



Обзор рынка пива Республики Беларусь

Данный обзор был подготовлен инвестиционно-консалтинговой компанией EnterInvest совместно с юридической фирмой SORAINEN

Июнь 2013



БЕЛАРУСЬ ЛИТВА ЛАТВИЯ ЭСТОНИЯ

Потребление

Регулярное повышение ставки акциза на пиво с 350 рублей в 2011 году до 2580 в конце 2012 года привело к снижению потребления пива на 6% до 47,8 млн. дал. В-стоимостном выражении рынок, напротив, вырос до 587,4 млн. долларов США (так как темпы роста цен опережали темпы снижения потребления), но всё ещё не достиг уровня 2008 года в 605,8 млн. долларов США.

Производство

Снижение спроса, вызванное быстрым ростом цен на пиво, и восстановление объёмов импортного пива негативно сказались на объёме производства белорусских пивоваров, который сократился по сравнению с 2011 годом на 9% до 42,7 млн. дал.

Экспорт

Более 90% экспорта белорусского пива направляется в Россию и Литву. Темп роста поставок пива из Беларуси в эти страны превышает темп роста совокупного импорта пива в названные страны. Это говорит об увеличении интереса к белорусской продукции за рубежом, в первую очередь из-за сравнительно низкой цены.

Импорт

Отмена лицензирования украинского пива, значительное увеличение поставок российского пива, а также улучшение благосостояния населения поспособствовали восстановлению объёмов импорта в стоимостном выражении до докризисного уровня; объём импорта в 2012 году составил 73,5 млн. долларов США.

Игроки

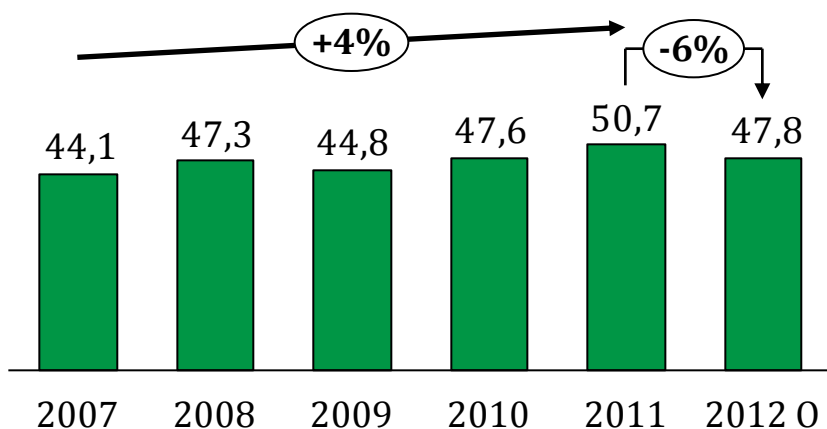
Основными игроками на рынке пива являются 4 отечественных производителя – ОАО «Криница», ИЗАО «Пивоварни Хайнекен», ОАО «Оливария» и ОАО «Лидское пиво». Их общая доля на рынке составляет более 70%.

- I. Исследование потребления**
- II. Исследование производства**
- III. Исследование экспорта**
- IV. Исследование импорта**
- V. Исследование структуры рынка**
- VI. Исследование игроков**
- VII. Юридический обзор отрасли**

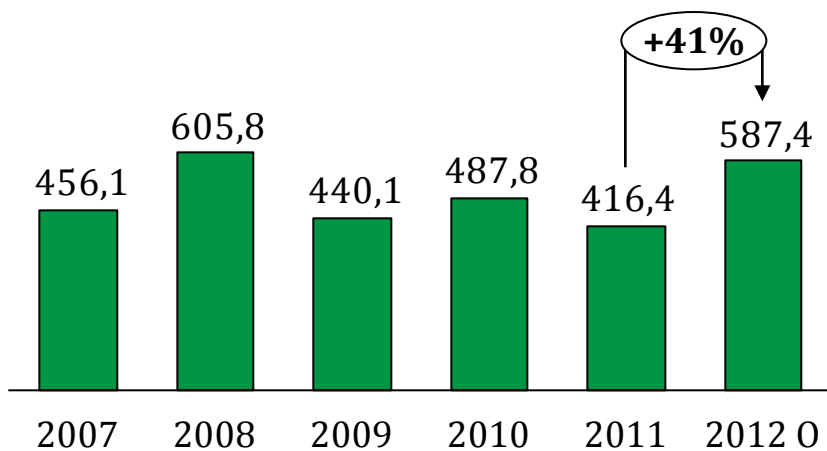
В 2012 году рынок пива в натуральном выражении сократился на 6%, а в стоимостном вырос на 41% к уровню 2011 года

Потребление

Объём продаж пива, млн. дал



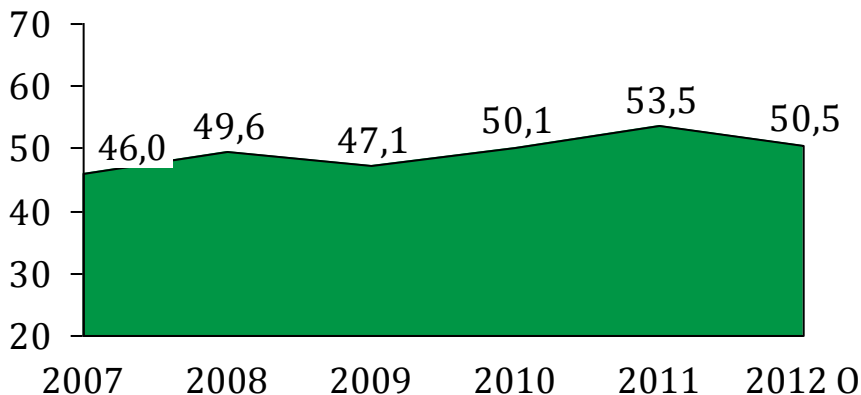
Объём продаж пива, млн. долл.



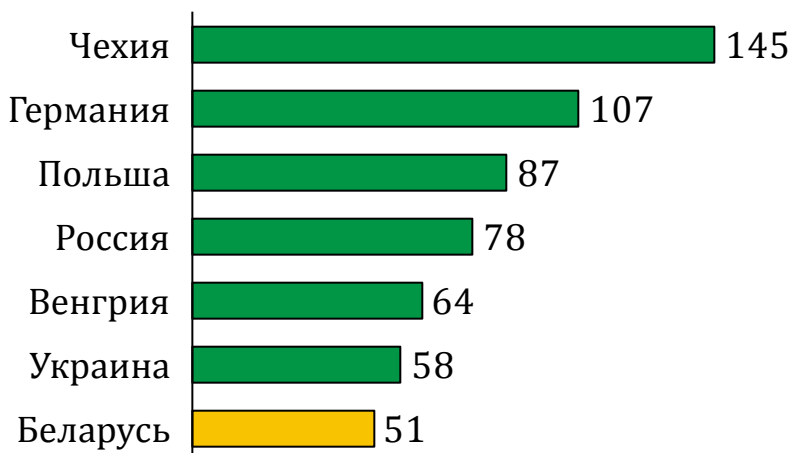
Комментарий

- » В 2012 году объём продаж пива в натуральном выражении сократился на 6% по сравнению с 2011 и составил 47,8 млн. дал. Основной причиной уменьшения стал значительный рост цен на пиво, обусловленный существенным повышением ставки акциза.
- » В денежном выражении в 2012 году рынок увеличился на 41% и составил 587,4 миллионов долларов США против 416,4 миллионов долларов США в 2011. Основными факторами роста являются увеличение цен и восстановление уровня благосостояния населения Беларуси, что обеспечило не такое серьёзное падение спроса.

Потребление пива на душу населения в РБ, л



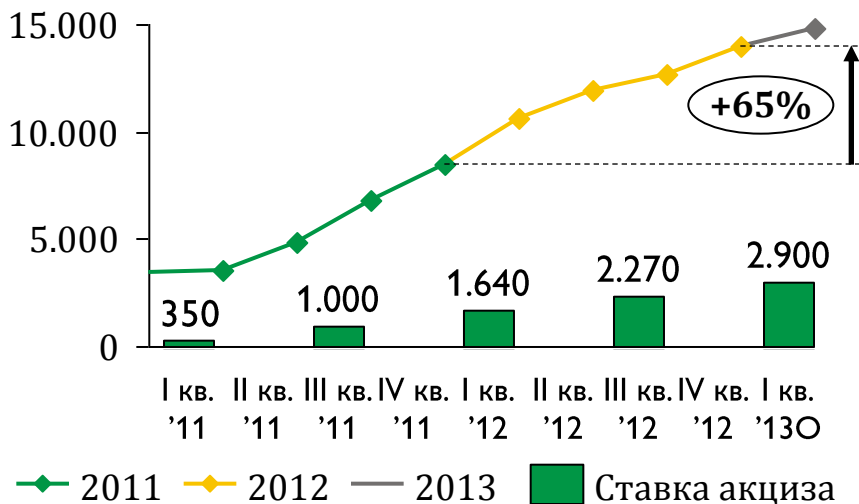
Потребление пива на душу населения, л



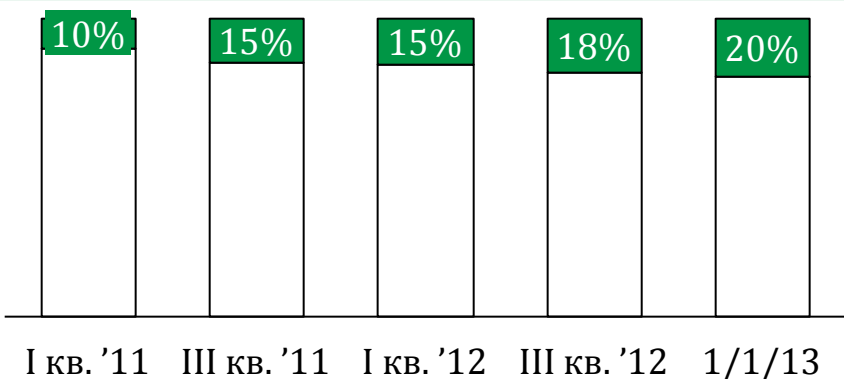
Комментарий

- » С 2007 по 2011 год в Беларуси рос уровень потребления пива на душу населения и в 2011 году достиг максимума, составив 53,5 литров в год. Падение спроса в 2009 году было вызвано введением ограничения на распитие спиртных напитков в общественных местах.
- » В 2012 году данный показатель сократился до 50,5 литров по причине роста цен.
- » По потреблению пива на душу населения в год Беларусь отстает от своих соседей (России и Украины) и еще больше от стран Западной Европы, что говорит о существовании потенциала роста.
- » Однако дальнейшее повышение ставки акциза и определённые ограничения (рекламы, мест продажи и употребления) могут отрицательно сказаться на потенциальном росте потребления. Аналогичная ситуация уже наблюдается на российском рынке пива.

Средняя цена 1 литра пива и ставка акциза на литр пива, руб.



Доля акциза в цене 1 литра пива, %

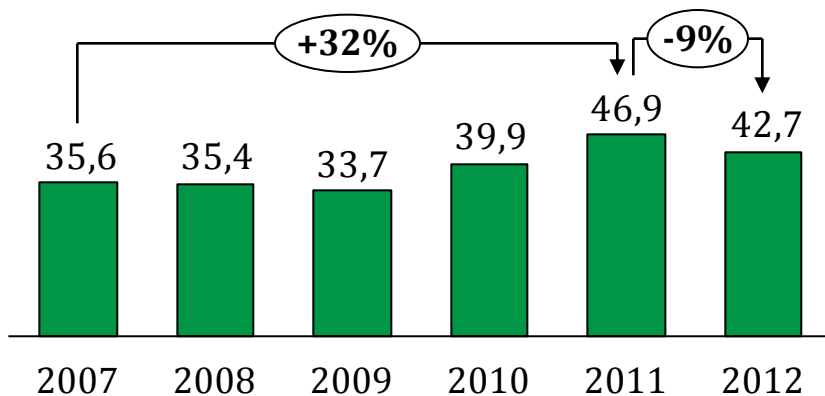


Комментарий

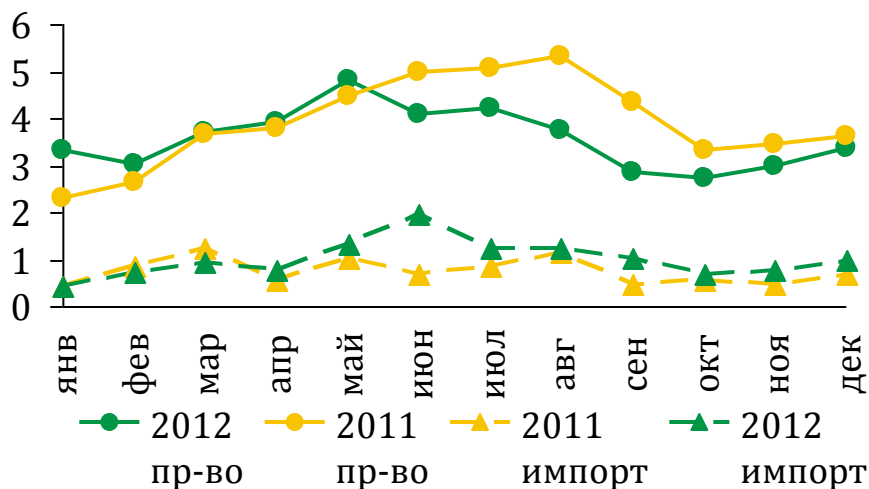
- » Постоянное увеличение ставки акциза на протяжении 2012 года было причиной быстрого роста цен на пивную продукцию.
- » На 1 января 2013 года ставка акциза составляла 2900 рублей за литр, а доля акциза в стоимости литра пива составила в среднем около 20%, что на 10 п. п. выше данного значения в начале 2011 года.
- » В 2012 году в связи с повышением ставки акциза, цена на пиво росла быстрее инфляции. Таким образом, рост цен на пиво в этом году составил 65% , а инфляции – 21,8%.
- » Дальнейший рост ставки акциза и, соответственно, цены будет сдерживать рост потребления пива в Беларуси.

Производство

Объем производства пива, млн. дал



Сезонность в производстве и импорте пива, млн. дал



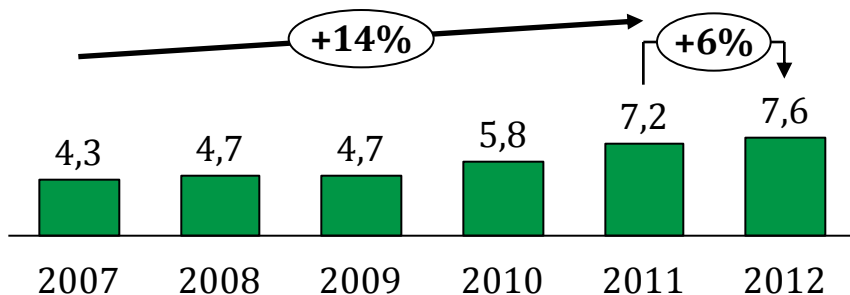
Комментарий

- » В период с 2007 по 2011 год объем производства пива в Беларуси вырос на 32% до 46,9 млн. дал.
- » Рост производства обеспечивался за счет увеличения выпуска продукции четырьмя основными игроками: ОАО «Криница», ОАО «Оливария», ОАО «Лидское пиво», ИЗАО «Пивоварни «Хайнекен».
- » В 2012 году объем производства сократился на 9% до 42,7 млн. дал. Основной причиной является рост цен на продукцию, который стимулируется выравниванием ставки акциза на пиво в рамках Единого экономического пространства России, Беларуси и Казахстана.
- » Отмена лицензирования украинского пива и увеличение поставок из России также негативно отразились на объеме производства.

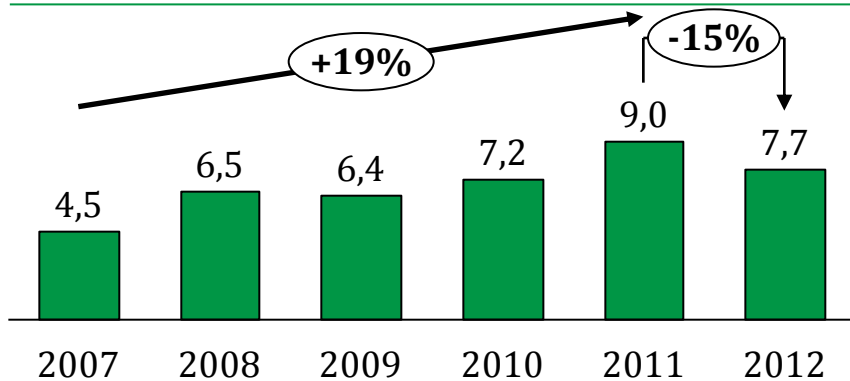
... в то время как до 2012 года все крупнейшие пивоваренные компании, кроме ОАО «Криница», наращивали объёмы производства в среднем на 14-19% ежегодно

Производство

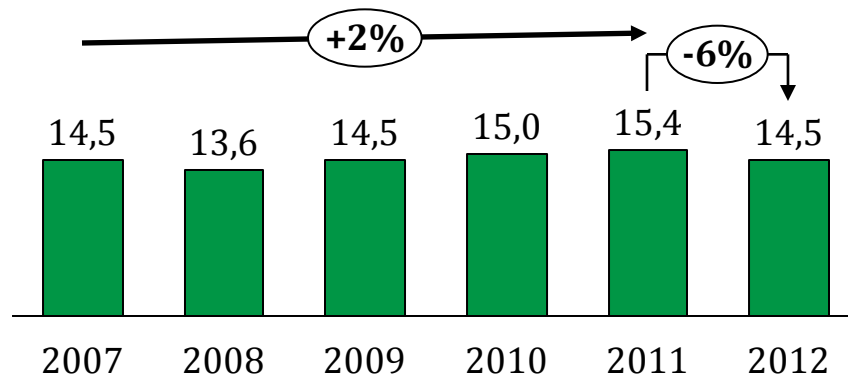
Объёмы производства ОАО «Лидское пиво»,
млн. дал



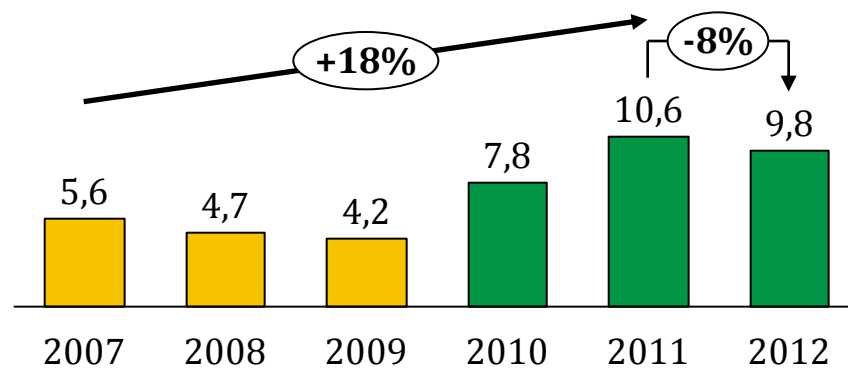
Объёмы производства ОАО «Пивзавод «Оливария», млн. дал



Объёмы производства ОАО «Криница»,
млн. дал



Объёмы производства ИЗАО «Пивоварни «Хайнекен»*, млн. дал

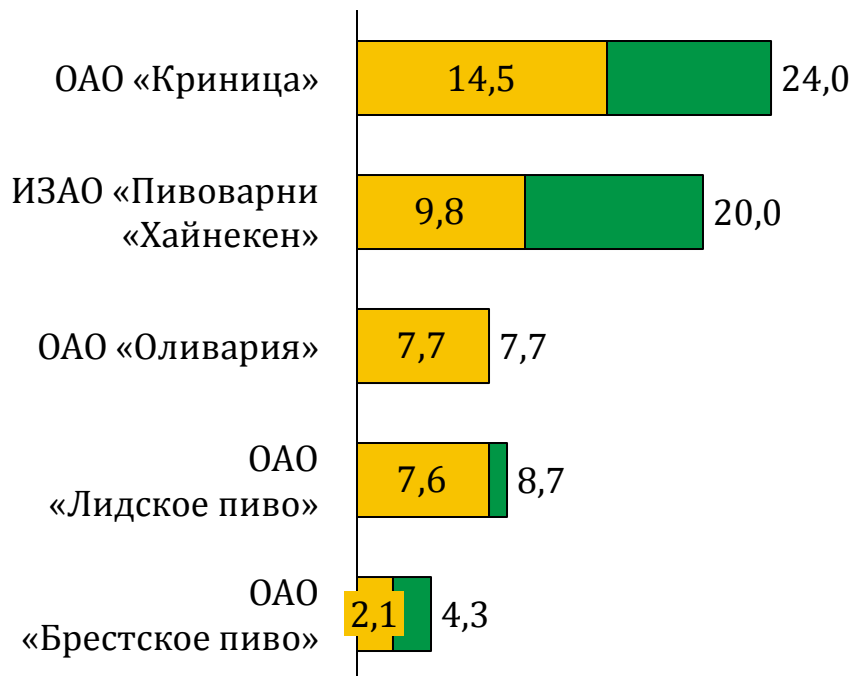


■ ПК «Сябар» ■ ИЗАО «Пивоварни «Хайнекен»

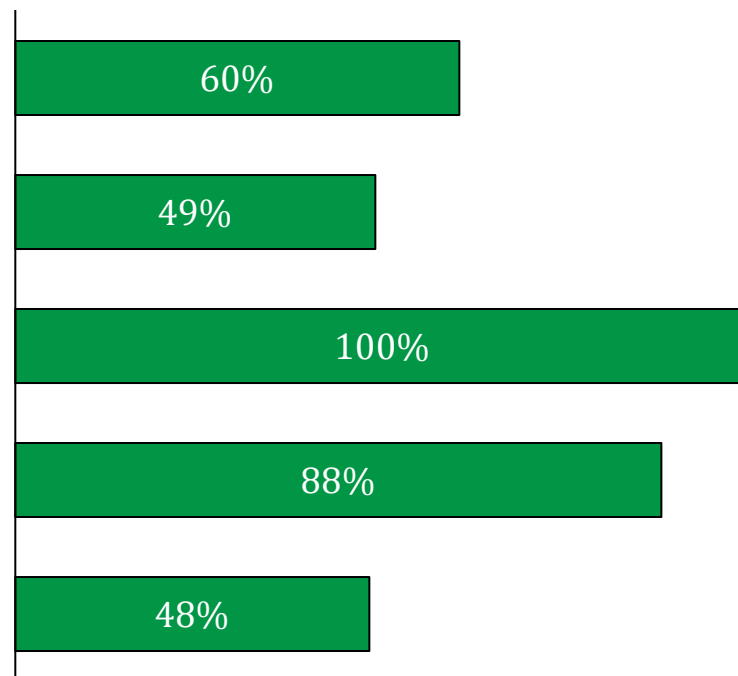
* - в 2007 году ПК «Сябар» вошла в состав Heineken N.V., став ИЗАО «Пивоваренная компания «Сябар», а в 2010 компания «Сябар» была переименована в ИЗАО «Пивоварни «Хайнекен»



В 2012 «Брестское пиво» и «Пивоварни «Хайнекен» были загружены наполовину, «Криница» на 60%, в отличие от «Оливарии» и «Лидского пива», коэффициенты загрузки мощностей которых составили 100% и 88% соответственно

Объём производства пива в 2012 году, млн. дал

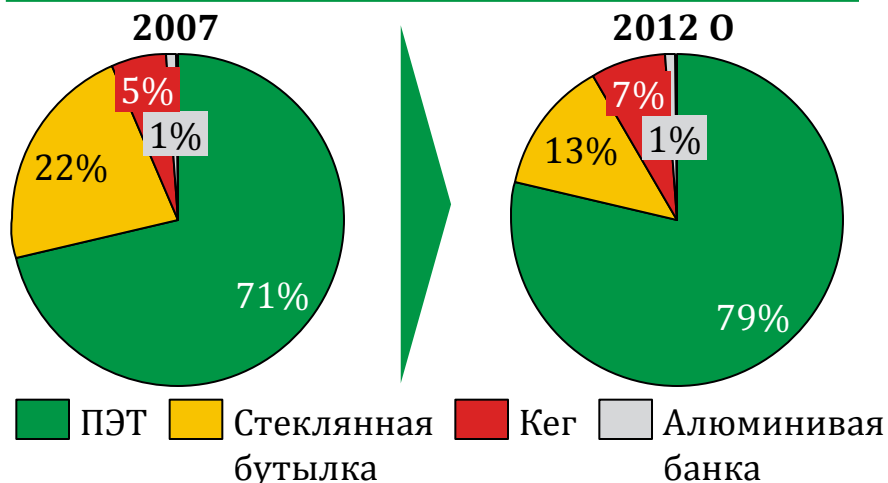


Коэффициент загрузки мощностей, %

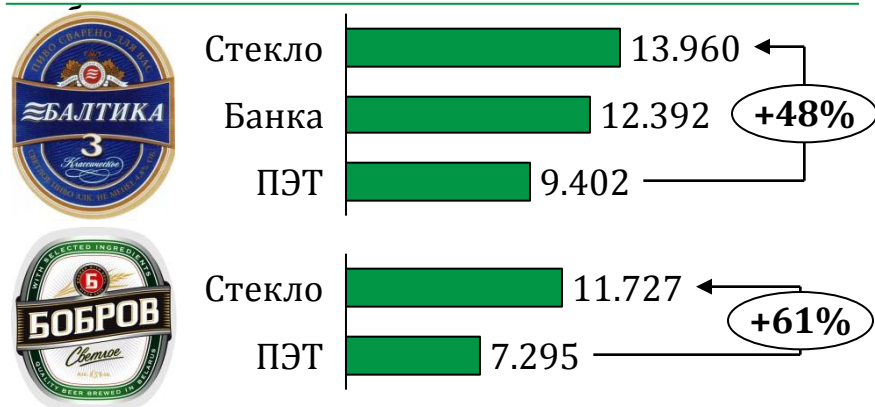


 Производственные мощности предприятий
 Объём производства за 2012 год

Структура реализации пива белорусскими компаниями по видам тары, %



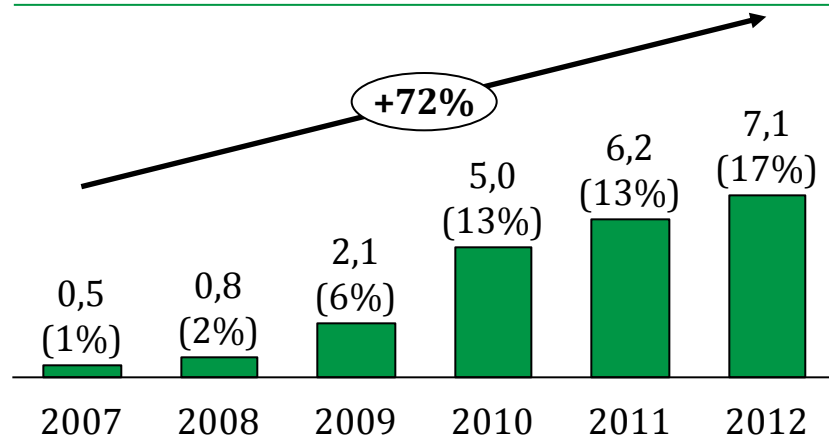
Средняя цена одного литра пива в 2012 году в различных видах тары разного объёма,



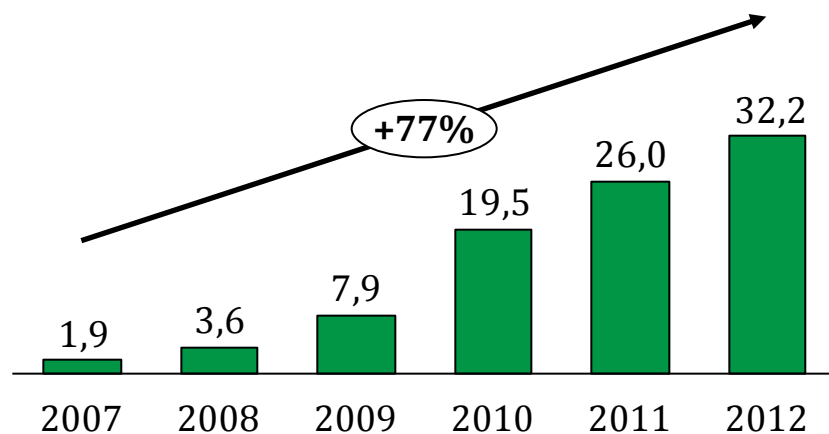
Комментарий

- » Пластиковая бутылка является самой востребованной тарой для пива у белорусских производителей.
- » Её доля в объёме реализации белорусскими компаниями выросла с 71% в 2007 до 79% в 2012 гг.
- » Рост доли ПЭТ происходит за счёт сокращения доли реализации пива в стеклянных бутылках. В первую очередь это вызвано тем, что в ПЭТ средняя цена литра пива на 40-60% дешевле чем средняя цена такого же пива в стеклянной бутылке.
- » В 2012 году «Росалкогольрегулирование» рассматривало введение запрета на продажу пива в пластиковой упаковке в странах Таможенного союза, но к концу года от этой идеи отказались. Введения данного запрета с большой вероятностью оказало бы негативное воздействие на объёмы реализации пива в Беларуси.

Объём экспорта пива и его доля в производстве, млн. дал / (%)



Объём экспорта пива, млн. долл. США



Комментарий

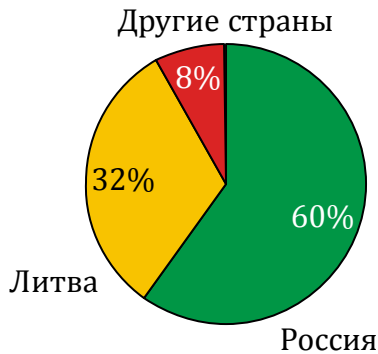
- » Доля экспорта в производстве увеличилась с 1% в 2007 году до 17% в 2012.
- » Основными импортёрами белорусского пива являются Россия и Литва.
- » Heineken и Carlsberg, которым принадлежат ИЗАО «Пивоварни Хайнекен» и ОАО «Оливария», имеют собственные дочерние предприятия на экспортных рынках и не рассматривают варианты экспорта продукции.
- » Отсутствие маркетинговой поддержки в странах-импортёрах не позволяет другим белорусским производителям в достаточной мере конкурировать на иностранных рынках, что и является основным сдерживающим фактором роста экспорта.
- » Основным конкурентным преимуществом белорусского пива на экспортном рынке является низкая цена.

Основными импортёрами белорусского пива являются Россия и Литва, где его доля в натуральном выражении составляет 14% и 28% соответственно

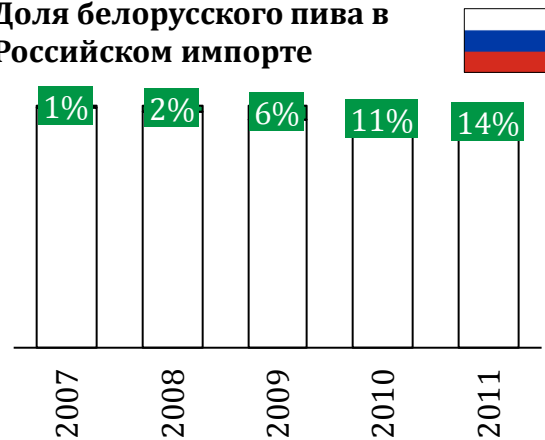
Экспорт

Внешняя торговля пивом, млн. дал

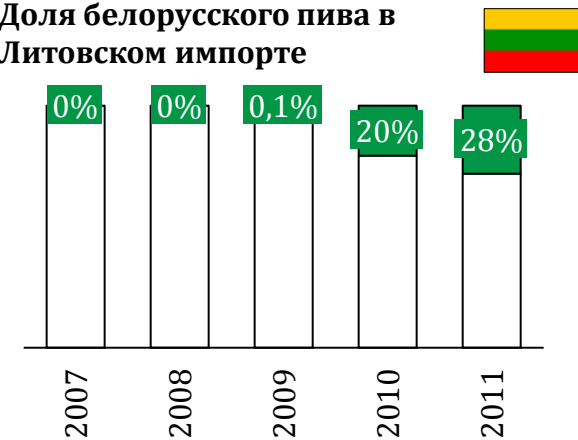
Структура белорусского экспорта



Доля белорусского пива в Российском импорте



Доля белорусского пива в Литовском импорте

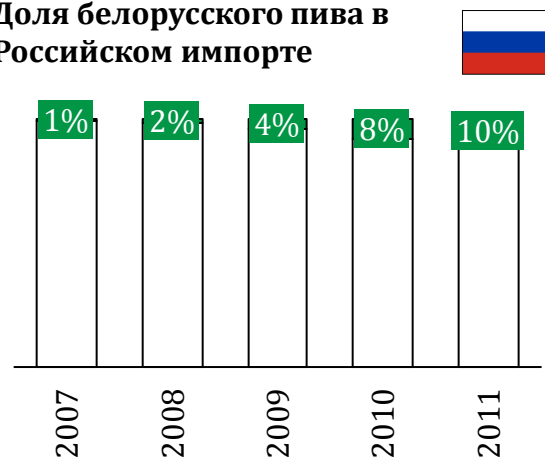


Внешняя торговля пивом, млн. долл

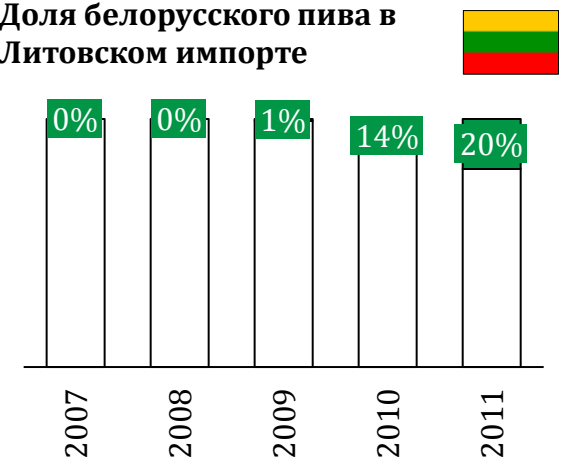
Структура белорусского экспорта



Доля белорусского пива в Российском импорте



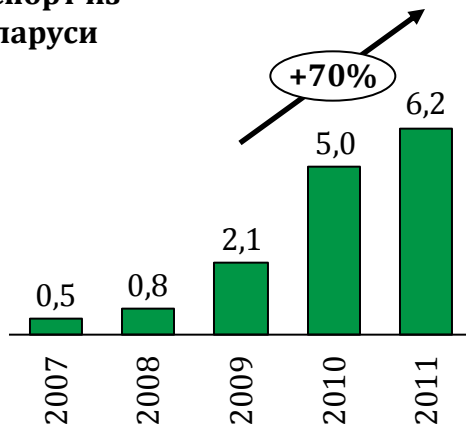
Доля белорусского пива в Литовском импорте



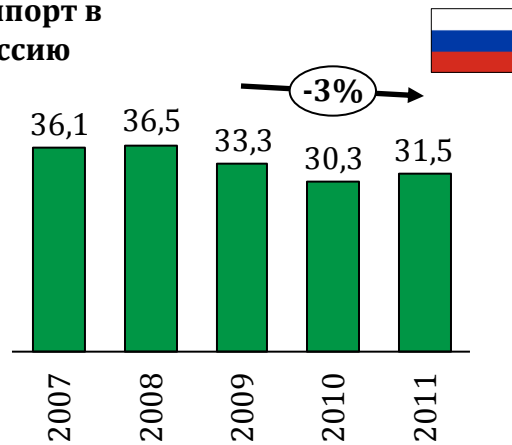
Экспорт

Внешняя торговля пивом, млн.дал.

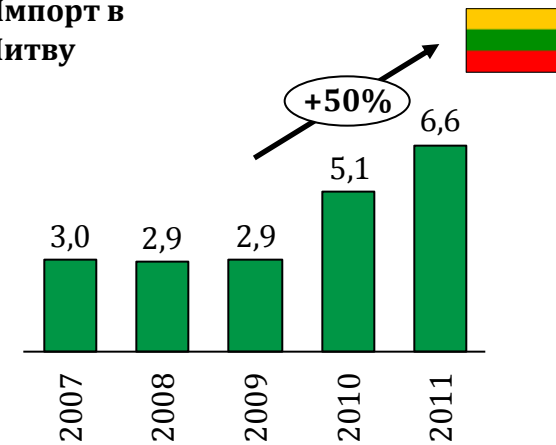
Экспорт из Беларуси



Импорт в Россию

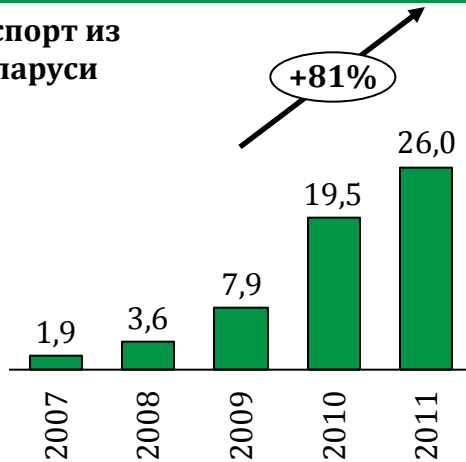


Импорт в Литву

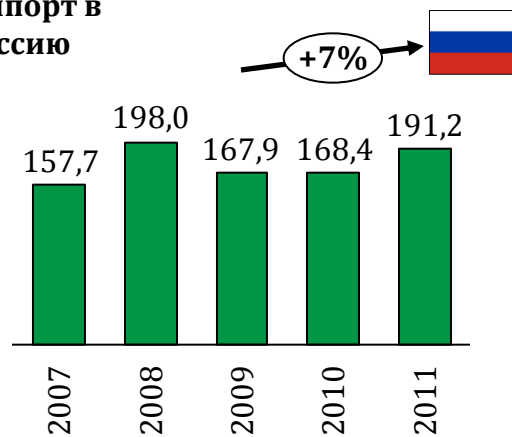


Внешняя торговля пивом, млн. долл.

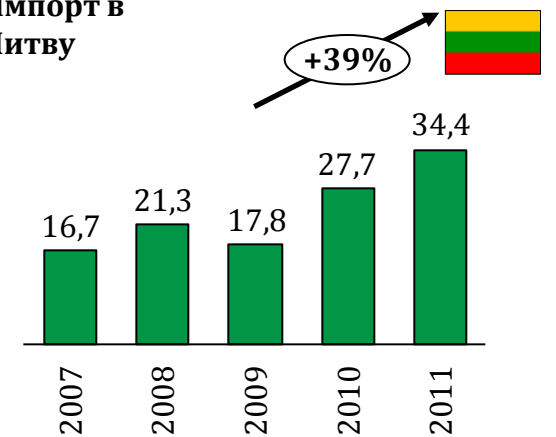
Экспорт из Беларуси



Импорт в Россию

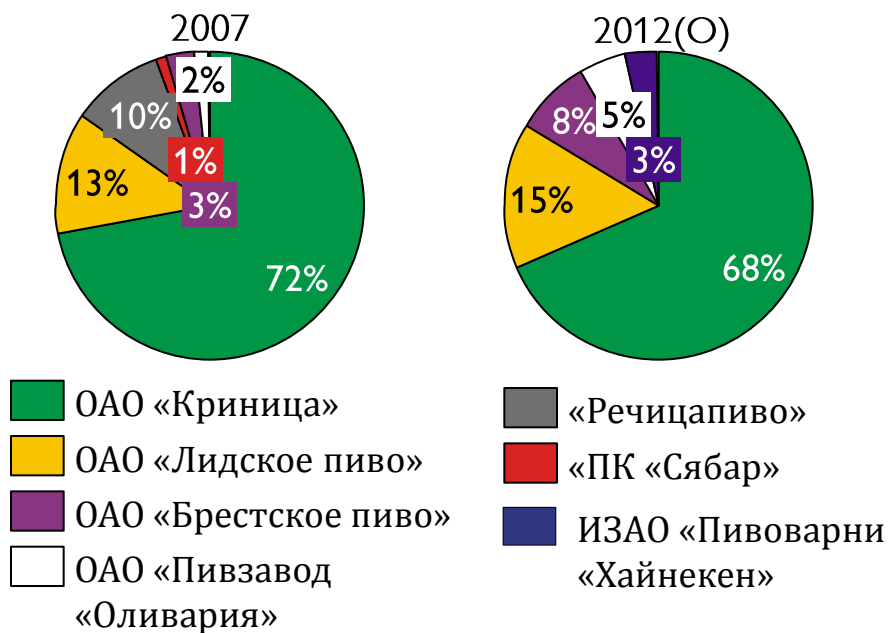


Импорт в Литву



Экспорт

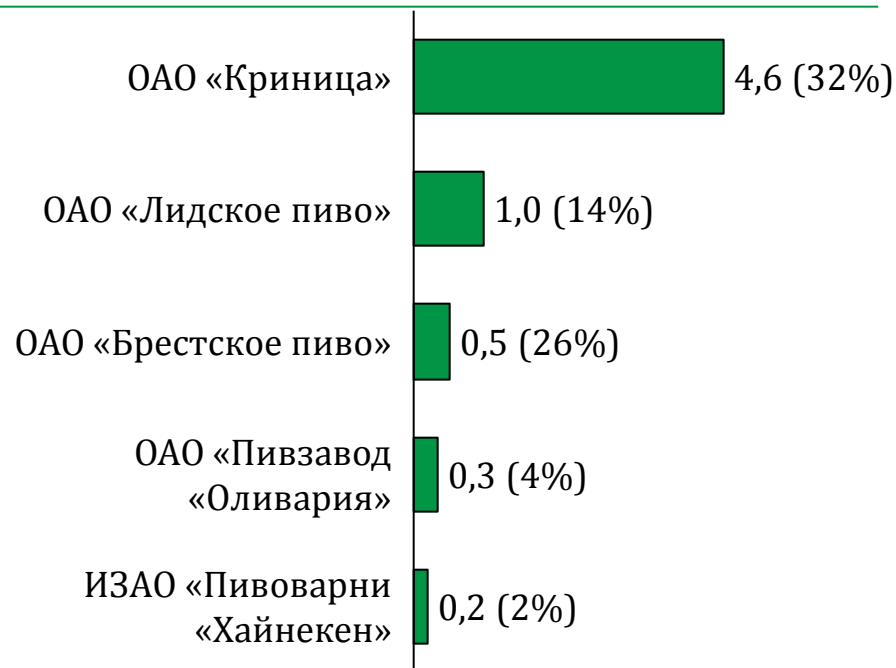
Структура экспорта в разрезе компаний, %



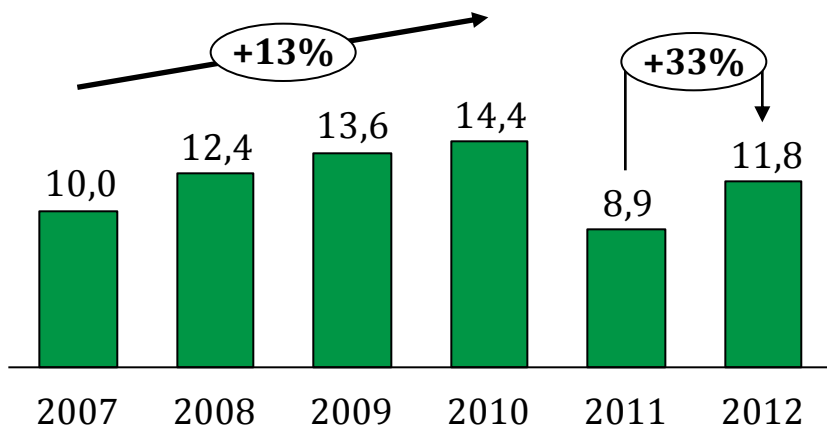
Комментарий

- » Лидером по экспорту пива как в 2007, так и в 2012 году с практически неизменной долей в общем объёме экспорта является компания ОАО «Криница». Основным приоритетом для компании на данный момент является увеличение поставок на экспорт.
- » С момента преобразования компании «ПК «Сябар» в ИЗАО «Пивоварни «Хайнекен» и присоединения к данной группе компании «Речицапиво» их суммарная доля в объёме экспорта сократилась, что связано с целью группы компаний в первую очередь завоевать лидерство на внутреннем рынке.

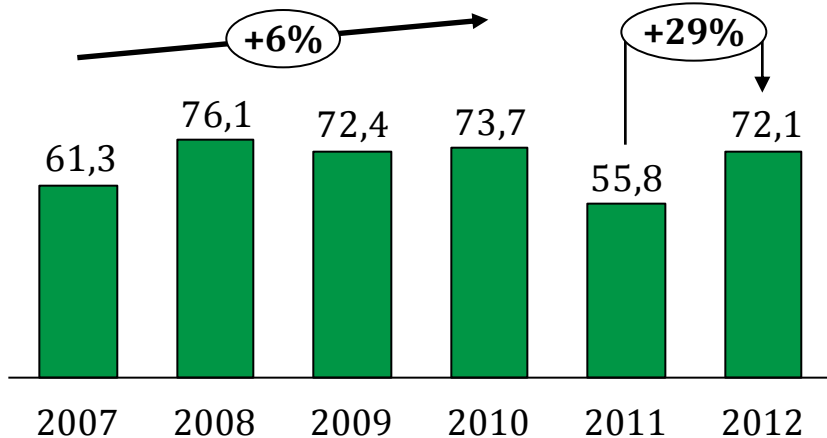
Объемы экспорта основных игроков в 2012 году, млн. дал. (% от объема производства)



Объём импорта пива, млн. дал



Объём импорта пива, млн. долл. США



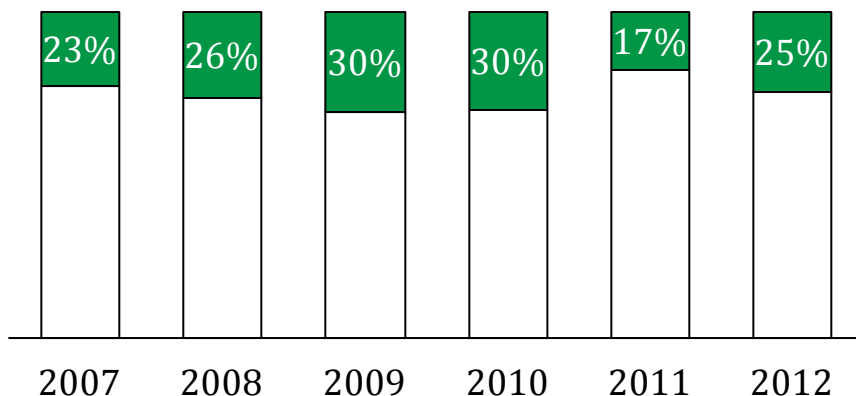
Комментарий

- » Среднегодовой темп роста импорта пива в натуральном выражении в период с 2007 по 2010 год составил 13%, в стоимостном выражении – 6%.
- » Значительное сокращение объёмов импорта в 2011 году связано с невозможностью покупки валюты на бирже, девальвацией национальной валюты и резким удорожанием импортной продукции по сравнению с отечественной. Введение лицензирования украинского пива в виде установления минимальных цен также негативно отразилось на объёме импорта.
- » В 2012 объём рынка в натуральном выражении вырос на 33% до 11,8 млн. дал, а в стоимостном выражении практически восстановился до уровня докризисного периода и составил 72,1 млн. долларов США.

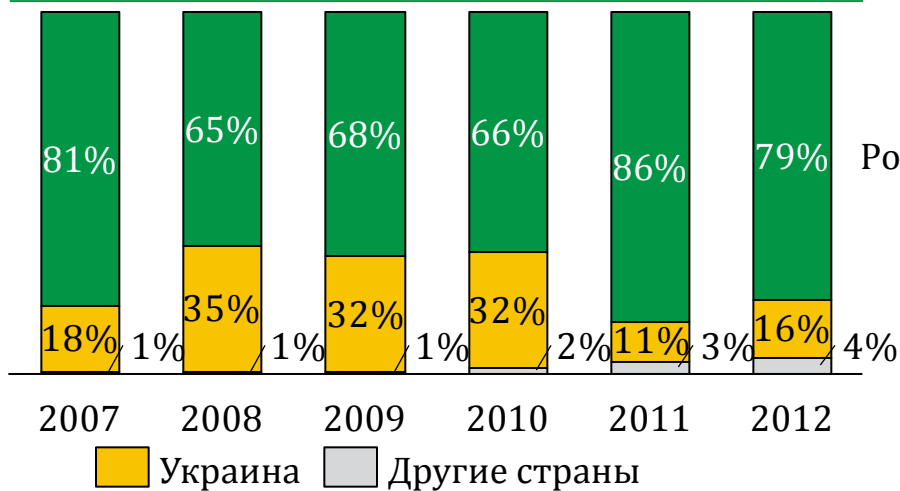
Доля импортного пива в объёме продаж составляет около 25%

Импорт

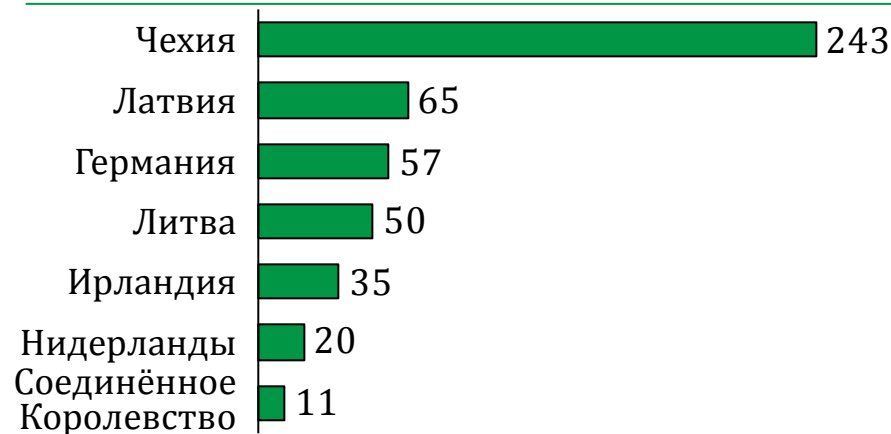
Доля импорта пива в объёме продаж в натуральном выражении, %



Структура импорта пива в натуральном выражении по странам, %



Основные экспортёры пива в Беларусь из Западной Европы, тыс. дал.

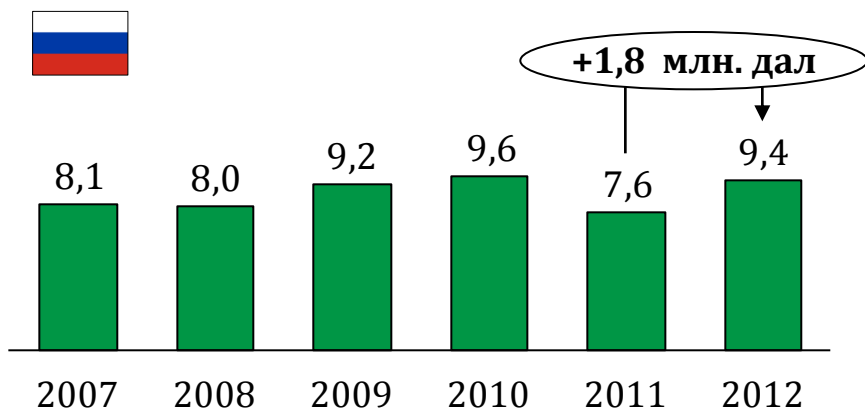


Комментарии

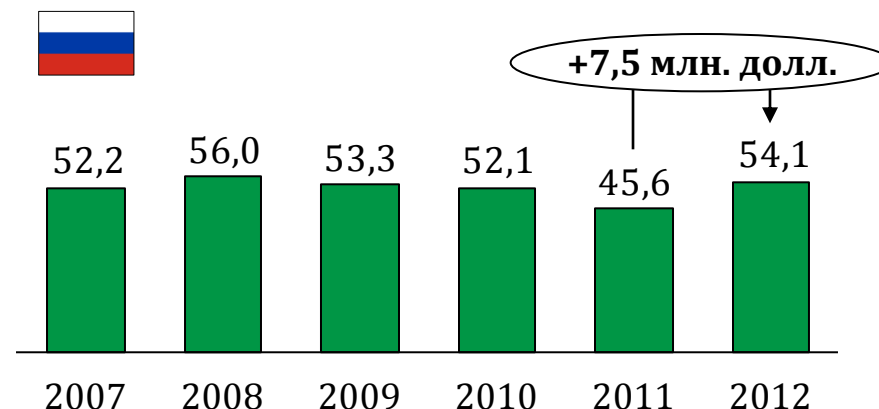
- » В объёме продаж пива в Беларуси доля импортной продукции занимает около четверти, исключением был 2011 год.
- » Около 96% всего иностранного пива импортируется в Беларусь из двух государств: России и Украины.
- » Импорт пива из Западной Европы всё ещё находится на небольшом уровне, но в последние годы он показывает значительный прирост.

Импорт

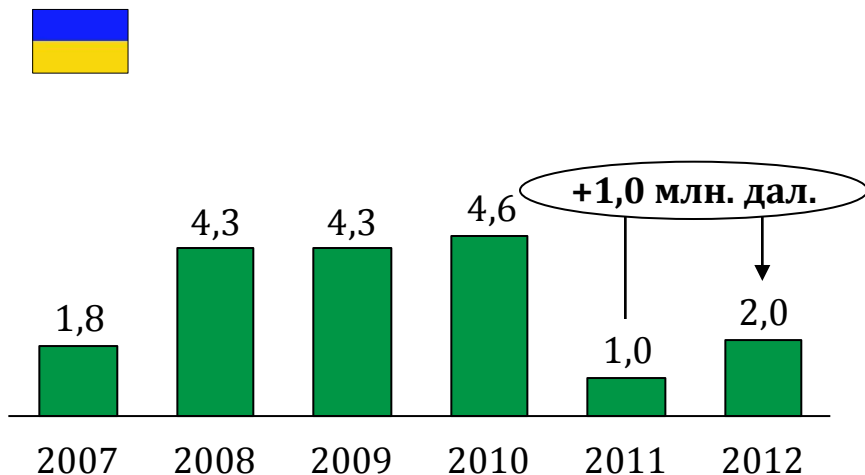
Объём импорта пива из России, млн. дал



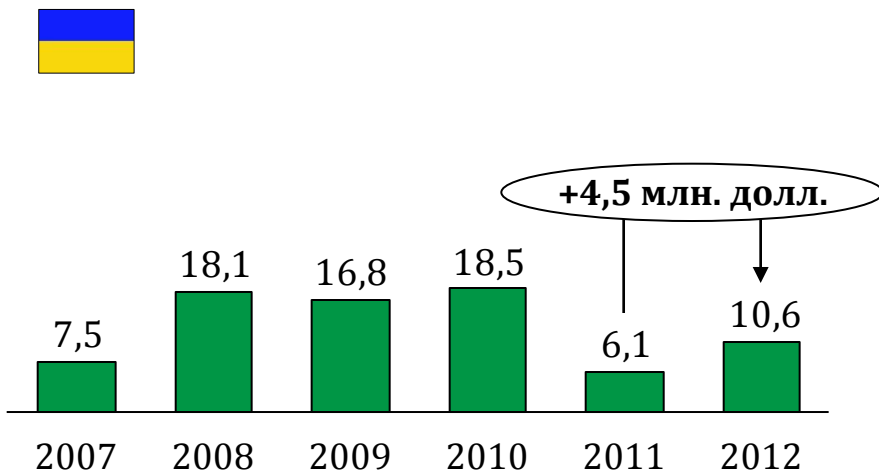
Объём импорта пива из России, млн. долл. США



Объём импорта пива из Украины, млн. дал

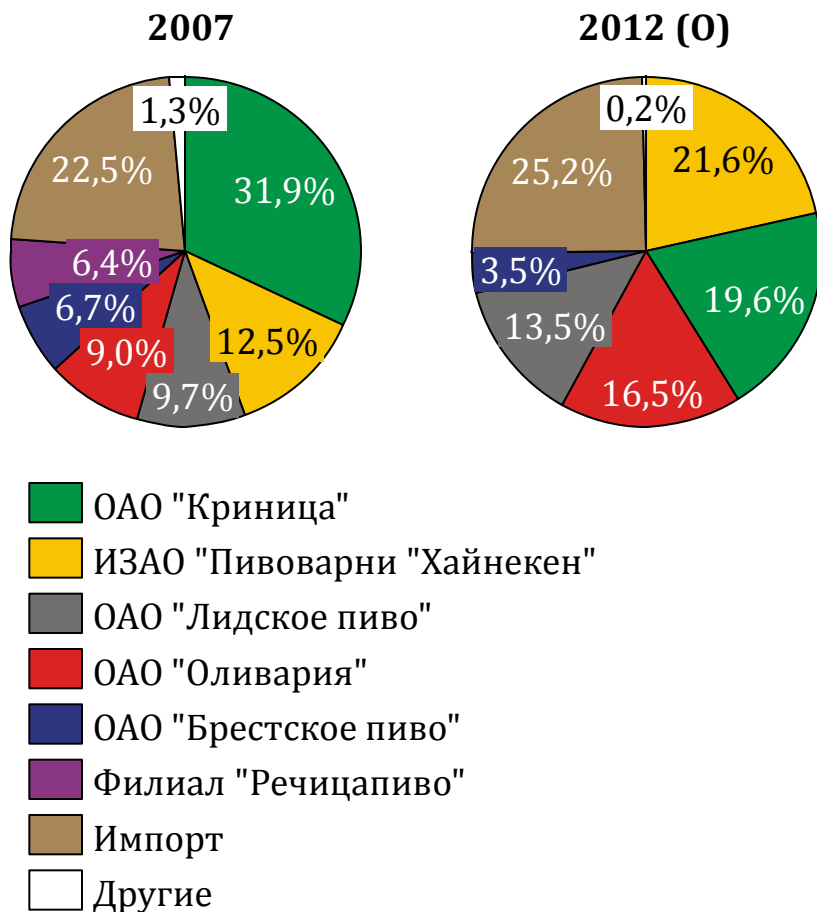


Объём импорта пива из Украины, млн. долл. США



Лидером на рынке пива Беларуси с долей около 22% является ИЗАО «Пивоварни «Хайнекен», сменившее предыдущего лидера ОАО «Криница» в 2010 году

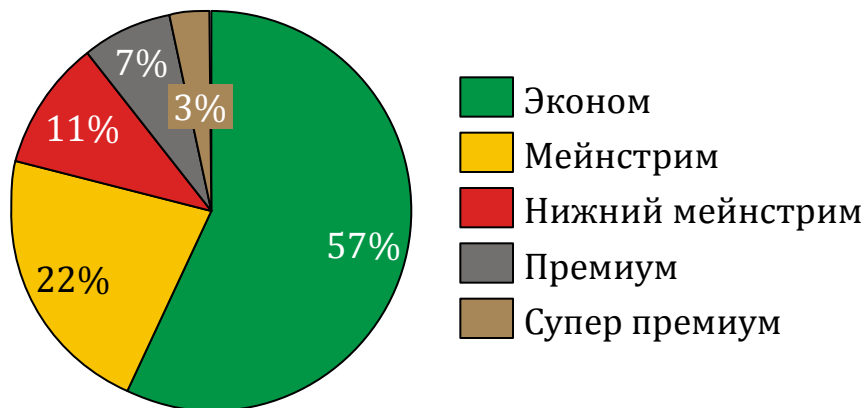
Структура пивного рынка РБ в разрезе поставщиков, %



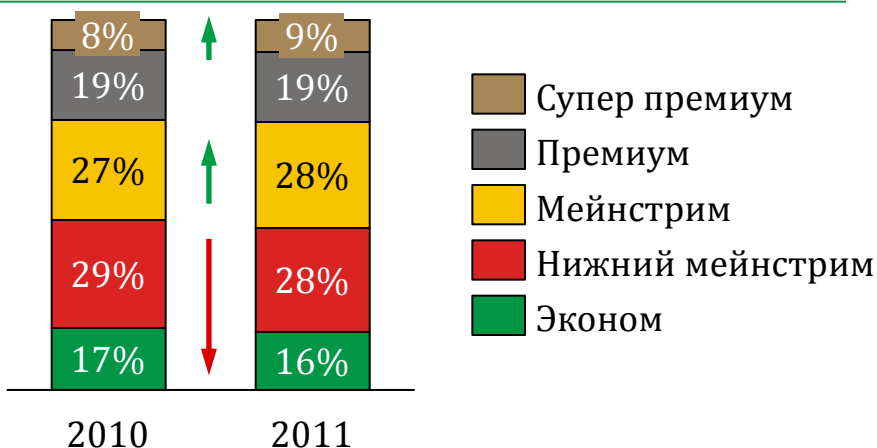
Комментарий

- » Ключевыми игроками на рынке пива Беларуси являются 4 отечественных производителя: ОАО «Криница», ИЗАО «Пивоварни «Хайнекен», ОАО «Оливария» и ОАО «Лидское пиво». Их суммарная доля на рынке выросла с 63,1% в 2007 до 71,1% в 2012 году.
- » Доля ОАО «Криница» на рынке сократилась на 12,3 п. п. за 5 лет в основном за счёт агрессивной политики основных конкурентов. и развития предприятием экспортного направления.
- » ИЗАО «Пивоварни «Хайнекен» в период с 2008 по 2010 годы осуществило модернизацию заводов в Бобруйске и Речице для их вывода на мировой уровень. Данные мероприятия в совокупности с активной маркетинговой и ценовой политикой позволило предприятию занять 1 место среди конкурентов.
- » Доля ОАО «Оливария» на рынке увеличилась на 7,5 п.п., что связано с входом предприятия в состав Carlsberg Group и проведением новыми акционерами нескольких этапов модернизации, а так же производством новых пивных брендов.

Структура рынка пива по ценовым сегментам в Беларуси в 2012 году, %



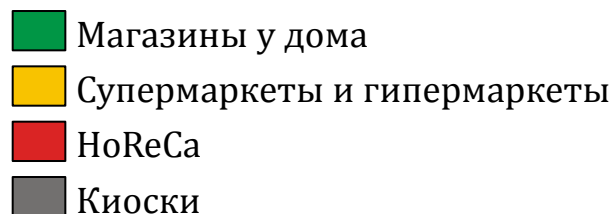
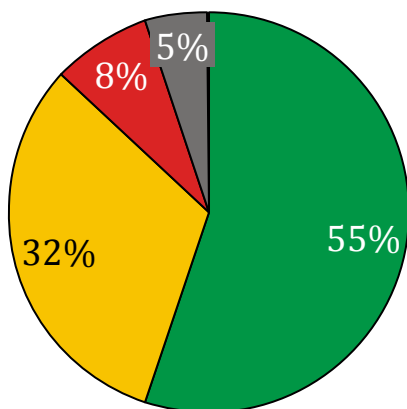
Структура рынка пива по ценовым сегментам в России, %



Комментарий

- » На данный момент самым крупным сегментом на рынке пива является эконом с долей равной 57%.
- » Все белорусские производители ориентируются на данный сегмент, но наиболее привлекательным он является для государственных предприятий «Криница» и «Брестское пиво», которым все сложнее конкурировать с частными компаниями в более дорогих ценовых сегментах.
- » При повышении ставки акциза существует вероятность небольшого изменения в структуре рынка: уменьшение доли низкого ценового сегмента за счет увеличения сегментов более дорогой и рентабельной продукции. Данная тенденция уже наблюдается в России.
- » Так как ставка акциза это фиксированная сумма в конечной цене продукции, производителям выгоднее выпускать и продавать более дорогое пиво, в цене которого ставка занимает меньшую долю и, соответственно, не так заметна для потребителя.

Структура рынка пива по каналам реализации, %

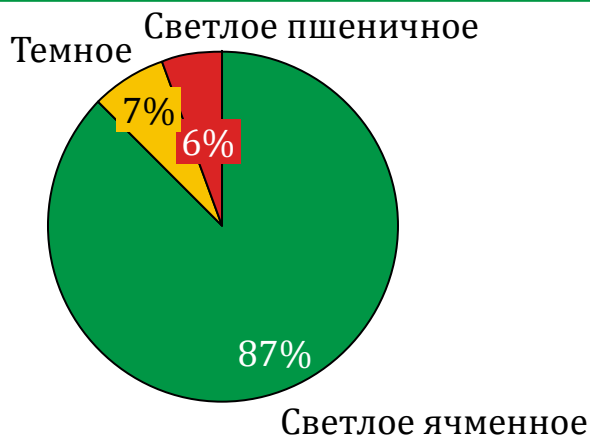


Комментарий

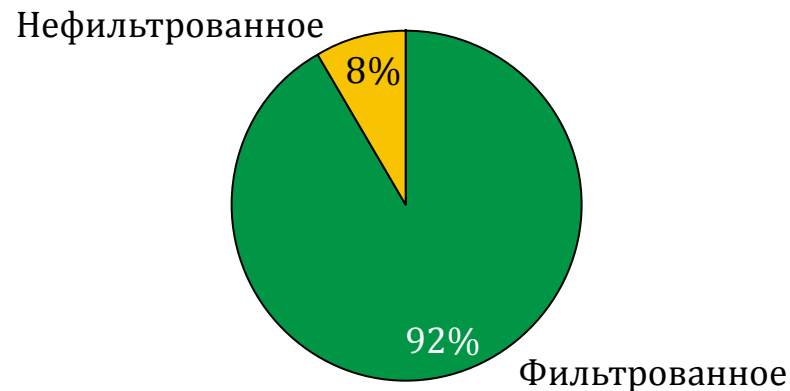
- » 55% от всего объёма реализации пива приходится на магазины у дома, 32% продаётся через супермаркеты и гипермаркеты.
- » В последнее время увеличивается доля крупных организаций в общем объёме реализации, что в первую очередь связано с развитием современных форматов торговли в Беларуси и построению розничных сетей.
- » Через киоски реализуется самый маленький объём пива - около 5%. В ближайшем будущем, в силу правительственных планов, этот канал исчезнет.

Структура рынка

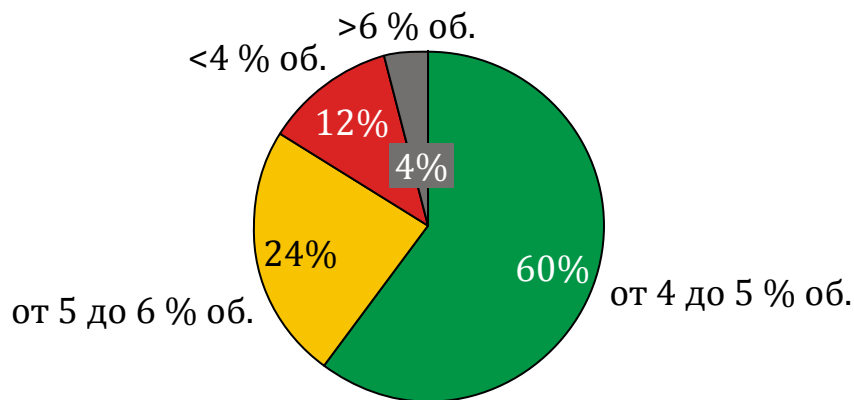
Структура реализации пива по цвету в 2012, %



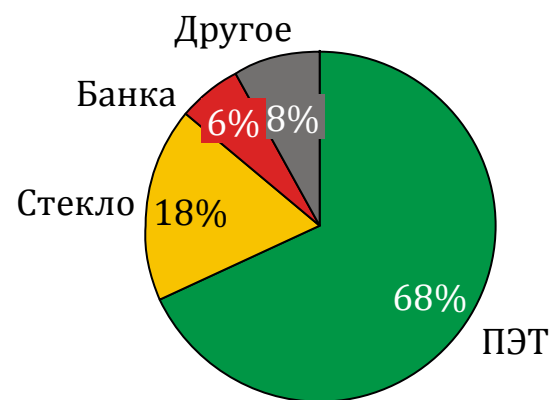
Структура реализации пива по типу фильтрации в 2012, %



Структура реализации пива по крепости в 2012, %



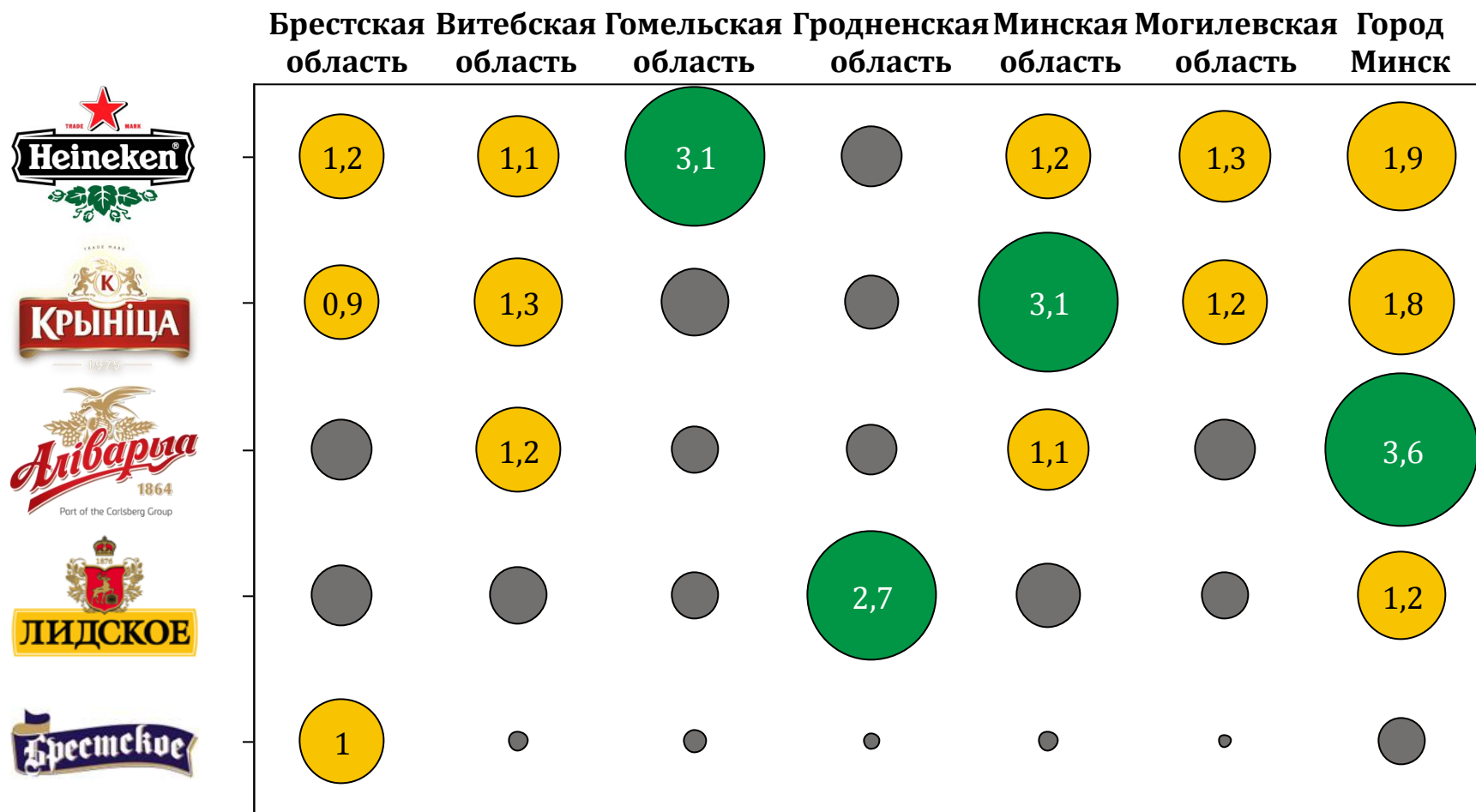
Структура реализации пива по таре в 2012, %



В Брестской, Витебской и Могилевской областях отсутствует ярко выраженный лидер среди белорусских производителей пива

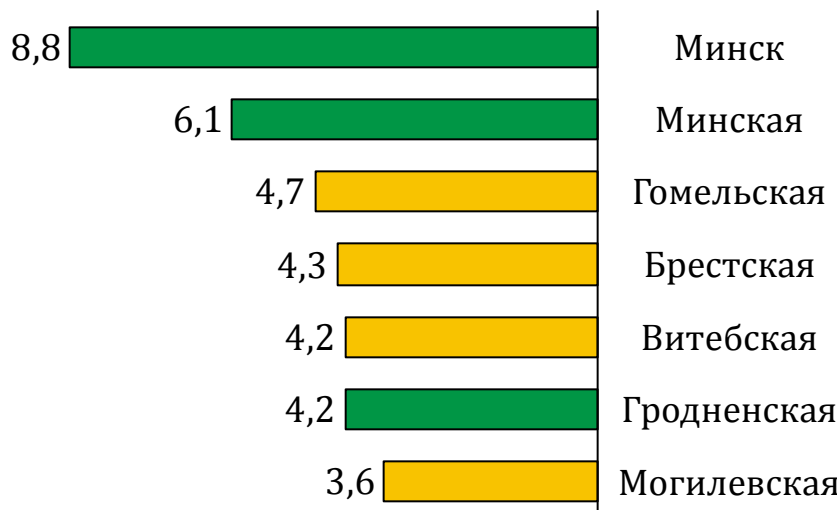
Структура рынка

Реализация пива основными игроками по областям и городу Минску в 2012 (оценка), млн. дал

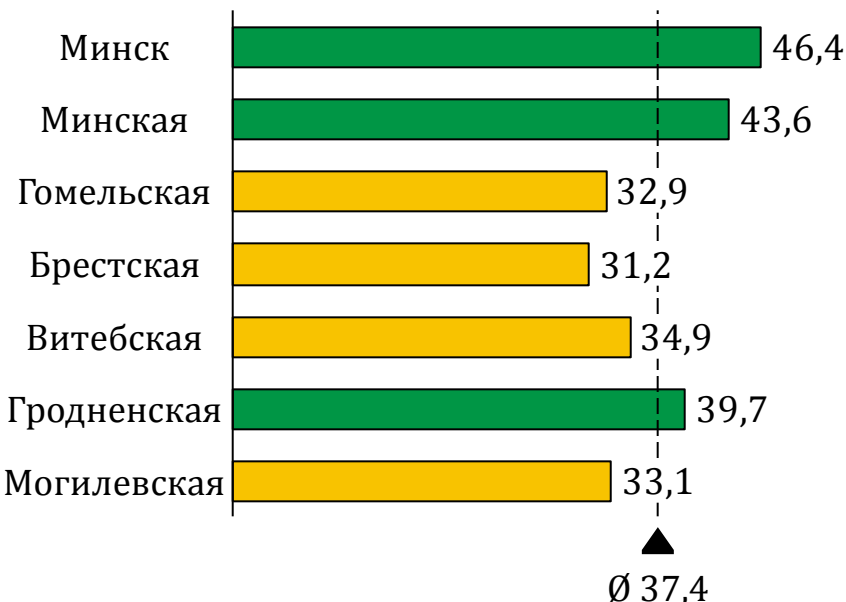


● - Объёмы реализации >2,4 млн. дал
 ● - Объёмы реализации >0,8 млн. дал
 ● - Объёмы реализации <0,8 млн. дал

Объём продаж белорусского пива по областям и г. Минску, млн. дал



Среднее потребление белорусского пива на душу населения по областям и г. Минску, л



Комментарий

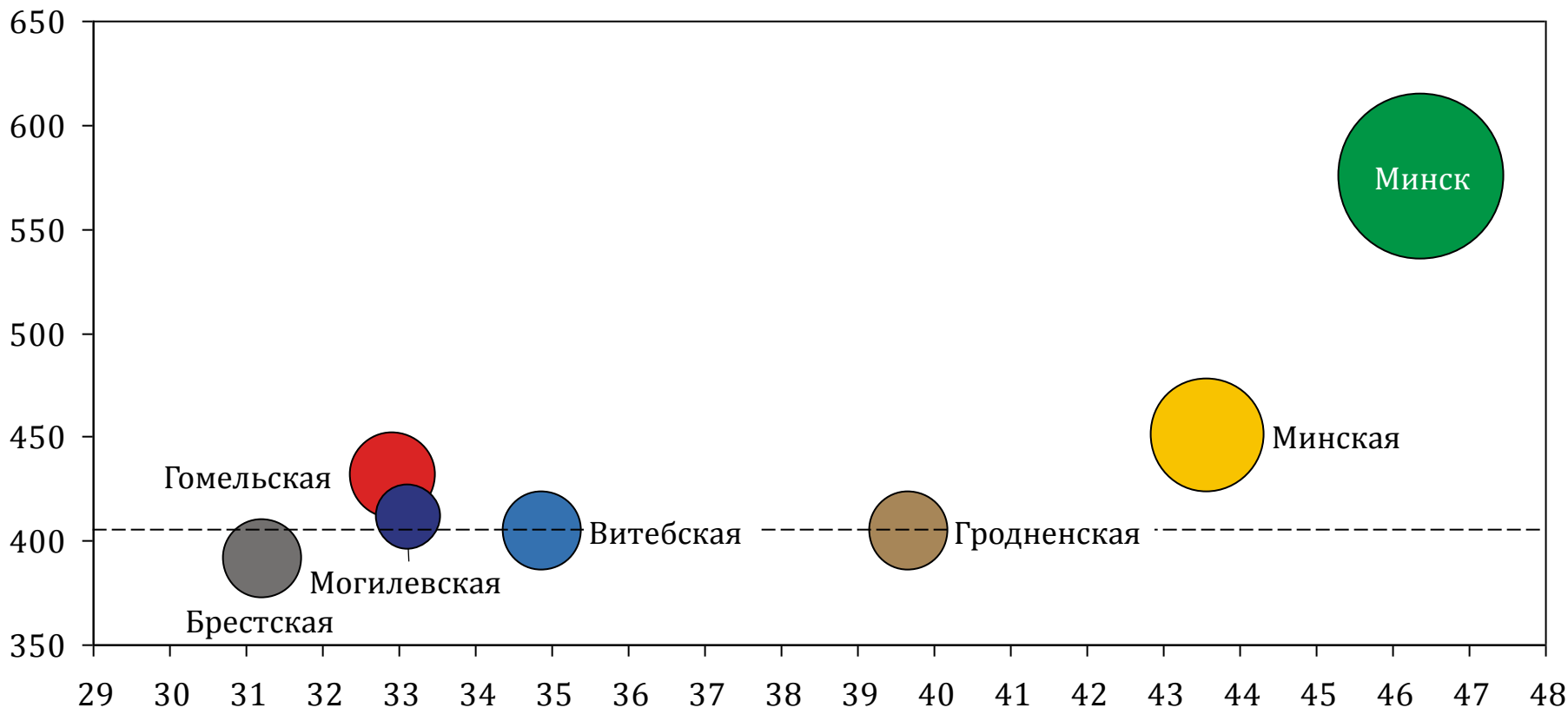
- » Исходя из среднего потребления белорусского пива на душу населения, Гомельская, Брестская, Витебская и Могилевские области обладают наибольшим потенциалом роста рынка.
- » Основной рост может произойти за счет:
 - проникновение современных форматов торговли в регионы;
 - вытеснение серого импорта;
 - концентрирование маркетинговых усилий и улучшение системы дистрибуции белорусских производителей в регионах;
 - развития культуры потребления пива среди населения.


В Гомельской, Могилевской и Витебской областях средняя заработная плата выше или на уровне Гродненской области, а потребление белорусского пива на душу населения ниже на 12-17%

Структура рынка

Среднее потребление белорусского пива на душу населения и уровень заработной платы в регионах

Зарботная плата
в регионе, USD



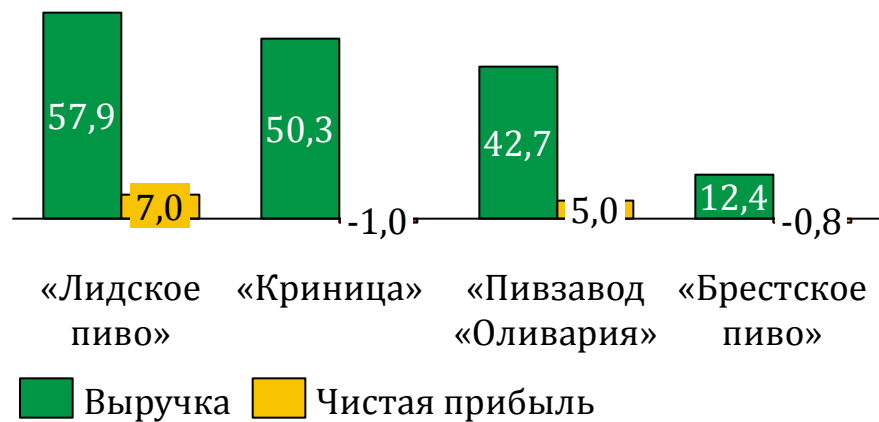
 - Размер круга равен объёму продаж в области

Потребление
на душу населения, л

Игроки

| Компания | Год основания | Рентабельность реализации, 3Кв. 2012 | | Бренды |
|----------------------------|---------------|--------------------------------------|------|--------|
| | | 2012 | 2011 | |
| ОАО «Оливария» | 1864 | 15% | 8% | |
| ОАО «Лидское пиво» | 1876 | 17% | 8% | |
| ОАО «Криница» | 1975 | 7% | 4% | |
| ОАО «Брестское пиво» | 1970 | 3% | 8% | |
| ИЗАО «Пивоварни «Хайнекен» | 2007 | Н/Д | Н/Д | |

Соотношение выручки и чистой прибыли компаний, 3Q 2012, млн. USD.

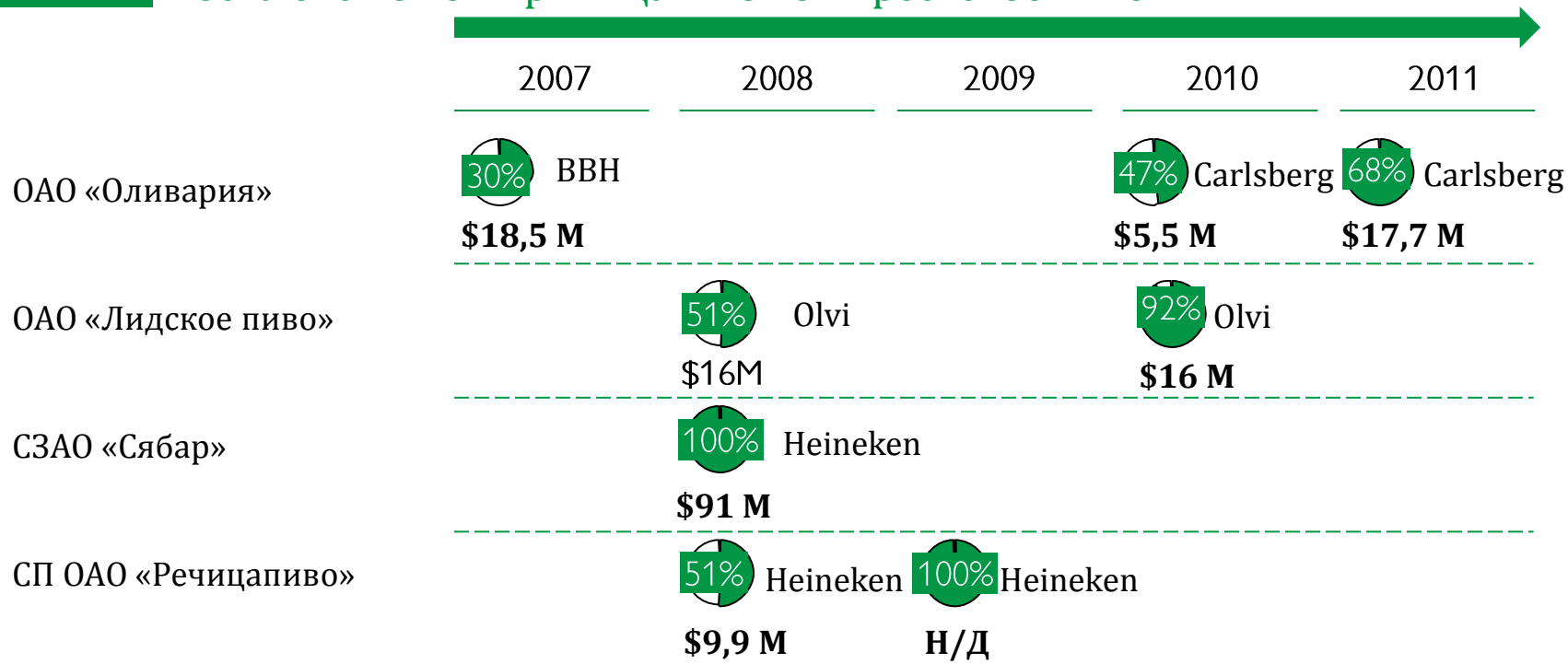


Комментарий

- » Показатели рентабельности реализации основных игроков рынка существенно выросли в 2012 году по отношению к 2011 вследствие значительного роста цен на пивную продукцию.
- » Показатели чистой прибыли ОАО «Криница» и «Брестское пиво» за 3 квартала 2012 года отрицательны, что в первую очередь связано с серьезной кредитной нагрузкой предприятий.

Контрольными пакетами акций компаний-лидеров на рынке пива в РБ владеют в основном иностранные концерны. Государственными на данный момент остаются ОАО «Криница» и ОАО «Брестское пиво»

Игроки



ОАО «Криница» и ОАО «Брестское пиво»

В структуре собственности преобладает доля государства

- **Baltic Beverages Holding (BVH)** — скандинавский пивоваренный концерн. С марта 2008 года BVH полностью принадлежит датской пивоваренной компании **Carlsberg**
- **Heineken** – голландская пивоваренная компания, на рынке РБ присутствует с 2007 года, является единственным владельцем СП ОАО «Речицапиво» и СЗАО «Сябар»
- **Olvi** – финская компания по производству алкогольных и безалкогольных напитков

В первую очередь необходимо отметить, что пиво согласно белорусскому законодательству **не является алкогольным напитком**, и регулирование его производства и реализации пока сравнительно «мягкое». Производство и реализация пива не требуют получения специальных разрешений (лицензий).

Тем не менее, существует **ряд ограничений**, налагаемых на продажу пива:

- » Продажа пива лицам моложе 18 лет запрещена. В местах продажи пива должна быть размещена информация о данном запрете. При возникновении спорной ситуации покупатель обязан предъявить документ, подтверждающий его возраст.
- » Продажа пива запрещена в ряде мест, включая учебные заведения, организации здравоохранения, производственные здания и объекты строительства, здания государственных органов, спортивные сооружения (за исключением торговых объектов общественного питания), автозаправочные станции (за исключением торговых объектов общественного питания, продовольственных магазинов с обособленным входом для покупателей), передвижные средства разносной торговли, с использованием торговых автоматов, а также через Интернет.
- » Ряд дополнительных ограничений касается продажи пива с долей этилового спирта более 7%.
- » В Беларуси нет единой системы ограничений на продажу пива в определённое время суток или дни, однако соответствующие облисполкомы и Минский горисполком могут определять временной период, в течение которого продажа пива запрещена. Обычно это делается во время различных праздничных событий.

Некоторые ограничения установлены в отношении **рекламы пива**. Так, не допускается реклама пива посредством радио и телевидения с 7.00 до 20.00. Кроме того, запрещается реклама пива:

- » использующая образы людей или животных, в том числе рисованные, мультипликационные;
- » размещённая на транспортных средствах, в зданиях организаций системы образования, здравоохранения, культуры, физической культуры, спорта;
- » в аэропортах, портах, на вокзалах, за исключением расположенных на их территории стационарных торговых объектов общественного питания;
- » на остановочных пунктах общественного транспорта, станциях метрополитена;
- » на плакатах, стендах, световых табло и иных средствах наружной рекламы;
- » на первых и последних страницах газет либо на первых и последних страницах или обложках журналов, других периодических изданий.

- » Цены на пиво государством не регулируются.
- » Импортёры пива в стеклянной и пластиковой таре несут обязанность по сбору, обезвреживанию и/или использованию такой тары. На предприятия, производящие пиво на территории Беларуси, такая обязанность не возлагается.
- » Возможно проведение дегустаций пива в маркетинговых целях его импортёрами и производителями в специализированных помещениях производителя (например, дегустационных комнатах), на территории торговых объектов, специализированных выставках и ярмарках. Проведение дегустации подлежит согласованию в местных органах власти не менее чем за 10 календарных дней до ее начала. Норма расхода на одного участника дегустации пива – не более 500 мл напитка.
- » В настоящее время внутригосударственное согласование проходит проект Технического регламента Таможенного союза России, Казахстана и Беларуси «О безопасности алкогольной продукции», согласно которому пиво будет приравнено к алкогольным напиткам, что означает ужесточение регулирования в части производства, рекламы, продажи.

До настоящего времени антимонопольный орган **не слишком активно вмешивался** в деятельность игроков пивного рынка. В последние годы имело место несколько заявлений о недобросовестной конкуренции на рынке, но они не были удовлетворены.

Так, согласно отчету антимонопольного органа за 2012 год, в этом году было рассмотрено обращение концерна «Белгоспищепром» о возможной **недобросовестной конкуренции** субъектов предпринимательства, использующих финансовую поддержку иностранных компаний, транснациональных корпораций (ИЗАО «Хайнекен», СОАО «Речицапиво»), а также возможности недобросовестного ведения бизнеса на рынке пива.

Однако, признаков нарушения антимонопольного законодательства в части осуществления недобросовестной конкуренции со стороны пивоварен, в том числе действий, направленных на создание на товарном рынке ситуации, в которой предпринимательская деятельность конкурента, действующего на данном рынке или стремящегося в него вступить, станет убыточной либо будет осуществляться на крайне невыгодных для него условиях, установлено не было.

Несмотря на то, что рынок в основном поделен между крупными производителями пива, ни один из них не соответствует критериям субъекта, занимающего **доминирующее положение** на товарном рынке, и соответственно к ним неприменимы специальные меры контроля за объемом производства и качеством продукции, уровнем цен и иными показателями деятельности, направленные на недопущение злоупотребления доминирующим положением.

Инвестиции в пивоваренное производство могут в ближайшем будущем подвергнуться существенным рискам в связи с ожидаемыми изменениями белорусского законодательства о приватизации, которые позволят государству осуществлять контроль над бывшими государственными предприятиями.

В настоящее время на рассмотрении в парламенте Беларуси находится проект изменений в Закон «О приватизации государственного имущества и преобразовании государственных унитарных предприятий в открытые акционерные общества».

Изменения затрагивают корпоративное управление в хозяйственных обществах, созданных на базе государственных предприятий (в эту категорию попадают практически все пивоваренные предприятия страны), следующим образом.

Государство сможет назначать в такие общества своих представителей. Проект изменений не указывает, в какие органы управления будут назначены такие представители, но в любом случае они будут обладать следующими полномочиями:

- в акционерных обществах, 50% и менее акций которых находятся в собственности Республики Беларусь или административно-территориальных единиц, представители государства смогут голосовать на общем собрании акционеров от имени миноритарных акционеров (владеющих менее 2% акций компании), не прошедших регистрацию для участия в общем собрании акционеров;

- в акционерных обществах, акции которых не находятся в собственности Республики Беларусь или административно-территориальных единиц, представители государства смогут голосовать, используя голоса миноритарных акционеров, не прошедших регистрацию для участия в общем собрании акционеров, а также у них появится право вето в отношении следующих решений: ликвидация и реорганизация акционерного общества, изменения размера уставного фонда, внесение изменений в устав, распределение прибыли, выпуск дополнительных акций, выплата дивидендов, создание других юридических лиц.
- Изменения также устанавливают специальную процедуру восстановления нарушенных в ходе приватизации прав государства. При выявлении таких нарушений государство может потребовать, чтобы общество выпустило дополнительные акции и передало их государству. Государственная доля участия в акционерном обществе в этом случае может быть увеличена без каких-либо инвестиций.



ул. Щербакова, 34
220070 Минск, Беларусь
Тел.: +375 17 266 95 04
Факс: +375 17 266 95 52
info@enter-invest.com
www.enter-invest.com



ул. Немига, 40
220004 Минск, Беларусь
Тел.: +375 17 306 2102
Факс: +375 17 306 2079
belarus@sorainen.com
www.sorainen.com