

Обзор российского рынка молочных изделий

2021-2022

- Факты
- События
- Прогнозы





Альбина Исакова

МИРАТОРГ

2011-2014

**Директор
по маркетингу**

РУСАГРО

2018-2019

**Директор
по маркетингу и продажам**



белая долина®
— группа компаний —

**Коммерческий
директор**

Экспертиза по направлениям



Молочная
продукция



Мороженое



Колбасная
продукция



Охлажденное мясо
Замороженные
полуфабрикаты



МИРАТОРГ



Запуск
в маркетинговой
и коммерческой
части четырёх
заводов

Вывод на рынок более
200 новых продуктов
в различных
категориях

Создание новых
брендов

Управление всеми
каналами продаж

Динамика рынка

Рынок в 2021 году стагнировал

Рост демонстрировали только отдельные категории: альтернативное молоко, сливки, сыры

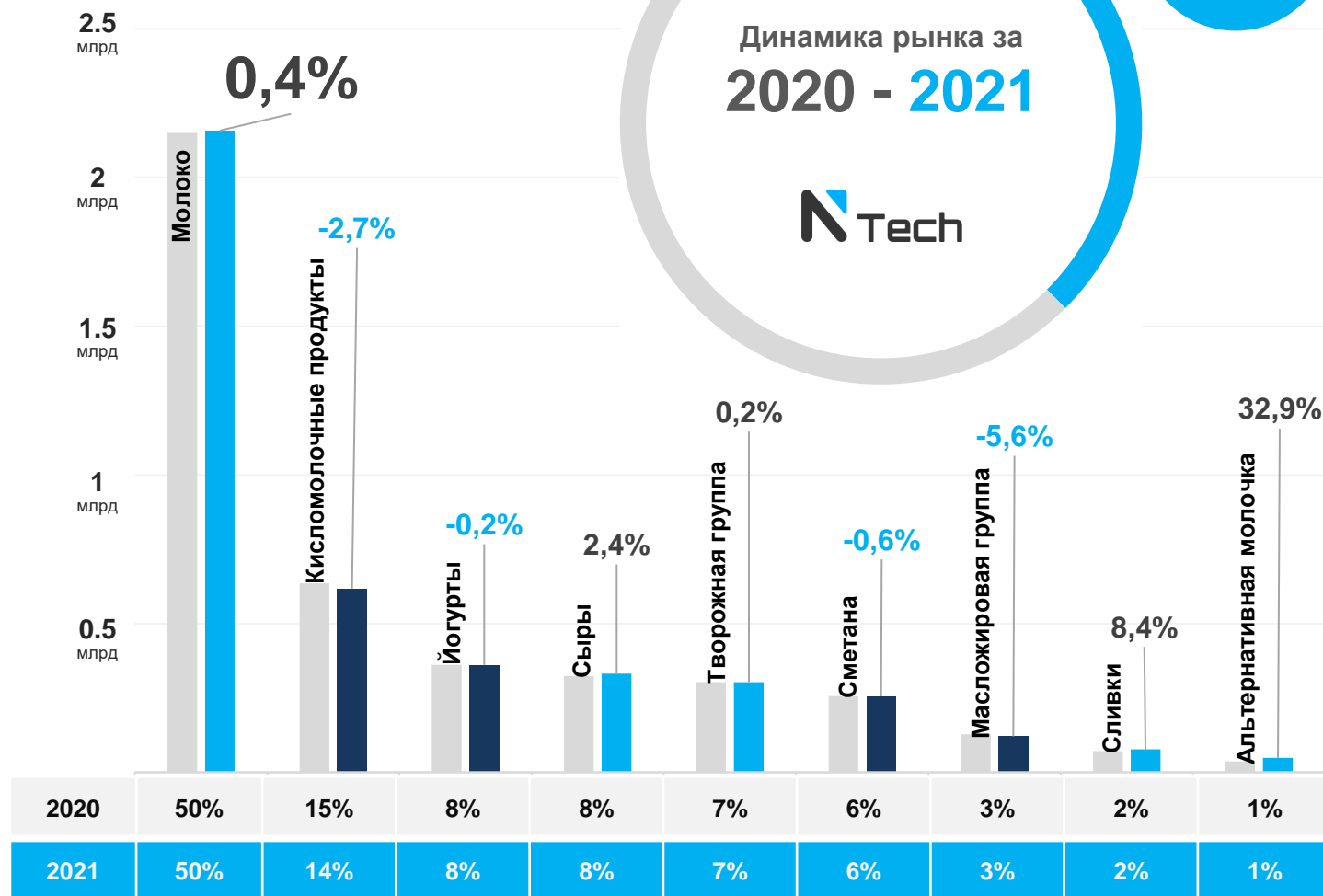
В 2022 году в связи с геополитической ситуацией вероятно падение в целом по рынку

И особенно по высокомаржинальным позициям: йогурты, сливки, масло, сыр
Существенно замедлится или остановится рост по альтернативным продуктам

Во всех категориях будет расти доля эконом сегмента: молоко в пленке, творог флоу-пак, продукты с ЗМЖ

Данные за 2020-2021г по ТС Тандер, Х5, Ашан, Лента, Метро, Дикси, Окей. Источник NTech

Динамика долей категорий в КГ



Аномальный рост себестоимости

в 2021-2022

Рост полной себестоимости молочной продукции в 2021г. составил от **20** до **25%** (данные СоюзМолоко)

Факторы роста себестоимости:

- Скачок цен на сырое молоко
- Рост производственных затрат на переработку молока
- Стоимость маркировки «честным знаком»
- Увеличение стоимости доставки продукции

При этом рост розничных цен на молочную продукцию в 2021 существенно ниже и составил **7-8%**

Отставание роста отпускных цен от фактического роста себестоимости легло на «плечи» производителей
Отрицательный финансовый результат многих стал в 2021 году отраслевой «нормой»

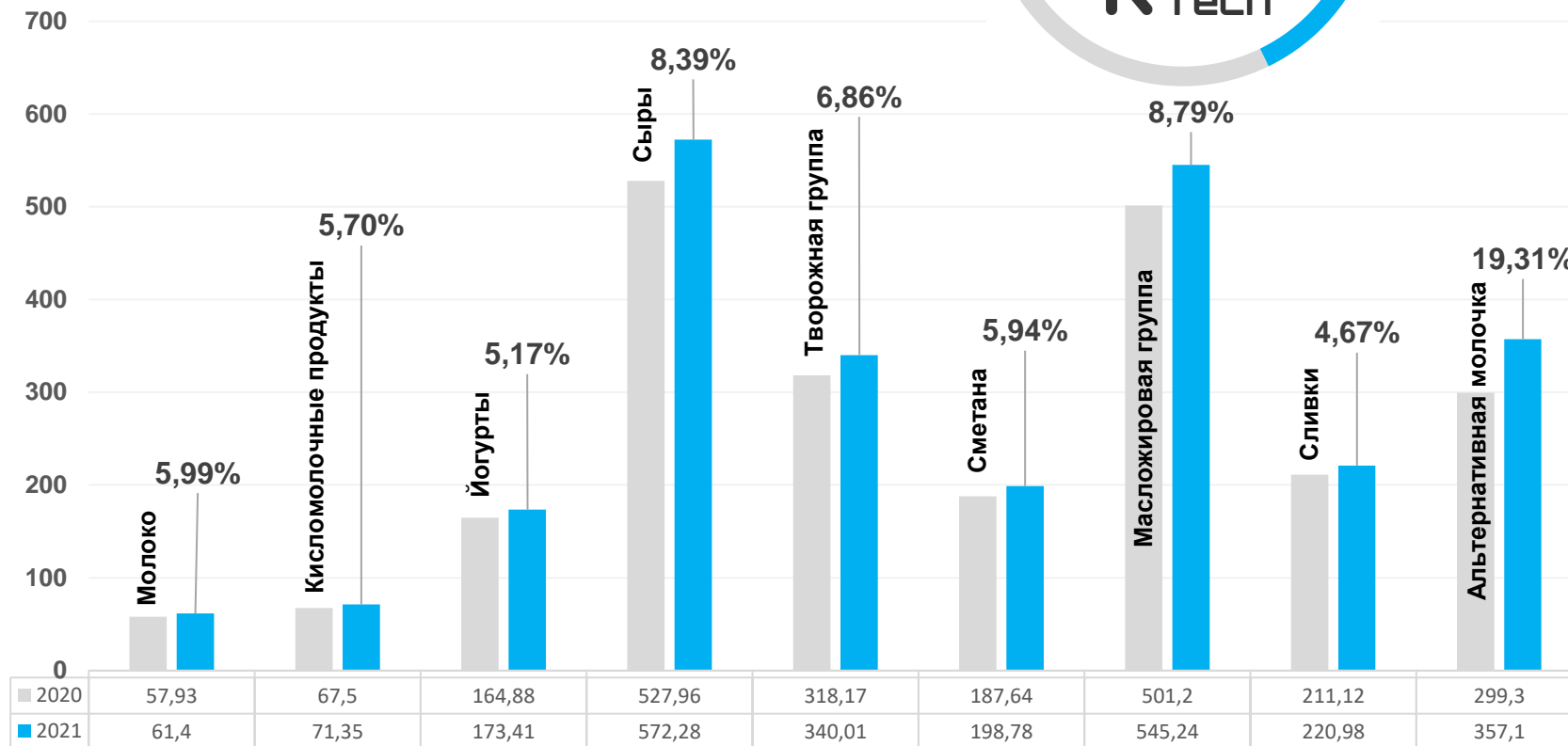
В 2022 г рост себестоимости продолжает бить рекорды, но сети готовы рассматривать повышение вне установленных периодов и больше, чем на **5%** за одно повышение

+7%

Динамика рынка за
2020-2021
млрд. руб.

NTech

Средневзвешенные цены за кг

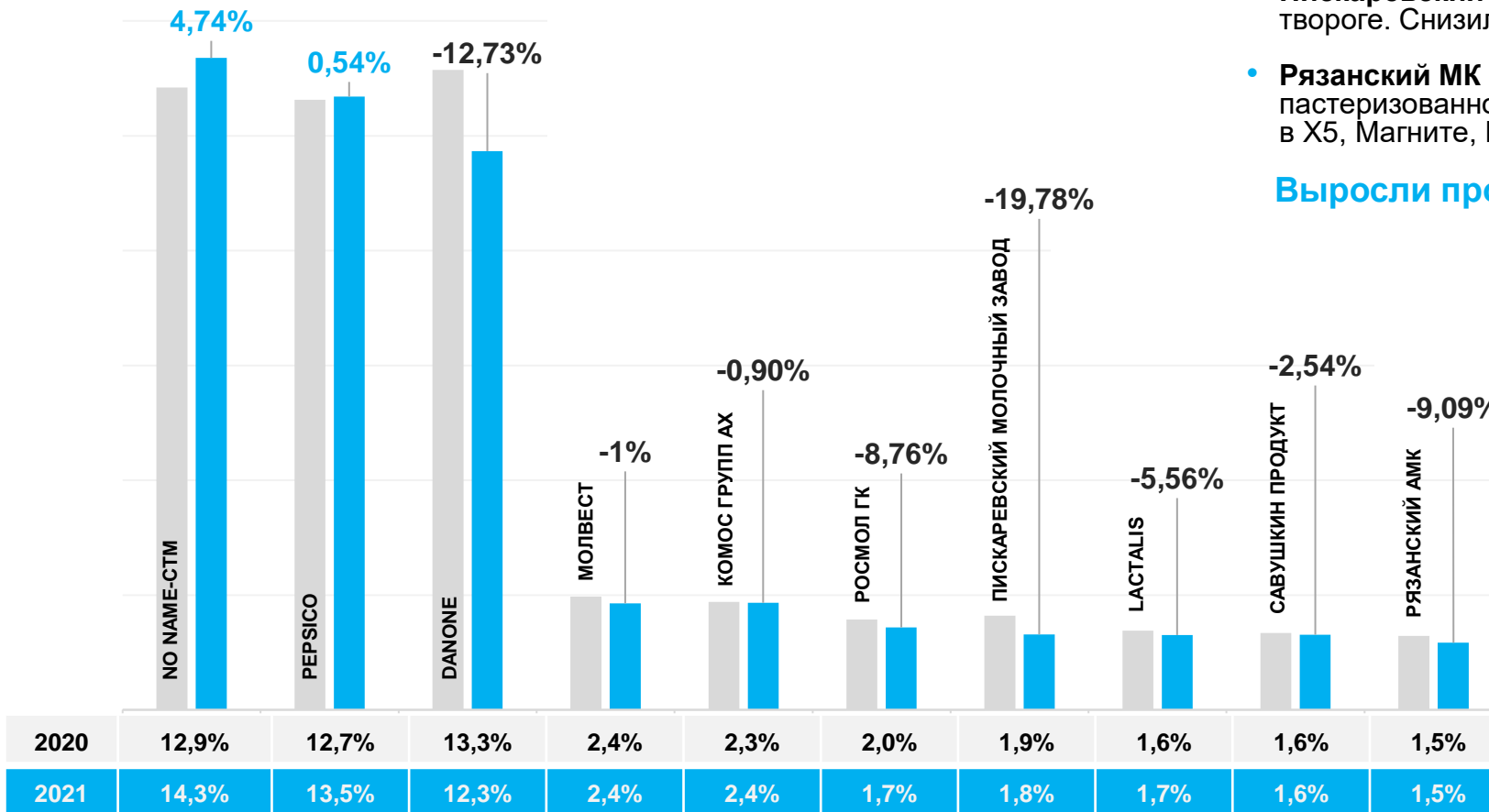


Данные за 2020-2021г по ТС Тандер, Х5, Ашан, Лента, Метро, Дикси, Окей. Источник NTech

Основные игроки молочного рынка

в 2021-2022

Топ-10 производителей и динамика их продаж



Данные за 2020-2021г по ТС Тандер, X5, Ашан, Лента, Метро, Дикси, Окей. Источник NTech

Примечания по динамике продаж производителей:

- Падение продаж **Danone** в категориях: кефир, сливочное масло, ультрапастеризованное молоко. Снизилось присутствие во всех исследуемых сетях, кроме Метро
- **Пискаревский МЗ** упал в йогуртах, пастеризованном молоке, твороге. Снизилось присутствие во всех исследуемых сетях
- **Рязанский МК** упал в кисломолочных продуктах, пастеризованном молоке, твороге. Снизилось присутствие в X5, Магните, Метро, Дикси

Выросли продажи только в СТМ

- Рынок консолидирован. На 10 игроков (в т.ч условно собирательный производитель СТМ) приходится более половины рынка **53%**
- Рынок будет укрупняться и дальше. В 2022 г. в связи с геополитической ситуацией нас ждет ряд банкротств и сделок по слиянию и поглощению игроков второй и третьей лиг. Экспертно их доля может достигнуть **55%** и выше
- **Рост СТМ будет существенным**

Консолидация сетевого сегмента в 2021 году, что ждать в 2022?



Крупные сделки 2021 года:

Магнит купил Дикси

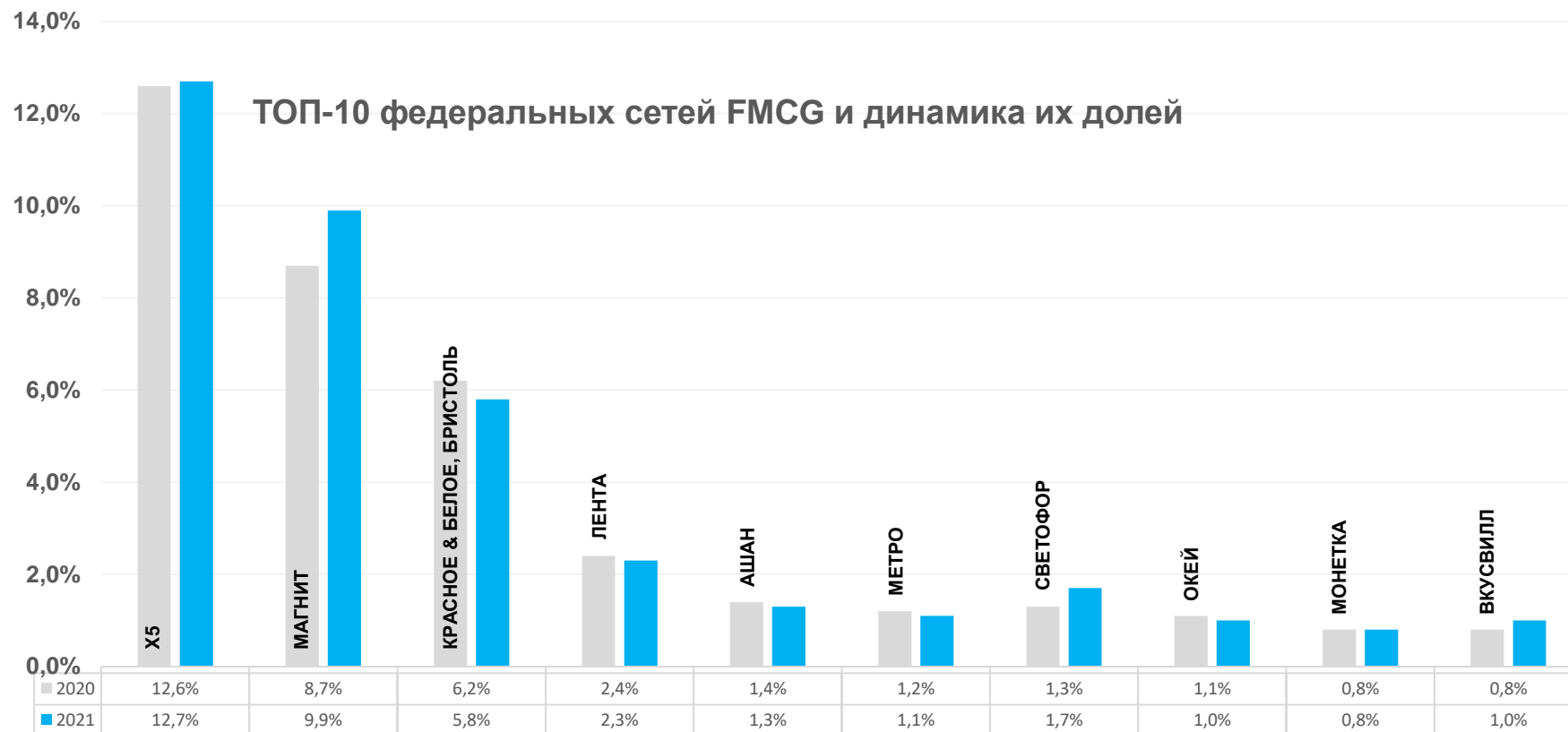
Лента приобрела сети Билла,
Семья и онлайн-ритейлера Утконос



На ТОП-10 сетей
приходится 38% рынка

50%

В 2022 году сделки M&A
продолжатся и этот
показатель может быть уже
около



Данные за 2020-2021г по ТС Тандер, X5, Ашан, Лента, Метро, Дикси, Окей. Источник NTech

Будущее брендированных продуктов

Доля СТМ в общем объеме продаж растет

Планы X5 и Тандера довести долю СТМ к 2025 году до **25-30%**

В Европе на СТМ приходится около **40-60%** продаж
Германия, Великобритания, Швейцария

В 2022 году ускорится сокращение объема рынка брендированных продуктов

Значительно возрастет конкуренция в тендерах на производство СТМ, а необходимость эффективно играть сразу на двух полях станет настоящей



Данные за 2020-2021г по ТС Тандер, X5, Ашан, Лента, Метро, Дикси, Окей. Источник NTech

Промодавление вчера – в 2021 и сегодня - в 2022

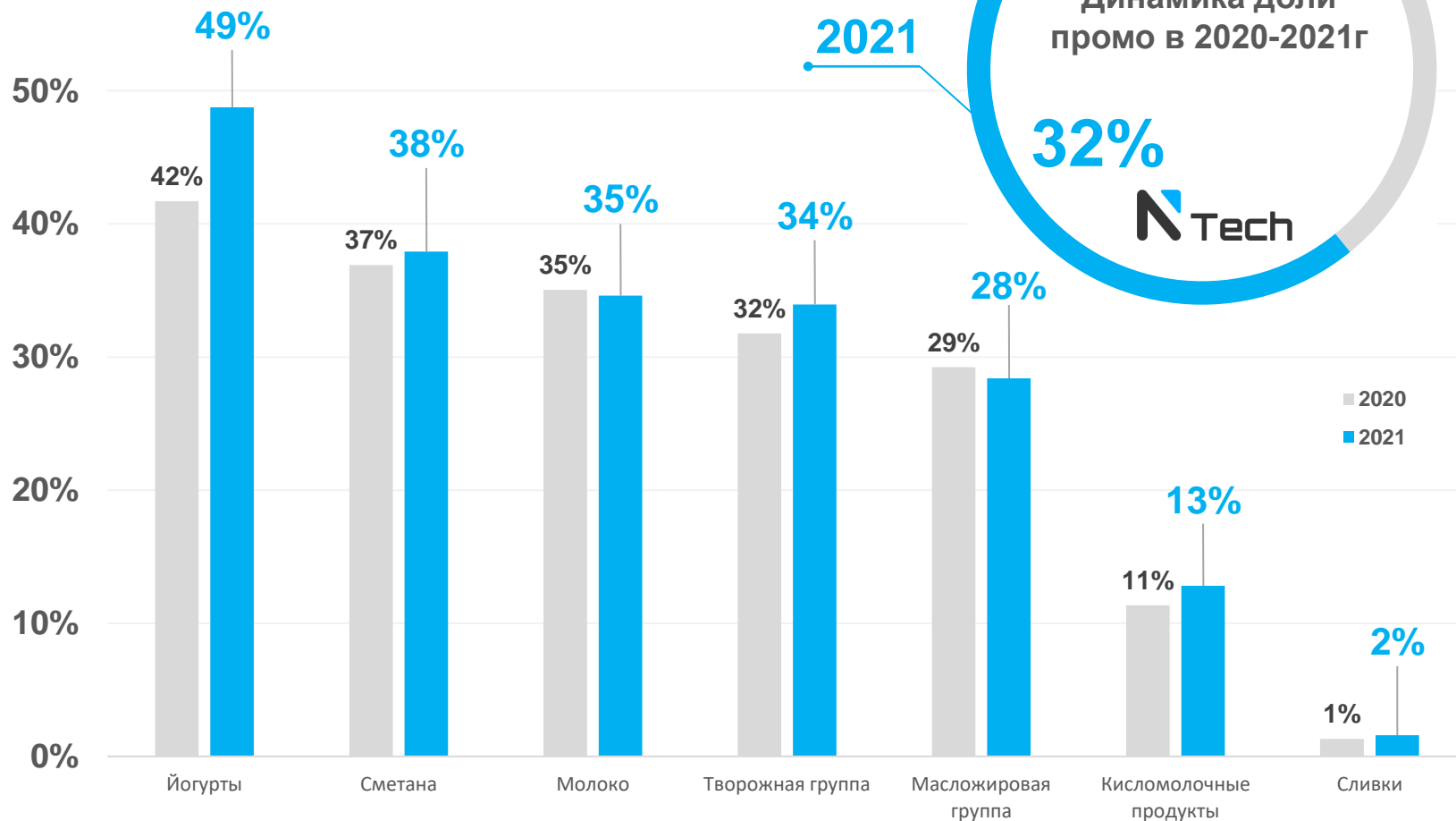
До 2021г доля промопродаж показывала устойчивый рост

Также была прямая зависимость количества акций и глубины скидки от уровня маржинальности категории и количества производителей/брендов в ней

Доля промодавления в 2022 в короткой перспективе уменьшится
производители сушат/отзывают акции

В среднесрочной и долгосрочной перспективах все вернется на круги свои

60% Динамика доли промо по категориям



Данные за 2020-2021г по ТС Тандер, Х5, Ашан, Лента, Метро, Дикси, Окей. Источник N-Tech

Какие тренды 2021 году в 2022 году под угрозой

Тренды 2021

- ЗОЖ, альтернативное немолоко, функциональные продукты
- Продукты в eco-friendly упаковке
- Рост онлайн-продаж
- Углубление экспертизы производителя в рамках своей категории

Тренды 2022

- Продукты первой необходимости
Продукты, справедливые по соотношению цена/качества
- Продукты в той упаковке, которая будет в наличии
- Поиск развлечений/отвлечений, в том числе в офлайн шопинге продуктов питания
- Поиск перспективных ниш в рамках импортозамещения
детское питание, рыбная продукция и т д



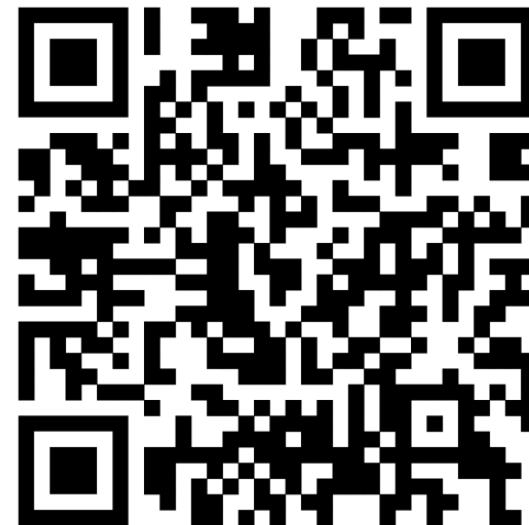
T: +7 (495) 640 90 95

E: info@gk-nt.ru

W: gk-nt.ru

Альбина Исакова

Коммерческий директор
ГК Белая Долина



T: +7 985 992 04 95

E: Iskakova_AR@beldolina.ru

W: beldolina.ru