vinetur

Collective Arts рассматривает перенос производства в США после того, как пошлины затронули почти 20% бизнеса

Крафтовая пивоварня из Онтарио заявила, что пошлины на алюминий и бойкоты алкогольной продукции повышают стоимость банок, замедляют поставки и меняют ее трансграничную стратегию

пятница, 6 ноября 2026 г.



Торговый конфликт между США и Канадой усиливает давление на крафтовые пивоварни по обе стороны границы: растут расходы на упаковку, замедляются поставки пива, а некоторые компании вынуждены пересматривать, где производить и продавать свою продукцию.

Одной из компаний, испытывающих это давление, стала Collective Arts — крафтовая пивоварня из Гамильтона, провинция Онтарио. Генеральный директор Мэтт Джонстон заявил, что пошлины и связанные с конфликтом бойкоты алкогольной продукции заставили компанию пересмотреть подход к работе на рынке США, на который приходилось почти 20% ее бизнеса.

По словам Джонстона, один из вариантов — перенести часть производства в США. Другой — направить инвестиции и усилия на рынки, где позиции компании сильнее. Эта ситуация показывает, как торговый конфликт, начавшийся с решений властей, теперь влияет на деловые решения небольших производителей напитков, зависящих от стабильной трансграничной торговли.

Дело не только в продажах. Пивовары также сталкиваются с ростом расходов на упаковку из-за пошлин на алюминий. По оценке Ассоциации пивоваров США (Brewers Association), пошлины на алюминий могут увеличить стоимость каждой банки для потребителей на целых 8,2 цента. Для отрасли, которая продает большие объемы пива в банках и часто работает с небольшой маржой, такое подорожание может повлиять на цены, дистрибуцию и планирование ассортимента.

Последствия могут выйти далеко за пределы одной пивоварни. Для индустрии напитков, особенно крафтового пива, конфликт создает угрозу доступа к важному соседнему рынку и одновременно повышает стоимость основных ресурсов. Если пошлины сохранятся, а потребительские бойкоты продолжатся, пивоварни, выстроившие цепочки поставок с расчетом на свободное перемещение товаров между США и Канадой, столкнутся с дополнительной неопределенностью как при закупках, так и при продажах.

США и Канада давно являются естественными торговыми партнерами для пивоваров благодаря общей границе и тесно связанным дистрибьюторским сетям. В частности, небольшие производители использовали географическую близость, чтобы находить новых покупателей, не создавая разветвленные экспортные системы, доступные крупным международным пивоваренным компаниям. Когда торговые барьеры растут, небольшим компаниям зачастую труднее компенсировать дополнительные расходы.

Похоже, именно эта ситуация определяет реакцию Collective Arts. Вместо того чтобы полагаться на прежние поставки пива в США, компания рассматривает, нужно ли ей создать производственную базу внутри рынка, чтобы продолжать обслуживать американских покупателей. Для пивоварни, чья идентичность связана с крафтовым производством и развитием бренда, изменение места выпуска пива — серьезный шаг.

Конфликт также влияет на поведение потребителей. Джонстон заявил, что бойкоты алкогольной продукции стали частью проблемы. Это говорит о том, что торговое противостояние меняет не только официальные расходы на границе, но и спрос. Пивоварням становится сложнее планировать работу: им приходится учитывать меняющиеся настроения потребителей наряду с повышением пошлин и удорожанием материалов.

Для пивоваров США те же факторы могут действовать в обратном направлении. Если канадские покупатели станут реже выбирать американскую продукцию или ответные торговые меры затруднят ее продажу, пивоварням, рассчитывавшим на спрос в Канаде, возможно, придется скорректировать объемы, цены или рыночную стратегию. Компании, использующие алюминиевые банки, могут также напрямую столкнуться с ростом затрат на сырье еще до того, как пиво попадет на полки магазинов.

В результате давление одновременно затрагивает несколько направлений бизнеса: доступ к рынкам, упаковку, инвестиционные решения и планирование цепочек поставок. В крафтовом пивоварении, где многие производители по-прежнему работают в региональном масштабе, эти факторы трудно разделить.

Пивоварне приходится учитывать пошлины при закупке банок, политическую обстановку при продажах за рубежом и расположение производства, решая, как продолжать обслуживать покупателей по другую сторону границы.

Размышления Collective Arts показывают, как быстро давление может привести к конкретным переменам. Рынок, который прежде служил компании площадкой для трансграничного роста, теперь заставляет ее решать, следует ли переносить производство, куда направлять инвестиции и какой уровень риска приемлем, когда меняются и торговая политика, и реакция потребителей.