



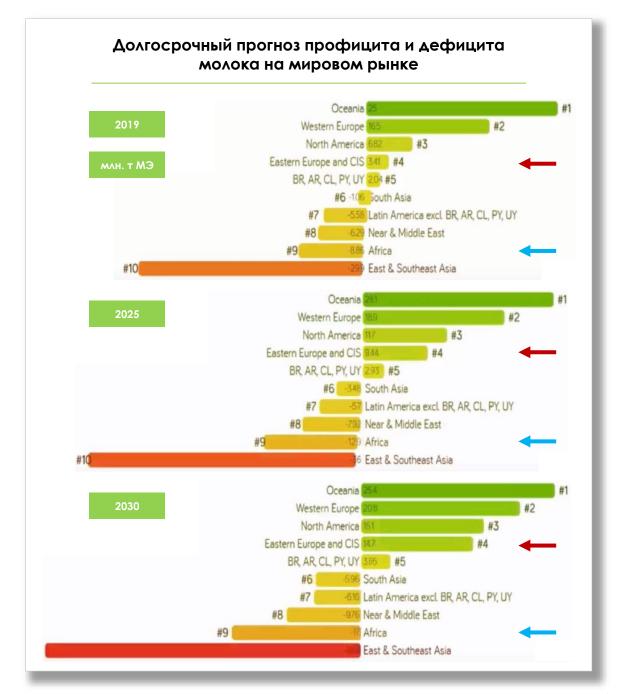




# Молочная продукция

### Предпосылки при выходе на рынок

- Большая и быстро растущая численность населения
  на фоне постепенного роста благосостояния в ведущих странах
- Низкий уровень / культура потребления молочной продукции и слабая покупательская способность в большинстве стран
- Постепенная вестернизация потребления за счет развития туристического сектора и роли международных компаний
- Сухое молоко ключевой продукт, в т.ч. в розничной фасовке (слабо развит сетевой ритейл и холодные цепи в логистике)
- Высокая доля FFMP для снижения цены продукта
- Стимулирование локализации финишных операций во многих странах – барьеры и сокращение импорта В2С-продуктов
- Слабое и непрозрачное регулирование
  с ориентацией на европейские и международные требования
- Сложности со структурированием международных контрактов и валютными операциями во многих странах

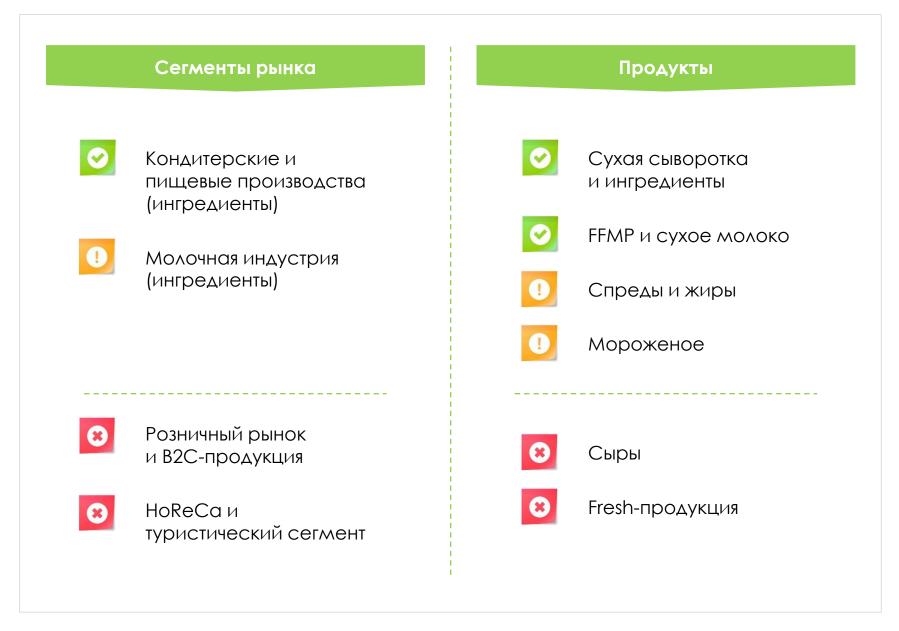






Наиболее перспективные для выхода сегменты в Африке – поставка сырья и ингредиентов для индустриальных производств, особенно в части сыворотки и FFMP, где есть маневр в соотношении «цена-качество».



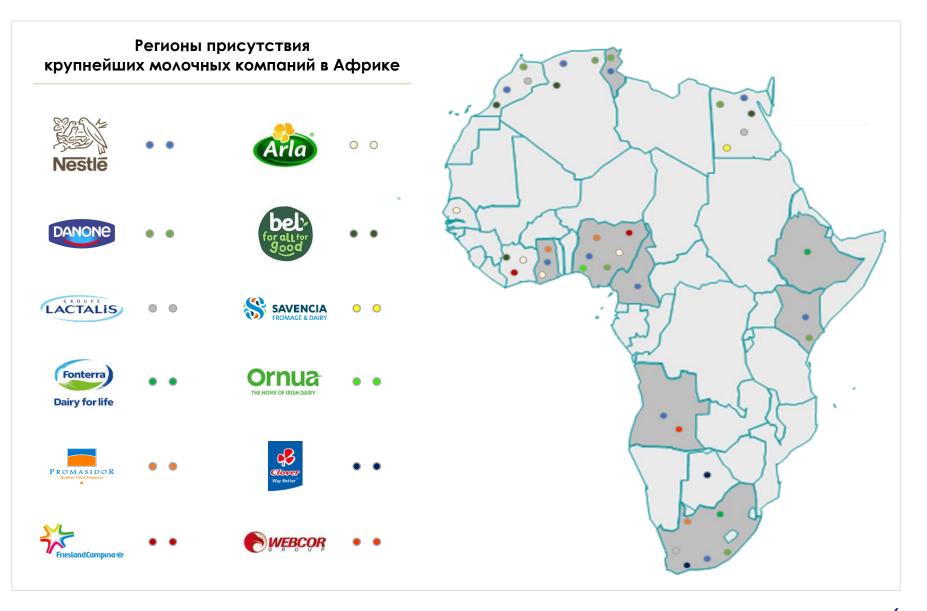






Африка – рынок с ценовой конкуренцией, но гибкими требованиями к качеству продукции, поэтому при благоприятном курсе и по мере снижения себестоимости сырья и роста объемов поставок конкурентные позиции России будут усиливаться.

# Конкурентные преимущества российских компаний Цена (себестоимость) Качество продукта Логистика Объемы и Service level Бренды и дистрибуция R&D и продукты Страна происхождения





### Наиболее оптимальная стратегия выхода на рынки стран Африки для российских компаний – прямые поставки в модели «завод – завод», особенно для транснациональных игроков и последующий подбор местных дистрибуторов для расширения присутствия.

#### Формирование собственной системы дистрибуции





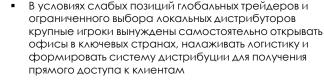




**Fonterra** 

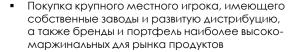
**Ornua** 





Значительные затраты времени и средств, но доступ к клиентам и максимальный контроль сервиса и цен по всей цепочке поставок







• Большие инвестиции в обмен на значимую долю рынка и готовую систему дистрибуции



■ Возможные преференции от правительства в обмен на инвестиции в развитие локальных мощностей



#### Прямые продажи местному партнеру









и проникновения собственной дистрибуции

Уровень локализации

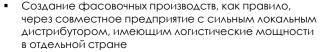






- Поставки ингредиентов в МОДЕЛИ ((ЗОВОД - ЗОВОД)) ДЛЯ молочных и кондитерских производств, не имеющих собственной сырьевой базы, в т.ч. возможность долгосрочных поставок для транснациональных игроков
- Поставки сухого молока / FFMP и ингредиентов местным дистрибуторам в конкретных странах
- Минимальные инвестиции в дистрибуцию, но высокие риски и зависимость от действий партнера
- Требуется поиск партнеров в каждой конкретной стране, при достаточно ограниченных объемах рынка







- Инвестиции в развитие брендов и дистрибуции в стране распределяется между партнерами
- Сокращение времени и инвестиций на создание системы дистрибуции, но ограниченный масштаб и зависимость от партнера, а также необходимость продвижения собственного бренда







## Контакты



+7 (921) 892-98-78



Груздев Алексей



gruzdev@streda.ru

info@streda.ru



119019, г. Москва, Гоголевский бульвар, 17/1, офис 300

## Социальные сети



aemcx.ru



streda.ru/