



Перспективы развития экспорта российских кондитерских изделий

Дмитрий Краснов

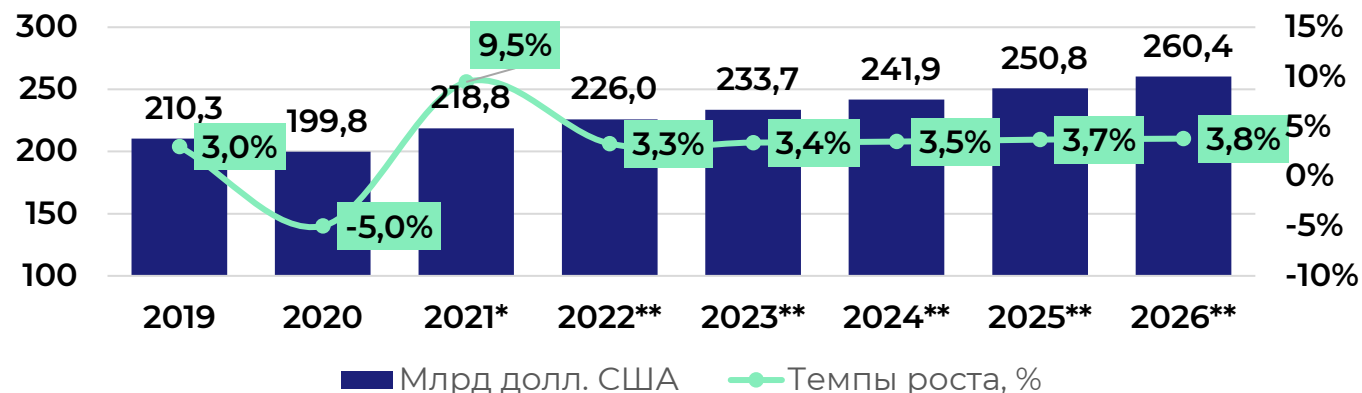
Руководитель
Федерального центра «Агроэкспорт»



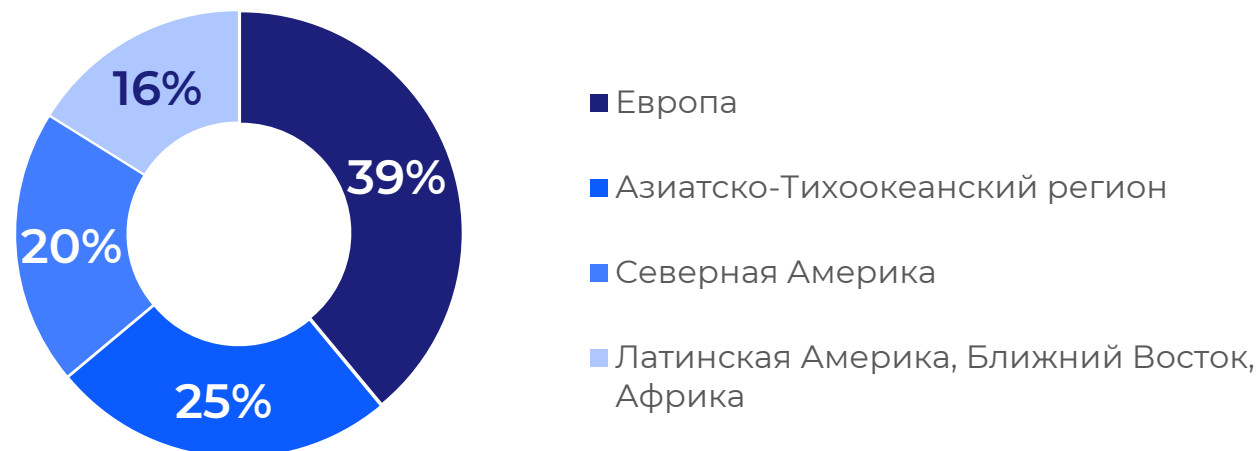
Министерство
сельского хозяйства
Российской Федерации

CAGR мирового рынка кондитерских изделий в 2022-2026 гг. прогнозируется на уровне 3-4%

МИРОВОЙ РЫНОК КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ



РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА МИРОВОГО РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ, 2021 Г., %



Источник: EMIS, *оценка, **прогноз

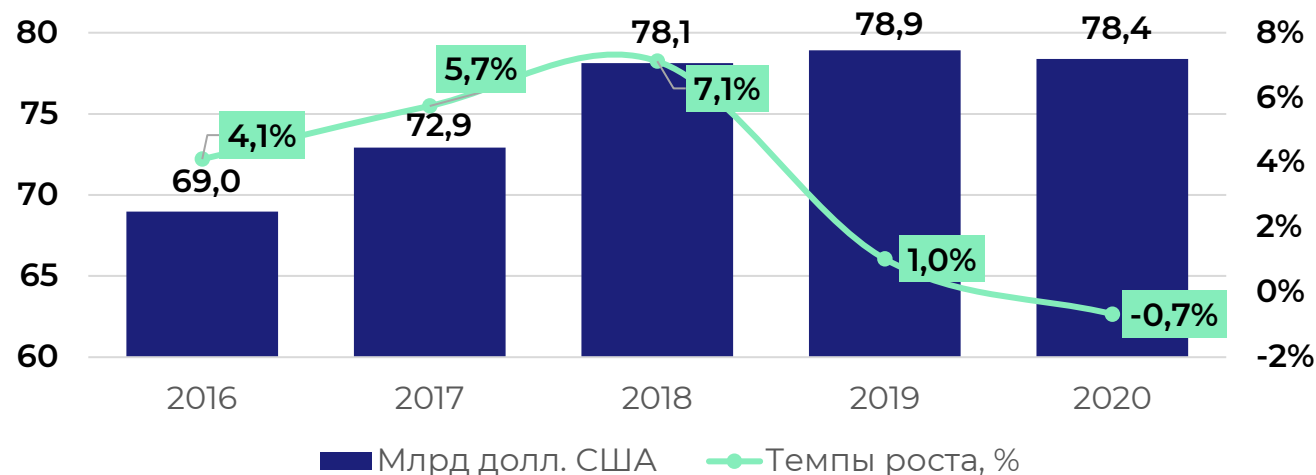
- В 2026 г. мировой рынок кондитерских изделий, по прогнозам, составит **260,4 млрд долл. США**, что **на 23,8%** больше **2019 г.** Производители кондитерских изделий по всему миру используют инновационные маркетинговые стратегии, чтобы привлечь своих клиентов. Растущий ассортимент продуктов способствует быстрому росту рынка.
- По видам продукции лидирующим сегментом остаются шоколадные кондитерские изделия, доля которых составляет около **40%** от общего объема рынка.
- Стремительно растет потребление кондитерских изделий в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, Ближнего Востока и Африки.

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19

- По данным МВФ, в **2020 г.** общемировое снижение экономики составило **4,9%**, при этом экономики развитых стран продемонстрировали сокращение на **8%**, а развивающихся – на **3%**. Негативные последствия для кондитерской отрасли выразились перебоями в цепочках поставок, резким ростом цен на сырье и неопределенностью потребительского спроса;
- Расходы домашних хозяйств во время пика пандемии были ограничены продуктами первой необходимости, что негативно отразилось на объемах реализации кондитерских изделий. В то же время снижение было частично компенсировано переориентацией спроса из сегмента общественного питания в сегмент розничной торговли ввиду социальных ограничений.

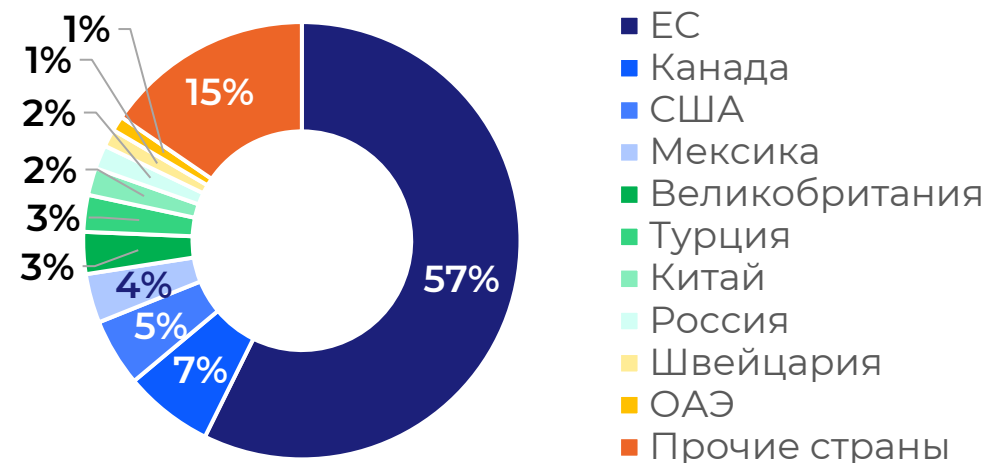
Мировой экспорт кондитерских изделий в 2020 г. продемонстрировал небольшое снижение и составил 78,4 млрд долл. США, против 78,9 млрд долл. США годом ранее

МИРОВОЙ ЭКСПОРТ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

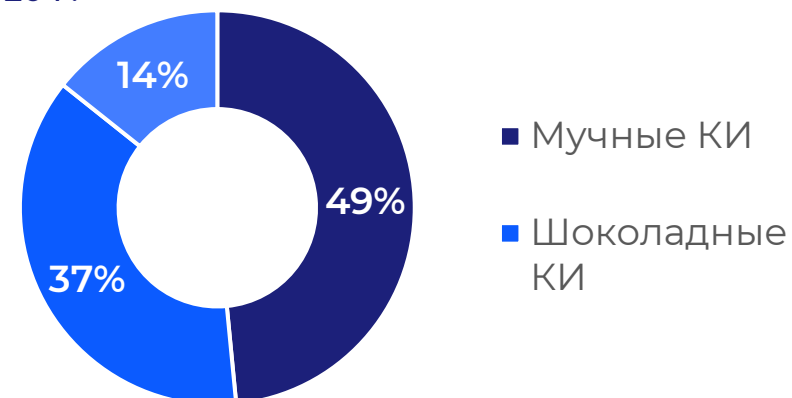


- Мировой экспорт кондитерских изделий демонстрировал рост на протяжении **2016-2019 гг.** В **2020 г.** наблюдалось его снижение на **0,7%** из-за влияния пандемии.
- Среди основных экспортеров – страны Европы и Америки. Россия в **2020 г.** заняла **14 место** в мире по объемам экспорта с долей **около 2%**.
- В структуре мирового экспорта основной объем приходился на мучные КИ (**49%**). Экспорт этого сектора вырос на **1,9%** в **2020 г.** на фоне снижения остальных.

СТРУКТУРА МИРОВОГО ЭКСПОРТА КИ ПО СТРАНАМ, 2020 Г.



СТРУКТУРА МИРОВОГО ЭКСПОРТА КИ ПО АССОРТИМЕНТУ, 2020 Г.



Интересную и показательную трансформацию бизнес-модели осуществила компания Bliss Cake, основанная в 2008 г. как сеть офлайн-пекарен и перешедшая в даркстор-формат

ДИНАМИКА ДОХОДОВ КОМПАНИИ BLISS CAKE



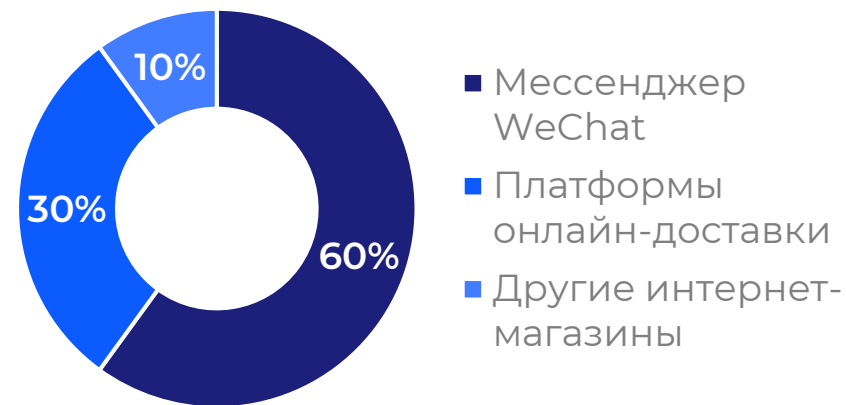
- Франчайзинговая даркстор-система позволяет снизить операционные издержки и предлагать более конкурентноспособные цены.
- Время доставки свежего торта до двери составляет **до 2 часов** в мегаполисах и **до 3-5 часов** в прочих городах.
- **Около 60%** заказов приходит на WeChat, **30%** заказов поступает с платформ онлайн-доставки. Остальные **10%** - с JD.com, Taobao и других сайтов электронной коммерции.

ДИНАМИКА СЕКТОРА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В КИТАЕ, МЛРД ЮАНЕЙ



*Примечание: прогноз

СТРУКТУРА КАНАЛОВ ПОЛУЧЕНИЯ ЗАКАЗОВ КОМПАНИИ BLISS CAKE



На Ближнем Востоке развивается перспективный формат продвижения бренда D2C



В силу специфики исламских традиций в КСА и жаркого климата, в крупных городских агломерациях наиболее проходимыми и популярными торговыми объектами в современных форматах ритейла становятся ТЦ, отдельно стоящие гипермаркеты – т. е. кондиционированные пространства внутри помещений.

- Как правило, в рамках современного ТЦ крупный супер- или гипермаркет (якорный арендатор) сосуществует с фуд-кортом или несколькими отдельными предприятиями общепита, находящимися вне его периметра.
- При этом именно в сфере кондитерской продукции в крупнейших городах КСА параллельно развивается новый перспективный формат – ряд брендированных сетей кафе премиального уровня, совмещенных с бутиками по продаже кондитерской продукции: Aani & Dani, Sanabel Al-Salam (саудовские СТМ), Godiva (бельгийский бренд), Patchi (общееарабский халяльный бренд из Ливана).
- Площадь таких кафе-бутиков – от 40-50 кв.м. (кофейня) до 200-300 кв.м.



Продвижение бренда через формат D2C ведёт к результатам (узнаваемость, лояльность), сопоставимым с традиционным рекламным бюджетом

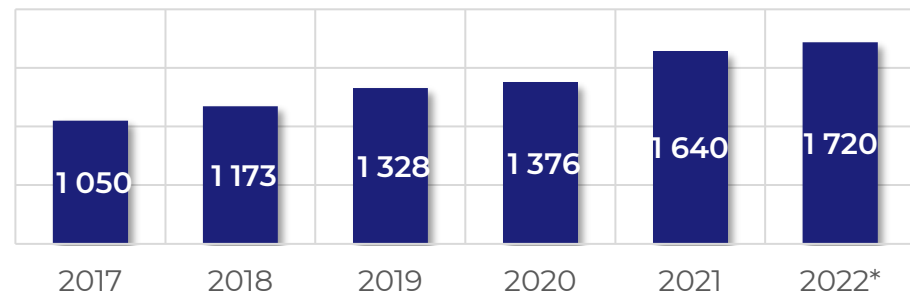
	MARS	AANI & DANI Chocolatier - 1998	Patchi
Объем продаж в КСА (\$ млн, 2019 г.)	477	45	39
Рекламный бюджет (\$ млн, 2019 г.)	~8	<1	<1
Охват / вовлеченность: ключевая соцсеть (тыс. подписчиков в Instagram, 2021 г.)	21	394	177
Средняя цена на продукцию (\$/кг)	30	100	70
			D2C

По сильнейшему бренду (Galaxy)

Источники: интервью с экспертами, анализ КГМГ

В 2021 г. объем российского экспорта кондитерских изделий увеличился на 19 % по сравнению с 2020 г.

РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ, 2017-2022 ГГ., МЛН ДОЛЛ.



СТРУКТУРА ЭКСПОРТА В 2021 ГОДУ



53%

872,3

млн долл. США

ШОКОЛАД И
ШОКОЛАДНЫЕ
КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ



34%

557,4

млн долл. США

МУЧНЫЕ
КОНДИТЕРСКИЕ
ИЗДЕЛИЯ



13%

210,4

млн долл. США

САХАРИСТЫЕ
КОНДИТЕРСКИЕ
ИЗДЕЛИЯ

ГЕОГРАФИЯ ЭКСПОРТА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В 2021 ГОДУ, МЛН ДОЛЛ.



РАСШИРЕНИЕ ГЕОГРАФИИ ПРОДАЖ



ПЕРСПЕКТИВНЫЕ РЫНКИ СБЫТА

- СТРАНЫ БЛИЖНЕГО ВОСТОКА
- СТРАНЫ АЗИИ (КИТАЙ, ЯПОНИЯ, РЕСПУБЛИКА КОРЕЯ, ИНДИЯ И ДР.)

*прогноз

Активизация маркетинговой стратегии продвижения кондитерской продукции на перспективных рынках сбыта позволит нивелировать существующие риски и угрозы

Перспективные страны поставок

Китай 

Персидский залив 

Ближнее зарубежье 

Риски и угрозы

- Рост себестоимости вследствие удорожания импортного сырья;
- Изменение условий осуществления поставок композитной продукции в ЕС;
- Насыщение основных экспортных рынков, ужесточение конкуренции;
- Снижение маржинальности экспорта.

Точки роста и действия

- Продвижение продукции на рынках Китая и стран Персидского залива;
- Расширение географии экспорта и доли на рынках присутствия;
- Расширение поставок через канал СТМ.

За 2021 год «Агроэкспорт» разработал стратегические документы для развития экспорта российской кондитерской продукции АПК

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА РОССИЙСКОЙ ПРОДУКЦИИ АПК ПОСРЕДСТВОМ ПРЯМЫХ ПОСТАВОК В РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ И ДИСТРИБЬЮТОРСКИЕ КОМПАНИИ СТРАН ССАГПЗ И СА



Цель работы: разработка модели системной работы между российскими производителями и зарубежными ритейлерами/дистрибьюторами для стимулирования роста экспорта продукции АПК.

В ходе разработки концепции была проанализирована специфика рынка по ряду ключевых факторов для выбора наиболее подходящей схемы работы с розничными сетями.

КОНЦЕПЦИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ АПК ЧЕРЕЗ ИНОСТРАННЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СТМ



СТМ является инструментом повышения конкурентоспособности торговой сети и ее дифференциации среди конкурентов.

Для российских производителей в отношении продукции СТМ могут быть интересны также те рынки, где наше присутствие уже велико в части брендированной продукции. Это обусловлено тем, что развитие сетей приведет к ускоренному росту сегмента СТМ, который может вызвать сокращение объемов поставок брендированной продукции. Т.Е. Работа с продукцией СТМ может быть частью модели «защитной дистрибуции», при которой производители стараются занять все возможные ниши в канале продаж.

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ХАЛЯЛЬНОЙ МЯСНОЙ, МОЛОЧНОЙ И КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКИ СТРАН БВИСА



Халяльная продукция – один из наиболее быстрорастущих сегментов глобального рынка продовольствия, присутствие в котором развивают лидирующие страны-поставщики.

Были разработаны:

- Детализированная отраслевая модель присутствия на приоритетном рынке,
- Модель оптимального позиционирования приоритетного вида халяльной продукции РФ на приоритетном рынке.
- Коммуникационная стратегия для продвижения российской халяльной продукции на приоритетном рынке.



Одна из ключевых идей концепции: продвижение российской халяльной продукции под национальным зонтичным брендом.

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ АПК ЧЕРЕЗ ЭЛЕКТРОННЫЕ КАНАЛЫ ПРОДАЖ



Электронная торговля - быстрорастущий и перспективный канал продаж, открывающий новые возможности взаимодействия с конечными потребителями.

В ходе работы была разработана практико-ориентированная дорожная карта по выходу на зарубежные ЭТП.

ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИЯ



Министерство сельского хозяйства
Российской Федерации



АГРОЭКСПОРТ



«ЭКСПОРТ РОССИЙСКОЙ ПРОДУКЦИИ АПК ПОСРЕДСТВОМ ПРЯМЫХ ПОСТАВОК В РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ И ДИСТРИБЬЮТОРСКИЕ КОМПАНИИ НА РЫНКИ СТРАН МЕНА: СТРАТЕГИЯ УСПЕХА»



24.03.2022



11:00-13:00 МСК



Дмитрий Краснов
Руководитель
Федерального
центра «Агроэкспорт»



Михаил Магрилов
Партнер, руководитель
практики по оказанию услуг
государственным органам
и общественному
сектору PwC
в России



Роман Медведев
Генеральный директор
АО «Восемь Вершин»



Алла Орлова
Директор по
экспортным продажам,
"Объединенные
кондитеры"



**Юсеф Али
Аль Обайдан**
Генеральный директор,
Al Meera Group



Моханад Адли
Генеральный директор,
Spinneys



Бобби Раджендран
Генеральный директор,
Tamimi Markets

«Агроэкспорт» работает более чем с 5 000 зарубежных партнеров

В РАМКАХ "ЭКСПО-2020" ПРОВЕДЕНА РОССИЙСКАЯ АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ НЕДЕЛЯ

>30 деловых мероприятий



>5 000 участников

Деловые миссии



СЕРБИЯ

МАРОККО

СИНГАПУР

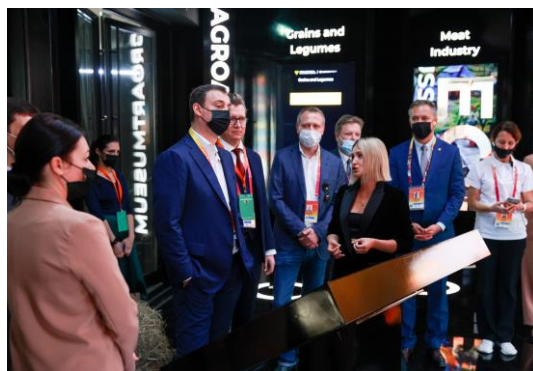
САУДОВСКАЯ АРАВИЯ

ЯПОНИЯ

АЛЖИР

ЕГИПЕТ

>600 B2B встреч



КОНТАКТЫ



+7 (495) 280-74-49



info@aemcx.ru

Социальные медиа



aemcx.ru



facebook.com/mcxae



youtube.com/c/Agroexport



instagram.com/mcx_ae



t.me/mcxae