

Proizvođači pića najviše izvoze u region

Tečna diplomatija

Industrija pića je prošle godine počela da se oporavlja od posledica pandemije, ali ove godine beleži najniži rast proizvodnje u prehrambenoj industriji. Tokom prvih šest meseci tekuće godine, cene pića su porasle za 5,8%, što je i dalje znatno ispod prosečnog rasta cena na nivou celog sektora. Izvoz pića je u istom periodu činio preko 6% ukupnog izvoza prehrambene industrije, a najveće količine se plasiraju u zemljama regiona, bilo da je reč o bezalkoholnim pićima, vodi, pivu ili vinu.

Piše: Marija Dukić

Posle veoma teške 2020. godine, industrija pića je lani počela da se oporavlja. Privredna komora Srbije (PKS) izveštava da je prethodne godine proizvodnja uvećana za 9,6%, a pića su se našla i među najvažnijim izvoznim proizvodima iz prehrambene industrije. Na strana tržišta plasirano je najviše osvežavajućih bezalkoholnih pića i vode u vrednosti od 185,2 miliona evra. Osim njih, izvezli smo i 145.000 tona piva od slada u vrednosti od 54,9 miliona evra i 27.710 tona sokova od voća i povrća u vrednosti od 43,6 miliona evra. Među najvažnijim uvoznim proizvodima našli su se vino od svežeg grožđa i šira od grožđa u količini od 24.212 tona i u vrednosti od 35,4 miliona evra.

Godinama unazad doprinos industrije pića rastu ukupne industrije iznosio je 0,4%. Međutim on je ove godine počeo da se smanjuje. Prema podacima PKS, tokom prvih šest meseci proizvodnja pića je porasla za 2,8%, najmanje u prehrambenom sektoru, a Ministarstvo finansija izveštava da je doprinos ovog sektora rastu industrijske proizvodnje za prvih osam meseci pao na 0,2%.

S druge strane, cene pića su u prvoj polovini ove godine porasle za 5,8%, što je ipak znatno ispod prosečnog rasta cena u celoj prehrambenoj industriji, koje su bile veće za petinu. Broj zaposlenih u proizvodnji pića je smanjen za 1,6%, na nešto preko 8.200 radnika, dok je prosečna neto zarada iznad 80.700 dinara bila za preko 10% veća od republičkog proseka. Pića su tokom prvih šest meseci i dalje bila među prehrambenim proizvodima koji su se najviše izvozili, sa udelom od 6,3% u ukupnom izvozu ovog sektora.

Voda u Srbiji raste, ali na tržištu

Rezultati se, međutim, razlikuju u zavisnosti od vrste pića. Tako proizvođači vode beleže ne samo rast izvoza, već i ukupne proizvodnje i prodaje, kaže za B&F Nevenka Stojmenović, direktorka Udruženja industrije mineralnih voda. U 2019. godini prodaja mineralne vode punjene na izvorštima u Srbiji iznosila je 734,8 miliona litara, da bi u prvoj godini pandemije pala na 684,6 miliona litara, a zatim u 2021. godini porasla na 740,3 miliona litara, premašivši predpandemijske nivoe. Podaci za ovu godinu su ohrabrujući, budući da je u prvih osam meseci napunjeno 562 miliona litara vode, što je za 30 miliona litara više nego u istom periodu lane. Domaćim tržištem vode i dalje dominira negazirana voda sa udelom od 54,7%, navodi Stojmenović.

Kompanije sa najvećim učešćem na tržištu dodatno su povećale svoj udeo, pa „Knjaz Miloš“ sada drži 32% tržišta za razliku od prošlogodišnjih 30%, a „Rosa“ je povećala svoj udeo sa 20% na 24%. Slede ih „Minaqua“, „Prolom voda“ i „Voda Vrnjci“, čije se učešće na tržištu kreće između sedam i osam procenata. Udeo kompanija „Heba“ i „Mg Mivela“ iznosi 4%, dok se ukupna zastupljenost proizvoda svih manjih proizvođača kreće između 10 i 14 procenata.

Industrija voda je tokom prvih osam meseci ove godine izvezla 83 miliona litara vode, za šest miliona litara više nego u istom periodu lane, kaže Stojmenović i dodaje da se naša voda uglavnom plasira na tržišta zemalja u okruženju.

Da je među vodama najtraženija negazirana potvrđuju i prodajni rezultati koje je prikupila istraživačka kuća Nielsen. U top 10 prehrambenih kategorija po vrednosnoj prodaji u 2021. na našem tržištu, među bezalkoholnim pićima su prednjačili negazirana voda i gazirani sokovi, a veliki rast u prodaji ostvario je i ledeni čaj.

Na prelazu između prošle i ove godine, u periodu između avgusta 2021. i februara 2022. godine, od bezalkoholnih pića najviše su se prodavali gazirani sokovi, koji su činili trećinu ukupne prodaje u ovoj kategoriji. Gazirani sokovi su ostvarili rast prodaje od 6,7% u odnosu na 2020. godinu, kada je njihova prodaja pala za 1,9%. Sledile su ih gazirane i negazirane vode sa po četvrtinom količinskog učešća, dok su preostalih 16% zauzeli negazirani sokovi, energetske i ostali napici. Domaćinstva u Srbiji su kupovala bezalkoholna pića četiri do pet puta mesečno, najčešće sokove u manjim količinama i ređe vodu ali u većim količinama.

Nešto noviji podaci iste istraživačke kuće, prikupljeni od marta 2021. do februara 2022. godine, pokazuju vrednosni pad prodaje svih sokova od 13,7%. U istom periodu porasla je prodaja energetskih pića vrednosno 23,2%, a po broju komada 25,2%.

Našeg piva sve manje na tržištu EU

Pad prodaje na domaćem tržištu beleži i pivo. Prema izveštaju kompanije Retail Zoom, od maja 2021. do aprila 2022 godine, količina prodatog piva u Srbiji je opala za 6%, vrednost je bila manja za 3%, a cene su u istom periodu porasle za 3% po litru piva. Najviše piva je prodato u istočnoj Srbiji, potom u Vojvodini, na region Beograda otpada petina ukupne prodaje, dok su pivo najmanje kupovali potrošači u zapadnoj Srbiji.

Male radnje imaju najveći udeo u prometu piva (47%) i u ukupnoj vrednosti prodaje (44%), srednje i velike radnje učestvuju količinski i vrednosno sa 33%, dok kanal hiper i supermarketa ostvaruje 14% udela u količinama i 15% u vrednosti prodaje. Sledi prodaja na benzinskim pumpama i u kioscima, pa se kroz tradicionalne kanale prodaje oko 77% ukupne proizvodnje piva u Srbiji, a preostalo u ugostiteljskim objektima.

Prema zvaničnoj statistici, u Srbiji se proizvodi oko 523 miliona litara piva godišnje, a nekoliko velikih industrijskih pogona u Apatinu, Čelarevu, Novom Sadu i Zaječaru, dominiraju sa više od 90% ukupne proizvodnje. Poljoprivredni fakultet u Novom Sadu navodi da Srbija godišnje izveze u proseku oko 138 miliona litara piva, u vrednosti od oko 52,3 miliona dolara. Prosečna izvozna cena po litru iznosi 0,38 dolara, što je dvostruko niže od prosečne svetske cene. Više od polovine izvezenog piva plasira se

na tržište Bosne i Hercegovine, potom u Bugarsku (16,2%) i Crnu Goru (9,2%). Nasuprot CEFTA regionu, plasman našeg piva na tržište EU opada iz godine u godinu, za oko 1,5%, godišnje. Prema podacima Eurostata, lane je uvoz iz Srbije iznosio 46 miliona litara, ili svega 9% od ukupno uvezenog piva u zemlje Evropske unije.

Polovina prodatih vina u Srbiji dolazi iz uvoza

Za razliku od piva, tržište vina u Srbiji je daleko manje koncentrisano, pa je prošle godine registrovano 430 proizvođača vina, što je za 135 više nego pre šest godina. Pod vinovom lozom trenutno se nalazi više od 20.000 hektara u našoj zemlji, koja je podeljena u čak 77 vinogradarskih regiona i podzona.

Prema podacima PKS, Srbija godišnje proizvede oko 30 miliona litara vina. Međutim, kada se sagledaju podaci o ukupnoj potrošnji vina, vidljivo je da na domaćem tržištu prevlađuju vina iz uvoza.

Kako objavljuje Euromonitor International, potrošači u Srbiji su u 2019. godini kupili 59,1 miliona litara vina. Naredne godine prodaja je išla nešto slabije (55,7 miliona litara), da bi u 2021. ponovo skočila na 58,9 miliona litara. Analitičari Euromonitora procenjuju da će se ove godine na našem tržištu prodati 63,1 miliona litara vina, što znači da naši vinari mogu da zadovolje samo polovinu domaće tražnje sve i kada ne bi izvezli „ni kap“.

No, prema podacima Uprave carina, iz Srbije se godišnje izveze u proseku oko 11 miliona litara vina u preko 30 zemalja, u vrednosti od oko 17 miliona evra. Prosečna cena po litru iznosi nešto više od 1,5 evra, a pre nego što je izbio rat u Ukrajini, najviše se izvozilo u Rusiju, a potom u Bosnu i Hercegovinu i druge zemlje u regionu. Naša vina su do sada dostigla najvišu cenu u Angoli gde je litar koštao preko 16 evra, ali se tamo prodaju neznatne količine, dok je tokom poslednjih nekoliko godina najniža izvozna cena zabeležena u Indiji, tek 0,67 evra za litar.