

60% взрослого населения России курит. Это втрое больше, чем, например, в Америке, где в последние годы ведется мощная пропаганда здорового образа жизни. В России ничего подобного не наблюдается. Напротив, сигареты в нашей стране дорожают значительно медленнее, чем, например, продукты питания. Журнал «ВЕСТИ» беседует с Надеждой Школкиной, которая в течение трех лет возглавляет Совет по вопросам развития табачной промышленности, представляющий интересы предприятий отрасли.

Ирина ВОРОБЬЕВА

Дело Tabacco



Здесь не курят

— Надежда, вы сами как к курению относитесь?

— Я не курю и не могу сказать, что очень хорошо переношу табачный дым, хотя и работаю в табачной промышленности. При этом я прекрасно знаю свою отрасль, вижу, какие люди в ней работают (это более 20 тыс. человек), какие условия труда и социальные гарантии в ней созданы. Все это мне помогает справляться с тем антагонизмом, который порой можно встретить. Я ведь представляю интересы тех, кто производит легальный продукт и честно платит налоги в российский бюджет, — социально ответственной отрасли, привлекающей в страну инвестиции.

В последние два года мы стали находить больше понимания в органах государственной власти. Почти нет проблем, которые мы не сумели бы решить. Однако надо отметить, что наша позиция всегда строится не на словесных заявлениях и эмоциях, а на конкретных аргументах «за» и «против». Думаем, что благодаря таким принципам мы заслужили к себе уважение и доверие со стороны законодательной и исполнительной власти.

Например, при введении ЕГАИС у нас, как и во многих других отраслях, возникли проблемы с ввозом спиртосодержащих ароматизаторов, используемых при производстве та-





ИТАР-ТАСС



Человек, который переходит на «легкие» сигареты, курит больше, выбирая свою «дозу»

бачных изделий. Фактически мы стояли на грани остановки производств. Обратились в правительство, Минфин, Минэкономразвития, Федеральную таможенную службу, разъяснили, что в нашем случае спирт, находящийся в ароматизаторах, используется в качестве растворителя и полностью испаряется в процессе производства. То есть в конечном продукте (табачных изделиях) содержание спирта равно нулю. В результате были внесены изменения в закон, и вопрос был снят.

В прошлом году в Белоруссии задержали более 250 грузовиков с российской продукцией, следовавших транзитом в Калининградскую область. Белорусская сторона объяснила случившееся ужесточением правил, вступивших в силу якобы еще в декабре 2005 года: перевозка алкоголя и сигарет невозможна без уплаты таможенных платежей и конвоирования. Правда, как утверждали представители транспортных компаний, ни того ни другого белорусские таможенники никогда прежде не требовали и машины шли без конвоя до литовской границы.

Надежда Школкина родилась в 1970 году в Саранске. В 1992 году окончила Московский кооперативный институт Центросоюза СССР. В 1993–1998 годах возглавляла ряд коммерческих структур, в 1998–2003 годах была гендиректором многопрофильного завода по углубленной переработке сельхозпродукции и сырья. С 2004 года возглавляет Совет по вопросам развития табачной промышленности. Является зампредом Экспертного совета по вопросам госрегулирования производства и оборота табачной продукции при Комитете по экономической политике, предпринимательству и туризму Госдумы РФ и членом комиссии по АПК совета РСПП по конкурентоспособности и отраслевым стратегиям.

На таможне потребовали полной выгрузки товара на склады временного хранения, а иначе грозили задержать вместе с товаром и машины. Несмотря на отказ водителей осуществлять разгрузку без представителя владельца товара, с фур были сняты российские пломбы. В этой ситуации мы более всего опасались конфискации товара. Дали телеграммы руководителям соответствующих ведомств. Надо отметить, что отреагировали там очень быстро. Проблема была снята, после чего мы опять отправили телеграммы, на этот раз благодарственные.

Повторю: ни один депутат, ни один чиновник не займет вашу позицию, если вы придете к нему без достаточных доводов и жестких доказательств. На каком-то этапе позиция, которую я представляю, заслужила доверие. Так, на одном из обсуждений технического регламента на табачные изделия Минздравсоцразвития предложил писать на пачке содержание всех компонентов табачного дыма, таких как формальдегид, метанол и т.д. Мы обратили внимание чиновников на тот факт, что нигде в мире не существует подобных требований, указывается (и измеряется) лишь содержание смол, никотина и монооксида углерода. Только на то, чтобы разработать соответствующие нормативы, потребуется от

Российские табачные изделия в основном экспортируются в страны СНГ

\$200 тыс. до \$2 миллионов.

— Ну, наверное, табачные компании не такие уж бедные: могут себе позволить потратить часть доходов на разъяснение того, что они продают курильщикам. Продукция ведь, мягко говоря, не самая полезная...

— Скажу больше: курение опасно для здоровья. Безопасных сигарет не существует, и об этом члены Совета, ответственные производители, постоянно напоминают своим потребителям. Поэтому, если курильщика беспокоит состояние его здоровья, лучше всего — бросить курить. Когда я говорю «ответственные производители» — это не просто слова. Табачники сегодня на несколько шагов опережают требования, которые предъявляет к ним государство, — и для меня это еще один повод гордиться отраслью, которую я представляю. Так, например, крупные международные компании по собственной инициативе распространяют информационные вкладыши внутри пачек сигарет, подробно рассказывающие о рисках, связанных с курением. О том, что сигареты Lights и Super Lights не менее вредны для здоровья, чем сигареты с насыщенным вкусом.

— Вы сразу ответили «да» на предложение защищать интересы табачной отрасли?

— Признаюсь, когда я получила предложение возглавить Совет по вопросам развития табачной промышленности, мне говорили: куда ты идешь, это же криминальная отрасль! Но мне было интересно, и я поставила условие — увидеть фабрики. Объехала более 20 предприятий — от небольших махорочных производств, затерявшихся в глуши, до заво-

дов международных компаний, больше напоминающих космические станции. Именно тогда я осознала, насколько разноплановой может быть одна и та же отрасль.

С одной стороны, растут международные гиганты со своими инновациями, высокими технологиями, прекрасными условиями труда и социальными гарантиями для сотрудников. Там сегодня заботятся о хорошей атмосфере в коллективе, выпускают корпоративные издания, устраивают пикники. А с другой стороны, должны существовать и такие табачные фабрики, как Моршанская или Балтийская, ведь они — градообразующие, и я вижу, какого труда им стоит выживать.

Торговый дым

— **Сколько в России табачных предприятий? Кому они принадлежат?**

— В стране около 25 табачных фабрик, при этом более 90% рынка принадлежит международным компаниям. Сектор состоит из все более концентрированным; консолидация бизнеса, которая происходит на глобальном уровне, не может не отражаться на российском рынке. Так, например, до середины 2007 года лидером рынка по таким показателям, как объем производства и продаж, была компания Philip Morris. В апреле Japan Tobacco купила Gallaher, в результате чего в России появился новый лидер табачного рынка с долей более 35%, а Philip Morris стал вторым (хотя остается ведущей международной табачной компанией в мире по объемам продаж и прибыли). По разным прогнозам, к 2020 году все производственные мощности на территории России будут принадлежать десяти крупным табачным компаниям.

— **Каковы показатели объемов производства и потребления сигарет?**

— Россия — на третьем месте в мире по объемам как производства табачных изделий, так и потребления. Производство интенсивно растет последние четыре года, и это вполне объяснимо, так как постоянно идет увеличение экспорта. При ежегодном объеме производства 414 млрд. сигарет, на долю экспорта приходится более 14 млрд. штук. Остальное — потребление на внутреннем рынке.

— **«Потребление на внутреннем рынке» — это в том числе наши дети, курящие в России все молодеют...**

— Ответственные производители, являющиеся членами Совета, не адресуют свою продукцию детям. Они поддерживают общественные движения, направленные на борьбу с курением среди детей и подростков. Такие организации, как «Твой выбор», региональные общественные советы по борьбе с подростковым курением, организуют семинары для продавцов, убеждают в необходимости соблюдать закон и отказаться от продажи сигарет детям, объясняют, как сформулировать



90% российских табачных фабрик принадлежит международным корпорациям

отказ подростку, хотя порой это нелегко.

— **На улицах полно бабушек, торгующих сигаретами. Не проще ли штрафовать всех, кто продает детям сигареты?**

— Введением этой нормы в первую очередь должны заниматься Роспотребнадзор и МВД. Кстати, в мае-июне начались проверки в связи с тем, что с 1 января производителей обязали указывать на пачке максимальную розничную цену, дороже которой не имеют права торговать ни розничные точки, ни предприятия общественного питания, ни развлекательные центры. Роспотребнадзор, проводящий проверки, одновременно отслеживал и продажу табачных изделий несовершеннолетним. Конечно, с этим явлением надо бороться всесторонне: запрещать несанкционированную торговлю, формировать общественное мнение. Но в конечном счете все зависит от воспитания в семье.

Например, моя дочь категорически отвергает курение, но на вопрос, сделает ли она замечание курящему сверстнику, ответила, что это дело его родителей. С этим трудно не

согласиться — школа и общественность вряд ли чему-то научат, если в семье курят. В нашей семье не курили и не курят.

Программа бездействия

— **На Западе проходят мощные государственные кампании по пропаганде здорового образа жизни. Есть ли данные — насколько, например, американцы стали меньше курить в последние годы?**

— Пятнадцать лет назад в Штатах курильщиков было столько же, сколько сегодня у нас — 60% взрослого населения. Сейчас этот показатель — примерно 20%, к 2010 году планируется его сокращение до 12%. Я думаю, что залог успеха этой борьбы — в четком исполнении законодательных норм. Наша проблема в том, что российские законы зачастую не работают.

— **Вы наверняка изучали — как борются иностранцы с курением?**

— По данным, которыми мы располагаем, сокращение курильщиков в США происходит скорее за счет пропаганды здорового образа жизни, чем за счет ограничения курения в кафе или в ресторане. У них число курящих снижается за счет массовой пиар-кампании, продуманной национальной программы.

Работодателю невыгодно нанимать курильщика, потому что это чревато серьезным увеличением страховых выплат по сравнению с некурящим соискателем. Курящих людей больше не показывают в фильмах.

В России же, к сожалению, пока нет комплексной и целенаправленной программы контроля над табачной отраслью, нет единого ведомства, которое бы за это отвечало. По идее, на основании положения о регулировании производства и оборота табака за контроль над отраслью должно отвечать Министерство сельского хозяйства. Но сегодня табачную отрасль регулируют самые разные организации: администрация президента, Минфин, МЭРТ, Счетная палата, ФНС, Минздравсоцразвития, Госдума, Совет Федерации. Увы, зачастую инициативы, с которыми они выступают, носят несогласованный, разрозненный, противоречивый характер. С одной стороны, например, говорят о необходимости ужесточения борьбы с контрафактом — и в то же время отменяют лицензирование табач-

Ассоциация «Совет по вопросам развития табачной промышленности» создана в 2004 году по инициативе компаний — производителей табачной продукции. Основная цель деятельности Совета — обеспечение в соответствии с действующим законодательством защиты прав и представления общих интересов всех членом ассоциации в государственных, унитарных, коммерческих, общественных и иных организациях на территории Российской Федерации и за рубежом. Сегодня Совет по вопросам развития табачной промышленности представляет интересы компаний Philip Morris, Japan Tobacco, Балтийской табачной фабрики и других производителей, общая рыночная доля которых в России в настоящее время превышает 60%.

ных фабрик.

Другой пример: в стране идет реформа технического регулирования. Известно, что ГОСТы (а их десятки сотен) давно устарели и все параметры нужно приводить в соответствие с международными стандартами. Однако до сих пор Госдума не приняла техрегламент ни на один вид продукции. Вот уже три года мы бьемся: давайте примем технический регламент на табачные изделия! Во-первых, он заменяет многочисленные ГОСТы, нормативные акты, приказы, во-вторых, в нем жестко прописаны требования к показателям безопасности продукции, к информации для потребителя, в большинстве своем уже сегодня отвечающие стандартам Евросоюза. Мы были рады, когда на весенней сессии Госдума приняла техрегламент в первом чтении, и очень надеемся, что он будет окончательно принят на осенней сессии.

— В странах Евросоюза запрещено



курить в барах и ресторанах. Будет ли у нас введена подобная мера? Как вы к ней относитесь?

— Мы считаем, что курение в общественных местах необходимо регулировать. При этом, с одной стороны, курильщик должен иметь право на употребление сигарет, которые он предпочитает. С другой стороны, некурящий человек должен иметь право на чистый воздух. Конечно, в целом ряде мест, таких как детские учреждения, школы, больницы, курение должно быть запрещено. В то же время у миллионов взрослых курильщиков должна быть возможность курить сигареты в ночных клубах, казино, барах, кафе и ресторанах. Мы поддерживаем инициативы законодателей, направленные на предотвращение вреда «пассивного курения» для здоровья некурящих, но главное, чтобы подобные ограничения были всесторонне обдуманы. Взять хотя бы обсуждаемые сейчас в Госдуме поправки к закону об ограничении табакокурения. В частности, предусматривается

выделение зон, свободных от табачного дыма, в пунктах общественного питания и оснащение их системой очистки. Но сам по себе термин «зона» предполагает существование ограниченного пространства, поэтому необходимо ограничить зоны, где курение позволено, а не ограничивать все остальное пространство. Во-вторых, непонятно, что подразумевается под «системой очистки воздуха», так как, на наш взгляд, данное понятие весьма обширное. Кроме того, непонятно, каким образом возможна установка «системы очистки воздуха» на открытом воздухе.

Цена вопроса

— С 1 января спокойно, без протестов вступил в силу запрет на рекламу табачных изделий на улицах. Складывается впечатление, что табачным производителям реклама не нужна...

— Реклама, а точнее, информация о новинках, об усовершенствованиях (основные марки сигарет сами по себе хорошо известны), нужна в первую очередь взрослому потребителю, особенно в местах продаж.

— Какие наиболее актуальные вопросы перед вами стоят, помимо работы над техрегламентом и поправками к закону об ограничении курения табака?

— Вопросов масса, от очередного изменения акцизных и специальных марок на табачные изделия до применения инвестиционного законодательства в регионах. Несмотря на достаточно открытый диалог с властью, у отрасли все же остаются проблемы, которые невозможно решить в одностороннем порядке. Так, например, на наш взгляд, необходимо усилить контроль со стороны федеральных органов за принятием и исполнением региональными властями законодательных инициатив, особенно в части предоставления различных налоговых льгот для инвесторов. Зачастую на местах известная поговорка «Я хозяин своего слова: я слово дал — я слово взял» имеет прямое действие. Это не может положительно сказываться на общем имидже нашей страны.

— Насколько высока сегодня конкуренция между производителями?

— Производители работают в обстановке крайне жесткой конкуренции. Поэтому компаниям необходимо постоянно удивлять курильщиков, предлагая новые виды продукции, например пачки в форме зажигалки, портсигара и пр. Philip Morris выпустила новые сигареты Marlboro с использованием абсолютно новой конструкции фильтра: внутри него, помимо угольной и двух ацетатных секций, впервые содержится табак. Jарап Тобассо производит сигареты Lucia, «оставляющие меньше запаха табачного дыма», — интенсивность табачного запаха ослабляется за счет использования двухслойной сигаретной бумаги и цитрусовых

новости отрасли

Бочка кваса от Coca-Cola

На российском рынке кваса впервые появился иностранный игрок: квас под брэндом «Кружка и бочка» на пензенском заводе начала производить Coca-Cola. Выпущена пробная партия (около 3 тыс. бутылок). Пока «Кружка и бочка» продается только в Самаре (22 руб. за 0,5 л и по 35 руб. за 1,5 л). Полноценное производство начнется с будущего года и вряд ли будет располагаться в Пензе. Эксперты полагают, что к 2010 году компания сможет продавать 100 млн. бутылок кваса в год и войти в тройку лидеров. Из российских производителей кваса для работы по заказу Coca-Cola подходят только три предприятия: «Очаково», «Дека» и завод в Пензе. Собственный завод обошелся бы Coca-Cola более чем в \$100 млн., а строительство может занять два года. В России Coca-Cola владеет 13 заводами. Оборот компании в мире достигает \$24 млрд., из них около \$1,5 млрд. приходится на Россию. Емкость российского рынка кваса в 2006 году в «Бизнес-Аналитике» оценивают в 23 млн. дал. По данным компании «Бородино», крупнейшие игроки на рынке кваса: «Очаково» («Очаковский»), «Бородино» («Старый»), «Першинь» и «Дека» («Никола»).

Цены на подсолнечник бьют рекорды

Растительное масло в магазинах этой осенью подорожает на 20-30%: тонна подсолнечника нового урожая обходится вдвое дороже прошлогоднего (12 тыс. руб.). Закупочная цена может вырасти до 18-19 руб. за 1 кг. «Рынок подсолнечника лихорадит: 8-9 тыс. руб. за тонну — рекордный уровень стартовых цен, 12-12,5 тыс. руб. — это абсолютный рекорд», — констатирует Андрей Сизов из «Совзкона». Фундаментальных причин для роста цены на подсолнечник несколько: развитие биоэнергетики, требующее все больше масличного сырья; увеличение потребления масла в Юго-Восточной Азии; неурожай в основных регионах-производителях. Только Россия, по прогнозам, в этом году соберет примерно на 1 млн. тонн подсолнечника меньше прошлогоднего. Расплавившись, как всегда, будут российские потребители. К октябрю бутылка в рознице вместо 30 руб. в среднем будет стоить 40-50 руб. Отпускная цена в 35-40 руб. с завода будет достигнута в ближайшее время, а 60-70 руб. в рознице — уже не фантастика.

микрокапсул. Балтийская табачная фабрика в Калининграде (одна из немногих, не принадлежащих иностранным корпорациям) находит своего потребителя благодаря интересным и разнообразным вкусовым качествам сигарет. Генеральный директор фабрики лично отбирает табаки для закупки. Иными словами, главный способ выиграть эту жесткую конкурентную борьбу — постоянно внедрять инновации.

— **Почему по своим вкусовым качествам сигареты, продающиеся в России, отличаются от сигарет той же марки, реализуемых, скажем, в США?**

— Редко удается избежать этого вопроса, но я всякий раз объясняю: производители жестко контролируют качество международных марок сигарет и, в частности, используемых в них табачного сырья и нетабачных материалов, независимо от страны, где эти сигареты производятся. Сигаретные табаки, которые перемешиваются в Америке, традиционно выращиваются в таких странах, как Аргентина, Греция, Малави, Турция, США, откуда они поставляются на международный рынок и закупаются поставщиками централизованно.

Причиной вкусовых отличий в первую очередь служит разница в уровне содержания смолы и никотина в дыме сигареты: сравните, к примеру, полновкусные Winston Classic и облегченные Winston Super Lights — с точки зрения насыщенности вкуса, это разные вещи. А нормативы максимально допустимого содержания смолы и никотина, повторяю, в каждом государстве свои. В США, например, в тех же Marlboro в разных штатах содержится от 15 до 12 мг смолы, тогда как в России уже сегодня это 10 мг.

— **За счет чего наши производители увеличивают экспорт? Куда вывозятся сделанные в России сигареты?**

— Во-первых, российский табачный рынок сегодня уже перенасыщен. Крупные производители постоянно наращивают инвестиции, устанавливают новое оборудование и расширяют мощности, так что новые рынки сбыта им, безусловно, интересны. За минувшие пять лет объем экспорта сигарет из России вырос в десятки раз, и сегодня произведенный у нас товар экспортируется в основном в страны ближнего зарубежья — Азербайджан, Грузию, Казахстан, Украину, Молдавию, а также в Грецию, Польшу, Монголию.

— **А что импортируется?**

— В основном сигареты корейского производителя KT&G, поскольку компания не располагает мощностями на территории России.

— **А почему государство потребовало указывать на пачке максимальную розничную цену, а не минимальную, как в случае с водкой?**

— Идея указывать минимальную цену на водку как некую отправную точку, дешевле которой качественная водка стоить не мо-

жет, появилась в целях борьбы с поддельной алкогольной продукцией. На рынке табака ситуация иная: по официальным данным, уровень присутствия контрафактных сигарет в России давно не превышает 0,5% всего сбыта. Указание же максимальной розничной цены (МРЦ) на сигаретной пачке говорит о том, что именно с этой суммы производитель или импортер уплатил акциз государству, а потребитель может купить сигареты такой марки не выше указанной на пачке цены в любом торговом предприятии России.

— **Соблюдается ли это требование?**

— По нашим данным и судя по результа-



там проверок Роспотребнадзора, по состоянию на июль 2007 года почти 60% предприятий розничной торговли в городах с населением свыше 250 тыс. это требование соблюдали и продавали сигареты по цене, равной МРЦ или ниже ее. На мой взгляд, чтобы эта норма прочнее укоренялась в практику, нужно проводить мощную пропаганду в СМИ. Об этом мы неоднократно говорили правительству еще на этапе обсуждения законопроекта. Например, в Польше, прежде чем ввести в действие подобное требование, в течение двух лет вели массированную информационную кампанию. У нас же, к сожалению, этот механизм запускается медленно — и страна большая, и информированность населения недостаточная. Об этом новшестве знают пока далеко не все потребители и розничные продавцы. Я, например, недавно объяснила, что означают цифры на пачке сигарет, продащице магазина напротив нашего офиса. «Спасибо, — говорит, — за информацию, а то я думала, что мне контрафакт подсунули». Увы, рядовые инспекторы Роспотребнадзора об этом тоже только в апреле узнали.

— **Как новый способ взимания налога и увеличение акциза на 40% повлия-**

ли на рост цен?

— Лишь отчасти. Вообще цены на табачные изделия в России начали как-то меняться только в этом году. Раньше они у нас в лучшем случае росли на 6–7% в год, что было ниже среднегодового уровня инфляции. При этом цены на другие потребительские товары — на хлеб, молоко и т.п. — повышались примерно на 18% в год, а цены на сигареты, и тем более папиросы, сохранялись практически без изменений. В этом году при увеличении акциза на 40% табачные изделия подорожали в среднем на 10–15%.

— **Что заставляло цены стоять?**

Россия занимает третье место в мире по объемам как производства, так и потребления табачных изделий

— С одной стороны, довольно плавное повышение акциза. С другой — тот общеизвестный факт, что, кроме ставки акцизного налога, на формирование цен оказывает влияние целый ряд факторов, и в том числе цены на продукцию в сопредельных государствах — таких, как, например, Украина, Казахстан, КНР. В случае, если бы цены на сигареты в России резко подскочили, мы тут же столкнулись бы с валом табачной продукции, нелегально ввозимой к нам из этих стран, потому что там она по-прежнему стоит дешевле — по некоторым сегментам почти на 30%.

— **Как развиваются отношения возглавляемой вами организации и Сбербанка России?**

— Когда создавалась наша организация, то вопрос с выбором банка даже не возникал. У всех было единое мнение — Сбербанк. На наш взгляд, в Сбербанке работает профессиональная и сплоченная команда, которая к тому же ответственна и внимательна к своим клиентам и мы продолжаем плодотворное сотрудничество со Сбербанком.