

ОТЧЕТ
О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КОМПАНИИ

NOVABEV
GROUP

| | | |
|----------------------------------|---|----|
| МИССИЯ И ВИДЕНИЕ |  | 6 |
| ОСНОВНЫЕ СОБЫТИЯ ГОДА |  | 20 |
| МАРКЕТИНГОВАЯ АКТИВНОСТЬ БРЕНДОВ |  | 44 |
| ПРОИЗВОДСТВО И ЛОГИСТИКА |  | 66 |
| УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ |  | 70 |
| ФИНАНСОВЫЙ ОБЗОР |  | 82 |



СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| Ключевые цифры 2025 года | 4 |
| Миссия и видение | 6 |
| Положение в отрасли | 8 |
| История компании | 10 |
| Приоритетные направления деятельности | 14 |
| Дом брендов | 16 |
| Основные события года | 20 |
| Маркетинговая активность брендов | 44 |
| Дистрибуция | 62 |
| Ретейл | 64 |
| Производство | 66 |
| Логистика | 67 |
| Импорт | 68 |
| Продукты питания | 69 |
| Устойчивое развитие и благотворительность | 70 |
| Сотрудники и ценности | 74 |
| Перспективы развития | 76 |
| Корпоративное управление | 78 |
| Финансовый обзор | 82 |
| Акционерам и инвесторам | 86 |
| Управление рисками | 92 |
| Финансовая отчетность | 98 |

13,2

ОБЪЕМ
ПРОИЗВОДСТВА
млн декалитров

15,8

ОБЩИЕ
ОТГРУЗКИ
млн декалитров



3

БРЕНДА СРЕДИ САМЫХ
ПРОДАВАЕМЫХ ВОДОК
В МИРЕ ПО ВЕРСИИ
THE MILLIONAIRES' CLUB 2025

40

СОБСТВЕННЫХ
БРЕНДОВ

77

ПАРТНЕРСКИХ
БРЕНДОВ

+10%

ВЫРУЧКА

+11%

ВАЛОВАЯ
ПРИБЫЛЬ

+13%

ЧИСТАЯ
ПРИБЫЛЬ

21

СКЛАД

9

ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
ПЛОЩАДОК

15

СОТРУДНИКОВ
тыс.

120

СКЛАДСКИЕ
ПЛОЩАДИ
тыс. м²

>197

СОТРУДНИЧЕСТВО
тыс. торговых точек

№1

В РЕЙТИНГЕ
30 КРУПНЕЙШИХ
(ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ВЫРУЧКЕ) АЛКОГОЛЬНЫХ
КОМПАНИЙ РОССИИ
ОТ FORBES

В РЕЙТИНГЕ «РБК 500»
В СФЕРЕ АЛКОГОЛЯ
ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ
ПИВА

ПОСТАВЩИК
ПО ТОВАРООБОРОТУ
ВО ВСЕХ КАНАЛАХ
ПРОДАЖ

«ВИНЛАБ»

№1 ИГРОК НА РЫНКЕ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ АЛКОГОЛЬНОЙ
РОЗНИЦЫ, ПО ТЕМПАМ РОСТА ПРОДАЖ
И ПО ОНЛАЙН-ПРОДАЖАМ АЛКОГОЛЯ

НА 6 КЛЮЧЕВЫХ
МАРКЕТПЛЕЙСАХ СТРАНЫ
ПРЕДСТАВЛЕНЫ ВИТРИНЫ
«ВИНЛАБ»

>2 175

СОБСТВЕННЫЙ
РЕТЕЙЛ
магазинов

10

КЛИЕНТОВ ОМНИКАНАЛЬНОЙ
СИСТЕМЫ ЛОЯЛЬНОСТИ
WINCLUB
млн



МЫ НАПОЛНЯЕМ БРЕНДЫ
КАЧЕСТВОМ И ЭМОЦИЯМИ,
А БОКАЛЫ – НАСТРОЕНИЕМ
И ПРАЗДНИКОМ

МИССИЯ

ВИДЕНИЕ

БЫТЬ ЛУЧШЕЙ АЛКОГОЛЬНОЙ
КОМПАНИЕЙ, КОТОРАЯ
ФОРМИРУЕТ ВЫСОКИЕ СТАНДАРТЫ
ЦИВИЛИЗОВАННОГО БИЗНЕСА
И ИНДУСТРИИ, ЧЬЯ ПРОДУКЦИЯ
ВСЕГДА НОМЕР ОДИН ДЛЯ
ПОТРЕБИТЕЛЯ В ЛЮБОЙ КАТЕГОРИИ
И КАЖДОЙ ТОРГОВОЙ ТОЧКЕ

NOVABEV GROUP — РОССИЙСКАЯ
АЛКОГОЛЬНАЯ КОМПАНИЯ



ГРУППЕ
ПРИНАДЛЕЖАТ
ПЯТЬ ЛИКЕРО-ВОДОЧ-
НЫХ ЗАВОДОВ, ОДИН
СПИРТЗАВОД, ВИННОЕ ХО-
ЗЯЙСТВО «ПОМЕСТЬЕ ГОЛУ-
БИЦКОЕ», СОБСТВЕННАЯ СИ-
СТЕМА ДИСТРИБУЦИИ И СЕТЬ
РОЗНИЧНЫХ МАГАЗИНОВ
«ВИНЛАБ». ШТАБ-КВАРТИРА
КОМПАНИИ РАСПОЛОЖЕ-
НА В МОСКВЕ. АКЦИИ
ТОРГУЮТСЯ НА
ММВБ, ТИКЕР
VELU.

Сегодня Novabev Group — поставщик № 1 по товарообороту во всех каналах продаж, а также лидер в рейтинге 30 крупнейших алкогольных компаний России. Производственные площадки используют современное оборудование и оснащены согласно требованиям законодательства в области производства алкогольной продукции; в штате работают высококлассные эксперты в своих направлениях.

Диверсифицированный портфель группы включает торговые марки, представленные в ключевых категориях и сегментах спиртных напитков. Основными брендами водки являются: Beluga, «Беленькая», «Архангельская», «Царь», «Белая Сова» и Orthodox. Наиболее востребованные марки в других категориях: коньяки «Золотой Резерв» и «Бастион», виски Fox & Dogs, джин Green Baboon, ром Devil's Island. В категории «Вино» компания выступает с флагманами Golubitskoe Estate и Tête de Cheval. Также группа производит биттеры Hunting, вермуты Tête de Cheval и настойки, представленные, в частности, марками Doctor August, «Архангельская», Nostradamus.



Три марки — «Архангельская» (10-е место), «Беленькая» (21-е место) и «Царь» (30-е место) — вошли в топ-30 мировых водочных брендов по версии международного рейтинга The Millionaires' Club от авторитетного британского издания Drinks International. Среди российских марок «Архангельская» стала брендом № 2, «Беленькая» — № 7, а «Царь» — № 12.

Помимо этого, группа развивает импортное направление бизнеса и находится среди компаний-лидеров, выступающих независимыми дистрибьюторами Wine & Spirits в России. Портфель крепких импортных брендов Novabev Group включает ром Barceló, бренди Torres, армянский коньяк «Ной», ром Planteray, японский виски The San-In, джин Mankai, текилу Agavita и ликер Disaronno. Группа эксклюзивно представляет в России вина мировых производителей и брендов, а также является эксклюзивным дистрибьютором австрийского производителя премиальных бокалов и стекла Riedel.

Novabev Group управляет собственной дистрибуционной системой в России, в которой работают 700 профессионалов. Одним из поддерживающих ее каналов и самостоятельным коммерческим проектом является розничная сеть «ВинЛаб», которая является лидером на рынке специализированной алкогольной розницы, а также № 1 по темпам роста продаж и по онлайн-продажам алкоголя. Этот значимый сегмент бизнеса Novabev Group продолжает активное развитие.

Дополнительным направлением деятельности компании является производство продуктов питания.

1999

Основание группы «Синергия». Цель — стать лучшей в отрасли по всем показателям: качеству и ассортименту продукции, технологиям производства, масштабу бизнеса. В течение двух лет создаются и активно развиваются производственный блок и дистрибуционная сеть.



2002

В 2002-м компания приобретает первое ликеро-водочное предприятие — завод «Уссурийский бальзам». Через пять лет актив составляют уже шесть заводов. К 2006 году группа становится одним из крупнейших игроков на рынке крепкого алкоголя.

2006

2007

Группа приобретает бренды Beluga и «Беленькая» и размещает собственные акции на бирже, достигнув капитализации более \$1 млрд.



2008

Бренд Beluga выходит на рынки Европы, Ближнего Востока и США, где открывается первое зарубежное представительство. Начинается развитие канала Duty Free. Портфель пополняется маркой «Мягков», запускается бренд «Золотой Резерв», расширяются ассортиментные линейки.

2010

Группа входит в тройку лидеров по производству среди российских алкогольных компаний с объемом выпуска продукции более 140 млн литров в год. Открываются первые магазины «ВинЛаб».



2011

Начинается развитие импортного направления: заключаются эксклюзивные соглашения о дистрибуции продукции с William Grant & Sons и коньячным домом Camus. Формируется собственная дистрибуционная сеть. На рынок выходят серии Beluga Allure и Beluga Transatlantic Racing.



2013

Бренд Beluga выходит на рынки Северной Америки и Китая. Запускаются собственный виски Fox & Dogs, настойки Doctor August и коньяк «Бастион». Во Владивостоке открывается Центр современного искусства «Заря».

2014

Импортный портфель пополняется стратегически важными брендами: Torres Brandy и Ron Barceló. Дистрибуция вина выделяется в отдельное направление, группа начинает на эксклюзивной основе представлять в России коллекции вин от ведущих производителей из Франции, Испании, Италии и других стран.

2012

2016

Компания входит в тройку лидеров среди российских производителей коньяка, сохраняя лидерство на водочном рынке. Происходит подписание соглашения с Bacardi о розливе виски William Lawson's на мощностях группы. Запускаются биттеры Hunting, лимитированный продукт Beluga Epicure (совместный проект с домом Lalique) и грузинский коньяк «Сокровище Тифлиса».

2017

Группа сохраняет лидирующие позиции на рынке России по производству водки, ЛВИ, виски и коньяка. Реализация партнерских брендов удваивается, на 86% вырастает винный бизнес. Компания «Синергия» обновляет корпоративный бренд и обретает имя BELUGA GROUP.



2018

Компания приобретает винодельческий комплекс «Поместье Голубицкое» на Тамани и начинает производство премиальных вин из собственного винограда. Запускаются бренды виски Troublemaker и джина Green Baboon. В портфеле импортных вин появляются продукция ведущих мировых производителей Masi Agricola, Frescobaldi Group, Billecart-Salmon, Gérard Bertrand и других.



2019

На рынок выходит премиальный бренд тихих вин Golubitskoe Estate. Заключаются соглашения об эксклюзивной дистрибуции вин Torres, премиальных бокалов и стекла Riedel. Компания входит в топ-3 импортеров крепких алкогольных напитков и вин в России. «ВинЛаб» занимает второе место на рынке специализированной алкогольной розницы в стране.



2021

Компания проводит вторичное размещение акций (SPO), объем привлеченных средств составляет 5,6 млрд рублей. В декабре открывается тысячный магазин «ВинЛаб». Компания выпускает первый отчет об устойчивом развитии и интегрирует принципы ESG в свою деятельность.

2022

Импортный портфель пополняют более 30 перспективных брендов из Франции, Шотландии, Ирландии, Японии и других стран. В Истре начинает работу таможенный склад. Масштаб «ВинЛаб» увеличивается на 35%, сеть запускает бонусно-накопительную программу лояльности, дополняющую дисконтную, количество ее участников превышает 5,9 млн человек.



2023

Компания BELUGA GROUP обретает новое имя и становится Novabev Group. Бренд Beluga представляет Beluga Botanicals — уникальную серию в новой категории botanical spirits. Количество торговых точек «ВинЛаб» достигает 1 657, сеть выигрывает в номинациях «Онлайн-взлет» и «Технологический прорыв» премии Omnirating Award, а система лояльности WINCLUB второй год подряд входит в топ-3 «Рейтинга программ лояльности FMCG-сетей» от агентства INFOLine.

2024

Novabev Group исполняется 25 лет, группа является крупнейшим производителем, поставщиком и импортером алкоголя в стране. «ВинЛаб» открывает 2-тысячный магазин. Группа начинает эксклюзивно представлять в России бренды Frontera и Casillero del Diablo компании Concha y Toro, крупнейшего производителя чилийских вин в мире.

2025

Группа занимает первую строчку в рейтинге крупнейших производителей алкоголя в России согласно Forbes, а в списке «РБК 500», включающем топ компаний страны по выручке, поднимается на 154-ю строчку в общем списке и становится № 1 в своей сфере (алкоголь за исключением пива). Запускаются вермут Tête de Cheval и премиальный бренд настоек Nostradamus. «ВинЛаб» празднует 15-летие и открывает флагманский магазин во Владивостоке. Собственный ретейл, согласно исследованию INFOLine, признается лидером рынка специализированной алкогольной розницы и № 1 по онлайн-продажам алкоголя.

2020

Группа представляет новинки: коллекцию премиальных игристых вин Tête de Cheval и водку Orthodox. Импортный портфель пополняется коньяком «Ной». Группа входит в рейтинг Forbes «200 крупнейших частных компаний России», став единственной алкогольной компанией, представленной в списке, и открывает фонд искусства «Голубицкое» на Тамани. «ВинЛаб» получает премию Retail Week Awards 2020 в номинации «Самая быстрорастущая сеть food».

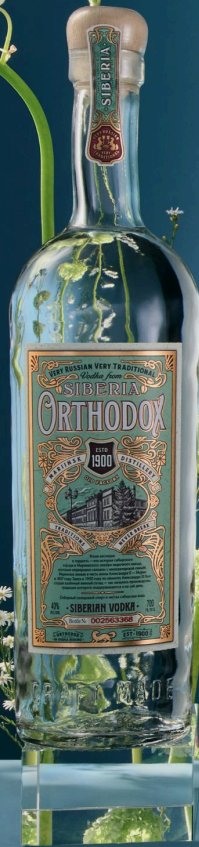
ПРИОРИТЕТНЫМИ
НАПРАВЛЕНИЯМИ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ
ЯВЛЯЮТСЯ ПРОИЗВОДСТВО,
МАРКЕТИНГ И ДИСТРИБУЦИЯ
СОБСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ
И ПРОДУКЦИИ КОМПАНИЙ-
ПАРТНЕРОВ



СОБСТВЕННЫЕ
БРЕНДЫ

ВОДКА

BELUGA MYAGKOV ORTHODOX
PARKA «АРХАНГЕЛЬСКАЯ»
«БЕЛАЯ СОВА» «БЕЛЕНЬКАЯ»
«ЦАРЬ»
А ТАКЖЕ
РЕГИОНАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ



КОНЬЯК (РОССИЯ)

«АРДЕЛИ»
«ЗОЛОТОЙ РЕЗЕРВ»

«БАСТИОН»
«СОКРОВИЩЕ
ТИФЛИСА»

ДРУГИЕ КАТЕГОРИИ

CAPTAIN'S COLLECTION, DEVIL'S ISLAND,
DOCTOR AUGUST, FOX & DOGS, GOLUBITSKOE ESTATE,
GREEN BABOON, HUNTING BITTER, NOSTRADAMUS,
TÊTE DE CHEVAL (ИГРИСТОЕ ВИНО И ВЕРМУТ),
TROUBLEMAKER, VOGUE,
«СОКРОВИЩЕ ТИФЛИСА»

ВИНО

Attems, Barton & Guestier, Bellavista, Billecart-Salmon, Ca' Bolani, Calvet, Canevel, Castelo di Albola, Concha y Toro, Concilio, Cono Sur, Domaine Moillard, Duca di Salaparuta, Faustino, Finca Las Moras, Fournier, Gérard Bertrand, Gran Castillo, Isla Negra, JP. Chenet, Luce, Markus Molitor, Malamigo, Masi, Montelvini, Neethlingshof, Pasqua, Piccini, Portia, Ricasoli, Sella & Mosca, Tenuta Carretta, Topf, Torres, Trivento, Vranken Pommery, Zonin, Zidela.



КРЕПКИЙ АЛКОГОЛЬ

Agavita, Antidote, Canerock, Disaronno, Godet, Highland Mist, JP. Chenet, Lady Jane, Liathmor, Lokita, Planteray, Ron Barceló, The Galtee Mountain Boy, The Kurayoshi, The Mankai, The Observatory, The San-In, Torres Brandy, XUXU, «Ной».

ПОСУДА

Riedel

ИМПОРТИРУЕМЫЕ
БРЕНДЫ

18



ОСНОВНЫЕ СОБЫТИЯ ГОДА

В мае Novabev Group подвела итоги своей стратегии развития на 2020–2024 годы и приняла новую на 2025–2029 годы, в рамках которой были поставлены следующие ключевые цели к концу 2029 года:

Удвоение чистой выручки розничного бизнеса группы

Удвоение чистой выручки Novabev Group

Удвоение количества магазинов «ВинЛаб»



**NOVABEV GROUP
№1 В СФЕРЕ «АЛКОГОЛЬ
ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ПИВА»**

СТРАТЕГИЯ



РЕЙТИНГИ

В мае Forbes выпустил новый рейтинг 30 крупнейших (по производственной выручке) алкогольных компаний России. Novabev Group возглавила этот список.

Рейтинговое агентство НКР в июне присвоило ПАО «Новабев Групп» кредитный рейтинг AA.ru со стабильным прогнозом. Такая оценка отражает устойчивые рыночные позиции компании, стабильный финансовый профиль и высокий уровень корпоративного управления. Агентство отметило финансовую устойчивость компании, в частности, высокий запас прочности по обслуживанию долга, низкую долговую нагрузку и умеренно высокие показатели ликвидности.

В октябре РБК впервые с 2021 года опубликовал рейтинг крупнейших по выручке компаний страны. Согласно «РБК 500» Novabev Group — № 154 в общем списке и № 1 в своей сфере (алкоголь за исключением пива). Группа улучшила позиции на 95 строк за четыре года.



ТРИ

ДЕСЯТИЛЕТИЯ

ПАРТНЕРСТВ



2025 год ознаменовал первый юбилей партнерств со всемирно известными брендами Torres Brandy, Ron Barceló и Cono Sur, появившихся в портфеле компании в 2015 году.

Об их масштабе говорят международные рейтинги: согласно Annual Brands Report 2024, Torres Brandy в пятый раз подряд стал самым продаваемым и популярным бренди, а Ron Barceló — №7 среди крупнейших брендов рома; Cono Sur вошел в топ-50 самых почитаемых винных брендов в мире по версии The World's Most Admired Wine Brands 2024 от Drinks International.

В совместной работе с партнерами компанией была выстроена повсеместная дистрибуция брендов в федеральных, локальных ключевых клиентах и сети «ВинЛаб», представлен ряд новых продуктов, реализованы яркие трейд-маркетинговые активации, включающие широкий спектр проектов — от подарочных упаковок до специальных мероприятий.



ПРОДЛЕНИЕ ПАРТНЕРСТВА С ЕКВВК АРАРАТ

В январе началась новая глава в истории сотрудничества Novabev Group и Ереванского коньячно-вино-водочного комбината Арарат: партнерство было продлено на десять лет — до 31 декабря 2034 года. В течение этого времени Novabev Group будет эксклюзивно представлять в России ассортимент коньяков «Ной».

За пять лет — с момента заключения договора в 2020 году — позиции бренда в России значительно укрепились, а дизайн всей коллекции обновился — образ стал более современным, сохранив при этом узнаваемость марки с многолетней историей.

Решение о продолжении сотрудничества было основано на взаимном доверии и успешном опыте взаимодействия.



УСИЛЕНИЕ СИСТЕМЫ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ

В результате июльского инцидента с хакерской атакой Novabev Group пересмотрела подходы к защите IT-инфраструктуры. Современные киберугрозы требуют постоянного развития систем безопасности. В сотрудничестве с ведущими экспертами по киберзащите компания внедряет необходимые изменения для противодействия новым вызовам.

В рамках программы модернизации внедряются дополнительные меры — усиление круглосуточного мониторинга угроз, реструктуризация сетевой инфраструктуры с применением принципов максимальной сегментации, а также создание более надежной системы резервного копирования данных.

15-ЛЕТИЕ «ВИНЛАБ»



«ВинЛаб», один из лидеров среди специализированной розницы в России, отметил 15-летие. За эти годы компания прошла путь от локального игрока до ключевого федерального ретейлера. Первый магазин «ВинЛаб» открылся 10 октября 2010 года в Находке. Сегодня география сети охватывает десятки городов от Дальнего Востока до Южного федерального округа, а общее количество магазинов превышает 2 100.

Ежедневная аудитория «ВинЛаб» сопоставима с населением крупного города — более 500 тысяч человек выбирают магазины, и это доверие отражается в объемах продаж. Каждую минуту в сети покупают 613 бутылок, что составляет почти 37 тысяч в час и около полумиллиона — в день.

В системе лояльности зарегистрированы более 10 млн клиентов. В среднем в каждом магазине представлено 2,5 тысячи товарных позиций, что позволяет удовлетворить запросы самого взыскательного покупателя. Большую часть ассортимента традиционно составляют крепкие напитки и вино.



«ВинЛаб» активно развивает esom-направление: сеть является игроком № 1 в алкогольной онлайн-торговле России. Клиенты могут заказать напитки удобным способом — через сайт, мобильное приложение или на ведущих маркетплейсах, что делает сервис омниканальным.

На сегодняшний день «ВинЛаб» входит в число крупнейших налогоплательщиков в сфере розничной торговли, обеспечивающий стабильные поступления в региональный бюджет. Как социально-ответственная компания, «ВинЛаб» не только создает по всей стране тысячи рабочих мест, но и реализует экологические инициативы, направленные на благоустройство и озеленение территорий.



TÊTE DE CHEVAL VERMOUTH

Новинка года — Tête de Cheval Vermouth Blanc, первый вермут в портфеле Novabev Group. Его разработка и создание заняли три года.

Производство вермута происходит на винодельне «Помесье Голубицкое». Эстетичная бутылка с гранями декорирована знаковой эмблемой Tête de Cheval — головой лошади медного оттенка.



Tête de Cheval Vermouth Blanc относится к категории классического белого вермута, имеет крепость 15°. В основе продукта — виноград сорта «шардоне», купаж дополняют более десятка трав, собранных на Алтае и у берегов озера Байкал. Благородный напиток обладает бледно-соломенным цветом с золотыми переливами. За тонким ванильным ароматом следуют ноты перечной мяты и ромашки, создавая неповторимую композицию. Этот вермут раскрывается в бокале насыщенным букетом пряных трав, а деликатная горчинка полыни и цедра лайма сплетаются в его мягком продолжительном послевкусии.

NOSTRADAMUS

В ноябре компания представила новый бренд настоек Nostradamus в двух вариантах, отражающих вкусы ценителей этой категории: современный и освежающий — «Клюква-грейпфрут» и согревающий — «Перец-лимон».

Идея создания еще одной марки в категории стала ответом на растущий рынок настоек. Nostradamus — премиальный бренд, объединивший мастерство, натуральность и магию вкуса.

Продукт производится на заводе «Бастион осн. 1942 г.». Разработка рецептуры стала творческим экспериментом: технологи искали вариант идеального сочетания оригинальных вкусов и натуральности.

Название выбрано неслучайно. В каждой бутылке — загадка характера и тайна, которую хочется отгадать. Ингредиенты здесь обретают новое звучание в неожиданных сочетаниях — продукты с такими вкусовыми профилями не представлены на рынке. Интересна и бутылка: ее особая форма не имеет аналогов, а этикетка отрисована вручную художником-дизайнером в стиле старинного ботанического атласа.



OYSTER

Яркая новинка, пополнившая импортный портфель компании в 2025 году, — джин Oyster. Это изысканный напиток, вдохновленный природой побережья Адриатического моря и ботаниками Черногории. Джин производится по технологии London Dry по рецептуре, разработанной консультантом Джейми Бакстером, исключительно из натуральных ингредиентов — без сахара, искусственных ароматизаторов и красителей. Все компоненты имеют сертификаты кошерности, что подчеркивает высокие стандарты качества и чистоты.

В основе вкуса — сложная палитра трав, растений и цитрусов, которая в симбиозе с чистой горной водой формирует яркий, сбалансированный и по-настоящему уникальный характер напитка.

Линейка представлена двумя позициями: классическим Adriatic для ценителей традиций и ярким Wild Citrus с пикантными цитрусовыми акцентами.

Облик Oyster Gin вдохновлен красотой устрицы Fine de Claire: дизайнеры слой за слоем совершенствовали стекло, добиваясь элегантной формы бутылки, изготовленной на заказ ведущими европейскими производителями.



НОВЫЕ
ПРОДУКТЫ

30

TROUBLEMAKER

Troublemaker представил востребованные вкусовые виски — Spiced и Apple. Рецептуру для новинок специалисты «Завода Георгиевский. Традиции качества» оттачивали в ходе слепых дегустаций, добившись идеального баланса между висковым профилем и яркими нотами яблока и специй.



«БЕЛЕНЬКАЯ»

Рецептура «Беленькой Кристальной» тщательно проработана: водка обладает тонким водочным ароматом и мягким чистым вкусом с легким охлаждающим послевкусием. Это достигается за счет содержания в составе натурального ароматного спирта мяты. Идея кристальной чистоты и морозной прохлады нашла отражение в современном и лаконичном дизайне бутылки, но сохранила преемственность. Как и вся продукция линейки, новинка проходит обязательные семь ступеней контроля качества — от отбора лучшего спирта и чистой воды до тщательной фильтрации и упаковки.

Следом за «Кристальной», в декабре портфель пополнился еще одной новинкой — водкой особой «Беленькая Белая смородина». Вкус смородины — один из заметных трендов, но «Беленькая» выпустила свое уникальное предложение, которого еще нет на рынке, — водку с белой смородиной. Эта ягода с ее мягким вкусом и светлым оттенком идеально соответствует философии бренда. В рецептуре продукта — композиция из настоя смородинового листа, ягод белой смородины и специально созданного авторского ароматизатора. В результате звучание вкуса получилось чистым, сбалансированным, без лишних акцентов.

ОБНОВЛЕНИЕ
БРЕНДОВ



КОЛЛЕКЦИЯ БРЕНДА
«БЕЛЕНЬКАЯ»
ПОПОЛНИЛАСЬ
ДВУМЯ ПОЗИЦИЯМИ —
«КРИСТАЛЬНАЯ»
И «БЕЛАЯ СМОРОДИНА»

НОВЫЕ
ВКУСЫ

ОБНОВЛЕНИЕ
БРЕНДОВ

РЕСТАЙЛИНГ
БРЕНДОВ

«БЕЛАЯ СОВА»



Премиальный «северный» водочный бренд, вдохновленный эстетикой арктической природы, обновил образ. Дизайн остался строгим и лаконичным: его по-прежнему отличают монохромная палитра и сдержанный минимализм. Поменялись лишь нюансы — образ «Белой Совы», сохранив преемственность, стал более современным.

Этикетку, контур которой рисует силуэт ледяных гор, украшает изящное изображение пера, а фон покрыт элегантно-паттерном. Символ бренда — сова с распахнутыми крыльями — стал более выразительным и детализированным: образ хищной птицы, парящей высоко в небе, выполнен в технике деколь и созвучен самобытному, интеллигентному и брутальному характеру марки. Иначе расставлены акценты: характеристики и особенности производства водки на этикетке перемещены таким образом, чтобы улучшить восприятие информации и нативно управлять фокусом внимания.



MYAGKOV



Октябрь открыл новую страницу в истории одного из самых узнаваемых брендов компании — водки Myagkov. Кардинальный рестайлинг стал для него не просто сменой имиджа, а настоящим перерождением.

Главной задачей было полностью обновить визуальный облик, сохранив характер марки. Изменилась форма бутылки, логотип, шрифты и цвета, на этикетке появился мнемоник зайца — изящный символ мягкости. От наследия бренда осталась фирменная диагональ на этикетке, которая всегда была ее отличительной чертой. Рестайлинг стал не только визуальной, но и смысловой трансформацией: Myagkov обновил позиционирование и целевую аудиторию, сохранив главное — те самые мягкость и качество, которые всегда были в его ДНК.

HUNTING



31 января был запущен розлив обновленного Hunting Bitter, который пришел на смену Beluga Hunting. На этикетке, дизайн которой стал более лаконичным, теперь более заметно название Hunting и слово Bitter, а вместо декоративного элемента в виде рыбки фронтальную часть бутылки украшает рельефный герб, подчеркивающий наследие бренда. Рецептура обоих вкусов осталась без изменений.



«ЗОЛОТОЙ РЕЗЕРВ»

Новый дизайн «Золотого Резерва» стал стратегическим шагом для укрепления связи с целевой аудиторией, которая остается неизменной: зрелая, думающая и ценящая истинное качество.

Визуальная трансформация затронула ключевые элементы бренда. Главным изменением стало смещение акцента в названии со слова «Резерв» на «Золотой», что усиливает восприятие премиальности и наследия бренда. Разработан новый логотип с ключами — элегантным символом сохранения традиций мастерства, а появившийся на этикетке год основания завода «Бастион» — 1942-й — подчеркивает более чем 80-летние традиции коньячного производства.

Обновленный «Золотой Резерв» не просто меняет внешний вид — он становится более ярким и понятным выражением своих ключевых ценностей: безупречного качества, бережно хранимых традиций и подлинного мастерства.



GREEN BABOON

Цветовая гамма вкусовых джинов Pink, Black Currant, Banana и Citrus стала значительно насыщеннее и выразительнее — теперь бутылка содержит концентрат цвета и вкуса, обещающий яркие ощущения. Еще одно значимое изменение — переход на прозрачные бутылки вместо затемненного дна. Это решение раскрывает чистоту и интенсивность цвета напитка, исключает любые ассоциации с осадком и позволяет покупателю легко представить, как будет выглядеть готовый коктейль.

Преобразования стали результатом глубокого анализа рынка и изучения потребительских предпочтений. Выявленные инсайты и ключевые факторы выбора легли в основу стратегии обновления.



НАСТОЙКИ «АРХАНГЕЛЬСКАЯ»

Настойка «Архангельская Северная вишня Ручного сбора» предстала в новом дизайне, раскрывающем суть бренда через детали. Оформление бутылки в глубоком бордовом цвете и художественные элементы в виде ягод вишни на колье и этикетке создают насыщенный визуальный образ. Бренд бережно хранит свое наследие, настойки создаются по старинным рецептам, передаваемым из поколения в поколение, — в составе напитка исключительно натуральные компоненты без искусственных добавок и ароматизаторов. Это придает продуктам уникальный и особенный вкус.

Особые водки бренда также обновили стиль и обрели единый визуальный код. Фейслифтинг объединил все позиции линейки, сохранив преимущество бренда: водки выдерживаются в столетних медных доводных чанах. Оформление бутылок стало гармоничнее, а цветовая палитра — спокойнее, что полностью отражает философию бренда.



КОНТРАКТОВ

ПАРТНЕРСКИХ

РАЗВИТИЕ



LES GRANDS CHAIS DE FRANCE

Компания Les Grands Chais de France, производитель JP. Chenet, известна стремлением популяризировать свои винодельческие знания и опыт по всему миру. Начиная с 2008 года, она инвестирует в расширение производственных мощностей за пределами Франции, открывая винодельческие предприятия в разных уголках планеты — от Европы до Латинской Америки.

Одним из этапов расширения стало создание в 2022 году дочерней компании lwayini и приобретение винодельческого поместья Neethlingshof Estate в Южно-Африканской Республике, основанного в 1692 году. Сейчас здесь производятся вина JP. Chenet — полусухие из коллекции Belle Aventure и полусладкие Douce Melodie (с фр. — «Прекрасное приключение» и «Сладкая мелодия»), сочетающие классические французские традиции и южноафриканский стиль. Эти вина создаются из международных сортов винограда «совиньон-блан», «шенен-блан», «сира», «мерло», а также «пинотажа», выведенного в Южной Африке путем скрещивания «пино-нуара» и «сенсо», который является визитной карточкой страны.

В оформлении бутылок сохранена преемственность, но в классический декор добавлено больше цвета. Яркость и оригинальные названия отражают характер и темперамент Южной Африки.

Первые бутылки урожая 2024 года вышли с производства в декабре и были представлены во всех магазинах «ВинЛаб». Россия стала первым рынком, на который были поставлены эти вина из ЮАР.

BARCELÓ

Novabev Group всегда стремится к большей эффективности, поэтому, уже имея позитивный опыт работы с импортными дистиллятами (для создания виски Fox & Dogs их привозят из Шотландии, а рома Devil's Island — из Доминиканской Республики), компания совместно с партнером Ron Barceló инициировала проект по переносу розлива шести SKU рома Barceló в Россию, на «Завод Георгиевский. Традиции качества». Этот шаг стал частью общей стратегии по развитию бренда на российском рынке.

Для запуска критично было обеспечить идентичное качество продукта, что было сделано в результате плодотворной работы Novabev Group и Ron Barceló.

Кроме того, бренд обновил дизайн бутылок Blanco и Dorado во всем мире. Ранее форматы 0,5 л и 0,7 л были представлены в квадратных бутылках, а 1 л — в круглой. Глобальной командой было принято решение об унификации дизайна всех литражей базовой линейки с целью большей диверсификации от премиальной.



MARQUES DE CASA CONCHA



Marques de Casa Concha — премиальная линейка от легендарной компании Concha y Toro, символа чилийского виноделия. Эта серия напоминает путешествие по терруарам страны: бархатистый Carmenere, утонченный Pinot Noir, минеральный Chardonnay. Каждое вино звучит по-своему, но объединяет их одно — уникальный насыщенный характер.

Запуск премиум-линейки прошел в России в октябре и стал событием для профессионального сообщества. Представители Concha y Toro провели в Москве обучение для менеджеров по продажам он-трейд и по работе с частными и корпоративными клиентами, а также дегустацию для профессионального сообщества сомелье. Кульминацией программы стал изысканный ужин для частных и корпоративных клиентов в ресторане Kiyomi, где вина Marques de Casa Concha раскрылись в паре с блюдами высокой японской кухни.

PICCINI

Новинка в ассортименте группы: Piccini Undici Gradi — легкие тосканские вина с пониженным уровнем алкоголя. Undici Gradi в переводе с итальянского означает «11 градусов» — символ нового веяния в винной культуре, отражающего растущий интерес к более легким и слабоалкогольным винам.

Piccini Undici Gradi представляет два бленда из региона Тоскана — белый и красный. Пониженное содержание алкоголя достигается благодаря правильному выбору момента сбора урожая, мягкому прессованию и контролируемой ферментации при низкой температуре.





В марте состоялся первый винный салон Novabev Group для клиентов и профессионалов рынка. Novabev Wine Salon прошел в двух городах — в Москве в Мультимедиа Арт Музее и Санкт-Петербурге в «Гранд Отеле Европа» — и собрал более 600 представителей ключевых клиентов, HoReCa и b2b, познакомив их с ассортиментом вин компании. Цели события заключались в создании площадки для прямого диалога между лучшими брендами и теми, кто доносит их ценность до потребителей.

Коллекции брендов презентовали представители топовых партнерских марок: Cono Sur, Concha y Toro, JP. Chenet, Calvet, Masi, Piccini, Faustino, Ricasoli, Tenuta Carretta, Pommery, Gérard Bertrand, Bellavista, Torf и команда собственных марок группы, которая отвечает за игристые вина Tête de Cheval и тихие Golubitskoe Estate. Гости первого в своем роде события имели возможность узнать о широком портфеле Novabev Group и лучших винах из первых уст — в ходе дегустаций, мастер-классов и личного общения с сотрудниками бренд-команд.

Винный салон подчеркнул интерес к винам с богатой историей, подтвердил важность российского рынка для партнеров из других стран и ценность сотрудничества с Novabev Group.

BELUGA
И BELUGA
BOTANICALS



ИМИДЖЕВЫЕ АКТИВАЦИИ

Beluga на протяжении многих лет остается неотъемлемым спутником зимнего отдыха. В горнолыжном сезоне–2025 гости премиального парк-отеля «Горный», который расположен у подножия одной из вершин Шерегеша, могли провести время в уникальном баре Beluga. Он представлял собой лаундж-зону под прозрачным куполом, в центре которой располагался брендируемый бар и кубические инсталляции с бутылками Beluga Gold Line. Зимой брендинг Beluga украсил несколько премиальных заведений в Сочи: «Вельвет», «Шале», Red Fox, а также ресторан Terrassa в Санкт-Петербурге.

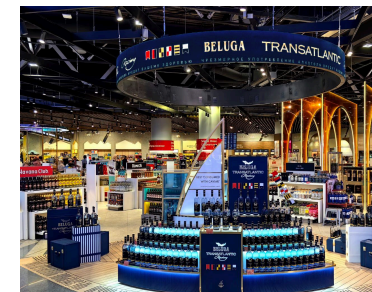
С приходом лета в одних из самых модных мест Москвы — ресторанах Yauza Place и Blanc — открылись pop-up-пространства Beluga Botanicals: бренд предлагал жителям и гостям столицы окунуться в атмосферу сада и насладиться фирменными коктейлями Beluga Botanicals & Tonic.



Еще одним ярким проектом второго полугодия стало размещение промозон Beluga в международном секторе аэропорта Шереметьево С. Начиная с 1 августа, пассажиры могли познакомиться с эстетикой Beluga Botanicals в изысканном пространстве бренда, а 16 августа на смену ей пришла инсталляция Beluga Transatlantic Racing, оформленная в стилистике яхтенного спорта. Успех проекта обеспечил бесплатное продление размещения на несколько недель администрацией аэропорта, высоко оценившей его художественную и коммерческую эффективность в период пиковых пассажиропотоков.

В течение летнего сезона работали 48 посольств бренда (brand embassies) Beluga и 26 — Beluga Botanicals. Бренд продолжил стратегическое сотрудничество с ключевыми ресторанами категории А+, включая White Rabbit, «Сахалин» и Bolshoi в Москве; Terrassa, Joli и Juan — в Санкт-Петербурге; а также Loona, № 13, D.O.M., «Сахалин» и Radisson Rosa Khutor 5* — в Сочи.

Beluga сохранила и усилила сотрудничество с Beluga Caviar Bar в аэропорту Шереметьево и одноименным баром в ГУМе. Знаковым элементом гастрономической концепции ресторана «Белуга» остается «Завтрак бурлака» — фирменное предложение, включающее 1 кг черной икры с сетом закусок в сопровождении 1 литра Beluga Gold Line или Tête de Cheval. «Завтрак бурлака» стал визитной карточкой проекта и установил рекорд по популярности, продемонстрировав максимальное количество заказов за всю историю (более 1,7 тысяч).



В 2025 году был обновлен ассортимент флагманского бренда, на полки встали новые подарочные наборы: Beluga Transatlantic Racing с роксом, Beluga Allure с роксом, Beluga Botanicals с двумя банками премиального тоника. Кроме того, были обновлены дизайны VAP — Beluga Noble с роксом (для ключевых клиентов) и эксклюзивного VAP Beluga Noble с хайболом для сети «ВинЛаб».

УЧАСТИЕ В ЗНАЧИМЫХ СОБЫТИЯХ

Календарь событий Beluga в 2025 году начался 22 февраля с открытия зимнего сезона в Московском Поло Клубе, активности которого бренд поддерживал в течение года: Кубок Москвы по конному поло в Целеево, Кубок Президента 2025, XX Российский открытый чемпионат по поло, Кубок Федерации 2025, Осенний кубок и закрытие сезона. На награждении участникам вручали памятные призы и сувениры с символикой бренда.



Также Beluga поддержала первую церемонию награждения лидеров юридического рейтинга «Коммерсанта». Гости в отеле Four Seasons встречали два брендированных бара, за которыми подавали фирменные коктейли на флагманской водке. Еще одно знаковое событие «Коммерсанта» — празднование 15-летия радиостанции «Коммерсант FM», которое органично дополнил фирменный бар глубокого синего цвета в стилистике Beluga Transatlantic.

Дальнейшее развитие получило партнерство бренда с Forbes: Beluga поддержала закрытое мероприятие, посвященное 20-летию рейтинга владельцев коммерческой недвижимости Forbes, а также презентацию шорт-листа рейтинга Forbes «30 до 30». За брендированным баром Beluga в этот вечер гостям предлагали три коктейля на флагманской водке: Beluga Gold Martini, Beluga 1900 и Beluga Golden Touch. В конце года в концертном зале Barvikha Luxury Village состоялась церемония награждения премии «Герои Forbes» при поддержке Beluga Transatlantic Racing.



Бренд продолжил развитие на территории искусства, поддержав ряд знаковых событий столицы.

В апреле — вернисаж ежегодного благотворительного аукциона Фонда Cosmoscow и сам благотворительный аукцион, а в сентябре совместно с Tête de Cheval — 13-ю Международную ярмарку современного искусства Cosmoscow. При участии водки Beluga также состоялась ярмарка графики «Обертон» от Cosmoscow, объединившая 29 галерей со всей страны и представившая работы признанных мэтров — Эрика Булатова, Айдан Салаховой, Павла Пепперштейна и Александра Бродского. Кроме того, Beluga Botanicals поддержала шестой выпуск ярмарки молодого современного искусства blazar.

Флагманский бренд на протяжении многих лет является стратегическим партнером Музея современного искусства GARAGE, который в июне отпраздновал две знаменательные даты: 17 лет с момента основания и десять лет размещения в уникальном здании, созданном архитектором Ремом Колхасом. В дни торжеств на банкетах мероприятия был размещен бар из стеклоблоков Beluga Botanicals, за которым подавались Beluga Botanicals & Tonic, а также авторские коктейли.

В ноябре в ЖК «Золотой» на Софийской набережной прошла ярмарка современного искусства | catalog |, партнером которой выступил бренд Beluga. За четыре дня мероприятие посетили более 10 тысяч гостей, среди которых были представители топ-менеджмента крупнейших культурных институций, коллекционеры и журналисты.



МАРКЕТИНГОВАЯ АКТИВНОСТЬ БРЕНДОВ

Beluga сопровождает насыщенную культурную жизнь. В мае знаменитый симфонический оркестр musicAeterna под управлением дирижера Теодора Курентзиса провел в Московской консерватории три заключительных концерта сезона, партнерами которых стал отдел по работе с частными и корпоративными клиентами Novabev Group и бренд Beluga. На протяжении трех дней в отеле Stella di Mosca проходили встречи именитых гостей маэстро и топ-клиентов компании. Фирменный белый бар Beluga, расположившийся в уютном патио отеля, предлагал гостям летние коктейли на Beluga Botanicals. За черным баром Beluga гостям были представлены коктейли на Beluga Noble и Beluga Gold Line.



Beluga выступила ключевым партнером вечеринок телеграм-канала «Антиглянец»: мероприятия традиционно собирают лидеров мнений в сферах журналистики, моды и лайфстайла. В мае за фирменным баром Beluga Botanicals, расположившимся на центральной площадке вечеринки, можно было попробовать любимый летний коктейль светской публики — Beluga Botanicals & Tonic, а в октябре — на дне рождения канала — легендарные арбузные шоты Simachev shop & bar с Beluga Noble.

Бренд Beluga Botanicals второй год подряд выступил партнером фестиваля Chess & Jazz, представив масштабную эстетичную зону. В течение двух дней музыкальной программы коктейли на основе Beluga Botanicals были неотъемлемой частью культурного отдыха гостей, подчеркивая статус бренда как одного из ключевых участников премиальных событий.

В июне Beluga Botanicals и KM20 провели совместный бранч на территории ресторана, где в течение всего теплого сезона размещался брендинг Beluga Botanicals. В качестве приглашенного шеф-повара выступил итальянец Луиджи Маньи. На время терраса KM20 превратилась в сад с живыми кустовыми розами, инсталляциями из артишоков и берграсса. В качестве сопровождения к каждому из блюд гости могли выбрать один из трех любимых коктейлей Beluga Botanicals & Tonic. В октябре на этой же площадке Beluga поддержала ужин в честь 16-летия одноименного концепт-стора, представив Beluga Gold Line в шотах в фирменной подаче — с черной икрой, а также в коктейлях — Beluga Gold Line Martini и Beluga 1900. 20 ноября Beluga выступила партнером мероприятия, посвященного презентации книги Ольги Карпуть.



В

Beluga Botanicals присутствовала на мероприятии в честь открытия летнего сезона гранд-кафе «Шануар» ресторанного дома Maison Dellos. За концепцию веранды этого сезона, оформленной в стиле читательской дачи, отвечал писатель Сергей Минаев. Одним из важных элементов мероприятия стал бар Beluga Botanicals из стеклоблоков.

Beluga является важной частью ярких гастрономических событий. С 20 июня по 5 июля в рамках фестиваля Summer Infused ведущие рестораны столицы представляли специальное меню, вдохновленное сезонными продуктами. Сопровождением для гастрономических шедевров стали авторские коктейли на основе Beluga Botanicals.

В августе Beluga Botanicals поддерживала фестиваль Set-o-Mania в холдинге Maison Dellos. Рестораны «Кафе Пушкинь», «Турандот», «Казбек» и другие предлагали гостям продегустировать авторские сеты — гастрономические портреты ведущих музеев страны — в сопровождении фирменных коктейлей Beluga Botanicals & Tonic.

В новогоднюю ночь Beluga стала частью праздничного настроения, поддержав вечер в изысканном ресторане «Белуга», а также яркую вечеринку в Blanc.



РАЗВИТИЕ ПРОДУКТА

С наступлением сезона легких коктейлей и летних веранд стартовала масштабная поддержка Beluga Botanicals в ключевых торговых сетях, которая продлилась до середины августа. Как и в прошлом году, за яркими дегустационными стойками посетители могли попробовать фирменные коктейли на трех вкусах линейки: Beluga Botanicals Pear & Tonic, Beluga Botanicals Rose & Tonic и Beluga Botanicals Cucumber & Tonic.

По результатам трех волн дегустаций Beluga Botanicals & Tonic продегустировали более 150 тысяч человек.

ИМИДЖЕВЫЕ АКТИВАЦИИ

Hunting Bitter продолжил усиливать свое присутствие на лучших горнолыжных курортах в Красной Поляне, Шерегеше, Миассе и на «Розе Хутор». Всего в зимнем сезоне были забрендированы 17 заведений по всей России: на их территории гостей ждали фирменные лаундж-зоны, где можно было расслабиться и насладиться атмосферой апрежки в сопровождении коктейлей и изи-миксов на основе биттеров Hunting.

Количество летних посольств бренда Hunting составило в 2025 году 13 точек в пяти крупных городах: Москве, Сочи, Санкт-Петербурге, Омске, Ростове-на-Дону. Самые яркие молодежные заведения, такие как Bounce, «Мумий Троль», Community, «Зеленая Собака» и другие, стали настоящим местом притяжения модной молодежи.

HUNTING
BITTER



52



УЧАСТИЕ В ЗНАЧИМЫХ СОБЫТИЯХ

В январе Hunting Bitter выступил эксклюзивным алкогольным партнером десятого фестиваля Lomonosov Kataet — студенческого выезда на горнолыжные курорты Сочи. А в марте бренд поддержал еще один студенческий выезд на крупнейший горнолыжный курорт Сибири — Шерегеш.



Бренд продолжил партнерство с баром Strelka. 28 января Hunting Bitter стал частью камерной вечеринки в честь китайского Нового года: специально для события бар-менеджер заведения разработал три коктейля на биттере: Hong Kong Hunting Sling, Oolong Hunting Gimlet и China Candy. Также бренд участвовал в 15-летию легендарного бара. Две барные стойки и лаундж-зона Hunting Bitter стали эпицентром праздника, а гости наслаждались авторскими коктейлями под иммерсивное шоу модельного агентства LUMPEN с участием Даниила Полякова и сетами диджеев.

53

Hunting Bitter также поддержал модный показ Twin Flame международного модельного агентства LUMPEN. Дизайнеры, фотографы, журналисты и представители светской богемы Москвы пришли посмотреть на шоу «близнецов», концепция которого заключалась в удивительном внешнем сходстве моделей, не связанных между собой родственными узами. Атмосферу вечера создавали авторские коктейли на биттерах Hunting и динамичные диджей-сети.

Бренд продолжил укреплять связи с модным сообществом, выступив эксклюзивным алкогольным партнером стритвир-брендов Dissident и Haliky. В рамках коллабораций были выпущены лимитированные коллекции мерча — футболки, шопперы и лонгсливы с эксклюзивным дизайном. Также бренд стал эксклюзивным партнером вечеринки промокоманды Almighty и бренда Haliky.

Hunting Bitter поддержал вечеринки промокоманды «Гамма». Первая — AsiaMania — прошла в модном клубе TAU, центром притяжения гостей стал 23-метровый бар Hunting Bitter. Вторая — SPECTRA в клубе Bounce — собрала студентов НИУ ВШЭ.



Открытием летнего сезона стал open-эйр в культовом пространстве «Радио Суперметалл», где более 1,5 тысяч гостей погрузились в уникальный перформанс от гуря электронной музыки DJ Peredel. Июль продолжился двумя грандиозными событиями на территории завода ДК «Кристалл». Сначала Hunting Bitter выступил партнером масштабного музыкального ивента Beyond the Limits, ставшего кульминацией городского пролога фестиваля Signal. Затем эстафету принял двухдневный «Фестик-2025» — здесь зона бренда под неоновым светом стала местом притяжения для гостей, которые дегустировали авторские коктейли под выступления Татьяны Булановой, Feduk и Kito Jempere Orchestra.



РАЗВИТИЕ ПРОДУКТА

Продолжилась уникальная коллаборация Hunting Bitter с брендом PALETA — коктейльным мороженым с добавлением травяного и ягодного биттеров. Сорбеты, крепость которых составляет 0,45 градусов, сделана в трендовой форме Calippo tube — удобном формате, позволяющем наслаждаться любимым вкусом в любой ситуации. В летний сезон сорбеты Hunting x Paleta были представлены в магазинах «Перекресток», «Глобус» и «ВинЛаб».

В 2025 году бренд представил эксклюзивный VAP Hunting со светящимся стаканом. Набор в лаконичном премиальном дизайне был выпущен тиражом 37 тысяч и подчеркивал молодежный стиль бренда.



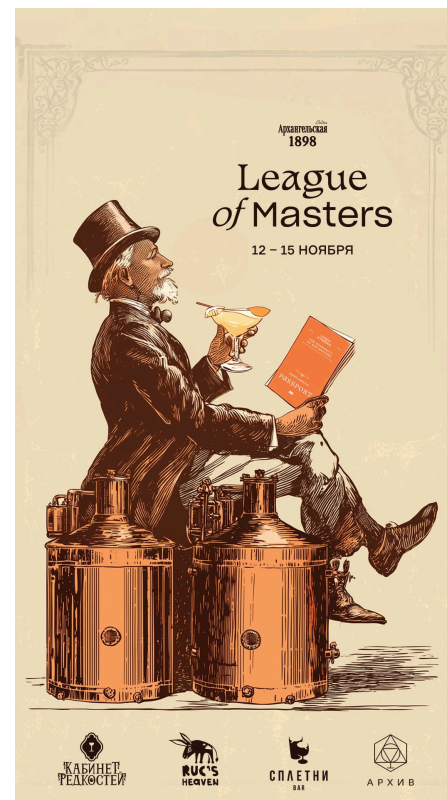
Зимой Fox & Dogs совместно с «ВинЛаб» запустили лимитированную линейку в стиле гейминга и создали кибер-вселенную. Чтобы попасть в нее, достаточно было приобрести в «ВинЛаб» бутылку Fox & Dogs и загрузить в чат-бот чек о покупке, а потом — вступить в игру.

Она проходила в двух форматах. Первый — в чат-боте в Телеграме, победители получали ценные призы из киберсферы: кресло, микрофон, наушники и многое другое. Второй формат — игра в приложении «ВинЛаб», участники должны были накопить игровую валюту, которую потом обменивали на баллы WINCLUB. Более 7 млн баллов WINCLUB было начислено по итогам акции Fox & Dogs Gaming, а участие в ней приняли 55 тысяч человек.

Лимитированная линейка полностью соответствовала характеру бренда. Эксклюзивный дизайн с голографией, фирменными цветами «ВинЛаб» и любимым покупателям маскотом выгодно выделяли бутылку на полке, а яркий слоган «Го играть» на POS-материалах призывал потребителей окунуться в захватывающий мир Fox & Dogs Gaming. Вторая волна масштабной активации отличалась новыми эксклюзивными форматами: например, клиенты «ВинЛаб» покупали VAP-наборы с коллекционными игрушками.



FOX & DOGS GAMING



«АРХАНГЕЛЬСКАЯ»

Сохраняя связь с традициями, «Архангельская» становится заметным продуктом не только на полке, но и в профессиональной среде, выстраивая диалог с барным сообществом. В рамках проекта «Лига мастеров» бренд стал партнером серии гостевых смен, объединяющих бары по всей стране. Региональные команды барменеров приезжают в Москву, где создают коктейли на основе настоек и водок «Архангельская».

«БЕЛЕНЬКАЯ»



Вслед за внешним обликом изменилась и целевая аудитория бренда: внимание переключено на потребителей возраста 25+. Весной «Беленькая» провела сразу три масштабных мероприятия White Party — в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге. Для вечеринок был разработан эксклюзивный сет коктейлей, а также ряд активаций и развлечений. Гостям в белой одежде на входе давали фишки, которые можно было обменять на бесплатные изи-миксы на «Беленькой».

Атмосферу дополнял рандомайзер, случайным образом предлагавший ингредиенты для оригинальных коктейлей. А любую рецептуру тут же воплощал в жизнь бармен за стойкой: миксы получались разными и уникальными, но неизменным оставалось одно: «Беленькая» — идеальная основа. В совокупности вечеринки посетили более тысячи человек.

ORTHODOX

Бренд организовал «гастроли» звездных баров России в Москве: их команды приезжают в заведения столицы, чтобы поделиться своим взглядом на миксологию и представить собственные рецепты на основе Orthodox. К концу года состоялось 25 событий, гости которых, дегустируя уникальные коктейли, «путешествовали» по разным городам и странам через знакомство с особенностями их культуры миксологии.

Кроме того, проект Alchimium, созданный в коллаборации бренда Orthodox и бара-бистро LEA, стал одним из самых заметных событий московской барной сцены и гастро-проектом года по итогам премии «Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса». Под творческим руководством легенды индустрии Василия Жеглова формат объединил профессионалов и ценителей коктейльной культуры. Каждый месяц с июня и до конца года в LEA организовывали день алхимии вкуса: днем барменов приглашали на открытую образовательную сессию, вечером проходила гостевая смена, где за стойку вставали звезды российских и зарубежных баров. За серию встреч гости попробовали около 3 тысяч коктейлей на водке Orthodox.



GREEN BABOON



Green Baboon вместе с другими брендами компании — Fox & Dogs и Barceló — поддержал одно из главных музыкальных событий страны: фестиваль Summer Sound. В течение месяца гости московского «Дизайн-завода» наслаждались выступлениями артистов и коктейлями на основе этих брендов.

Успешное участие в фестивале подтвердило: стратегия интеграции в культурный контекст не только работает, но и создает прочную эмоциональную связь с потребителем, выходя за рамки полки магазина.

«ЗОЛОТОЙ РЕЗЕРВ»



2025-й стал для «Золотого Резерва» годом выхода на территорию музыки. Бренд выступил партнером трех знаковых фестивалей: Moscow Jazz Festival в Москве, Stereoleto в Санкт-Петербурге и «Jazzовые сезоны» в Архангельском. Эти события стали идеальной средой для диалога с аудиторией. Тысячи гостей наслаждались выступлениями легендарных музыкантов под открытым небом и изысканными коктейлями на основе коньяка.

GOLUBITSKOE ESTATE

Бренд продолжает получать награды и признание потребителей.

Зимой петнат Golubitskoe Estate занял первое место в масштабном рейтинге «Винный гид России» Роскачества и получил высокую отметку в 87 баллов.

В феврале 12 образцов Golubitskoe Estate вошли в авторский гид Артура Саркисяна «Российские вина-2025». Все вина получили 88 баллов и выше и попали не только в электронную, но и печатную версию гида.

26-й Международный дегустационный конкурс винодельческой продукции «Винорус», прошедший 23–25 апреля в Краснодаре, стал событием для всех энтолюбителей. Особо были отмечены вина Golubitskoe Estate Red Blend, завоевавшее серебряную медаль, и Golubitskoe Estate Sauvignon Blanc, получившее бронзу.

Также бренд был представлен на ПМЭФ в гостиной «Росконгресса» и зоне «Виноград», где присутствовали ключевые винодельни страны.

60



TÊTE DE CHEVAL

Игристые бренда отмечает профессиональное сообщество. В феврале два образца Tête de Cheval вошли в авторский гид Артура Саркисяна «Российские вина-2025». На 26-м Международном дегустационном конкурсе винодельческой продукции «Винорус» игристое Tête de Cheval Brut завоевало серебряную медаль.

В марте «Аэрофлот» запустил программу «Винодельческие каникулы», призванную познакомить пассажиров с лучшими образцами российского виноделия. Среди них особое место заняли игристые Tête de Cheval: за время программы пассажиры выпили более 13 тысяч бокалов.



Бренд остается партнером красивых событий в области искусства. Весной Tête de Cheval выступил партнером концертов хора и оркестра musicAeterna под управлением Теодора Курентзиса в Москве и Санкт-Петербурге, а также открытия галереи Stargift Prime в Москве — частная коллекция, насчитывающая более трех тысяч предметов искусства, собрала избранных гостей из мира культуры, медиа и бизнеса.



Во втором полугодии стратегия Tête de Cheval была направлена на воплощение философии «умного гламура» через серию камерных коллабораций с лидерами мнений из мира моды, музыки и визуального искусства. Результатом стали глубокие интеграции в современную урбан-культуру: от стильных фешен-съемок до закрытых арт-вечеров, где Tête de Cheval становился органичным дополнением атмосферы и гламурного стиля жизни.

Кроме того, игристые бренда и новинка года — одноименный вермут — были представлены в гостиной «Росконгресса» и зоне «Виноград» на ПМЭФ, собравшей ведущие винодельческие хозяйства страны. В рамках форума Tête de Cheval также поддержал уникальный проект «Т-Банка» — «Т-Двор 2025».

Бренд принял участие и в других форумах — Восточном экономическом форуме и Тюменском нефтегазовом форуме. В пространствах для успешных предпринимателей, политиков и мировых деятелей культуры Tête de Cheval объединял гостей за бокалом игристого, создавая приятную и легкую атмосферу.

61

Novabev Group располагает крупнейшей частной дистрибуционной сетью в российской алкогольной отрасли. Через нее компания продает полный ассортимент собственных и импортных продуктов по всей России. Покупатели могут приобрести продукцию собственных и партнерских брендов группы в разных городах страны.

Система дистрибуции состоит из нескольких дополняющих друг друга каналов: прямых продаж, собственных магазинов розничной торговли «ВинЛаб» и продаж через независимых дистрибьюторов.



ПО ИТОГАМ 2025-ГО КОМПАНИЯ УКРЕПИЛА ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА ДИСТРИБУЦИИ И ОСТАЕТСЯ ПОСТАВЩИКОМ № 1 ПО ТОВАРОБОРОТУ ВО ВСЕХ КАНАЛАХ, ВКЛЮЧАЯ ФЕДЕРАЛЬНЫХ КЛЮЧЕВЫХ КЛИЕНТОВ

Важнейшими достижениями года в дистрибуции стали:

- Рост представленности: успешные листинги позволили значительно расширить присутствие брендов Novabev Group в крупнейших розничных сетях — METRO, «О'КЕЙ», «Азбука вкуса», «Ароматный мир», «Ашан», «Бристоль», «Верный», «Глобус», «Дикси», «Лента», «Магнит», «Красное & Белое», «Перекресток» и «Пятерочка».
- Повышение качества сервиса: совместные инициативы с департаментом клиентского сервиса привели к росту ключевых показателей.
- Внедрение новых систем: в партнерстве с сетью «Перекресток» запущена система стратегического прогнозирования с переходом на режим оперативного управления.
- Оптимизация логистики: для повышения эффективности работы с традиционной розницей и он-трейдом были пересмотрены и оптимизированы логистические процессы.

Все эти меры позволили не только повысить операционную эффективность Novabev Group, но и вывести удовлетворенность клиентов на новый уровень.



«ВИНЛАБ» — СЕТЬ СУПЕРМАРКЕТОВ НАПИТКОВ, ПРИНАДЛЕЖАЩАЯ NOVABEV GROUP

На конец 2025-го сеть насчитывает 2 175 магазинов, а в ее системе лояльности зарегистрированы 10 млн клиентов. Программа лояльности «ВинЛаб» уже четвертый год подряд входит в топ-3 рейтинга INFOline, что подтверждает ее эффективность и признание на рынке. Точки продаж сконцентрированы в Москве, Санкт-Петербурге и на Дальнем Востоке. Компания является лидером по онлайн-продажам вин и крепкого алкоголя в России по модели самовывоза, а также самым быстрорастущим игроком в отрасли, согласно исследованию INFOline, выпущенному в 2025 году.

64



В

«ВинЛаб» представляет алкогольные и безалкогольные напитки во всех популярных категориях по доступным для клиентов ценам, а также предлагает широкий выбор сопутствующих товаров. Большое внимание уделяется постоянному совершенствованию ассортимента, а также развитию омниканального клиентского сервиса и е-commerce-направления.

В отчетном периоде собственная розничная сеть «ВинЛаб» продолжила количественное и качественное развитие в приоритетных регионах. Масштаб сети увеличился на 7% — то есть на 134 магазина. Общий объем розничных продаж вырос на 8,4% по сравнению с 2024 годом, трафик остался на том же уровне, средний чек за период увеличился на 9,5%.

Во втором полугодии 2025 года открыт крупнейший флагманский магазин сети во Владивостоке. Новый формат за несколько месяцев стал лидером не только по площади, но и по объему продаж, доказав свою эффективность.



Запущена собственная ритейл-медиаплатформа, что усилило присутствие «ВинЛаб» в цифровой среде и открыло дополнительные возможности для сотрудничества с поставщиками и брендами. Партнерство «ВинЛаб» с ключевыми маркетплейсами страны расширилось, к собственным витринам на «Яндекс.Маркет», Wildberries, «Озон», «Мегамаркет» и «Купер» добавилась еще одна — на «Т-Банк». Обработка онлайн-заказов переведена на новый уровень качества и скорости, что повысило качество клиентского опыта и конкурентоспособность сервиса. В декабре 2025 года доля онлайн-продаж сети превысила показатель аналогичного периода 2024 года (15,4% против 14,9%).

В 2026 году развитие «ВинЛаб» продолжится: собственная розничная сеть остается одним из драйверов роста компании.

65

Производственные активы алкогольного направления Novabev Group составляют семь предприятий, включая пять заводов: Архангельский и Мариинский ликеро-водочные заводы, «Уссурийский бальзам», пермский «Бастион осн. 1942 г.», подмосковный «Завод Георгиевский. Традиции качества», а также «Спиртзавод Чугуновский» в Нижегородской области и винодельческий комплекс «Помесье Голубицкое» в Краснодарском крае.

В отчетном периоде приоритетными направлениями производственного блока стали: контроль над издержками, повышение производительности труда и коэффициента использования оборудования, внедрение цифровых систем управления для оптимизации затрат и управления ресурсами, комплектность штата заводов, а также мотивация команды.



Производительность труда по группе выросла на 6%. Средний показатель эффективности использования оборудования по группе превысил 70%, что создает операционный резерв производственных мощностей в 30–40%. Расширен ассортимент выпускаемой продукции: в производство запущен бренд премиальных настоек Nostradamus, водка «Беленькая Белая смородина» и вермуты Tête de Cheval. Локализовано производство рома Barceló. Улучшена культура производства: повышены трудовая дисциплина и вовлеченность сотрудников.

Продолжился масштабный проект по улучшению социально-бытовых условий, а также последовательные активности в части безопасности труда, охраны здоровья и жизни сотрудников, обеспечения комфорта на рабочих местах.

Заводы Novabev Group – это не только цифры и объемы производства, но и синтез богатого культурного наследия, вековых традиций предприятий и уникальных рецептов, которыми компания по праву гордится, с современными подходами и технологичным оборудованием.

ЛОГИСТИКА

Логистический блок группы включает пять крупных складов, 15 региональных и один таможенный, а также разветвленную систему транспортного блока, объединяющую собственный парк специализированной автотехники для перевозки сырья и готовой продукции и пул партнерских организаций.

Объединенная команда складского и транспортного логистических направлений постоянно трудится над повышением качества работы своих подразделений для обеспечения высокого уровня сервиса.

СКЛАДСКАЯ ЛОГИСТИКА

Приоритетами складской логистики в 2025 году стали цифровизация и автоматизация операций:

- внедрена система WMS (Warehouse Management System) на пяти стратегических площадках компании (Крекшино, Санкт-Петербург, Хабаровск, Владивосток, Уссурийск), обеспечив автоматизацию почти 100% складских операций;
- запущена технология голосового отбора заказов (Pick-by-Voice) на всех складах, работающих с системой управления WMS, технология уже полностью окупилась и приносит дополнительный экономический эффект;
- обеспечена комплексная интеграция с системой «Честный знак» для учета оборота маркированной продукции и обеспечения электронного документооборота;
- запущен робот-инвентаризатор — один из первых подобных проектов в России.

Совокупный эффект реализованных проектов обеспечил рост производительности складской логистики на 22,5% и достижение максимальной точности складских операций, что заложило новый стандарт операционной эффективности.

ТРАНСПОРТНАЯ ЛОГИСТИКА

Направление транспортной логистики в 2025 году удерживало фокус на:

- централизации управления транспортной инфраструктурой через единую цифровую платформу TMS (Transport Management System), внедренную для всех бизнес-единиц группы;
- стратегических партнерствах с ключевыми операторами (такими как «Агро-Авто» компании X5) для гарантии мощностей и выгодных тарифов;
- технологической интеграции с внешними сервисами (такими как «Яндекс.Маршрутизация» и «Яндекс.Мониторинг») для повышения эффективности и прозрачности процессов.

Эти меры позволили перевыполнить бюджетный план и заложить основу для дальнейшей цифровизации операционных процессов.

КРЕПКИЙ ИМПОРТ

Главным драйвером среди крепких напитков стал ром Barceló (+16%), также рост демонстрирует армянский коньяк «Ной» (+3%), с которым компания продлила соглашение об эксклюзивной дистрибуции на десять лет.

ВИННЫЙ ИМПОРТ

Наиболее растущие бренды среди вин — Trivento (+36%) и Concha y Toro (+31%). В импортном винном портфеле появились новинки, из ключевых: вина JP. Chenet из ЮАР, Piccini Undici Gradi, Marques de Casa Concha.

Проведена масштабная ротация портфеля импортных вин с акцентом на оптимизацию и расширение ассортимента позиций Нового Света для ключевых партнеров и «ВинЛаб».

Объем отгрузок партнерских брендов составил 3,1 млн декалитров против 3,4 млн декалитров годом ранее. Снижение в 10% обусловлено общеотраслевыми факторами, плановыми изменениями структуры импорта, а также переориентацией на более маржинальные и ликвидные бренды.



ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ



Компания владеет и управляет активами в категории «Продукты питания», осуществляя производство, маркетинг и реализацию мороженого, молочных, мясных и других продуктов.

Эту деятельность на Дальнем Востоке осуществляет принадлежащая Novabev Group группа компаний «РодСтар Групп», которая включает в себя производственные площадки, дистрибьюторскую команду и сеть собственных магазинов у дома. Пищевая группа занимает лидирующие позиции в регионах своего присутствия.

Маркетинг и продажи осуществляются исключительно под эгидой локальных брендов на территории Дальнего Востока. Продукция распространяется посредством прямых продаж через собственную филиальную сеть в Сахалинской области, Хабаровском и Приморском краях. В других регионах продукция распространяется через дистрибьюторов.



- Молочные продукты производятся на АО «ДАКГОМЗ» в Комсомольске-на-Амуре. Завод выпускает совокупно более 200 наименований молочной продукции и мороженого.
- Мясные изделия производятся в Приморском крае на предприятии ОАО «Мясокомбинат Находкинский». Ассортимент завода насчитывает более 250 наименований. Основная торговая марка — «Доброе Дело» — представлена в премиум-сегменте.
- Завод КВЭН является абсолютным лидером на Дальнем Востоке по выпуску продукции из сурими и производит крабовые палочки, снежный и суперснежный краб под торговыми марками «КВЭН» и TOKIMO.

ЗАБОТА ОБ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

Группа соблюдает требования российского законодательства в сфере охраны окружающей среды. Ключевыми направлениями деятельности по защите окружающей среды являются рациональное использование природных ресурсов, сбережение электроэнергии, вторичная переработка ряда материалов и корректная утилизация производственных отходов.

На производственных площадках осуществляется постоянный контроль воздействия на окружающую среду, а также состояния воздуха на границе санитарно-защитных зон для соответствия предельно допустимому уровню. Ежеквартально проводится мониторинг данных показателей с привлечением специализированных организаций. Полезные отходы производства сдаются на переработку, отходы, не подлежащие переработке, передаются в специализированные организации для утилизации.

Ограниченные природные ресурсы — вода и топливо, необходимые для производства, — используются бережно, по возможности применяется система замкнутого цикла, когда пригодные для повторного использования материалы очищаются, перерабатываются и используются на производстве повторно.

Группа планомерно осуществляет модернизацию производственных объектов, направленную в том числе на защиту окружающей среды: для отделки цехов применяются современные изоляционные материалы, на предприятиях внедрены энергосберегающие технологии, минимизировано использование транспорта.

Компания также стремится к нейтрализации своего негативного экологического следа путем инвестиций в предприятия мусороперерабатывающей отрасли.



ОТВЕТСТВЕННАЯ КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА

СОТРУДНИКИ – ГЛАВНЫЙ КАПИТАЛ КОМПАНИИ И ЗАЛОГ ЕЕ БУДУЩИХ ДОСТИЖЕНИЙ

Именно поэтому этическая и социально ответственная кадровая политика является одним из приоритетов. Ее ключевые направления — охрана здоровья и безопасности труда, мотивация и обучение персонала, объективная оценка вклада каждого сотрудника в успех компании, развитие внутреннего предпринимательства и талантов, а также создание условий для карьерного и профессионального роста и самореализации специалистов.

В части охраны труда и промышленной безопасности 2025 год стал периодом консолидации и отработки ранее внедренных инициатив. Компания сконцентрировалась на планомерном улучшении существующих процессов и систем: регулярные инструктажи и обучение персонала, анализ инцидентов и превентивные корректирующие действия, поэтапное обновление оборудования и средств защиты в соответствии с актуальными требованиями. Такой подход позволил закрепить культуру безопасности как неотъемлемую часть ежедневных операционных процессов.

В компании действует принцип равных возможностей. Решения о карьерном продвижении принимаются на основе производственных достижений, профессиональных и деловых качеств, экспертизы, инициативы и ответственности и не зависят от гендерной, расовой, национальной, религиозной принадлежности или других форм самоидентификации. Сотрудники имеют доступ к обширной системе профессионального обучения и повышения квалификации, включающей как внутренние курсы, так и программы от внешних экспертов.

В компании ежегодно проводится опрос вовлеченности сотрудников, включающий сбор обратной связи об удовлетворенности условиями труда и карьерными перспективами, в ходе которого работники могут также внести предложения по улучшениям. По результатам формируется план мероприятий для увеличения лояльности команды, совершенствования внутренних процессов и повышения комфорта персонала на рабочих местах.

КУЛЬТУРНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ

В центре современного искусства «Заря» в отчетном периоде прошли культурно-образовательные события: акция «Ночь музеев», которую ежегодно посещают более тысячи человек, музыкальные концерты, кинопоказы, лекции об искусстве, встречи с российскими арт-деятелями, своп, перформансы, спектакли, творческие мастерские для детей и взрослых (с бесплатным входом на все мероприятия).

Состоялось открытие двух больших выставок: «Великая свадьба» и «Временно. Начинать день именно так». Помимо этого, «Заря» приняла участие в нескольких городских и всероссийских фестивалях, проводимых на территории Владивостока. Общее количество гостей и участников мероприятий институции превысило 10 тысяч человек.

Важным этапом стало продолжение одноименной международной программы арт-резиденции: в отчетном периоде «Заря» стала официальным членом Ассоциации арт-резиденций России, а среди 282 присланных заявок были отобраны семь проектов, шесть из которых реализованы, седьмой реализуется в 2026-м.

72



НА ТЕРРИТОРИИ ЦСИ БЕСПЛАТНО ДЕЙСТВУЮТ БИБЛИОТЕКА, МЕДИАТЕКА, КОВОРКИНГ, А ТАКЖЕ ПРИМУЗЕЙНЫЙ КНИЖНЫЙ МАГАЗИН, С 2025-ГО – В КОЛЛАБОРАЦИИ С НЕЗАВИСИМЫМ КНИЖНЫМ «ИГРА СЛОВ»

Результаты программы получили высокую оценку ведущих арт-экспертов страны. Художник Антон Попов стал победителем премии SCAN AWARDS в номинации «Проект года. Малая форма». В рамках этой же премии фотовыставка Риты Зарюта «Соль по вкусу» была включена в шорт-лист номинации «Открытие года» и одержала победу в номинации «Выбор институций». Кроме того, на Первой Международной премии в сфере креативного туризма и инноваций Creative Travel Awards ЦСИ «Заря» был номинирован сразу в двух категориях: «Лучший иммерсивный музей» и «Лучший креативный кластер». Каждый резидентский проект прошедшего периода создавал особое пространство, где авторский замысел и коллективная память встречались с личным опытом зрителей, рождая любопытство, ностальгию, радость и вдохновение. В декабре был открыт набор в резиденцию на 2026 год.

В Фонде искусства «Голубицкое», расположенном на территории принадлежащего группе винного хозяйства на Тамани, действует постоянная экспозиция «Степь прячет себя», в фокусе которой — жившие на полуострове кочевые племена, современные образы номадизма, идеи дома, пути и свободы. Посещаемость фонда превысила 4,5 тысячи человек.

73

В 2025 ГОДУ ФОКУС В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ БЫЛ НАПРАВЛЕН НА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ КАДРОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, УКРЕПЛЕНИЕ КУЛЬТУРЫ БЕЗОПАСНОСТИ ТРУДА И УСИЛЕНИЕ ПРОГРАММ МОТИВАЦИИ

Ключевыми задачами также оставались формирование кадрового резерва и сохранение ценных специалистов. Параллельно совершенствовалась система развития талантов, внедрялись новые технологии и автоматизировались кадровые процессы. Эти меры позволили повысить общую производительность и снизить операционную нагрузку на сотрудников подразделений по работе с персоналом. Например, использование ИИ в подборе на массовые вакансии значительно сократило долю рутинных операций.

ОБУЧЕНИЕ

Система обучения Novabev Group предлагает широкие возможности обучения и развития для сотрудников всех уровней. В отчетном периоде компания сфокусировалась на развитии ключевых образовательных проектов: «Академия развития» расширила спектр курсов по совершенствованию узкопрофессиональных компетенций в области маркетинга, коммерции, розницы, логистики, производства, управления, личной и командной эффективности. Также был запущен стратегический образовательный проект — «Академия качества», цель которого — подготовка профессиональных дегустаторов и системное повышение качества выпускаемой продукции. Кроме того, запущено обучение в сфере искусственного интеллекта.

МОТИВАЦИЯ

В отчетном периоде совершенствовались и расширялись системы материальной и нематериальной мотивации персонала.

ФОРМИРОВАНИЕ ШТАТА И УДЕРЖАНИЕ СОТРУДНИКОВ

Сохранился фокус на программе адаптации новых сотрудников. На заводах, складах и в рознице продолжила развиваться система наставничества, а для офисных сотрудников — действовать проект поддержки новичков.

КОРПОРАТИВНЫЕ ПРОЕКТЫ

В Novabev Group реализуются внутренние проекты, нацеленные на развитие корпоративной культуры, повышение эффективности кросс-функциональных коммуникаций и поощрение сотрудников за ответственность, инициативность и профессиональную компетентность.

Так, конкурс «Стартап» направлен на развитие внутреннего предпринимательства и дает возможность сотрудникам выдвигать идеи по повышению эффективности бизнеса. В случае победы участники получают возможность реализовать свои проекты под руководством директоров, а при условии успешного запуска отправляются в мотивационную поездку. В отчетном периоде проведен восьмой сезон конкурса, а победившие в нем сотрудники работают над своими проектами.

Команда Novabev-Robotics реализует идею по внедрению робота-штабелера на складских площадках компании. Помимо победителя, директора выбрали среди финалистов две команды, которые под личным кураторством топ-менеджеров группы реализуют свои проекты: Smartlab воплощает в жизнь идею по созданию системы для хранения данных по ассортименту компании, а «Тетрис» реализует проект по внедрению ассистента подбора ассортиментных матриц для магазинов «ВинЛаб».

Также важными проектами 2025 года стали «Гонки Героев» с участием сотрудников группы компаний и корпоративный День донора.

ОЦЕНКА ВОВЛЕЧЕННОСТИ

Согласно данным ежегодного опроса удовлетворенности «Будь услышан», общий индекс вовлеченности персонала Novabev Group вырос на 1 п.п. — до 74%. На основе обратной связи от 8,1 тысячи сотрудников сформированы несколько сотен инициатив по улучшению условий труда, часть из которых уже реализована в отчетном периоде.

ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ

- Возможность самореализации сотрудников
- Командный дух
- Постоянное стремление к развитию и инновациям
- Взаимная ответственность и доверие
- Амбициозность и лидерство
- Предпринимательский подход

УСИЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЯ БРЕНДОВ,
РАЗВИТИЕ ПРЕМИАЛЬНЫХ МАРОК,
ЗАПУСК НОВИНОК, РАЗВИТИЕ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ПАРТНЕРСТВ,
А ТАКЖЕ РЕАЛИЗАЦИЯ ДОЛГОСРОЧНОЙ
СТРАТЕГИИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ
СБАЛАНСИРОВАННОГО
И ВЫСОКОМАРЖИНАЛЬНОГО
АССОРТИМЕНТА, СФОКУСИРОВАННОГО
НА РЫНОЧНЫХ ТРЕНДАХ

РОСТ ПРИСУТСТВИЯ ВО ВСЕХ КАНАЛАХ
СБЫТА ЧЕРЕЗ АКТИВНЫЙ ЛИСТИНГ
ФОКУСНЫХ БРЕНДОВ, РАЗВИТИЕ
ДИСТРИБУЦИИ ПРОДУКТОВ

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КЛИЕНТСКОГО
СЕРВИСА ПО ОСНОВНЫМ
КАНАЛАМ ПРОДАЖ

ЭКСПАНСИЯ «ВИНЛАБ», РОСТ
ЭФФЕКТИВНОСТИ НАПРАВЛЕНИЯ,
А ТАКЖЕ РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ
КОММЕРЦИИ



СРЕДИ КЛЮЧЕВЫХ
НАПРАВЛЕНИЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КОМПАНИИ НА 2026 ГОД:

ДАЛЬНЕЙШАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ,
ЦИФРОВИЗАЦИЯ
И РОБОТИЗАЦИЯ СКЛАДСКИХ
И ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
ПРОЦЕССОВ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА
ЧЕРЕЗ ИНФОРМИРОВАНИЕ,
ОБУЧЕНИЕ И АУДИТЫ

УКРЕПЛЕНИЕ БРЕНДА
РАБОТОДАТЕЛЯ И СИСТЕМНОЕ
ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ
РЕШЕНИЙ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ С ЦЕЛЬЮ
АВТОМАТИЗАЦИИ РУТИННЫХ
ОПЕРАЦИЙ

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ
КУЛЬТУРЫ ЧЕРЕЗ
ПРОЕКТЫ ВНУТРЕННИХ
КОММУНИКАЦИЙ И РАБОТУ
С ПЕРСОНАЛОМ

Группа стремится к оптимальной модели управления, решая задачи в соответствии с корпоративной стратегией, а также работая над максимальной адаптацией к условиям российского рынка и специфике бизнеса. В качестве ориентиров используются лучшие мировые практики с учетом особенностей отрасли.



МЕНЯЮЩИЙСЯ РЫНОК И ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ ОБУСЛАВЛИВАЮТ ПОСТОЯННОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ. NOVABEV GROUP УДЕЛЯЕТ СЕРЬЕЗНОЕ ВНИМАНИЕ ДАННОЙ ЗАДАЧЕ



Корпоративное управление строится на следующих принципах:

- стремление к максимально эффективному использованию активов компании для получения экономической прибыли;
- неукоснительное соблюдение действующего законодательства;
- равное отношение ко всем акционерам компании;
- прозрачность бизнеса, своевременное и полное раскрытие информации;
- внимание и уважение ко всем заинтересованным сторонам.

СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

Высшим органом управления Novabev Group является общее собрание акционеров. Ему подотчетен совет директоров, который осуществляет общее руководство деятельностью, определяет приоритетные направления работы и стратегию развития бизнеса. Исполнительными органами, подотчетными совету директоров, являются председатель правления и правление, которые осуществляют оперативное управление компанией. Дополнительный контроль над финансово-хозяйственной деятельностью группы осуществляют департамент внутреннего аудита, комитет совета директоров по аудиту, независимая аудиторская организация и ревизионная комиссия.

СОВЕТ ДИРЕКТОРОВ

В состав совета директоров входят девять человек, трое из которых являются независимыми директорами. Действовавший в течение 2025 года состав совета директоров был избран на годовых общих собраниях акционеров 25 апреля 2024 года и 28 мая 2025 года.

В 2025 году совет директоров Novabev Group провел 13 заседаний (пять в форме совместного присутствия, восемь — в форме заочного голосования), на которых рассматривался широкий круг стратегических, операционных, финансовых и корпоративных вопросов. Ключевыми темами стали рассмотрение операционных и финансовых результатов, утверждение стратегии на 2025–2028 годы, перспективы проведения IPO «ВинЛаб». Значительное внимание было уделено операционному управлению: анализировались результаты деятельности, управление рабочим капиталом, маркетинговые и коммерческие показатели, а также последствия кибератаки и ход восстановления систем.

В сфере корпоративного управления совет утвердил документы по управлению рисками, внутреннему контролю, программам долгосрочной мотивации топ-менеджмента и ключевых сотрудников, а также обсудил развитие корпоративной культуры. Планирование будущей деятельности включало рассмотрение бюджета и функциональных стратегий (коммерческой, маркетинговой, e-commerce) на 2026 год, а также развитие «ВинЛаб».

Совет директоров оценивает свою деятельность как разумную, добросовестную и эффективную, которая осуществлялась в рамках обычного предпринимательского риска с учетом равного отношения к акционерам общества.

ОБЩЕЕ СОБРАНИЕ АКЦИОНЕРОВ

Акционеры участвуют в управлении компанией путем голосования на общем собрании в соответствии с Федеральным законом от 26.12.1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах». Акционеры-владельцы обыкновенных акций компании могут участвовать в общем собрании с правом голоса по всем вопросам в рамках его компетенции. В 2025 году были проведены одно внеочередное общее собрание акционеров и одно годовое.

РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ И ОТНОШЕНИЯ С АКЦИОНЕРАМИ И ИНВЕСТОРАМИ

Novabev Group ценит свои отношения с институциональными частными инвесторами и стремится к максимальной прозрачности деятельности. Компания осуществляет коммуникации с инвесторами на ежедневной основе.

Помощь правлению и совету директоров в общении с акционерами и инвестиционным сообществом оказывает департамент по связям с инвесторами. Подразделение поддерживает контакты с институциональными инвесторами и аналитиками инвестиционных компаний и регулярно исследует их мнения о работе группы.

Раскрытие полугодовых и годовых финансовых результатов компании сопровождается прямым общением инвесторов с руководителями Novabev Group в формате телефонных и интернет-конференций.

На сайте Novabev Group работает постоянно обновляемый раздел для инвесторов, который содержит новости, касающиеся обращения ценных бумаг компании на рынке, презентации, финансовые результаты.



СВЕДЕНИЯ О СОБЛЮДЕНИИ NOVABEV GROUP КОДЕКСА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Novabev Group применяет положения кодекса корпоративного управления, рекомендованного письмом Банка России от 10 апреля 2014 года №06-52/2463 «О Кодексе корпоративного управления», с целью повышения привлекательности компании для существующих и потенциальных инвесторов.

В отчетном периоде выявлялись новеллы кодекса, требующие реализации в практике корпоративного управления Novabev Group, а также велась подготовка к применению рекомендаций данного документа.

Отчет о соблюдении принципов корпоративного управления, закрепленных кодексом, а также планируемые мероприятия компании по совершенствованию модели и практики корпоративного управления приведены в приложении к годовому отчету.

РЕЗУЛЬТАТЫ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОПЕРАЦИЙ

В таблице ниже приведены консолидированные финансовые результаты деятельности за 2025 год в сравнении с аналогичным показателем 2024-го.

(В миллионах рублей, за исключением тех показателей, где указано другое измерение)

| | 2025 | 2024 | ИЗМ. |
|--|----------------|----------------|-------------|
| Продажи, млн декалитров | 15,8 | 16,2 | (2%) |
| Продажи без НДС, с акцизом | 184 736 | 167 628 | +10% |
| ВЫРУЧКА | 149 266 | 135 464 | +10% |
| Себестоимость продаж | (95 616) | (87 112) | +10% |
| ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ | 53 650 | 48 352 | +11% |
| Общие и административные расходы | (6 719) | (6 124) | +10% |
| Коммерческие расходы | (33 523) | (30 030) | +12% |
| ЕБИТДА | 21 204 | 18 658 | +14% |
| Операционная прибыль | 14 143 | 12 345 | +15% |
| Чистые финансовые расходы | (7 008) | (6 237) | +12% |
| ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ | 5 169 | 4 588 | +13% |
| Рентабельность по валовой прибыли | 35,9% | 35,7% | +0,2 п.п. |
| Рентабельность по ЕБИТДА | 14,2% | 13,8% | +0,4 п.п. |
| Рентабельность по операционной прибыли | 9,5% | 9,1% | +0,4 п.п. |
| Рентабельность по чистой прибыли | 3,5% | 3,4% | +0,1 п.п. |



В указанном периоде группа продемонстрировала уверенный рост основных финансовых показателей. Рост выручки на 10% обусловлен проактивной ценовой политикой, существенным увеличением отгрузок брендов из премиум-сегмента в России, а также продолжающимся развитием собственной розничной сети «ВинЛаб».

Несмотря на сложную рыночную конъюнктуру показатель ЕБИТДА показал устойчивый рост на 14% и достиг своего рекордного уровня, превысив 21,2 млрд рублей, при этом рентабельность данного показателя увеличилась и составила 14,2%, прибавив 0,4 п.п. к показателю 2024 года. Значительное увеличение ЕБИТДА связано с опережающим ростом доходов, а также большим количеством магазинов «ВинЛаб», которые продолжили выходить на стадию зрелости в 2025 году.

Значительную позитивную динамику продемонстрировала также операционная прибыль, которая увеличилась более чем на 15% и достигла 14,1 млрд рублей на фоне опережающего роста доходов и замедления темпов роста коммерческих расходов.

Несмотря на значительный объем финансовых расходов и продолжающееся давление высоких процентных ставок показатель чистой прибыли показал положительную динамику более чем на 13% и достиг 5,2 млрд рублей.

ОТЧЕТ ПО СЕГМЕНТАМ

Таблица иллюстрирует изменения финансовых показателей по сегментам за 2025 год в сравнении с аналогичным показателем 2024-го.

| | АЛКОГОЛЬ | РОЗНИЦА | ПРОДУКТЫ |
|---|---------------|---------------|------------|
| Выручка 2025, включая межсегментные продажи | 97 952 | 94 835 | 6 004 |
| Выручка 2024, включая межсегментные продажи | 86 642 | 86 295 | 5 569 |
| Изменение | +11% | +10% | +8% |
| ЕБИТДА 2025 | 10 210 | 10 932 | 322 |
| ЕБИТДА 2024 | 9 077 | 10 192 | 214 |
| Изменение | +12% | +7% | +50% |

В указанном периоде все бизнес-сегменты группы показали уверенный рост. При этом ретейл-сегмент продолжил быть драйвером развития группы и сохранил за собой лидерство по показателю ЕБИТДА по сравнению с другими бизнес-сегментами.

ФИНАНСОВЫЙ ДОЛГ

Таблица иллюстрирует изменения в структуре обязательств компании на 31 декабря 2025 года, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

(В миллионах рублей, за исключением тех показателей, где указано другое измерение)

| | на 31.12.2025 | на 31.12.2024 | ИЗМ. |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Кредиты и облигации, долгосрочные | 30 207 | 30 610 | (1%) |
| Арендные обязательства, долгосрочные | 18 016 | 19 380 | (7%) |
| Кредиты и облигации, краткосрочные | 7 382 | 3 802 | +94% |
| Арендные обязательства, краткосрочные | 4 315 | 4 219 | +2% |
| Денежные средства и эквиваленты | (18 322) | (22 521) | (19%) |
| ИТОГО ЧИСТЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ДОЛГ | 19 267 | 11 891 | +62% |
| ИТОГО ЧИСТЫЙ ДОЛГ | 41 598 | 35 490 | +17% |
| Показатель EBITDA | 21 204 | 18 658 | +14% |
| ЧИСТЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ДОЛГ / EBITDA IAS 17 | 1,31X | 0,88X | +0,43X |
| ЧИСТЫЙ ДОЛГ / EBITDA | 1,96X | 1,90X | +0,6X |
| Доля долгосрочных долговых обязательств | 80% | 89% | (9 п.п.) |
| Доля не обеспеченных залогом долговых обязательств | 100% | 100% | - |

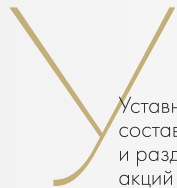
Учитывая сезонность бизнеса, а также сложную макроэкономическую обстановку структура кредитного портфеля в целом остается на комфортном уровне для группы и соответствует долгосрочным стратегическим целям: показатель «Чистый долг/EBITDA» находится на уровне 1,96x, средневзвешенная процентная ставка по кредитному портфелю на 31 декабря составила 16,07% против 17,88% на 31 декабря 2024 года, что связано с беспрецедентным периодом поддержания высокой ставки рефинансирования ЦБ РФ. Чистый финансовый долг, без учета аренды, находится на консервативном уровне и составляет 1,31x EBITDA (по стандарту IAS 17).



ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Чистый операционный денежный поток группы составил 21,1 млрд рублей, что на 7% ниже показателя 2024 года. На генерацию компании значительного свободного денежного потока повлияли рекордный уровень операционной прибыли, а также эффективное управление рабочим капиталом. При этом чистый денежный поток составил 13,3 млрд рублей.





Уставный капитал Novabev Group составляет 12 640 000 000 рублей и разделен на 126 400 000 обыкновенных акций номинальной стоимостью 100 рублей.

Государственный регистрационный номер выпуска обыкновенных акций компании — 10155052-E, ISIN: RU000A0HL5M1.

Регистратором, осуществляющим ведение реестра акционеров Novabev Group, является АО ВТБ Регистратор (лицензия № 045-13970-000001, выданная Центральным банком Российской Федерации 21.02.2008).

Акции компании (код в системе Bloomberg — BELU RX Equity, код в системе Reuters — BELU.MM) обращаются на ПАО Московская Биржа в котировальном списке «Первого уровня» с кодом BELU.



ОТЧЕТ О ВЫПЛАТЕ ОБЪЯВЛЕННЫХ (НАЧИСЛЕННЫХ) ДИВИДЕНДОВ ПО АКЦИЯМ КОМПАНИИ

В течение 2025 года были начислены и выплачены следующие дивиденды по обыкновенным именным акциям Novabev Group:

КАТЕГОРИЯ АКЦИЙ: ОБЫКНОВЕННЫЕ

Отчетный период, по результатам которого выплачивались объявленные дивиденды

ЧАСТЬ ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ ОБЩЕСТВА
ПО РЕЗУЛЬТАТАМ 2024 ФИНАНСОВОГО ГОДА

ЧАСТЬ ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ
ЗА 6 МЕСЯЦЕВ 2025

I. СВЕДЕНИЯ ОБ ОБЪЯВЛЕННЫХ ДИВИДЕНДАХ

Размер объявленных дивидендов в расчете на одну акцию, руб.

25

20

Размер объявленных дивидендов в совокупности по всем акциям данной категории, руб.

3 160 000 000

2 528 000 000

Доля объявленных дивидендов в чистой прибыли отчетного периода, по результатам которого выплачивались объявленные дивиденды:

- по данным консолидированной финансовой отчетности (финансовой отчетности), %
- по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности, %

69%

120%

30%

79%

Источник выплаты объявленных дивидендов

Часть чистой прибыли общества по результатам 2024 финансового года

Часть чистой прибыли за шесть месяцев 2025 года

Орган управления эмитента, принявший решение об объявлении дивидендов, дата принятия, дата составления и номер протокола собрания органа управления эмитента, на котором принято решение

Общее собрание акционеров от 28.05.2025, протокол № 01 от 29.05.2025

Общее собрание акционеров от 07.10.2025, протокол № 02 от 08.10.2025

Дата, на которую определялись лица, имевшие право на получение дивидендов

09.06.2025

18.10.2025

Срок выплаты объявленных дивидендов

Срок выплаты дивидендов номинальному держателю — с 10 по 25 июня 2025 года (не более 10 рабочих дней с даты, на которую определяются лица, имеющие право на получение дивидендов). Срок выплаты дивидендов другим зарегистрированным в реестре акционеров лицам — с 10 июня по 16 июля 2025 года (не более 25 рабочих дней с даты, на которую определяются лица, имеющие право на получение дивидендов). Срок выплаты дивидендов может быть увеличен, если рабочие дни этого срока будут объявлены нерабочими днями

Срок выплаты дивидендов номинальному держателю — с 20 по 31 октября 2025 года (не более 10 рабочих дней с даты, на которую определяются лица, имеющие право на получение дивидендов). Срок выплаты дивидендов другим зарегистрированным в реестре акционеров лицам — с 20 по 24 ноября 2025 года (не более 25 рабочих дней с даты, на которую определяются лица, имеющие право на получение дивидендов). Срок выплаты дивидендов может быть увеличен, если рабочие дни этого срока будут объявлены нерабочими днями

Иные сведения об объявленных дивидендах, указываемые эмитентом по собственному усмотрению

Отсутствуют

Отсутствуют

II. СВЕДЕНИЯ О ВЫПЛАЧЕННЫХ ДИВИДЕНДАХ

Общий размер выплаченных дивидендов по акциям данной категории, руб.

3 090 745 025

2 472 596 020

Доля выплаченных дивидендов в общем размере объявленных дивидендов по акциям данной категории, %

97,81

97,8

Причины невыплаты объявленных дивидендов в случае, если они не выплачены или выплачены не в полном объеме

Дивиденды выплачены не в полном объеме по следующим причинам:

- в реестре открыт счет неустановленных лиц, и на него зачислены акции,
- у некоторых акционеров отсутствуют реквизиты

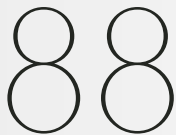
Дивиденды выплачены не в полном объеме по следующим причинам:

- в реестре открыт счет неустановленных лиц, и на него зачислены акции,
- у некоторых акционеров отсутствуют реквизиты

Иные сведения о выплаченных дивидендах, указываемые эмитентом по собственному усмотрению

Отсутствуют

Отсутствуют



РЕЙТИНГИ NOVABEV GROUP



РЕЙТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО АО «ЭКСПЕРТ РА»

| Дата присвоения | Значение кредитного рейтинга |
|-----------------|------------------------------|
| 24.07.2025 | ruAA |
| 31.07.2024 | ruAA |

РЕЙТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО ООО «НКР»

| Дата присвоения | Значение кредитного рейтинга |
|-----------------|------------------------------|
| 25.06.2025 | AA.ru |

РЕЙТИНГИ ЦЕННЫХ БУМАГ NOVABEV GROUP

СВЕДЕНИЯ О ЦЕННЫХ БУМАГАХ

| | Дата присвоения | Значение кредитного рейтинга |
|--|-----------------|------------------------------|
| Биржевые облигации процентные неконвертируемые бездокументарные с централизованным учетом прав серии БО-П05 (регистрационный номер 4B02-03-55052-E-002P от 04.07.2022, код ISIN RU000A104Y15) и биржевые облигации процентные неконвертируемые бездокументарные серии БО-П06 (регистрационный номер 4B02-04-55052-E-002P от 23.04.2024, код ISIN RU000A108CA3) | 25.07.2025 | ruAA |
| | 01.08.2024 | ruAA |
| Биржевые облигации процентные неконвертируемые бездокументарные серии БО-П07 (регистрационный номер 4B02-05-55052-E-002P от 13.08.2024, код ISIN RU000A1099A2) | 25.07.2025 | ruAA |
| | 20.08.2024 | ruAA |
| Биржевые облигации процентные неконвертируемые бездокументарные серии 003P-01, (регистрационный номер 4B02-01-55052-E-003P от 17.09.2025, код ISIN RU000A10CSQ2) | 19.09.2025 | ruAA |

ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ В ОТЧЕТНОМ ГОДУ КРУПНЫХ СДЕЛОК

В отчетном периоде Novabev Group не совершала сделок, признаваемых, в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах», крупными.

ИНФОРМАЦИЯ
ОБ ОБЪЕМЕ КАЖДОГО
ИЗ ИСПОЛЬЗОВАННЫХ
В ОТЧЕТНОМ ПЕРИОДЕ
ВИДОВ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ
РЕСУРСОВ

ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ В ОТЧЕТНОМ ПЕРИОДЕ СДЕЛОК, В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ КОТОРЫХ ИМЕЕТСЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ

В отчетном периоде Novabev Group не совершала сделок, признаваемых, в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах», сделками, в совершении которых имелась заинтересованность.

Novabev Group потребляет электрическую и тепловую энергию в объемах, необходимых для нормального обеспечения функционирования. Группа арендует офисные помещения, и действующий договор аренды не предполагает выделения в арендной плате суммы компенсации расходов по оплате потребленных энергоресурсов.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ И ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ

В 2025 году регуляторная среда на алкогольном рынке продолжала меняться, затронув ключевые параметры — от минимальных цен до лицензионных требований. Novabev Group отвечает на эти вызовы проактивным управлением рисками и планомерной адаптацией своей операционной деятельности.

Основополагающими задачами системы управления рисками и внутреннего контроля являются:

- стандартизация и регламентирование процессов в этой области;
- анализ и учет рисков и возможностей при планировании и принятии управленческих решений;
- поиск и оценка рисков и возможностей, влияющих на достижение целей компании;
- формирование и мониторинг мероприятий по управлению и реагированию на риски;
- повышение эффективности организации и функционирования внутренних бизнес-процессов;
- обеспечение объективного, справедливого и ясного представления о текущем состоянии и перспективах развития компании, целостности и прозрачности отчетности, разумности и приемлемости принимаемых в компании рисков;
- создание условий для своевременной подготовки и предоставления достоверной отчетности для внутреннего и внешнего пользования, а также информации, подлежащей раскрытию в соответствии с законодательством.



Основными целями системы управления рисками и внутреннего контроля являются защита и повышение стоимости компании, обеспечение разумной уверенности у совета директоров, исполнительных и контрольных органов Novabev Group в достижении стратегических и операционных целей, а также целей в области соответствия требованиям законодательства и локальным нормативным документам, а также — в области своевременной подготовки достоверной финансовой или нефинансовой отчетности, внутренней или внешней отчетности.

Целевая модель управления рисками компании охватывает два уровня: стратегический и операционный.

Выявление, анализ, оценка рисков осуществляются по всем функциональным направлениям. Менеджмент компании заинтересован и вовлечен в процесс своевременного выявления рисков, сопровождающих деятельность Novabev Group, и принимает решения на основании риск-ориентированного подхода.

УПРАВЛЕНИЕ
КЛЮЧЕВЫМИ
РИСКАМИ
В 2025 ГОДУ

В условиях восстановления деятельности после хакерской атаки на ИТ-инфраструктуру Novabev Group в 2025 году компания продемонстрировала высокую адаптивность системы управления рисками. Ключевые процессы были восстановлены в кратчайшие сроки, а спустя несколько месяцев после инцидента компания вышла на новый уровень операционной эффективности.

Компания уделяет приоритетное внимание управлению ключевыми рисками, оказывающими существенное влияние на достижение ее стратегических целей. Перечень таких рисков актуализируется не реже одного раза в год. Управление рисками представляет собой непрерывный цикл: ответственное подразделение совместно с владельцами рисков анализирует угрозы, принимает решения о мерах реагирования и контролирует их выполнение. Эти меры направлены как на снижение вероятности возникновения рисков, так и на минимизацию возможных негативных последствий. Такой системный подход обеспечивает управляемость ключевыми рисками и способствует достижению стратегических целей компании.

Сведения об оценке ключевых рисков, факторах и последствиях их реализации, статусе, сроках и результатах выполнения мероприятий по их минимизации на ежеквартальной основе представляются совету директоров с предварительным рассмотрением комитета по аудиту.



РИСК ПРОИСШЕСТВИЙ В ОБЛАСТИ
ПРОМЫШЛЕННОЙ, ПОЖАРНОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ, ОХРАНЫ ТРУДА
И ЭКОЛОГИИ

Уровень значимости риска: высокий.

Мероприятия по реагированию на риск:

- регулярное обсуждение вопросов охраны труда и промышленной безопасности на производственных и складских площадках, обмен лучшими практиками между площадками;
- проведение внеплановых инструктажей на заводах, устранение выявленных нарушений, разработка и применение системы чек-листов по проведенным проверкам;
- проведение аудитов систем управления охраной труда, а также промышленной, пожарной и экологической безопасностью на заводах и складах, в том числе аудиты по видеокерамерам, организация и проведение внутренних расследований инцидентов;
- повышение уровня культуры охраны труда среди персонала производственных и складских площадок;
- анализ соответствия заводов и складов законодательным требованиям в области пожарной безопасности, разработка системы стандартов безопасности труда компании, усиление входного контроля за подрядными организациями;
- снижение влияния негативных последствий, наступивших в результате реализации экологических рисков, и планирование действий по их устранению;
- разработка и внедрение стандартов компании в отношении безопасной работы на машинах и оборудовании в разных условиях труда (на высоте, в замкнутых пространствах и прочее);
- обучение сотрудников правилам оказания первой помощи;
- разработка и размещение визуальной информации для предупреждения несчастных случаев.

Влияние на ключевой параметр деятельности: нарушение требований законодательства в области охраны труда, экологии, репутация.

УПРАВЛЕНИЕ
КЛЮЧЕВЫМИ
РИСКАМИ
В 2025 ГОДУ

РИСК НЕХВАТКИ ПЕРСОНАЛА,
НЕДОСТАТОЧНОСТИ (ОТСУТСТВИЯ)
КАДРОВОГО РЕЗЕРВА,
ПРЕЕМСТВЕННОСТИ



Уровень значимости риска: средний.

Мероприятия по реагированию на риск:

- вовлечение персонала в долгосрочные проекты компании и снижение текучести на испытательном сроке, усиление сплоченности команды, оптимизация трудовых ресурсов и ключевых процессов компании;
- повышение уровня вовлеченности и лояльности персонала через совершенствование системы корпоративного питания и регулярную организацию мотивационных корпоративных мероприятий;
- разработка программ обучения и развития персонала;
- создание и поддержание административного кадрового резерва, преемственности ключевого персонала, проведение карьерных комитетов, проработка индивидуальных планов развития сотрудников;
- постоянное улучшение социально-бытовых условий труда по результатам опроса вовлеченности;
- регулярный анализ действующей системы оплаты труда и возможностей по ее улучшению;
- развитие стажерских программ и работа с вузами для привлечения молодых специалистов.

Влияние на ключевой параметр деятельности: объем реализованной продукции, выручка, репутация.

РИСК УТЕЧКИ
КОНФИДЕНЦИАЛЬНОЙ
ИНФОРМАЦИИ И
ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

**Уровень значимости
риска: высокий.**

Мероприятия по реагированию на риск:

- усиление мониторинга угроз информационной безопасности;
- реструктуризация сетевой инфраструктуры Novabev Group с применением принципов сегментации;
- поддержание на высоком уровне системы резервного копирования данных;
- обследование процессов обработки персональных данных (далее — ПДн) в информационных системах персональных данных;
- внедрение организационно-распорядительной документации, необходимой для обработки ПДн в соответствии с нормативно-правовыми актами РФ в области защиты ПДн;
- разработка методов противодействия мошенникам;
- инвестиции в модернизацию IT-инфраструктуры и внедрение новых систем информационной безопасности, способных увеличить текущий уровень защищенности Novabev Group.

Влияние на ключевой параметр деятельности: объем реализованной продукции, выручка, репутация.

РИСК АННУЛИРОВАНИЯ
РОЗНИЧНОЙ
ЛИЦЕНЗИИ

**Уровень значимости
риска: средний.**

Мероприятия по реагированию на риск:

- проведение инструктажей и обучений для сотрудников торговых точек о запрете продажи алкогольной продукции несовершеннолетним лицам, в том числе ежедневные предупреждения перед допуском к кассе;
- проведение проверок соблюдения персоналом торговых точек требований о запрете продажи алкоголя несовершеннолетним лицам;
- информирование потребителей о запрете продажи алкогольной продукции несовершеннолетним в каждой торговой точке;
- блокировка свободной продажи алкогольной продукции без механического подтверждения совершеннолетия покупателя и автоматизированный контроль за соблюдением требований к минимальной розничной цене алкогольной продукции;
- ежедневная юридическая и информационная поддержка персонала торговых точек, освещение риска аннулирования и важности управления им.

Влияние на ключевой параметр деятельности: доля рынка, объем реализованной продукции, выручка, репутационные риски.

КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ

31 ДЕКАБРЯ
2025 ГОДА

31 ДЕКАБРЯ
2024 ГОДА

КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ПРИБЫЛИ ИЛИ УБЫТКЕ И ПРОЧЕМ СОВОКУПНОМ ДОХОДЕ

| | 2025 ГОД | 2024 ГОД |
|--|----------------|----------------|
| Продажи | 184 736 | 167 628 |
| Акцизы | (35 470) | (32 164) |
| ВЫРУЧКА | 149 266 | 135 464 |
| Себестоимость | (95 616) | (87 112) |
| ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ | 53 650 | 48 352 |
| Общехозяйственные и административные расходы | (6 719) | (6 124) |
| Коммерческие расходы | (33 523) | (30 030) |
| Прочие доходы, нетто | 735 | 147 |
| ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ | 14 143 | 12 345 |
| Чистые затраты на финансирование | (7 008) | (6 237) |
| Обесценение товарных знаков | (51) | - |
| ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ | 7 084 | 6 108 |
| Налог на прибыль | (1 915) | (1 520) |
| ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ И СОВОКУПНЫЙ ДОХОД ЗА ПЕРИОД | 5 169 | 4 588 |
| Приходящийся на: | | |
| Акционеров Компании | 5 130 | 4 570 |
| Неконтролирующую долю участия | 39 | 18 |
| БАЗОВАЯ ПРИБЫЛЬ НА АКЦИЮ, РУБ. | 56,10 | 40,27 |



| | | | |
|--|---|----------------|---------------|
| АКТИВЫ | ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | |
| | Основные средства | 13 164 | 13 574 |
| | Активы в форме права пользования | 19 649 | 21 621 |
| | Нематериальные активы | 9 060 | 7 046 |
| | Гудвил | 5 748 | 3 633 |
| | Прочие долгосрочные активы | 785 | 671 |
| | Отложенные налоговые активы | 2 444 | 1 936 |
| | ВСЕГО ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | 50 850 | 48 481 |
| | ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | |
| | Запасы | 37 343 | 33 754 |
| Торговая и прочая дебиторская задолженность | 18 844 | 16 254 | |
| Авансы выданные | 2 684 | 1 718 | |
| Авансовые платежи по налогу на прибыль | 221 | 133 | |
| Денежные средства и их эквиваленты | 18 322 | 22 521 | |
| ВСЕГО ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | 77 414 | 74 380 | |
| ВСЕГО АКТИВЫ | 128 264 | 122 861 | |
| СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ | | |
| | Акционерный капитал | 12 640 | 12 640 |
| | Собственные акции, выкупленные у акционеров | (3 894) | (2 873) |
| | Эмиссионный доход | 3 085 | 7 281 |
| | Нераспределенная прибыль | 10 039 | 9 326 |
| | ИТОГО КАПИТАЛ, ПРИХОДЯЩИЙСЯ НА ДОЛЮ АКЦИОНЕРОВ ПАО «НОВАБЕВ ГРУПП» | 21 870 | 26 374 |
| | Неконтролирующая доля участия | 493 | 308 |
| | ВСЕГО КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ | 22 363 | 26 682 |
| | ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | |
| | Долгосрочные кредиты и облигации | 30 207 | 30 610 |
| Долгосрочные арендные обязательства | 18 016 | 19 380 | |
| Отложенные налоговые обязательства | 4 159 | 3 861 | |
| ВСЕГО ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | 52 382 | 53 851 | |
| КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | | |
| Краткосрочные кредиты и облигации | 7 382 | 3 802 | |
| Краткосрочные арендные обязательства | 4 315 | 4 219 | |
| Торговая и прочая кредиторская задолженность | 40 489 | 33 576 | |
| Обязательства по налогу на прибыль | 1 333 | 731 | |
| ВСЕГО КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | 53 519 | 42 328 | |
| ВСЕГО СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | 128 264 | 122 861 | |

КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ
ОТЧЕТ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ
В КАПИТАЛЕ

| | КАПИТАЛ, ПРИХОДЯЩИЙСЯ НА ДОЛЮ АКЦИОНЕРОВ ПАО «НОВАБЕВ ГРУПП» | | | | | НЕКОНТРОЛИРУЮЩАЯ ДОЛЯ УЧАСТИЯ | ВСЕГО КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ |
|--|---|----------------------|----------------------|-----------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| | АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ | СОБСТВЕННЫЕ АКЦИИ | ЭМИССИОННЫЙ ДОХОД | НЕРАСПРЕДЕЛЕННАЯ ПРИБЫЛЬ | ИТОГО СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ | | |
| ОСТАТОК НА 1 ЯНВАРЯ 2025 ГОДА | 12 640 | (2 873) | 7 281 | 9 326 | 26 374 | 308 | 26 682 |
| Увеличение доли в дочернем предприятии | - | - | - | - | - | (2) | (2) |
| Приобретение дочерней организации | - | - | - | - | - | 165 | 165 |
| Дивиденды | - | - | - | (4 417) | (4 417) | (17) | (4 434) |
| Выплаты на основе акций к выплате | - | 37 | (37) | - | - | - | - |
| Резерв под выплаты на основе акций | - | - | 147 | - | 147 | - | 147 |
| Выкуп и продажа собственных акций | - | (1 058) | (4 306) | - | (5 364) | - | (5 364) |
| ИТОГО ОПЕРАЦИИ С АКЦИОНЕРАМИ | - | (1 021) | (4 196) | (4 417) | (9 634) | 146 | (9 488) |
| Чистая прибыль и совокупный доход за период | - | - | - | 5 130 | 5 130 | 39 | 5 169 |
| ОСТАТОК НА 31 ДЕКАБРЯ 2025 ГОДА | 12 640 | (3 894) | 3 085 | 10 039 | 21 870 | 493 | 22 363 |
| ОСТАТОК НА 1 ЯНВАРЯ 2024 ГОДА | 1 580 | (357) | 5 192 | 19 891 | 26 306 | 291 | 26 597 |
| Дивиденды | - | - | - | (4 075) | (4 075) | (1) | (4 076) |
| Увеличение Акционерного капитала | 11 060 | - | - | (11 060) | - | - | - |
| Выпуск дополнительных акций | - | (2 533) | 2 533 | - | - | - | - |
| Выплаты на основе акций к выплате | - | 2 | (2) | - | - | - | - |
| Резерв под выплаты на основе акций | - | - | 147 | - | 147 | - | 147 |
| Выкуп и продажа собственных акций | - | 15 | (589) | - | (574) | - | (574) |
| ИТОГО ОПЕРАЦИИ С АКЦИОНЕРАМИ | 11 060 | (2 516) | 2 089 | (15 135) | (4 502) | (1) | (4 503) |
| Чистая прибыль и совокупный доход за период | - | - | - | 4 570 | 4 570 | 18 | 4 588 |
| ОСТАТОК НА 31 ДЕКАБРЯ 2024 ГОДА | 12 640 | (2 873) | 7 281 | 9 326 | 26 374 | 308 | 26 682 |



КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ
ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ
ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

| | 2025 ГОД | 2024 ГОД |
|---|-----------------|----------------|
| Операционная прибыль | 14 143 | 12 345 |
| ПОПРАВКИ: | | |
| Амортизация основных средств, нематериальных активов и активов в форме права пользования | 7 061 | 6 313 |
| (Прибыль) / убыток от выбытия основных средств | (153) | 4 |
| Выплаты, основанные на акциях | 147 | 147 |
| Прочие неденежные операции | (109) | 110 |
| ИЗМЕНЕНИЯ В ОБОРОТНОМ КАПИТАЛЕ: | | |
| Увеличение запасов | (4 170) | (4 582) |
| (Увеличение)/Уменьшение дебиторской задолженности | (3 228) | 2 519 |
| Увеличение кредиторской задолженности | 7 439 | 5 747 |
| ПОТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | 21 130 | 22 603 |
| Уплаченные проценты и оплата расходов на привлечение финансирования | (7 267) | (5 890) |
| Налог на прибыль уплаченный | (1 572) | (1 396) |
| ЧИСТЫЙ ПОТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | 12 291 | 15 317 |
| ПОТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | | |
| Приобретение дочерних компаний и неконтролирующей доли участия | (2 500) | - |
| Приобретение основных средств и нематериальных активов | (3 728) | (3 243) |
| Выбытие основных средств и нематериальных активов | 4 | 50 |
| ЧИСТЫЙ ПОТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | (6 224) | (3 193) |
| ПОТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | | |
| Выкуп собственных акций, нетто | (5 328) | (331) |
| Дивиденды | (4 417) | (6 371) |
| Погашение арендных обязательств | (3 698) | (3 156) |
| Поступления от кредитов и облигаций | 7 042 | 39 017 |
| Погашение кредитов и облигаций | (3 865) | (22 185) |
| ЧИСТЫЙ ПОТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | (10 266) | 6 974 |
| ПОТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | | |
| ЧИСТОЕ (УМЕНЬШЕНИЕ)/ УВЕЛИЧЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ | (4 199) | 19 098 |
| Денежные средства и их эквиваленты на начало года | 22 521 | 3 423 |
| ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ЭКВИВАЛЕНТЫ НА КОНЕЦ ГОДА | 18 322 | 22 521 |

A large, faint, stylized leaf logo is centered on the page. It consists of two symmetrical, curved shapes that meet at the top and bottom, forming a central diamond-like negative space. The logo is rendered in a lighter shade of blue than the background.

NOVABEV
GROUP