

Потребительские тренды. Глобальный молочный рынок

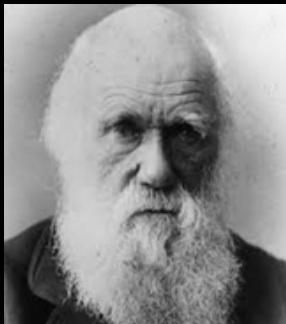
Алехандро Карвальо
Екатерина Хохлова

19 февраля 2019 г.



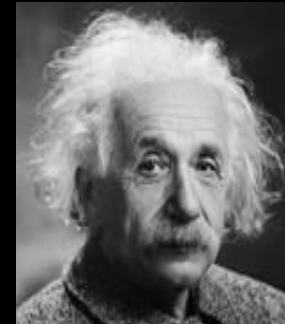


Мир меняется все более стремительно...



It is not the strongest of the species that survives, nor the most intelligent that survives. It is the one that is the most adaptable to change

Charles Darwin, 1809-1882



We cannot solve our problems with the same thinking we used when we created them

Albert Einstein, 1879-1955

Глобальные драйверы изменений 2030

Демография



Увеличение и старение населения
Расширение мегаполисов

Цифровизация и новые технологии



Цифровизация, сетевые коммуникации продолжают расти

Поколение С



Gen C
Креативность, взаимосвязь, сообщество

Регулирование



Регулирование вопросов состава продуктов и экологии

Изменения в экономике



Глобализация 2.0; экономическая мощь смещается в Азию

Индустрия 4.0



Интегрированное автоматизированное производство

Массовая Кастомизация



Инновации в производстве и автоматизации заменяют массовую индустрию

Окружающая среда и ресурсы

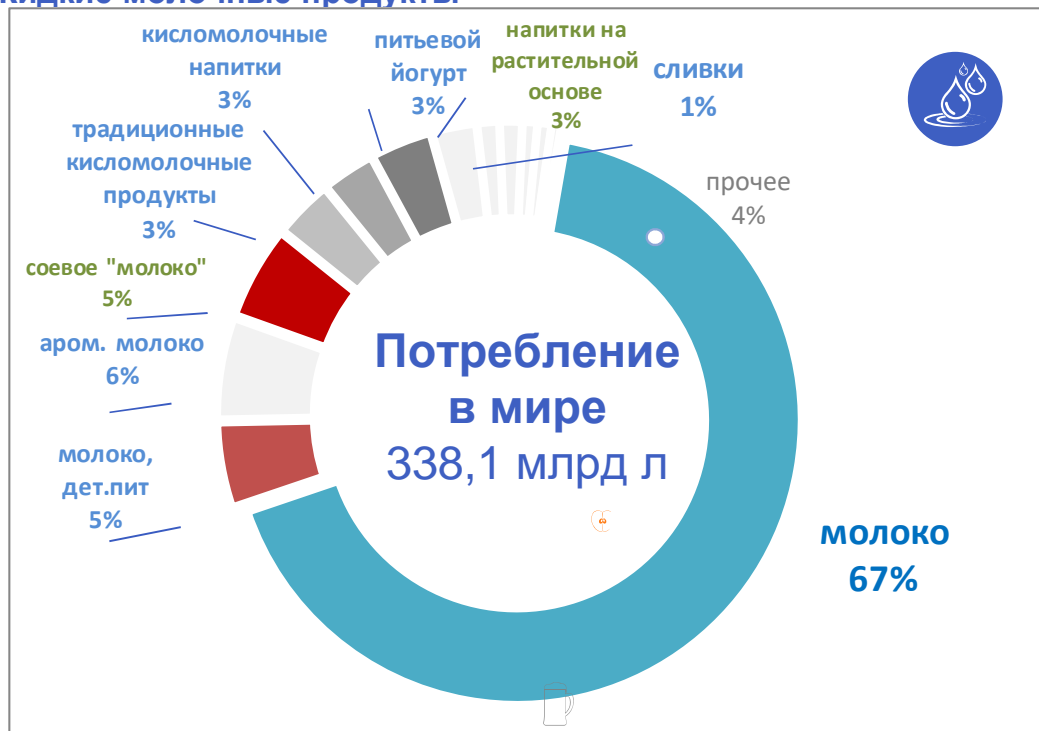


Культура устойчивого развития
Инновации и прорывы для ресурсосберегающего будущего



Молоко занимает около 70% сегмента Жидких молочных продуктов

Доли сегментов, %, Жидкие молочные продукты



Доли сегментов, %, Твердые / густые молочные продукты



доля %
млрд л
2018



Динамика развития категорий

Рост молока, питьевого йогурта и сливок

2018 потребление в мире
Млрд л

Совокупные
среднегодовые темпы
роста

● 2015-2018
● 2018-2021



2018
Млрд л

226.6	19.6	11.4	11.8	18.0	8.5	4.2	4.2
-------	------	------	------	------	-----	-----	-----

Source: Tetra Pak Compass, All Liquid Food, 2018



Потребительские тренды 2018



**ЗДОРОВЫЙ
ВЫБОР**

Стремление к
долголетию и
естественности



**ЗАБОТА О
БУДУЩЕМ**

Одна жизнь,
одна планета –
вклад каждого
важен



**ЗДЕСЬ И
СЕЙЧАС**

Автоматизация
усиливает
потребность в
простоте и
скорости



**СДЕЛАНО
ЛОКАЛЬНО**

Быть локальным и
близким в
глобализированном
мире



**НОВЫЕ ГРАНИ
ОПЫТА**

Опыт в деталях,
везде, все
время –
стремясь быть
социальным и
делиться

**ГИГИЕНИЧЕСКИЕ
(БАЗОВЫЕ) ФАКТОРЫ**

БРЕНДЫ

**ДОБАВЛЕННАЯ
ЦЕННОСТЬ**



Здоровый выбор Granarolo g+, функциональное молоко, Италия



Возможность

- Продукты, отвечающие 3 ожиданиям потребителей:
 - Потребность в протеине (спорт)
 - Потребность в волокнах
 - Омега3 (сердечнососудистая система)
- Продуктовое предложение
 - Без лактозы (обезжиренное молоко / с пониженным содержанием жира)
 - Пониженное содержание сахара (-30%)

Инновация

- ✓ Технология ультрафильтрации – на 30% меньше сахара в продукте



Забота о будущем Cow Cow - ароматизированное молоко, органик, Германия



Возможность:

- предложение в растущем сегменте ароматизированного молока
- рост продуктов органик в сегменте ароматизированного молока
- возможность предложить замену еде (затраку) в виде питательного и здорово продукта (добавление бананового пюре)

Инновация

- ✓ *Произведено из молока высочайшего качества, вкус продукта, приготовленного дома*
- ✓ *Нежный насыщенный вкус натурального молока*
- ✓ *Органик, натуральное банановое пюре*
- ✓ *Cow Cow - без усилителей вкуса, Без ГМО*



Здесь и сейчас Mengniu, Китай - молоко для канала он-лайн торговли



Возможность:

- Рост потребления молока сегмента Премиум
- Традиция дарить «подарочные наборы», в том числе Премиум молочные наборы
- Более высокие темпы роста продаж молока в сегменте онлайн торговли против офлайн продаж
- Определенные потребительские ожидания в канале онлайн
- Постоянные инновации в имидже бренда-лидера Milk Deluxe

Инновация

- ✓ Уникальный дизайн бренда для канала онлайн торговли
- ✓ Лимитированный дизайн «вышивка Пекина»



Сделано локально 'La Marque du Consommateur', молоко, созданное потребителями, Франция



IL EST ARRIVÉ !

DEMARCHE RESPONSABLE

ÉQUITABLE POUR LES PRODUCTEURS

VACHES AU PÂTURAGE 3 À 6 MOIS

FOURRAGES LOCAUX

FRANÇAIS

VACHES NOURRIES SANS OGM <0,9%

CE LAIT RÉMUNÈRE AU JUSTE PRIX SON PRODUCTEUR

Lait demi-écrémé stérilisé UHT.

C'est qui le patron ?!

LA MARQUE DU CONSOMMATEUR
Bien et responsable

CE LAIT A ÉTÉ CRÉÉ PAR NOUS LES CONSOMMATEURS !

www.lamarqueduconsommateur.com

Возможность:

- Стагнация молочного производства во Франции, снижение цен на молоко
- Потребители хотели бы видеть 100% аутентичный французский бренд молока – натуральный, демонстрирующий прозрачность и ответственное отношение
- Онлайн опрос для определения ожидаемой продуктовой линейки и цены потребителями
- Честная цена на сырье для поставщика

Инновация

- ✓ Ориентированность на потребителя: потребители выбирают продуктовые рецептуры и цену голосованием
- ✓ Справедливая цена для поставщиков сырья как результат выбора потребителей



Новые грани опыта Yili, асептический питьевой йогурт с кусочками, Китай



Возможность

- Йогурт – сегмент молочного рынка Китая с самыми высокими темпами роста
- Усиление позиций бренда Yili в сегменте йогуртов
- Потребителям нужны новые вкусовые впечатления:
 - Персик + (кусочки персика и злаки)
 - клубника + (кусочки клубники и злаки)

Инновация

- ✓ Кусочки натуральных фруктов в асептическом йогурте
- ✓ Новые вкусовые ощущения
- ✓ Усиление Премиум позиционирования продукта через добавление полностью натуральных ингредиентов (кусочков фруктов и злаков), рост интереса к категории в целом и дальнейший рост продаж в сегменте

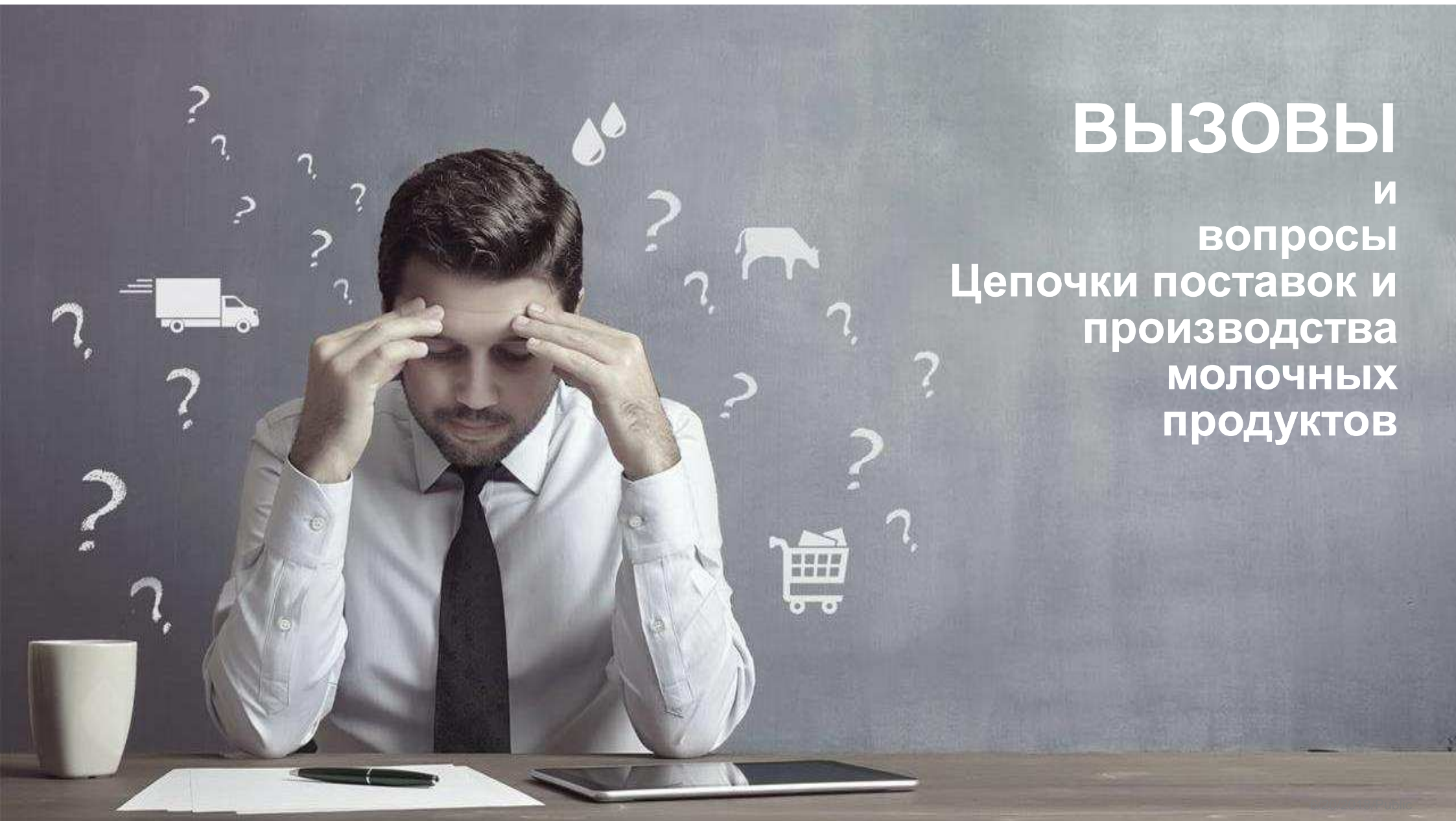
ВЫЗОВЫ

и

вопросы

Цепочки поставок и
производства

МОЛОЧНЫХ
ПРОДУКТОВ





Цепочка поставок и производства молочных продуктов

Фермер



- Молочная продукция «без границ»
- Снятие квот
- Давление на цену и прибыльность
- Изменение структуры ферм

Производитель



- Коммодитизация категорий молочных продуктов
- Размывание прибыльности
- Кастомизация по запросам потребителей

Ритейл



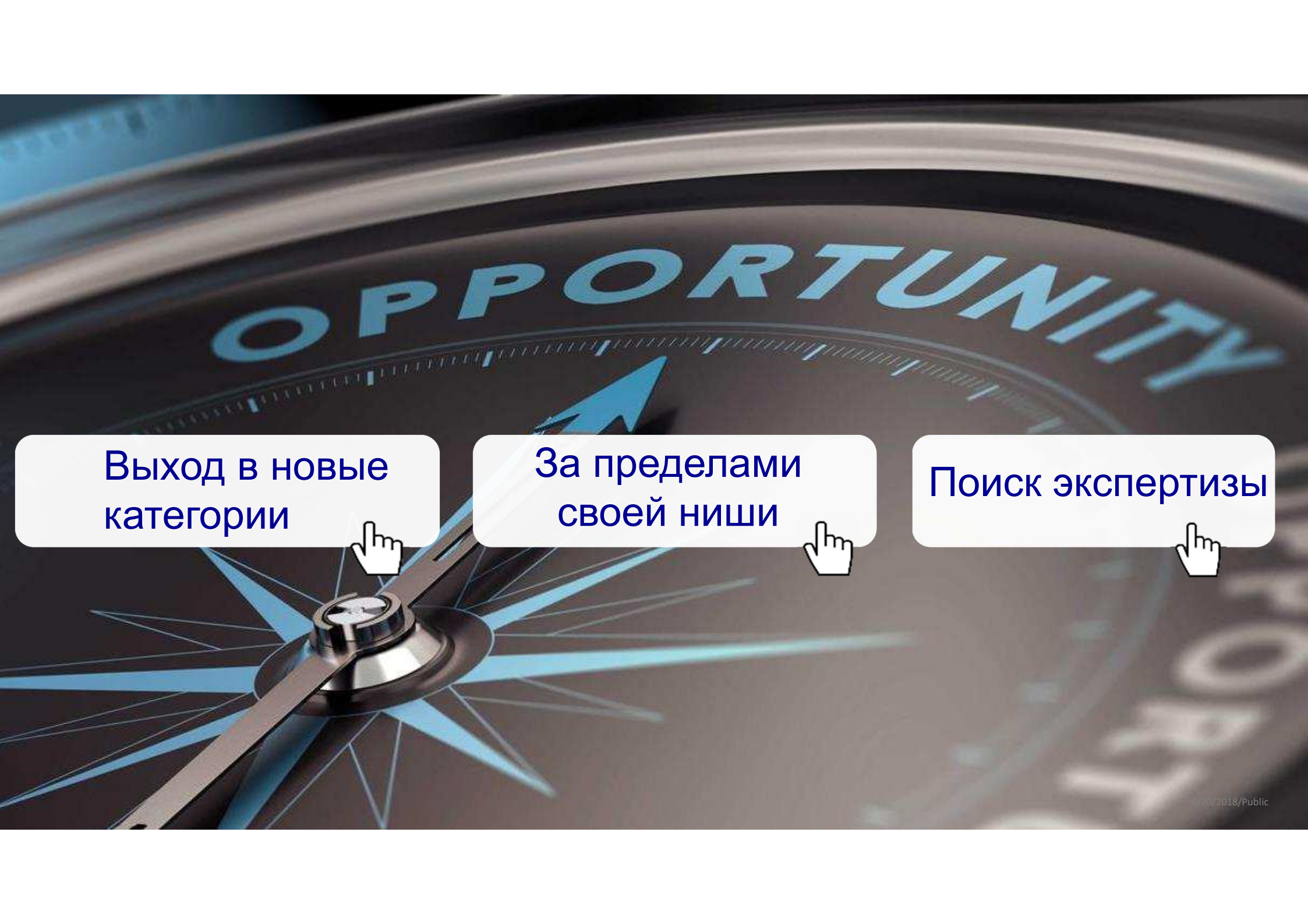
- Электронная торговля:**
- Традиционная торговля – одна из многих опций
- Быть ближе к потребителю

Потребитель



- Долгая здоровая жизнь
- Потребитель – решающий голос

Ключевые вызовы



OPPORTUNITY

Выход в новые
категории



За пределами
своей ниши



Поиск экспертизы





Ключевые возможности роста

Без лактозы



Рост безлактозного
молока в Западной
Европе
+16%
2012 to 2018

Протеиновые напитки



Протеиновые
напитки
+14%
2012 - 2018

Ароматизированное МОЛОКО



Рост через новые
вкусы, форматы и
объемы упаковки

Молоко органик



Молоко органик
+6%
в Западной Европе
2012 - 2018

Сыры



Новые ситуации
потребления

Сливки и готовые соусы



Помочь
потребителю стать
настоящим
поваром дома

Напитки на растительной основе



Рост напитков на
основе орехов и
злаков в
Западной Европе
+36%
2012 - 2018

Продукты с добавленной ценностью для холодной полки



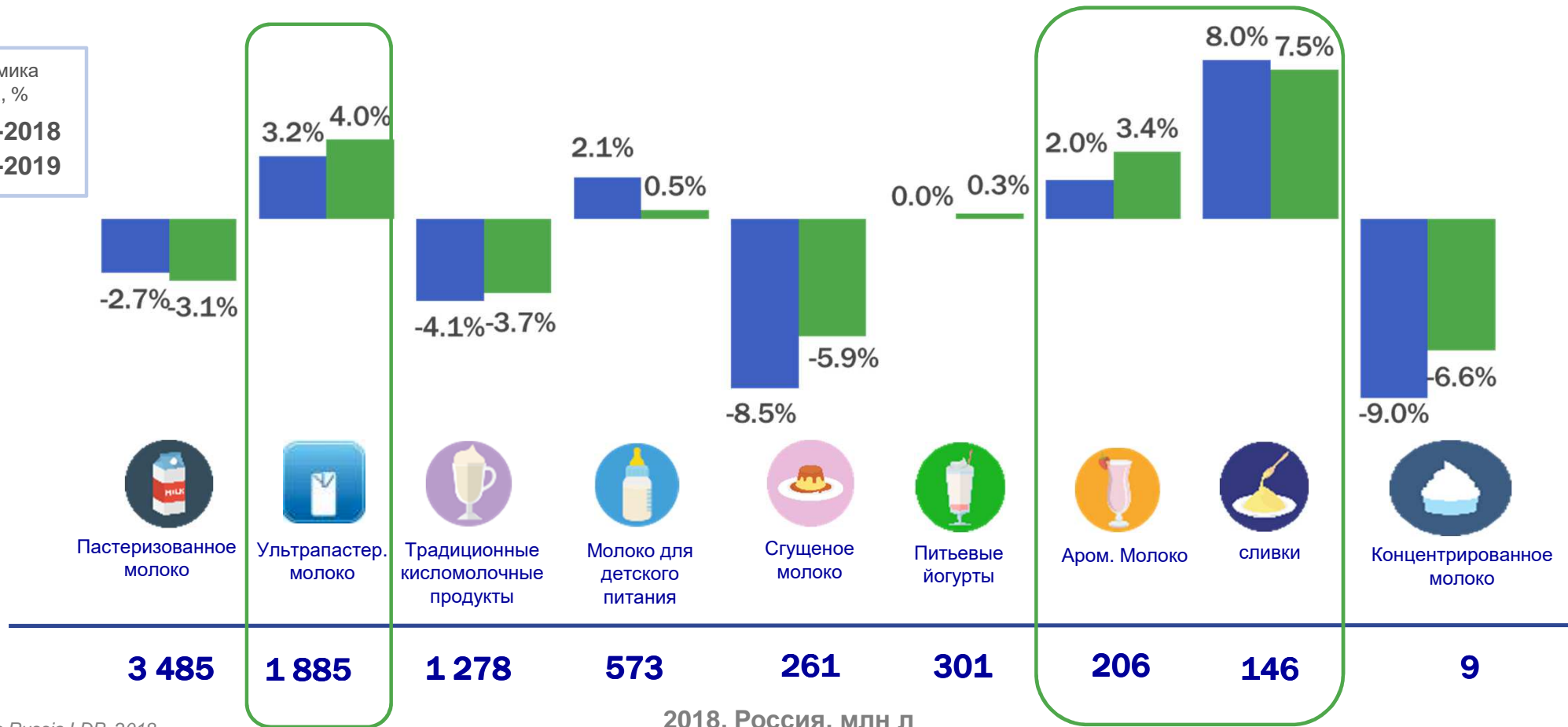
Новые сегменты,
ингредиенты,
Польза для
потребителей





Ультрапастеризованное молоко, аром. молоко, сливки – основные растущие сегменты молочного рынка России

Динамика роста, %
● 2017-2018
● 2018-2019



Source: Compass Russia LDP, 2018

2018, Россия, млн л

Internal



Ультрапастеризованное молоко

Продукты с добавленной ценностью и эффективное производство

Ценность продукта



Добавленная ценность



Новые каналы



BRAND

Упаковочные решения



Упаковочные решения



Мультипаки



Уникальные QR-коды



FSC



Упаковка из растительных источников



Эффективное производство





СЛИВКИ

Выход в новые сегменты с фокусом на ожидания потребителей

Дифференциация продукта – приготовление еды /
соусы на сливочной основе / кофе



Фокус на различные каналы продаж



Растительные / комбинированные / безлактозные





Ароматизированное молоко

Сегментация потребителей и их потребностей

Различные ЦА – дети / взрослые



Ситуации потребления – заменяем еду



Вкусовая / продуктовая дифференциация





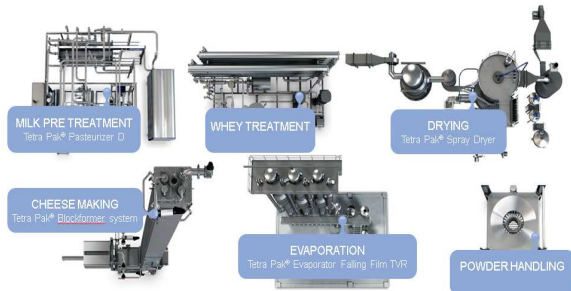
Сыры

Широкие возможности рынка

Сегментация рынка

<p>1. Свежий сыр (White cheese*)</p>	<p>2. Крем-сыры (Spreadable Cheese*)</p>	<p>3. Полутвердый/ твердый (Yellow Cheese)</p>	<p>4. Моцарелла/ пицца-сыр (Mozzarella and Pizza Cheese)</p>	<p>5. Плавленный сыр (Processed Un-spreadable)</p>	<p>6. Сыр с плесенью (Mould Cheese)</p>

Эффективность производства



Упаковочные решения





alexandre.carvalho@tetrapak.com
ekaterina.khokhlova@tetrapak.com