Ministry of Agriculture of
the RussianFederation

AGROEXPORT

2022

Кондитерские изделия и готовая продукция

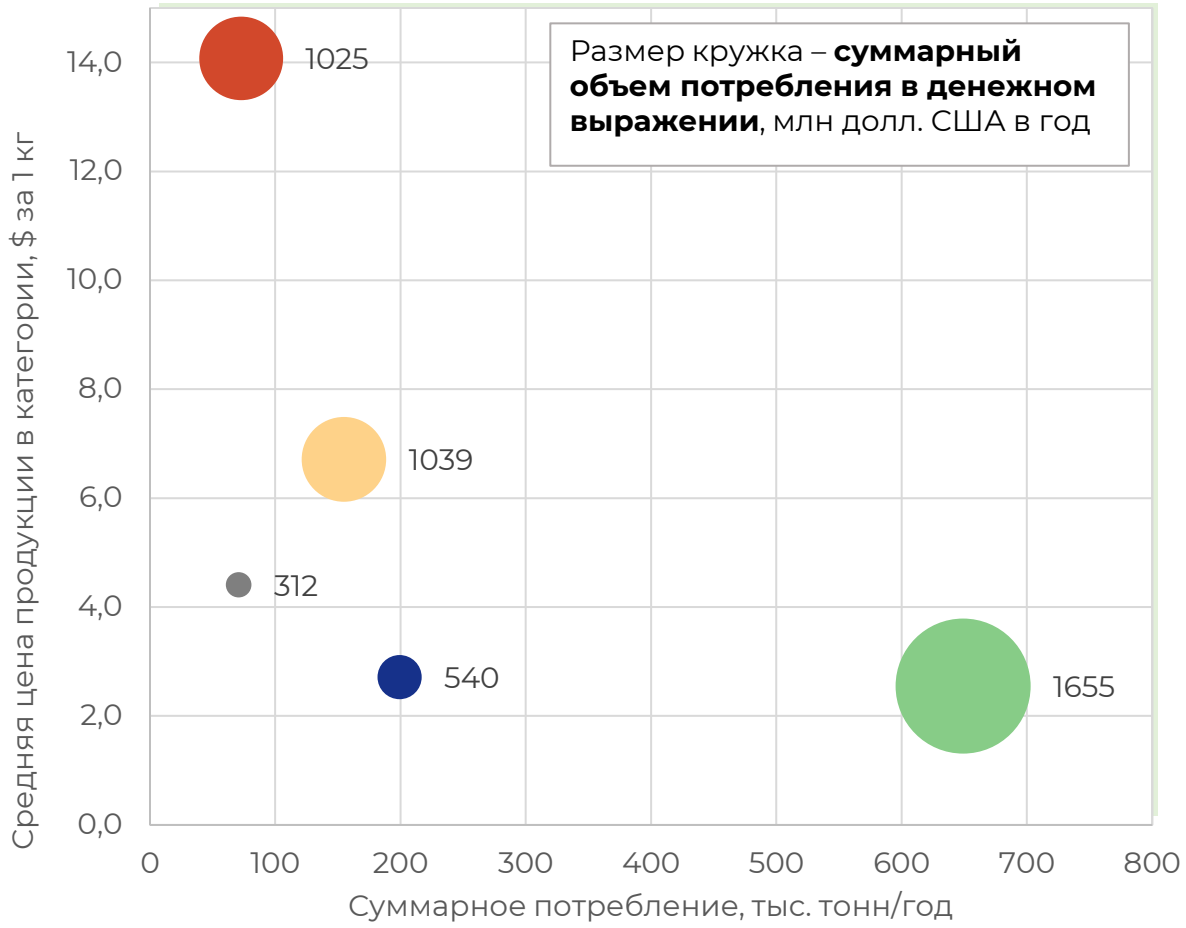
Фокус анализа – менее исследованные страны Африки, на которые приходится 1/3 мирового импорта АПК в Африку и 38% ВВП континента

	Импорт АПК, 2020, млрд USD	ВВП, 2020, млрд USD
Вся Африка	86,3	3 164
Египет	13,9	369
Нигерия	8,0	433
Алжир	8,0	151
Марокко	6,8	114
ЮАР	6,0	336
Гана	2,7	72
Кения	2,6	101
Эфиопия	2,6	97
Ливия	2,6	34
Кот Д'ивуар	2,2	61
Тунис	2,0	39
Сенегал	1,9	24
Судан	1,9	62
Ангола	1,6	61
Сомали	1,3	1
Мозамбик	1,3	14
Того	1,2	8
Камерун	1,1	41
Маврикий	1,1	11
Все целевые страны	27,7 (32%)	1 191 (38%)

Источник: Импорт – Trademap, прямые данные, коды ТН ВЭД 1-24 по состоянию на конце 2021 г.;
ВВП – данные Fitch Connect , номинальный ВВП, актуальный на момент составления курс доллара, 55 стран

- Среди африканских стран **наибольшая доля импорта из Европы и России** приходится в основном на **Северную Африку** по причине удобной логистики, налаженных связей с сетями дистрибуции (в основном, европейскими), высокой степенью европеизации потребления
- На текущий момент **основной фокус российских экспортных компаний** – налаживание устойчивых растущих объемов поставок **в страны Северной Африки**
- **Страны, вошедшие в исследование**, мало развиты в качестве торговых направлений, однако на них приходится **1/3 из 86,3 млрд долл. мирового импорта АПК в Африку и 38% ВВП всех стран Африки**
- Перечень исследуемых стран Африки составлен с учетом географического расположения стран континента и включает в себя страны **Восточной, Западной, Южной и Центральной Африки,** Северной Африки (Тунис)

Объем потребления кондитерских изделий в целевых странах[1] $4,6 млрд в год. Крупнейшие группы: сладкое печенье, шоколадные конфеты и кондитерские изделия из сахара



- **Суммарный объем потребления кондитерских изделий** составляет:
  - **$4,57 млрд в год** – в денежном выражении
  - **1,1 млн тонн в год** – в натуральном выражении
- **Сладкое печенье** (напр., печенье, вафли, рулеты) – самый популярный вид кондитерских изделий, самый дешевый, часто потребляется населением в качестве обеденного «перекуса».
- **Кондитерские изделия из сахара** (напр., карамель, леденцы) и **шоколадные конфеты** значительно дороже по цене за кг (литр), при доле в натуральном выражении около 20%, в стоимостном – почти 45%.
- **Джемы, варенье и прочие спреды и пасты, а также мороженое[2],** в сумме занимают около 20% рынка в денежном и натуральном выражениях.

Сладкое печенье (ТН ВЭД 190531/2, 190520)

Кондитерские изделия из сахара (ТН ВЭД 170490)

Шоколадные конфеты (ТН ВЭД 180690, 180631/2)

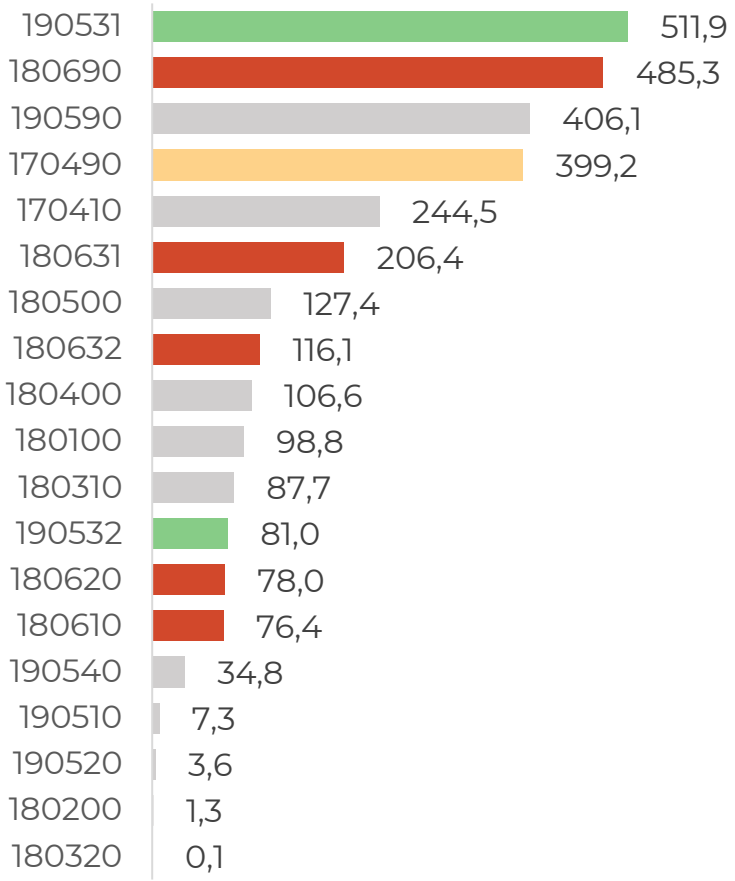
Джемы, варенье и прочие спреды и пасты (ТН ВЭД 200799)

Мороженое и замороженные десерты (ТН ВЭД 210500)

Примечание: 1 - исследование включает также Тунис, 2 – в ряде случае мороженое рассматривается аналитиками при анализе рынка кондитерских изделий, принимая во внимание особенности потребления и замещения продуктов
Источник: Euromonitor International

При этом в среднем за 2016-2020 гг. целевыми странами Африки ежегодно импортировалось кондитерских изделий на $614 млн

Сумма импорта в целевые страны Африки из всех стран за 2016-2020 гг., млн долл. США



Код	Категория	Доля категории в общем импорте, %
190531	Сладкое сухое печенье	16,7%
180690	Шоколад и прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао: прочие: без начинки	15,8%
190590	Прочие хлеб и мучные кондитерские изделия	13,2%
170490	Кондитерские изделия из сахара (включая белый шоколад), не содержащие какао: прочие	13,0%
170410	Жевательная резинка, покрытая или не покрытая сахаром	8,0%
180631	Изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой	6,7%
180500	Какао-порошок без добавок сахара или других подслащивающих веществ	4,1%
180632	Прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках	3,8%
180400	Какао-масло, какао-жир	3,5%
180100	Какао-бобы,целые или дробленые, сырые или жареные	3,2%
180310	Какао-паста необезжиренная	2,9%
190532	Вафли и вафельные облатки:	2,6%
180620	Прочие изделия, в брикетах, пластинках и плитках, массой более 2 кг, или в жидком, пастообразном,...	2,5%
180610	Какао-порошок с добавлением сахара или других подслащивающих веществ	2,5%
190540	Сухари, гренки и аналогичные обжаренные продукты	1,1%
190510	Хрустящие хлебцы	0,2%
190520	Имбирное печенье и аналогичные изделия	0,1%
180200	Шелуха, оболочки, кожица и прочие отходы какао	0,04%
180320	Какао-паста, частично или полностью обезжиренная	0,005%

Кондитерские изделия из сахара | Сладкое печенье и вафли | Кондитерские изделия из шоколада | Прочие категории

Источник: «прямые» данные Trademap

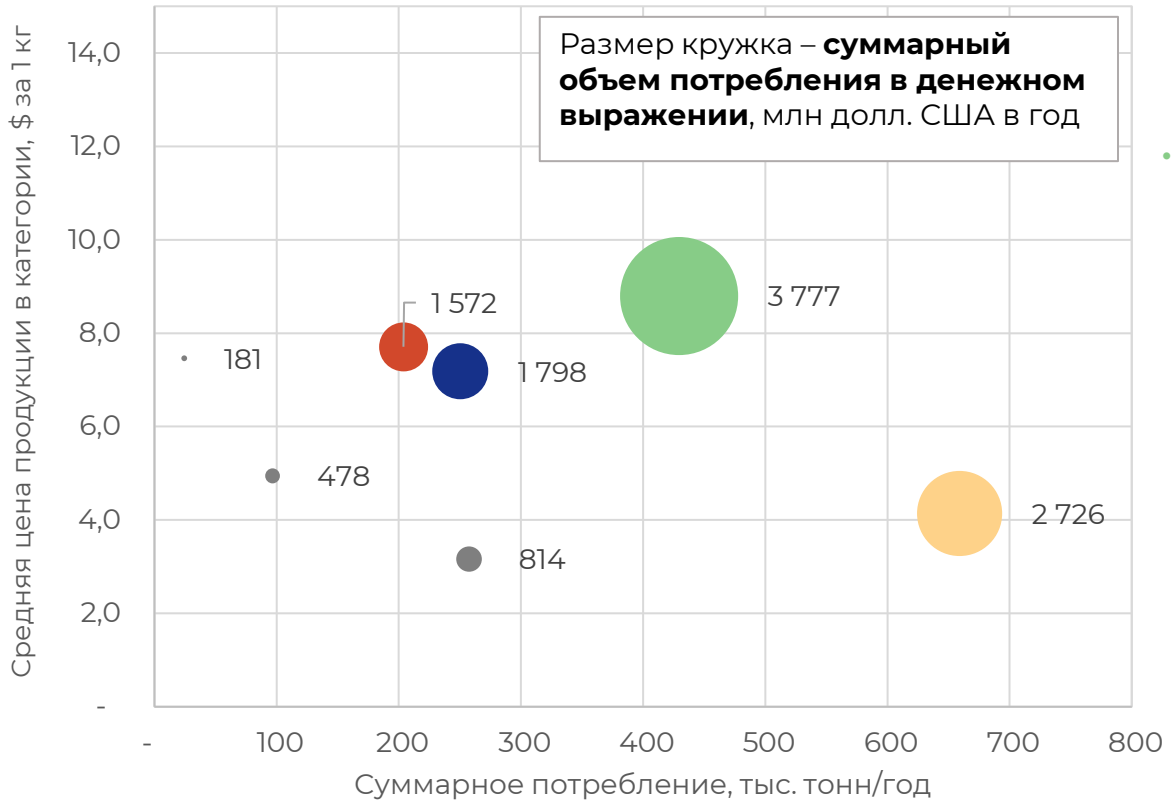
Примеры кондитерской продукции российских производителей, которая потенциально может быть востребована в целевых странах Африки

170490 **Кондитерские изделия из сахара**	Карамель Драже Ирис, гематоген Зефир, мармелад, пастила Халва	
190531/2, 190520 **Сладкое печенье и вафли**	Печенье Пряники Вафли и вафельные торты Бисквиты, рулеты, кексы Батончики	
180690, 180631/2 **Кондитерские изделия из шоколада**	Шоколад Весовые конфеты Конфеты в коробках Шоколад. и арахис. паста Новогодние подарки	

Источник: каталоги продукции на сайтах КДВ Групп, Объединенные кондитеры, АО Конти-рус, КФ Тореро Белевская пастильная фабрика

Объем потребления готовой пищевой продукции в целевых странах[1] $29,2 млрд в год. Лидеры: холодные безалкогольные напитки, растворимый кофе и чай, соусы, пикантные закуски, мясные и морепродукты

Распределение прочих категорий готовой пищевой продукции[2]



- **Суммарный объем потребления готовой пищевой продукции** составляет:
  - **$29,2 млрд в год** – в денежном выражении
  - **67,3 млн тонн в год** – в натуральном выражении
- **Основная категория** (с учетом размера не указана на графике) **- холодные безалкогольные напитки** занимают более **97% потребления в натуральном выражении и 61% в денежном**, при самой низкой цене менее $0,3 за кг. Импортируются отдельные ингредиенты, например, сахарные и глюкозные сиропы (ТН ВЭД 210690).
- **Прочие категории** в размере 1,9 млн тонн и $11,3 млрд потребления распределены следующим образом:
  - 33% приходятся на условную группу **горячие безалкогольные напитки** в эту группу входят кофе, а также экстракты, эссенции
  - 24% приходятся на **соусы, заправки и приправы**, потребляются значительно больше в натуральном выражении, но обладают более низкой ценой за кг.
  - **пикантные закуски** и **мясные изделия и морепродукты** сравнимы по объему потребления в натуральном и денежном выражениях, а также по цене.
  - **Фрукты и овощи подвергнутые обработке**, **супы**, **детское питание (кроме молочного)** в сумме занимают около 13% и 20% оставшегося рынка в денежном и натуральном выражениях соответственно, что меньше каждой из предыдущих категорий (0,6% и 5% - относительно всего объема рынка).

Горячие безалкогольные напитки (ТН ВЭД 210111/2)

Соусы, заправки и приправы (ТН ВЭД 200599, 210320/90

Пикантные закуски (ТН ВЭД 190510/40/90, 200819)

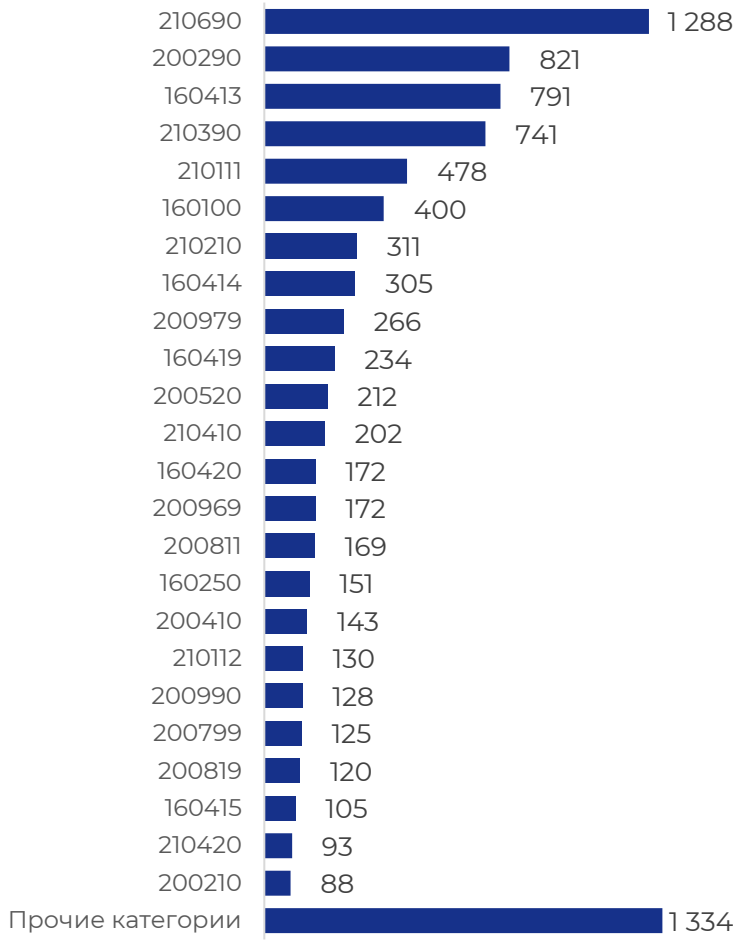
Мясные изделия и морепродукты (ТН ВЭД 160100/250, 1604)

Фрукты и овощи подвергнутые обработке (ТН ВЭД 200210/290/410/5), Супы (ТН ВЭД 210410), Детское питание (кроме молочного) (ТН ВЭД 210420)

Примечание:
1- исследование включает также Тунис,
2 – основная категория – холодные безалкогольные напитки - 97% потребления в натуральном выражении
Источник: Euromonitor International

При этом в среднем целевые страны Африки за 2016-2019 ежегодно импортировали готовой продукции на 1,8 млрд долл.

Сумма импорта в целевые страны Африки из всех стран за 2016-2020 гг., $M



Код	Категория	Доля категории в общем импорте, %
210690	**Сиропы** (сироп глюкозы, мальтодекстрина, лактозы, жев.резинка, витамины, сырное фондю)	14,4%
200290	Прочие (нецелые или резанные томаты без уксуса)	9,1%
160413	**Рыба** (сардины, сардинелла, килька или шпроты)	8,8%
210390	**Майонез** (майонез, манговое чутни)	8,3%
210111	**Кофе** (экстракты, эссенции и концентраты кофе)	5,3%
160100	**Колбаса и сосиски** (колбасы и аналогичные продукты из мяса; продукты на их основе)	4,5%
210210	**Дрожжи** активные	3,5%
160414	**Рыба** (Тунец, скипджек, или тунец полосатый, и пеламида (Sarda spp.))	3,4%
200979	Яблочный сок прочий	3,0%
160419	**Рыба** (Прочая рыба целиком или в кусках)	2,6%
200520	**Картофель**	2,4%
210410	Супы и бульоны готовые и заготовки для их приготовления	2,2%
160420	**Рыба** (Готовая или консервированная рыба прочая)	1,9%
200969	Виноградный сок прочий (Брикс >30)	1,9%
200811	Арахис	1,9%
160250	Из мяса крупного рогатого скота	1,7%
200410	**Картофель**	1,6%
210112	**Кофе** (готовые продукты на основе этих экстрактов, эссенций или концентратов или на основе кофе)	1,4%
200990	Смеси соков	1,4%
200799	Прочие (джемы, желе, пюре, пасты путём тепловой обработки с сахаром >13%)	1,4%
200819	Прочие, включая смеси (орехи, семена)	1,3%
160415	**Рыба** (Скумбрия)	1,2%
210420	Гомогенизированные составные готовые пищевые продукты	1,0%
200210	Томаты целые или резаные на части	1,0%
...	Остальные категории (каждая меньше 0,8%)	14,9%

Источник: UN Comtrade

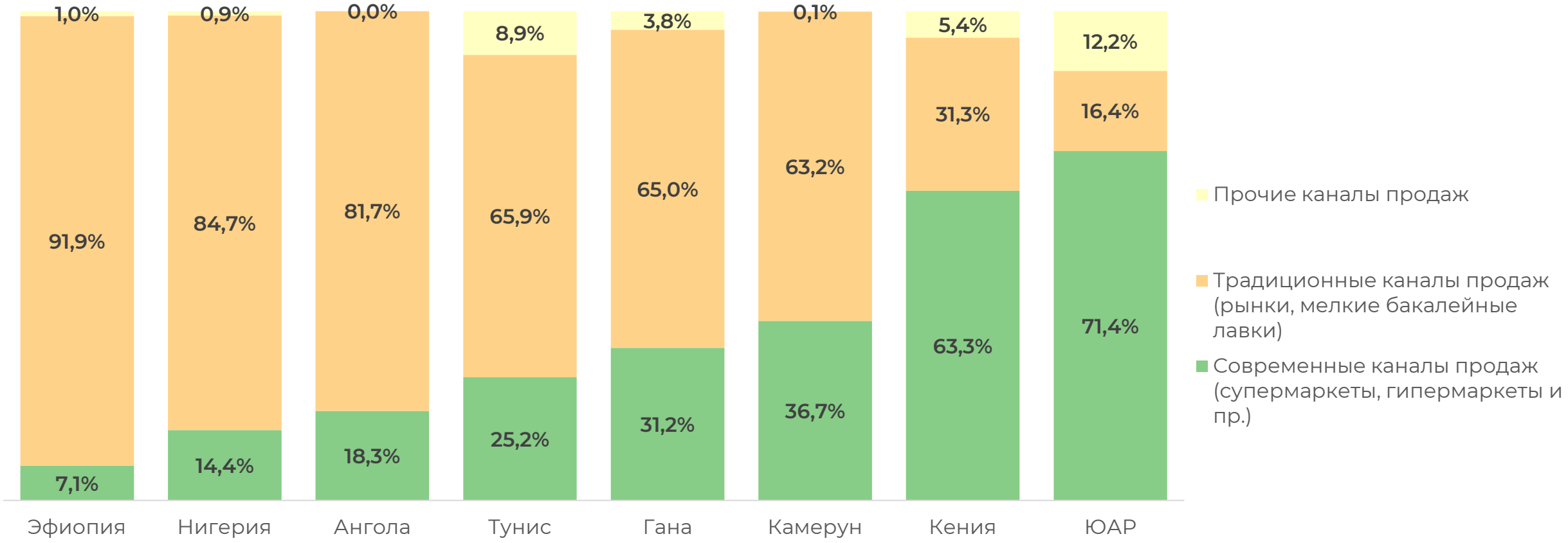
Примеры готовой продукции российских производителей, которая потенциально может быть востребована в целевых странах Африки

1604 Рыба	210690 Сиропы	210390 Майонез	2101 Растворимый кофе	160100 Колбасы и сосиски	200410, 200520 Картофель	210210 Дрожжи

Источник: каталоги продукции на сайтах производителей Доброфлот, Borealis, Слобода, Московская кофейня на паях, Рублевские колбасы, Черкизово, Клинский, Ролтон, Комбинат пищевых продуктов и др.

В целевых странах уровень развития современных каналов продаж варьируется от 7% в Эфиопии до 71% в ЮАР

Распределение каналов продаж кондитерских изделий по целевым странам



Цены на полках сравнимы с российскими. Потребители целевых стран наиболее лояльны к «местной»[1] продукции в больших упаковках как в супермаркетах, так и на рынках

1 **В стоимостном выражении объемы потребления приоритетных категорий продукции делятся почти пополам между современными и традиционными каналами продаж целевых стран**

- 55% продукции в маленьких магазинах и на рынках потребляют 440 млн чел. с доходами менее $165/мес.
- 45% продукции в супермаркетах общемировых стандартов потребляют «состоятельные» 95 млн чел., включая экспатов. Работают в основном местные ритейлеры с магазинами в разных африканских странах: ShopRite и Checkers (4 тыс. магазинов), Pick n Pay, SPAR, Spatz Store, Makro.

2 **У потребителей явно выражена поддержка и доверие «местным» продуктам**

- Произведенным или только упакованным в стране/на континенте.
- Перспективный сегмент – товары под собственной торговой маркой (СТМ/private label) ритейлеров: в среднем доля 10-12% (рост 15%), самая большая доля СТМ у печенья и вафель 17,1-19,4% (рост 12%).

3 **Потребители предпочитают большие упаковки**

- Потребители предпочитают большие упаковки для закупки «раз в неделю» на большую семью, а также упаковки, создающие «ощущение выгодной покупки».
- На рынках и в маленьких магазинах товары, в основном продаются «на развес», без упаковки.

4 **ЗОЖ:** тренд, поддерживаемый на государственном уровне: снижение потребления сахара, натуральные ингредиенты (замена сахара на мёд) и пр.

5 **При этом цены на полках магазинов целевых стран соответствуют ценам в России (±10-15%)**

1 – продукция, произведенная за границей, но упакованная или переупакованная в стране продажи, создающая впечатление у покупателей продукции местного происхождения.
2 - цена в рублях в ЮАР, по курсу R1 = ₽4,73, в магазине Woolworths, 3 – цена в рублях в России, ₽, в магазинах OZON, ЯндексМаркет, SberMarket

Значительная доля рынка кондитерских изделий и готовой продукции принадлежит местным дочерним предприятиям иностранных компаний, также есть крупные региональные игроки

Международные иностранные компании

- **Штаб-квартира и R&D** в США, Швейцарии, Великобритании
- **Производство** расположено в других странах мира, где выгоднее производить и экспортировать, в том числе в странах Африки
- **Завозят продукцию** в одну из целевых стран
- **Продажа** в стране импорта и других странах региона, в том числе входящих в межгосударственные объединения (например, Таможенный союз)

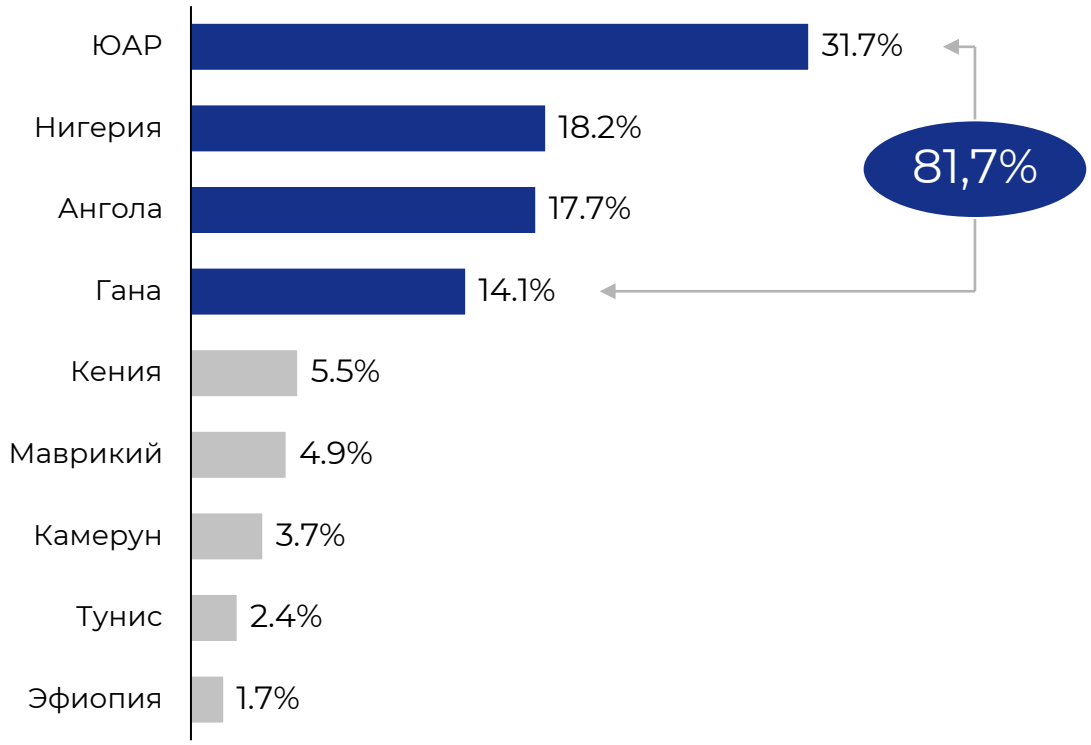
Локальные / региональные производители

- **Штаб-квартира и R&D** в одной из целевых стран
- **Производство** в одной из целевых африканских стран
- **Импорт** ингредиентов
- **Продажа** в стране производства и других странах региона, в том числе входящих в межгосударственные объединения (например, Таможенный союз)

Источник: Euromonitor International

Страны, на которые приходится основная часть импорта, удерживают высокие таможенные тарифы, низкий НДС, стимулируют развитие локального производства

Распределение импорта приоритетных категорий среди целевых стран



Примечание: Для кондитерских изделий из шоколада действуют нулевые тарифные ставки для стран САДК и ЕС

Пошлины и НДС (на примере кондитерских изделий)

	Таможенные тарифы			НДС
	Изделия из сахара	Печенье и вафли	Шоколадные изделия	
	ТН ВЭД 170490	ТН ВЭД 190520/31/32	ТН ВЭД 180631/32/90	
ЮАР	37%	21%	17-20%	**15%**
Нигерия	35% + 0,5% ЭКОВАС			**7,5%**
Ангола	20%	30%	20%	**14%**
Гана	35% + 0,5% (ЭКОВАС) +2,5% (страховой взнос) + 1% (к CIF – тамож. оформ.)			**15,5%**

Особенности валютного регулирования

Общее для всех целевых стран – сложности с конвертацией местной валюты, необходимо доказать необходимость импорта и отсутствие альтернатив на внутреннем рынке, импорт возможен или значительно проще через местных дистрибьюторов или импортеров (дочерние компании экспортеров)

Преференции при локализации производства

В Нигерии при необходимости строгого соблюдения множества формальностей по документации продукции, для всех категорий продуктов действует налоговая льгота 20% при использовании местного сырья при производстве

Источник: Euromonitor International, UN Comtrade, «зеркальные» данные Навигатор по барьерам и требованиям рынков (РЭЦ), Россельхознадзор, ITC (Market Access)

Для долгосрочного присутствия в Африке целевым сценарием является локализация

Сценарии	**1 сценарий** («Торговый дом»)	**2 сценарий** («Упаковка»)	**3 сценарий, целевой** («Производство»)
Стратегия входа	Продажа через локальных дистрибьютеров с последующим созданием представительства	Поставка для последующего брендирования или упаковки на африканском предприятии с дальнейшей продажей/дистрибуцией	Организация локального производства продукции под потребности рынка
Приоритетные страны реализации стратегии	Нигерия, Ангола, ЮАР, Гана, Кения, Камерун, Тунис	ЮАР, Гана, Кения, Камерун, Тунис	ЮАР, Гана, Кения
Приоритетный тип торговой марки (ТМ)	ТМ производителя	СТМ или ТМ производителя	Все типы ТМ: СТМ, ТМ производителя или новая локализованная
Приоритетные категории продукции	Изделия из шоколада (1806) Изделия из сахара (170490) Печенье и вафли (19052/3) Рыба консервированная (1604) Колбасы и сосиски (160100) Майонез (210390), Дрожжи (210210) Сиропы (210690), Картофель (200410, 200520)	Печенье и вафли (19052/3) Изделия из сахара (170490) Рыба консервированная (1604) Колбасы и сосиски (160100) Майонез (210390) Растворимый кофе (2101)	Печенье и вафли (19052/3) Изделия из сахара (170490) Изделия из шоколада (1806) Рыба консервированная (1604) Колбасы и сосиски (160100) Майонез (210390)
Ключевые клиенты и каналы продаж *(примеры)*	*Локальные дистрибьютеры (не менее 3-4 на каждую страну) в каждой целевой стране*	Крупные торговые сети, включая свои и партнерские онлайн площадки *(ShopRite, Checkers, Pick'n'Pay, Spatz Store, Makro)*	Все типы клиентов и каналов продаж: торговые сети, онлайн-площадки, локальные дистрибьютеры
Краткое описание и обоснование сценария	• Затраты на омологацию • Существенные затраты на маркетинг «новой импортной продукции» (бренда), стимулирующие акции и мотивационные программы • Риски валютного регулирования • Ограничения по потенциальной доле рынка: размер рынка импортной продукции в 10 раз меньше локального • Средние риски / минимум доходов	• Целевые рынки обеспечивают высокий потенциальный объем сбыта продукции • Местное население более лояльно локальным продуктам • Ритейл – это надёжный партнер, минимизация рисков • Возможность выхода в другие страны присутствия торговой сети	• Сценарий экспорта технологий и компетенций, с использованием местных ингредиентов • Наличие компетенций и технологий (рецептур) в перспективе поможет занять долю рынка локального производства • Преимущество на рынке, где размер рынка импортной продукции в 10 раз меньше локального • Высокие страновые риски организации производства