vinetur

Бразильские пивовары встречают конец года на фоне слабого спроса, несмотря на чемпионат мира

Продажи пива Ambev в третьем квартале выросли всего на 0,5%; пивовары рассчитывают на праздничный сезон и опасаются налоговых изменений 2027 года

среда, 11 ноября 2026 г.



Бразильские пивовары вступают в заключительную часть года с более слабым, чем ожидалось, спросом. Они рассчитывают, что продажи в четвертом квартале улучшат результаты, после того как даже чемпионат мира в этом году не привел к заметному росту потребления пива. Результаты компаний и комментарии представителей отрасли показывают, что рынок по-прежнему испытывает трудности из-за низких объемов продаж, более холодной погоды в ключевых регионах и опасений по поводу влияния масштабной налоговой реформы на цены и рентабельность с 2027 года.

Ambev, крупнейший пивовар в Бразилии, сообщила, что объем продаж пива в стране в третьем квартале вырос всего на 0,5% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее. Чистая прибыль компании за этот период составила 4,366 млрд реалов — на 10,2% меньше, чем годом ранее. Снижение связано с тем, что в 2025 году учитывались разовые налоговые эффекты. Без учета этих факторов чистая прибыль составила 4,393 млрд реалов, увеличившись на 14,3%.

Генеральный директор Ambev Карлос Лисбоа заявил, что компания увеличила долю рынка, несмотря на повышение цен, и подчеркнул сильные позиции ее портфеля брендов. По его словам, в квартале особое внимание уделялось премиальным брендам, тогда как продажи более традиционных марок не изменились. Лисбоа также отметил, что годы с необычно благоприятной погодой, особенно 2024-й, были исключением и не должны считаться обычным ориентиром для объемов продаж пива. Он добавил, что в предыдущем году спрос восстановился в конце декабря и продолжал расти до середины января, что, по его словам, свидетельствует об устойчивости отрасли.

Тем не менее инвесторы продолжают указывать Ambev на слабые, по их оценке, объемы продаж пива. Комментарии компании дают понять, что пока ценовая политика и структура продаж помогают частично компенсировать проблемы со спросом, но этого недостаточно, чтобы снять опасения по поводу темпов восстановления на ее основном рынке.

Heineken также указала на неустойчивую ситуацию в Бразилии, хотя и сообщила о некотором улучшении. По данным пивоваренной компании, в третьем квартале объемы продаж в стране снова начали расти. Вместе с улучшением показателей в Мексике это помогло увеличить продажи в Америке до 23,6 млн гектолитров — на 2,1% больше, чем годом ранее. Однако за первые девять месяцев года объемы продаж в регионе все еще были на 1,6% ниже и составляли 69,3 млн гектолитров.

В Бразилии бренд Heineken, по данным компании, показал двузначный рост, а Amstel — рост на высоком однозначном уровне. Финансовый директор компании Харольд ван ден Брук заявил, что по-прежнему осторожно оценивает объемы продаж пива в четвертом квартале как в Бразилии, так и в Мексике. Среди главных препятствий для отрасли он назвал неблагоприятные погодные условия, в частности более холодную, чем обычно, погоду на юго-востоке Бразилии. Он также указал на инфляцию и более широкие макроэкономические риски.

Новый генеральный директор Heineken Рафаэл Оливейра недавно посетил Бразилию и отметил, что напряженность в экономике страны сохраняется. Ван ден Брук также обратил внимание на сильную волатильность валюты в Бразилии после объявления результатов президентских выборов. По его словам, он осторожно оценивает перспективы Америки, поскольку пока не видит явных признаков перехода к устойчивому росту.

Слабый спрос имеет значение не только для квартальных продаж. Бразилия — один из крупнейших пивных рынков мира, и замедление потребления может повлиять на ценовые решения, маржу и инвестиционные планы пивоваров и их поставщиков. Для всей индустрии напитков сочетание слабого спроса и перехода на новую налоговую систему может сказаться на управлении ассортиментом, капитальных расходах и повышении цен на одном из важнейших рынков отрасли.

В то же время пивовары заявили, что первые опубликованные разъяснения по новому избирательному налогу в Бразилии, предусмотренному налоговой реформой, внесли некоторую ясность. Во вторник, 10 ноября, представители отрасли приветствовали публикацию временного нормативного акта, который прояснил для рынка переходный период до 2027 года. В рамках реформы

действующие налоги на потребление будут постепенно заменены новой системой. Для компаний по производству напитков главное изменение — избирательный налог, который в Бразилии часто называют «налогом на грех» и который с 2027 года будет распространяться, в частности, на алкогольные напитки. Тогда же начнет действовать федеральный сбор CBS, который будет постепенно заменять PIS/Cofins. Завершить переход планируется к 2033 году.

Национальный союз пивоваренной промышленности, известный как Sindicerv, заявил, что временный нормативный акт обеспечил важную степень предсказуемости процесса. Хелена Ромейро де Араужо, новый генеральный директор объединения, сказала, что отрасль продолжит взаимодействовать с федеральным правительством, добиваясь нейтрального налогового эффекта реформы. По ее словам, пивовары подходят к обсуждению с технической точки зрения и добиваются правил, которые сохранят конкурентный баланс. «Мы будем добиваться нейтрального налогового эффекта, — сказала она. — Мы относимся к числу отраслей, которые платят больше всего налогов».

Араужо вступила в должность 2 ноября, сменив Марсиу Масела, и стала первой женщиной во главе объединения за его 78-летнюю историю. В Sindicerv входят 12 пивоваренных компаний, в том числе Ambev и Heineken — два крупнейших производителя страны. По данным объединения, Бразилия занимает третье место в мире по производству пива после США и Китая, а отрасль обеспечивает около 2,5 млн прямых, косвенных и индуцированных рабочих мест и ежегодно платит примерно 50 млрд реалов налогов.

Аналитики Bradesco BBI и Citi заявили, что в ближайшей перспективе налоговая реформа, вероятно, окажет на пивную отрасль в целом нейтральное влияние, и пока нет явных признаков существенного дополнительного давления на цены с 2027 года. При этом они отметили, что сохраняются значительные неопределенности, особенно в отношении ставок избирательного налога, которые предстоит определить с 2028 года, и последующих корректировок вплоть до 2033 года.

Пока пивовары по-прежнему рассчитывают на поддержку в заключительном квартале, однако их собственные комментарии показывают, что восстановление зависит от факторов, которые они не могут контролировать: погоды, потребительских расходов и параметров новой налоговой системы.