vinetur

Diageo сообщает о снижении квартальных продаж пива в Великобритании и Ирландии

Продажи Guinness выросли двузначными темпами в Африке и Германии, Австрии и Швейцарии, поддержав региональные продажи пива на других рынках

пятница, 6 ноября 2026 г.



В четверг, 5 ноября, Diageo сообщила, что в июле—сентябре продажи пива в Великобритании и Ирландии снизились, несмотря на двузначный рост Guinness в Африке и немецкоязычных странах — Германии, Австрии и Швейцарии.

В квартальном отчете о торговых показателях британская алкогольная группа сообщила, что органическая чистая выручка от продаж пива в Великобритании и Ирландии снизилась по сравнению с аналогичным кварталом 2025 года на величину в нижнем однозначном процентном диапазоне. В том же заявлении компания отметила двузначный рост Guinness как в Африке, так и на совокупном рынке Германии, Австрии и Швейцарии. В целом по Европе, Ближнему Востоку и Африке чистая выручка Diageo от продаж пива выросла на величину в нижнем однозначном процентном диапазоне.

Эти данные показывают неоднородную динамику одного из важнейших пивных брендов Diageo. Guinness расширяет присутствие за пределами традиционных рынков, однако отчет компании свидетельствует о снижении показателей всего пивного портфеля на двух ключевых рынках. Это различие важно: снижение в Великобритании и Ирландии касается общих продаж пива Diageo, тогда как более быстрый рост в Африке и Германии, Австрии и Швейцарии относится именно к Guinness.

В отчете компания не привела данные о продажах и прибыли по отдельным рынкам или объемах реализации пива в этих регионах. Вместо точных процентов в заявлении указаны диапазоны роста, а сами результаты не проходили аудит. Поэтому из раскрытых данных нельзя узнать, сколько гектолитров было продано и чем в основном обусловлены изменения выручки — объемом продаж, ценами или ассортиментной структурой.

Эти показатели важны, поскольку продажи Guinness по-прежнему в значительной степени зависят от небольшого числа крупных рынков. По данным Diageo, в 2024 году на Великобританию, Ирландию и США пришлось 54% мировых розничных продаж Guinness в денежном выражении. Такая концентрация делает любые спады на домашнем и соседних рынках существенными, даже если в других странах бренд быстро растет.

Diageo — крупный игрок мирового пивоваренного рынка, хотя пиво составляет лишь часть ее более широкого бизнеса по производству напитков. По данным BarthHaas, в 2025 году компания заняла 12-е место в мире по объему производства пива — 24,42 млн гектолитров. Guinness — самый известный пивной бренд Diageo и один из наиболее заметных в ее портфеле, поэтому региональные изменения спроса имеют особое значение.

Отчет компании указывает на то, что Guinness продолжает укреплять позиции на рынках, где Diageo инвестирует в дистрибуцию и развитие бренда. Африка уже много лет остается одним из наиболее динамично растущих регионов для бренда, чему способствуют прочные позиции на местных рынках, в том числе в Нигерии и Гане. Двузначный рост в Германии, Австрии и Швейцарии также свидетельствует о сохранении динамики в континентальной Европе: здесь Guinness активнее выходит в бары и розничные сети, а также осваивает новые поводы для потребления.

В то же время снижение продаж в Великобритании и Ирландии показывает, что рост на зарубежных рынках не позволяет Diageo полностью защититься от спада на зрелых рынках. Компания не раскрыла причины снижения продаж пива в этих странах, а в отчете не прокомментировала подробно потребительские расходы, ценообразование или конкуренцию. Без точных данных о продажах и объемах нельзя определить, насколько широко спад затронул разные бренды и снизились ли показатели самого Guinness на этих рынках.

В целом по региону картина была более позитивной. Сообщив о низком однозначном росте продаж пива в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке, Diageo дала понять, что расширение бизнеса за пределами Великобритании и Ирландии позволило увеличить продажи пива в регионе в целом. Однако этот результат также подчеркивает неоднородность квартальной динамики: быстрый рост Guinness в отдельных регионах компенсировал более слабые результаты на важной части традиционных рынков компании, а не отражал равномерный подъем на всей территории.

Поскольку компания сообщила только об органической динамике чистой выручки от продаж, отчет не дает ответа и на вопрос о соотношении влияния цен и фактического потребления. Органические показатели продаж исключают влияние приобретений, продаж активов и валютных колебаний, что позволяет сопоставлять результаты основной деятельности. Но без абсолютных данных о выручке и объемах инвесторы и аналитики не могут определить, насколько изменился спрос на пиво в натуральном выражении в Великобритании, Ирландии, Африке или немецкоязычных странах.