссылается агентство «The Canadian Press», последние меры со стороны США стали ответом на канадские ответные пошлины, введенные ранее на этой неделе. Производители и отраслевые ассоциации сейчас призывают Оттаву и Вашингтон найти дипломатическое решение до 29 сентября. Они предупреждают, что если ограничения останутся в силе, некоторым ликероводочным заводам, возможно, придется сократить объемы производства, а в некоторых регионах это может привести к сокращению рабочих мест и экономическому давлению на сообщества, связанные с производством спиртных напитков.

По мере приближения крайнего срока основная озабоченность в отрасли распределяется неравномерно. Пивоваренные и винодельческие предприятия, возможно, в большей степени могут полагаться на внутренние продажи, но у ликероводочных заводов нет такой же «подушки безопасности». Для многих из них США — не просто еще один экспортный рынок. Это ключевой рынок, обеспечивающий объемы производства, долгосрочные контракты и рост бренда.