



Приложение



Обзор категорий

Рынок сбалансирован:

- Овощи
- Молоко питьевое
- Рыба мороженая неразделанная
- Макароны изделия



Обзор категории «Овощи» 1/2



Доли рынка поставщиков по валовой прибыли, 2022г.²



Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Ключевые выводы

Рынок вырос на 18,9% в 2022 году к 2021, с 115,5 млрд. руб. до 137,3 млрд руб. по причине ограничений, наложенных на импортные поставки из стран дальнего зарубежья,² и работы над эффективностью производства и модернизации хранилищ для сохранения урожая.

Количество поставщиков не растет и высокая концентрация бизнеса сохраняется – топ 50 производителей занимают 76,2% рынка, за 5 лет этот показатель не изменился.^{1,2}

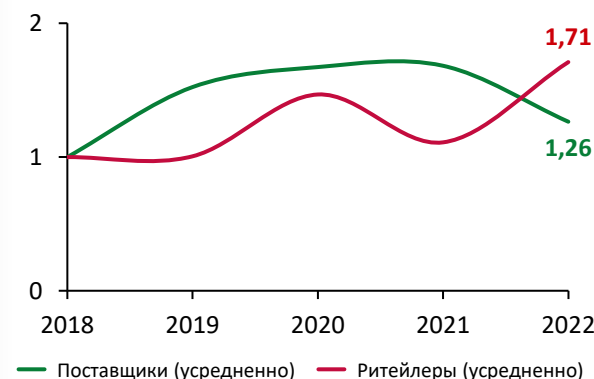
Цена определяется на основе конъюнктурных факторов - рыночной ситуации, конкурентной среды и поступления импортной продукции.

Категорию характеризуют нестабильность отрасли и сезонные колебания цен, которые являются факторами, отталкивающими инвесторов.¹

Рентабельность поставщиков значительно выше, чем у ритейлеров в течение исследуемого периода.

Производитель оказывает определяющее влияние на цену на полке.

Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	5,8%	5,9%
По 3-м предприятиям	15,3%	15,0%
По 6-ти предприятиям	25,8%	25,2%
По 10-ти предприятиям	34,9%	35,8%
По 15-ти предприятиям	43,6%	45,0%
По 20-ти предприятиям	50,3%	53,0%
По 25-ти предприятиям	56,1%	59,3%
По 50-ти предприятиям	75,9%	76,2%

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

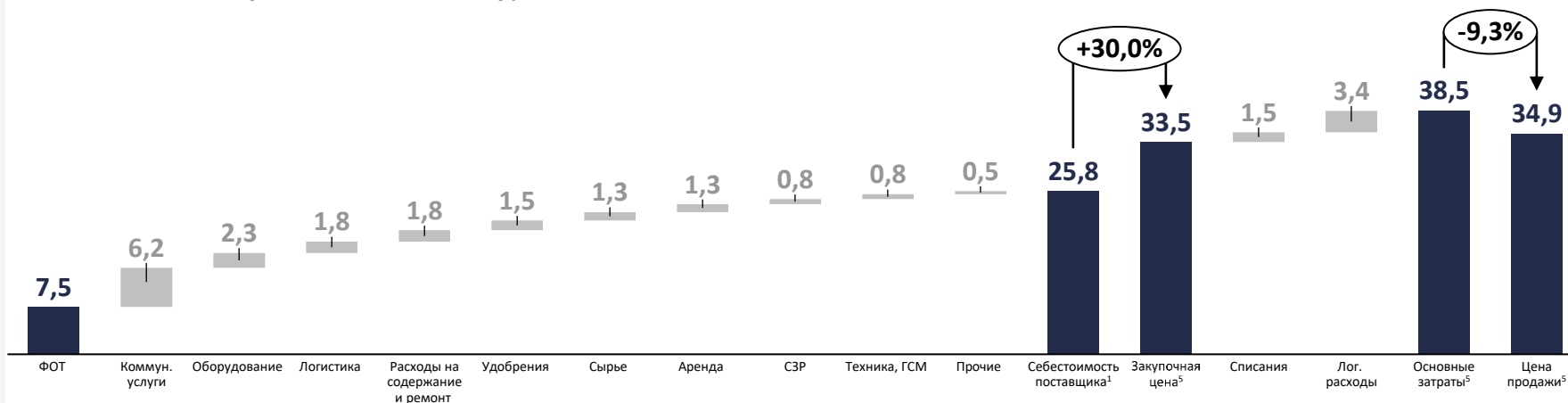
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Обзор категории «Овощи» 2/2



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг овощей, рубли, 2022г.



Ключевые выводы

Основными драйверами в структуре себестоимости производителя являются ФОТ и коммунальные услуги. На них приходится 53% затрат от общей структуры себестоимости.

С 2021 года динамика роста цен на овощи замедляется. В 2020-2021 годах прирост закупочной цены сравнялся с приростом цены продажи.

С 2021 года наблюдается положительная динамика розничных и отпускных цен.

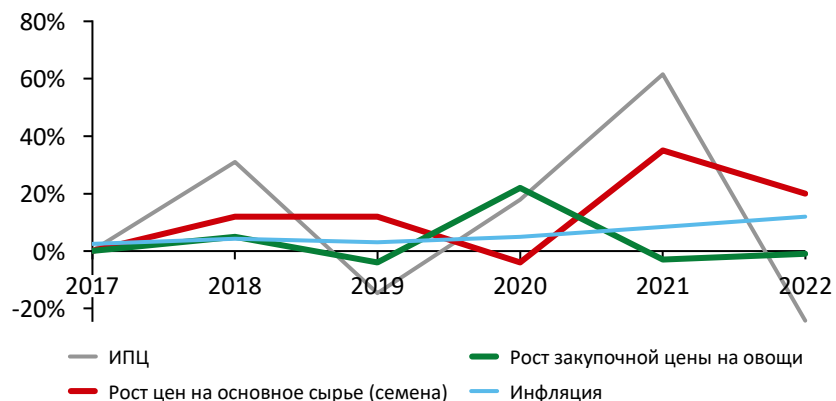
Маржа производителя выше маржи ритейлера.

По данной категории у ритейлера отрицательная маржа.

На розничную цену высокое давление оказывает падение реальных доходов населения и сезонные предложения из других стран, появляющиеся на рынке.¹

Ритейлер не всегда может транслировать в цене полное повышение закупочных цен.

Динамика розничных и отпускных цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и отпускных цен на категорию²



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Овощи» 1/2



Основные показатели



Маржинальность продукции

30%



Доля собственной розницы

—



Доля экспорта

1%



Доля импортной составляющей

31%



Доля онлайн продаж

—

Основные драйверы изменения рынка¹

Господдержка производителей: льготное кредитование: субсидирование процентов по сарех, кредитам

Господдержка производителей: страхование

Господдержка производителей: субсидирование затрат на энергоресурсы

Санкционный режим в отношении РФ, начиная с 2014 года

Конкурентное окружение соседних стран: регулярное появление на рынке товаров из Беларуси

Модернизация овощных хранилищ, теплиц

Кадровый голод: нехватка агрономов, механиков, инженеров, водителей

Потребительские предпочтения: покупатели предпочитают покупать мытые и фасованные овощи, срок хранения которых ниже немываемых овощей

Лидеры отрасли²

Открытый грунт	Теплицы
Воронежская фруктовая компания	ЭКО-культура
Агрофирма Лето	Рост
Агрофирма Павловская Нива	УГМК Агро
Агрофирма Апротек-Подгоренская	Зеленая Линия
Меленский картофель	Мое лето

¹ Статистика потребления овощей в РФ сильно искажена. Также в рамках плодовоовощного союза нет аналитики параметров изменения цен на продукцию
² Лидеры увеличивают площади. Консолидации рынка не произошло. Группа лидеров выращивает большие объемы. Новые игроки не появляются – цена входа на рынок сильно увеличилась. Данные на основании интервью с экспертами

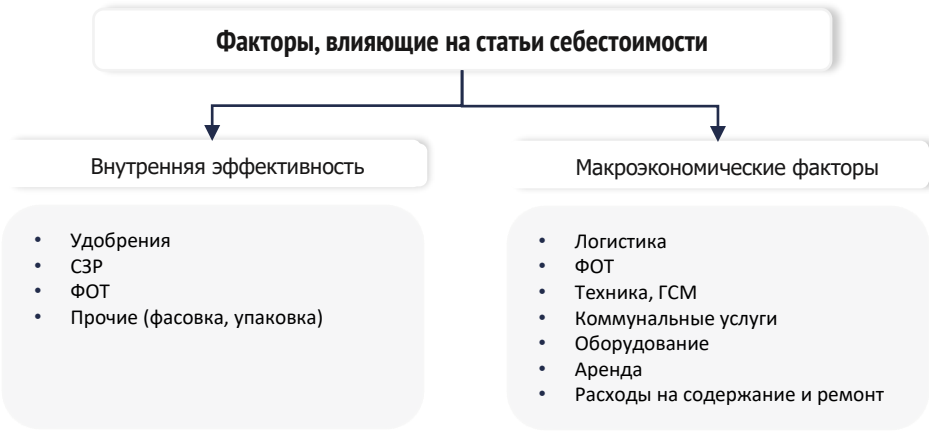
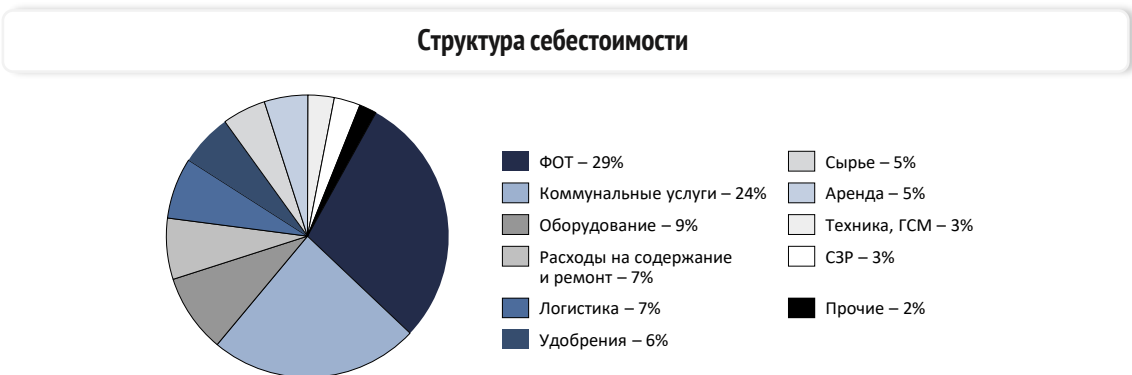
Экспертное мнение поставщиков по категории «Овощи» 2/2



Формирование отпускной цены



Формирование себестоимости



¹ Основные потери: климатические условия (град, мороз, засуха), нарушение условий хранения

Обзор категории «Молоко питьевое» 1/2



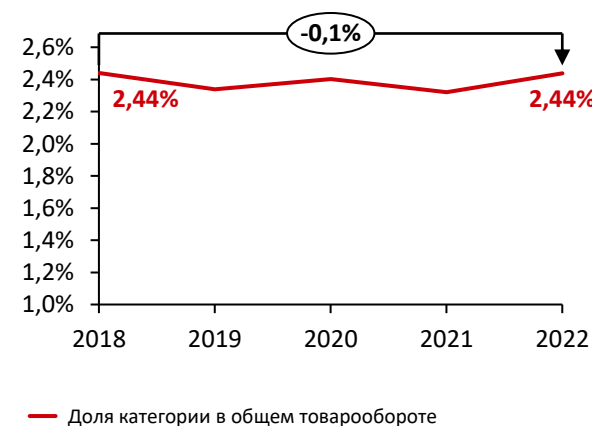
Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022г.⁴



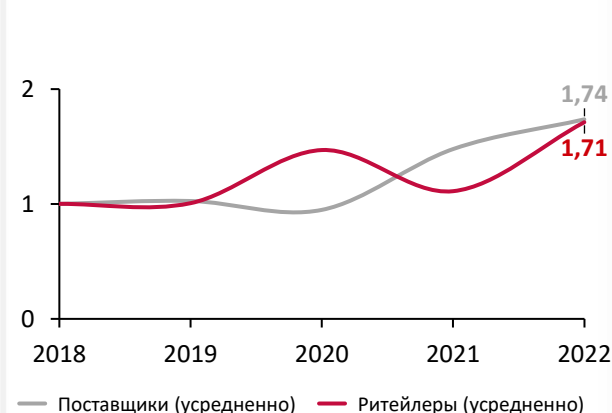
Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Коэффициент прироста ЕВІТ к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г	2022г
По 1-му предприятию	23,9%	16,1%
По 3-м предприятиям	48,2%	36,7%
По 6-ти предприятиям	59,8%	51,3%
По 10-ти предприятиям	70,1%	66,2%
По 15-ти предприятиям	82,3%	78,2%
По 20-ти предприятиям	88,9%	86,8%
По 25-ти предприятиям	95,2%	93,7%
По 50-ти предприятиям	100%	100%

Ключевые выводы

Рынок стал более конкурентным: коэффициент концентрации по всем уровням снижается; растет доля региональных производителей.¹

Рынок динамично меняется. Основная причина - падение реальных доходов населения. Потребитель экономит - идет в дискаунтеры, растет доля традиционной продукции (молоко, сыр, творог) и промо продаж.¹

Доля онлайн-продаж молочной продукции динамично растет, темп прироста более 50% за 2022. Доля онлайн-продаж составляет 2% от общего объема.¹

Рентабельность поставщиков и ритейлеров в 2022 сравнялись и растут относительно 2018 года. В 2022 году достигли пика – в нем наблюдается наивысший прирост к предыдущему году (2,4% для ритейлеров и 3,2% для поставщиков) за весь исследуемый период с 2018 по 2022.

Коэффициенты прироста ЕВІТ растут неравномерно. Ритейлеры более зависимы от ожиданий потребителя и рекомендаций государства в области ценообразования.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

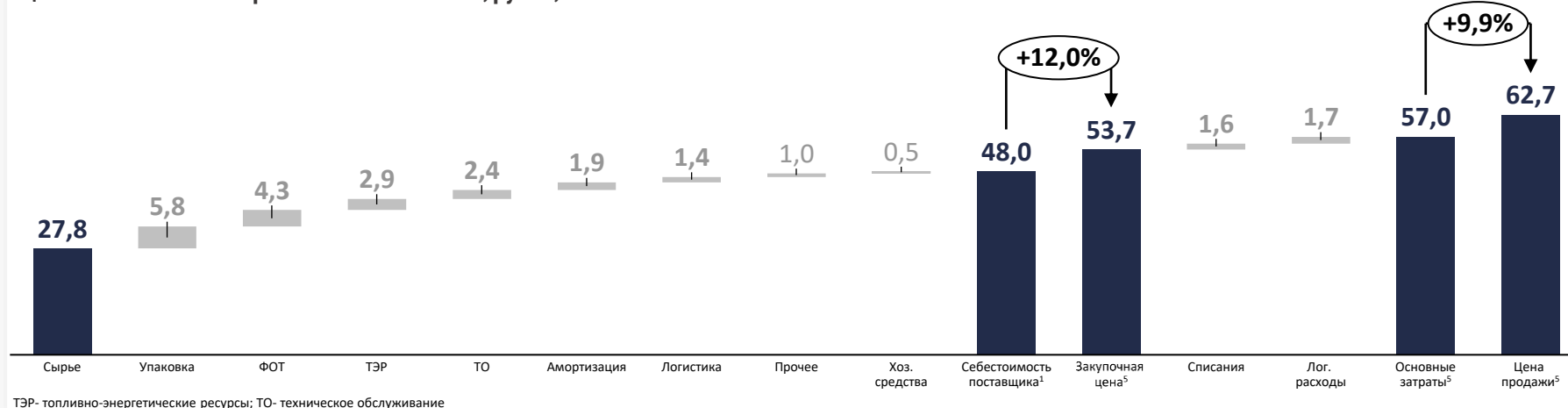
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Обзор категории «Молоко питьевое» 2/2



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг молока, рубли, 2022г.



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя является сырое молоко. При перепроизводстве сырого молока цены на него растут выше инфляции.

Цена сырого молока растет из-за увеличения логистических расходов, недостаточной эффективности производства.¹

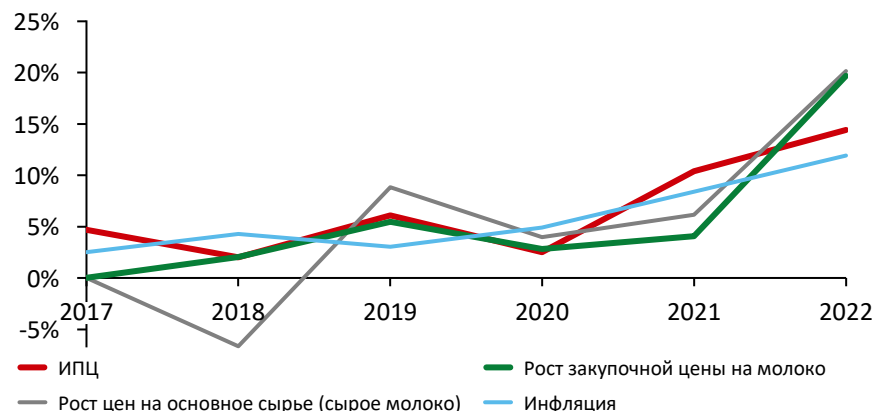
Высокая доля ФОТ, ТЭР, ТО, 15%-20% (в среднем), связана с неэффективностью переработки и низким уровнем автоматизации производства.¹

Маржа производителя выше маржи ритейлера. Маржа ритейлера около 10%, по причине социальной значимости товара и высокой конкуренции между ритейлерами.

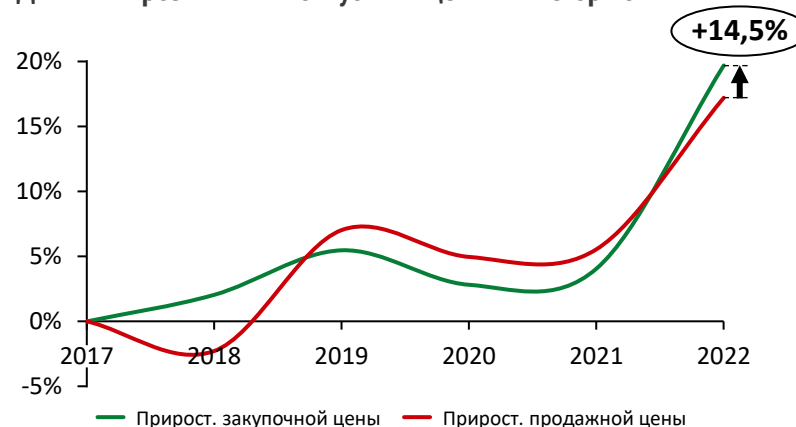
На розничную цену высокое давление оказывает рост закупочной цены. Ритейлер ограничен в трансляции повышения закупочных цен.

В 2022 году ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Молоко питьевое» 1/2



Основные показатели



Маржинальность продукции

12%



Доля собственной розницы

10%¹



Доля экспорта

—



Доля импортной составляющей

10%



Доля онлайн продаж

10%

Основные драйверы изменения рынка¹

Происходит тенденция к переходу на российское оборудование²

Изменение профиля потребителя: рост доходов населения в регионах

Стагнация рынка, макроэкономическая неопределенность и сложность прогнозирования

Рост производства в крупных компаниях и его сокращение в КФХ

Кадровый голод: нехватка агрономов, механиков, инженеров, водителей

Даунсайзинг потребительской упаковки. Вытеснение федеральных позиций социальными товарами

Регулярное появление на рынке излишков производства из Белоруссии по демпинговым ценам

Господдержка: субсидии на строительство ферм, закупку племенного скота, закупку российского оборудования

Господдержка – региональные программы: оказание помощи в части коммунальных затрат: электричество, дороги и тд.

Лидеры отрасли³

Производители	Переработчики
Эконива ⁴	Данон
Агро– промкомплектация	Пепсико
Агрокомплекс Выселковский	Молвест
ГК Ренна	Комос групп
Юговской	Фудлэнд

“ С 2016 по 2021гг. в сегменте B2C наблюдалось восстановление спроса на высокомаржинальные продукты категории Modern Dairy. С 2022г. спрос вновь смещен в пользу категории Еда.

Средняя стоимость единицы продукта растет во всех категориях, основным драйвером роста является сырье: розничные цены на готовую продукцию растут с меньшей динамикой, чем сырье, это ухудшает рентабельность переработчиков.

Спрос в категории Еда смещается от федералов в сторону локальных производителей.

 Замечания экспертов

¹ В розничных ТТ реализуется весь ассортимент производителя: молочная и мясная продукция (при наличии)
² Упаковка в основной массе уже локализована в РФ – тенденция с 2014 года
³ В лидерах пока остаются транснационалы, но занятие ниши социальных продуктов местными производителями приведет к тому, что в высокомажориальных категориях их также потеснят. Они продолжают терять долю рынка, но компенсируют потери лучшей структурой внутри портфеля и пересмотром цен.
⁴ Эконива лидер не только в РФ, но и в Европе по производству молока



Формирование отпускной цены



Дифференциация отпускной цены зависит от

Крупные игроки	Средние игроки	Мелкие игроки
Высокой доли промо в канале	Цена идентична крупным игрокам	Наибольшая отпускная цена
Наименьшая отпускная цена	Меньшей доли промо	Цена не дифференцируется
Индивидуальной наценки по результатам переговорной кампании	Снижение цены при увеличении объема	—

Формирование себестоимости



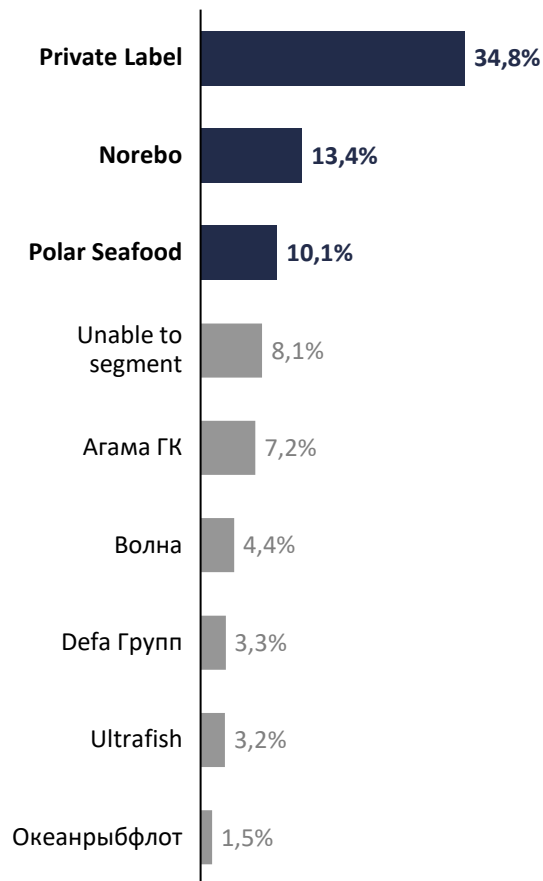
Факторы, влияющие на статьи себестоимости

Внутренняя эффективность	Макроэкономические факторы
- Сырье (потери) - ТЭР - ФОТ - Логистика - Хоз. Средства - Амортизация - Тех. Обслуживание	- Сырье - Амортизация/оборудование - ТЭР - ФОТ - Логистика - Коммунальные расходы

Обзор категории «Рыба мороженная неразделанная» 1/2



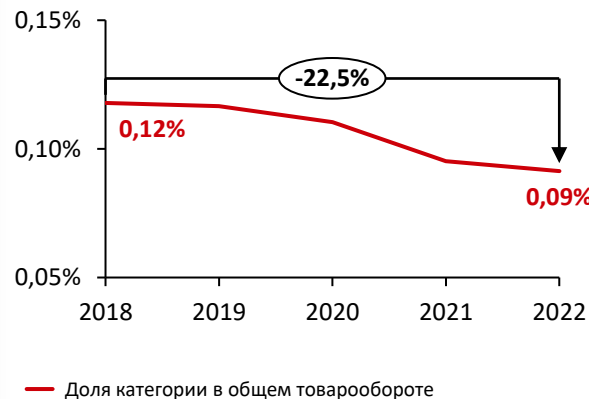
Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022г.⁴



Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Коэффициент прироста ЕВІТ к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	6,7%	4,9%
По 3-м предприятиям	13,8%	12,6%
По 6-ти предприятиям	22,1%	21,7%
По 10-ти предприятиям	31,7%	31,5%
По 15-ти предприятиям	41,9%	40,4%
По 20-ти предприятиям	50,0%	47,7%
По 25-ти предприятиям	57,2%	53,9%
По 50-ти предприятиям	78,3%	75,1%

Ключевые выводы

Рынок производителей в данной категории является высококонкурентным.

Частные марки занимают 34,8% рынка.

Экспортные цены на продукцию оказывают влияние на стоимость продукции, в особенности на белую рыбу, внутри страны.¹

Рентабельность поставщиков значительно выше чем ритейлеров, при этом разрыв постепенно уменьшается. В 2022 году разница между показателями составила 65%.

Коэффициенты прироста ЕВІТ у поставщика имеют нестабильную динамику. В 2022 году показатель достиг минимальных значений за весь исследуемый период.

Структура товарного предложения зависит от потребностей потребителя из средней полосы РФ.¹

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

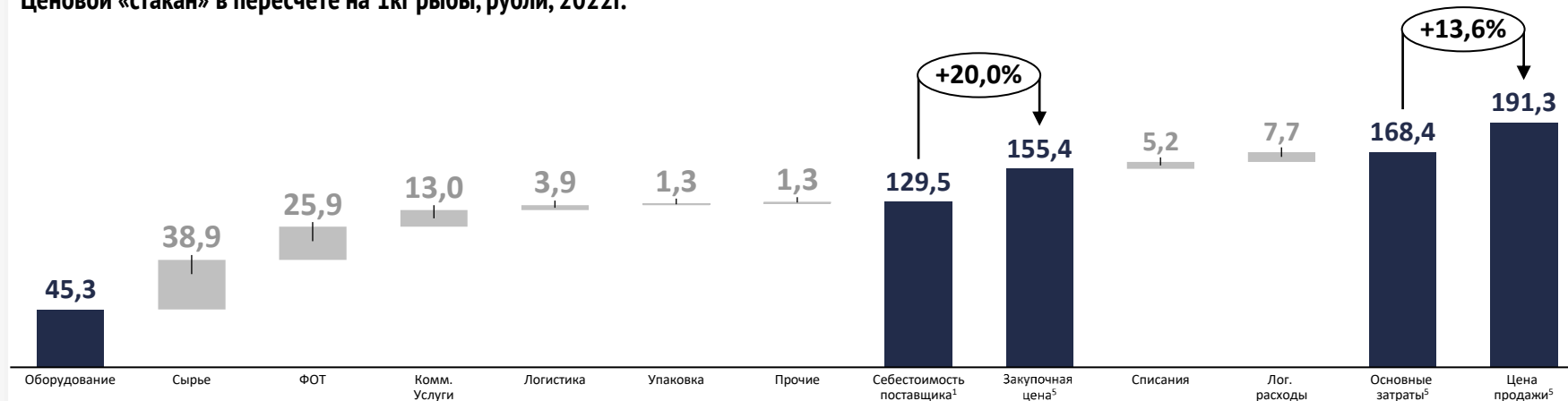
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Обзор категории «Рыба мороженная неразделанная» 2/2



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг рыбы, рубли, 2022г.



Ключевые выводы

Основными драйверами в структуре себестоимости производителя являются оборудование, сырье и ФОТ. На них приходится 85% затрат от общей структуры себестоимости.

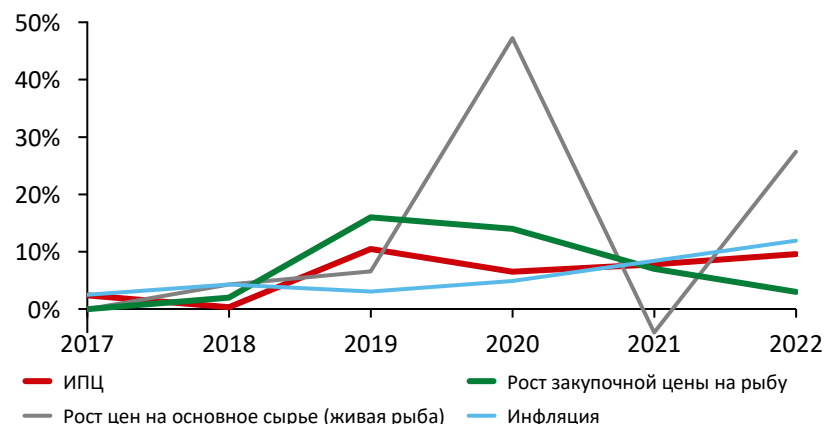
На увеличение себестоимости рыбы влияет изменение курса валют, поскольку оборудование в основном относится к импортной составляющей.¹

В 2021 году рост закупочной цены на рыбу сравнялся с ростом закупочной цены на живую рыбу. С 2021 года тренд роста цен изменился: закупочная цена на продукцию падает, закупочная цена на основное сырье растет.

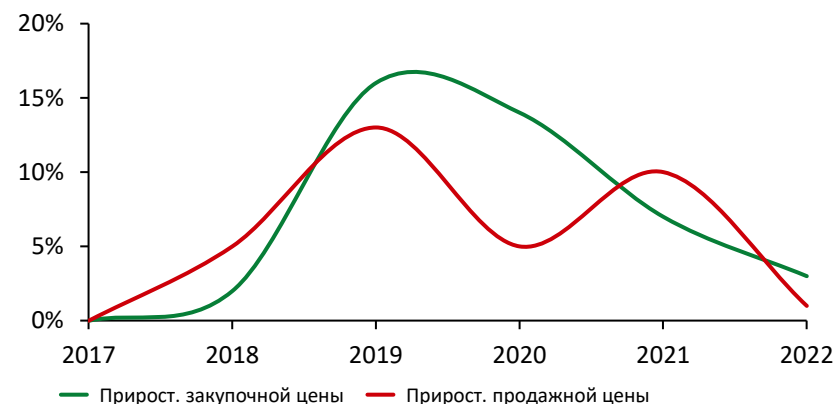
Маржа производителя выше маржи ритейлера.

Меры господдержки производителя позволяют сдерживать рост цен в данной категории.

Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами



Экспертное мнение поставщиков по категории «Рыба мороженая неразделанная» 1/2

Основные показатели

	Маржинальность продукции 20%
	Доля собственной розницы —
	Доля экспорта 70%¹
	Доля импортной составляющей 35%
	Доля онлайн продаж —

Основные драйверы изменения рынка

Ковид: «отсечение «Китая и Японии – азиатский рынок сильно влияет на стоимость продукции. Китай – основной потребитель. И по белой рыбе он задает цены внутри страны
Изменение объема добычи лосося: влияет на изменение динамики цен на данный вид продукции внутри страны
Увеличение прироста добычи сардины. Рынок реализуется в средней полосе РФ, в основном консервы
Санкционная политика по отношению в РФ: встречные меры по ограничению импорта
Курс на импортозамещение: внутренний рынок начал замещать Японию в поставках семги внутри страны ²
Семикратное увеличение стоимости на рыбу за последние 10 лет
Удорожание ГСМ: привело к неизбежному росту цен
Господдержка: лимиты на увеличение выработки продукции, помощь при строительстве заводов, программа TOP: выделяют землю, проводят электричество, выделение квот, дотации ж/д перевозок

Лидеры отрасли

Русское море
Меридиан
НаРыба
Русская промышленная компания
ОкеанРыбФлот
ППТФ
Бамор
РОК-1

¹ Доля экспорта увеличивается при инфляции внутри страны. При этом активный рост доли сдерживается квотами на экспорт

² Хозяйства испытывают трудности: вместе с импортными поставщиками рыбы ушли поставщики кормов



Экспертное мнение поставщиков по категории «Рыба мороженая неразделанная» 2/2

Формирование отпускной цены

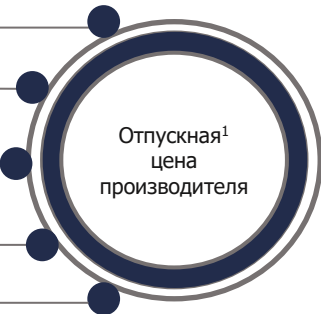
Анализ стоимости экспортной продукции

Объем предложения на рынке

Анализ конкурентов

Сезонность

Себестоимость + наценка



Барьеры роста отпускной цены

Рекомендации со стороны государства

Дифференциация отпускной цены зависит от

Крупные игроки

Объема поставляемого товара

Переговорной кампании: наценка в 10%-15%

Средние игроки

Объема поставляемого товара

Переговорной кампании: наценка в 10%-15%

Мелкие игроки

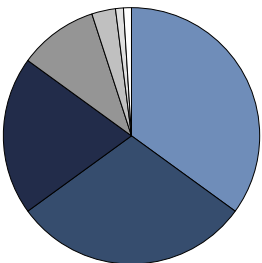
Объема поставляемого товара

Переговорной кампании: наценка в 10%-15%

Формирование себестоимости

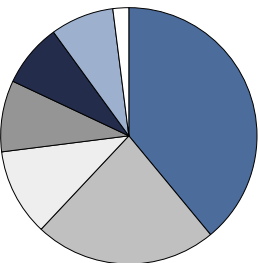
Структура себестоимости

Переработчики



- Оборудование – 35%
- Сырье – 30%
- ФОТ – 20%
- Коммунальные услуги – 10%
- Логистика – 3%
- Упаковка – 1%
- Прочие – 1%

Рыбаки



- Транспортировка – 39%
- Сырье – 23%
- ФОТ – 11%
- Сети-материал – 9%
- ВБР – 8%
- Электроэнергия – 8%
- Тара – 2%

Факторы, влияющие на статьи себестоимости

Внутренняя эффективность

- ФОТ
- Морозильные мощности (техническая составляющая)
- Потери качества в процессе обработки

Макроэкономические факторы

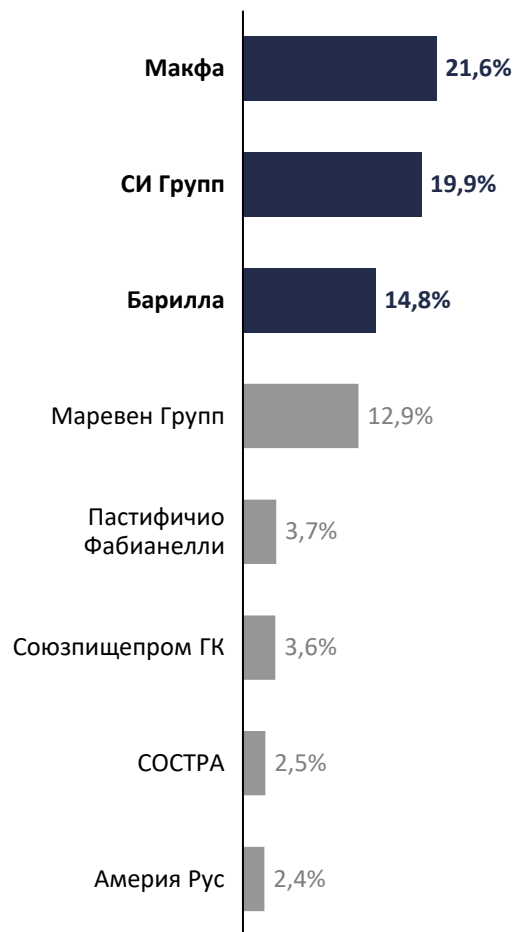
- Логистика
- ФОТ
- Оборудование
- Тара

¹ Торговля требует длительный срок на реализацию продукции. Крупные компании-производители не хотят работать с сетями. Причины: присутствие на полках в течение всего года (невыгодно). Средние и малые компании могут заходить в сети, в основном с икрой. С мороженой рыбой реже. С сетями в основном работают через посредника: производитель сбывает продукцию компании, специализирующейся на работе с ритейлом. Поставщик реализует полученную продукцию в сети

Обзор категории «Макаронные изделия» 1/2



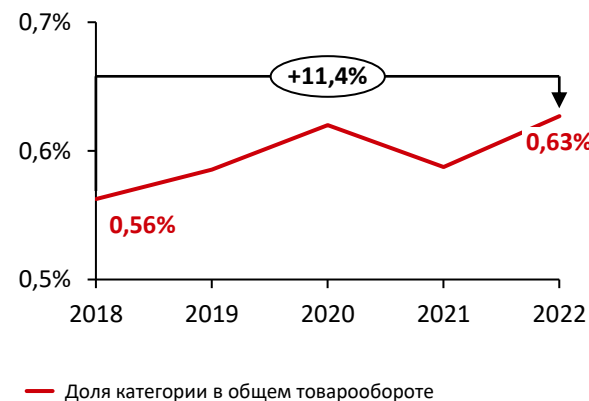
Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022г.⁴



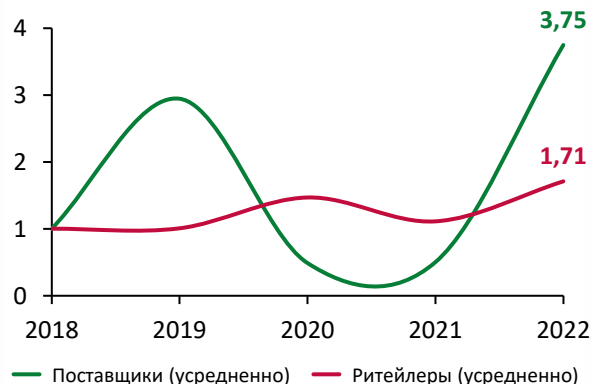
Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	13,2%	9,2%
По 3-м предприятиям	30,1%	24,5%
По 6-ти предприятиям	45,1%	39,9%
По 10-ти предприятиям	59,4%	55,0%
По 15-ти предприятиям	73,9%	67,2%
По 20-ти предприятиям	85,1%	75,4%
По 25-ти предприятиям	92,1%	82,1%
По 50-ти предприятиям	99,2%	97,0%

Ключевые выводы

Продажи категории в 2022 году выросли на 21% и достигли 48,9 млрд. руб.¹

8 крупнейших поставщиков контролируют более 81% рынка, при этом конкуренция высока.³

Коэффициент концентрации по всем уровням снижается. Отсутствует появление новых игроков рынка.²

Производственные цены на основное сырье для макарон – муку – неизменно росли с 2018 по 2021 гг. Суммарно за 5 лет цена выросла на 75,4%.¹

Прирост рентабельности поставщиков выше, чем у ритейлеров, в 2022 году на 45% и корректируется в зависимости от изменения рыночных трендов. Самым низкорентабельным был 2021 год: поставщики не успевали за ростом цен на сырье.

У ритейлеров значимым, с точки зрения изменений, является 2022 год – в нем наблюдается наивысший уровень рентабельности (6,56%) и прирост EBIT (+71%) за весь исследуемый период.

Эксперты подтверждают, что на рост цен на полке наибольшее влияние, помимо внутренней эффективности производства, оказывают действия ритейлеров, которые ограничивают рост цен.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

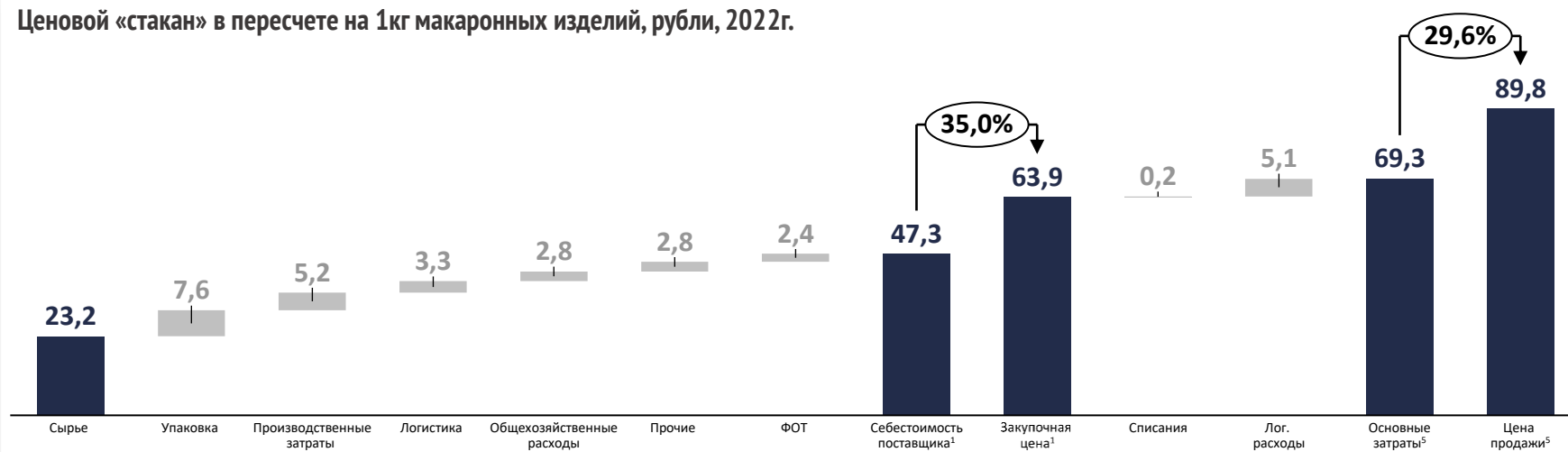
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

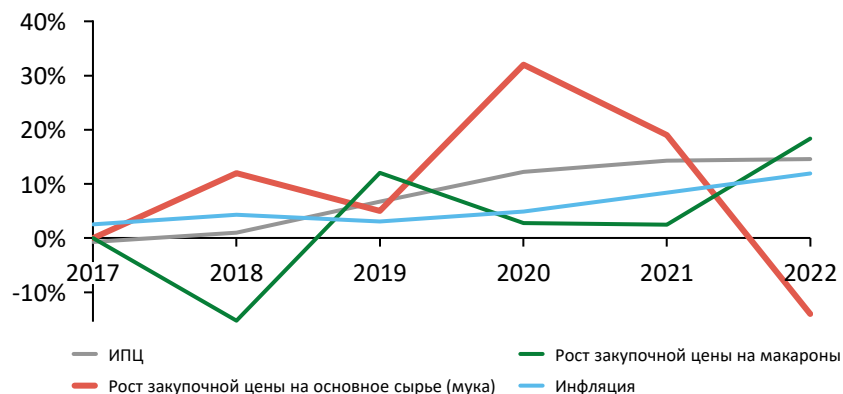
Обзор категории «Макаронные изделия» 2/2



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг макаронных изделий, рубли, 2022г.



Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя является мука. При перепроизводстве пшеницы, цены на муку могут снижаться. При недостатке основного сырья для производства муки возможен резкий рост цен.

Цена макарон растет из-за увеличения производственных затрат, высокой доли упаковки в структуре себестоимости и недостаточной эффективности производства.¹

В 2022 году при снижении цен на муку, отпускные цены производителей на макаронные изделия выросли, опережая темпы инфляции.

Ритейлер не всегда транслирует полное повышение закупочных цен в розничную.

В 2018, 2019, 2021 и 2022 году ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

Доля онлайн торговли выросла на 67,2% и достигла 4% от всей категории макаронных изделий.¹

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Макаронные изделия» 1/2



Основные показатели



Маржинальность
продукции

35%



Доля собственной
розницы

—



Доля экспорта

6,5%



Доля импортной
составляющей

16%



Доля онлайн
продаж

2,5%

Основные драйверы изменения рынка

Сформированная культура потребления макаронных изделий и рост во всей категории бакалеи: люди переключались на макароны с других видов продукции, например, с крупы

Зависимость от качества и цен на сырье и от импортного оборудования, сырья, упаковки и т.д.

Снижение уровня реальных доходов населения и увеличение численности населения

Усиление стандартизации

Институт добровольной сертификации

Курс на импортозамещение

Отсутствие новых игроков рынка

Господдержка для новых производителей: компенсация затрат на оборудование

Господдержка для существующих производителей (в рамках экспорта): компенсация участия в выставках, компенсация части логистики при заключении контракта, маркетинговые мероприятия в торгово-промышленных палатах при Посольстве

Лидеры отрасли

Макфа

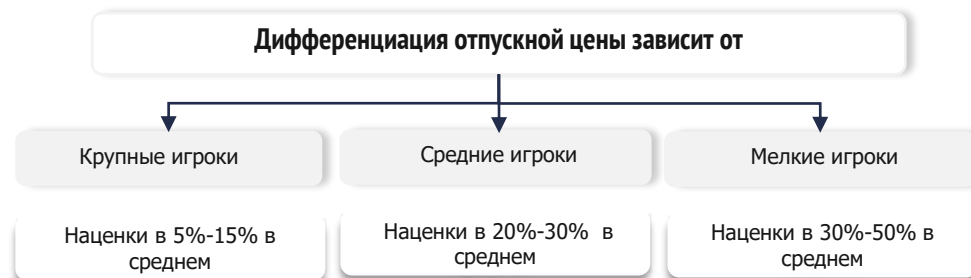
Шебекинские

Barilla

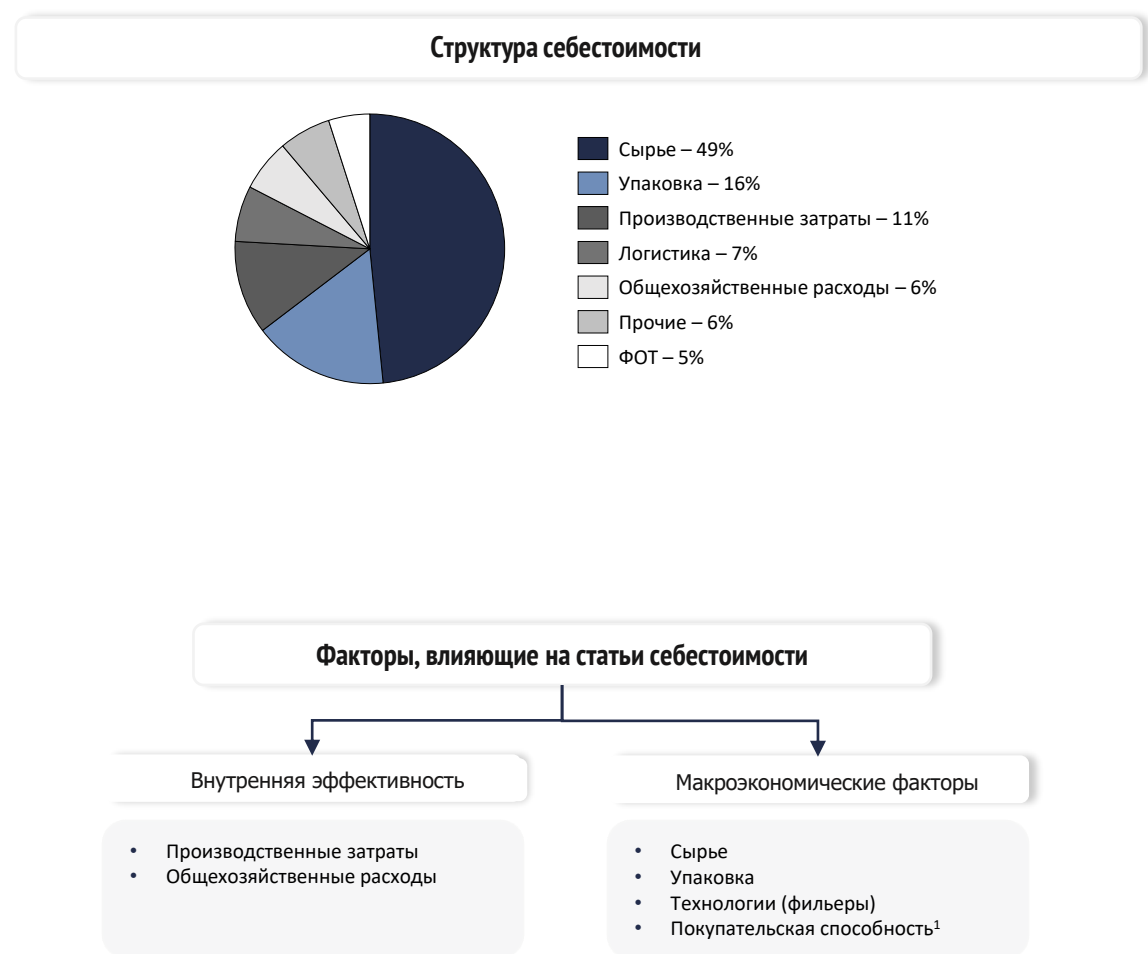
Экспертное мнение поставщиков по категории «Макаронные изделия» 2/2



Формирование отпускной цены



Формирование себестоимости



¹ Необходимо смотреть на покупательскую способность товаров-заменителей макарон (овощи, крупы). Если уровень дохода населения снижается, люди переключаются на более простые и дешевые продукты



Обзор категорий

Баланс на стороне
ритейлера:

- Яйцо куриное
- Масло сливочное



Обзор категории «Яйцо куриное» 1/2



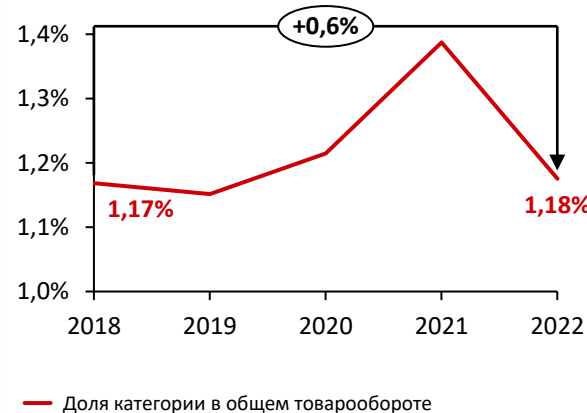
Доли рынка поставщиков по валовой прибыли, 2022г²



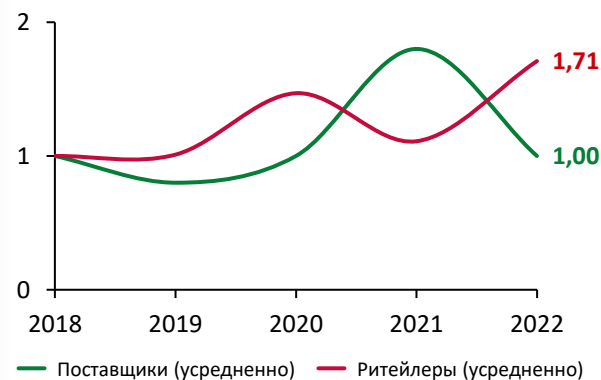
Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Оптовые цены на куриное яйцо в РФ, 2018-2022гг., руб./десяток²



Ключевые выводы

Рынок поставщиков по категории Яйцо куриное является высококонкурентным. Обеспеченность рынка яйцом равна 100%, в связи с чем новых инвестиционных проектов в отрасли не планируется.¹

Крупные птицефабрики сосредоточили у себя основное производство продукции.¹

В 2022 году рентабельность ритейлеров практически сравнялась с рентабельностью поставщиков.

Коэффициенты подтверждают экспертную оценку того, что среди поставщиков распространяется тенденция к модернизации и переоснащению существующих производств.

Отрицательная динамика EBIT для поставщиков отмечается с 2021 года.

Риски заболеваемости в данной категории выше, поскольку «площадки» с птицей находятся на близком расстоянии друг от друга.¹

С 2021 года стоимость куриного яйца начала постепенно снижаться. Это связано с высокой обеспеченностью населения продукцией внутри страны.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

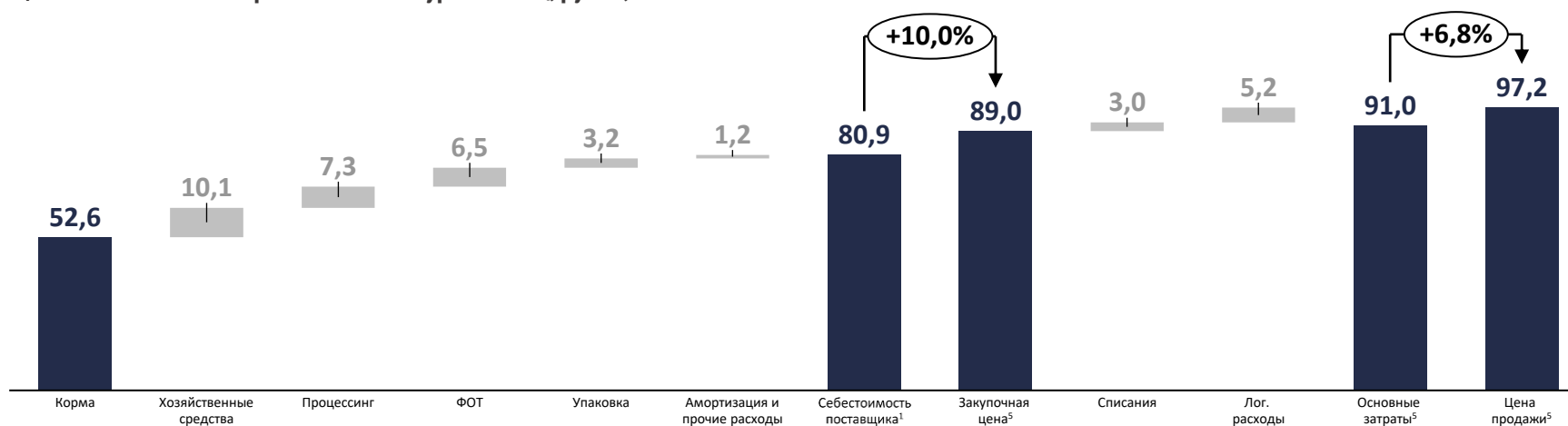
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

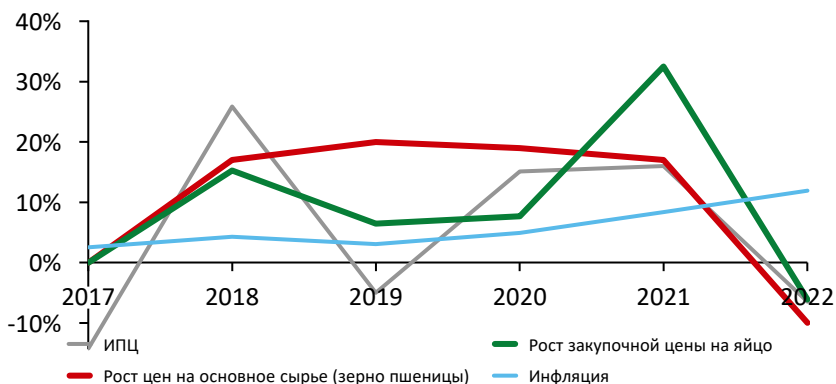
Обзор категории «Яйцо куриное» 2/2



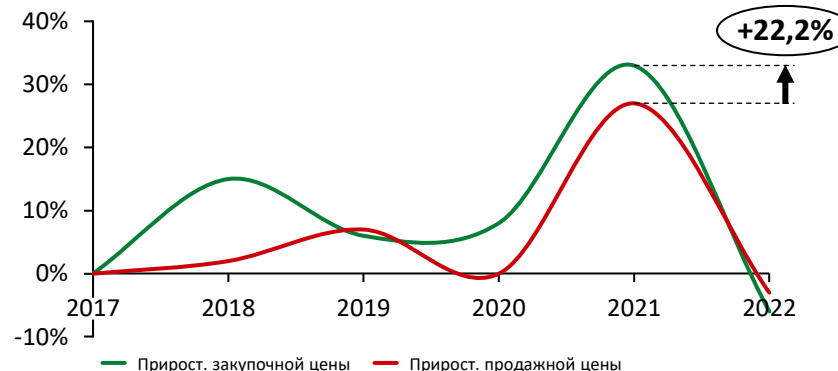
Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг куриных яиц, рубли, 2022г.



Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя являются корма.

Хозяйственные расходы, включая утилизацию отходов, вторая по важности статья, которую производители оптимизируют, внедряя новые технологии.¹

Высокая доля процессинга и ФОТ, 10%—20% (в среднем), связана с низким уровнем автоматизации производства.¹

Маржа производителя выше маржи ритейлера, 10% и 6.8% соответственно.

На розничную цену высокое давление оказывает конкуренция. Регулярные кризисы перепроизводства в категории приводят к снижению рентабельности производителей. Развивается переработка яйца на производстве.¹

В 2018, 2020-2021гг. ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Яйцо куриное» 1/2



Основные показатели поставщиков



Маржинальность
продукции

10%



Доля собственной
розницы

—



Доля экспорта

1,5%



Доля импортной
составляющей

12,5%



Доля онлайн
продаж

—

Основные драйверы изменения рынка

Тенденция переоснащения/ модернизации существующих производств

Отсутствие новых инвестиционных проектов

Санкционная политика по отношению к РФ

Поддержка строительства инкубаторов 1-2го порядка

Поддержка при разведении собственных родительских стад¹

Лидеры отрасли²

Синявинская

Роскарт

Русское поле

Дивеевское яйцо

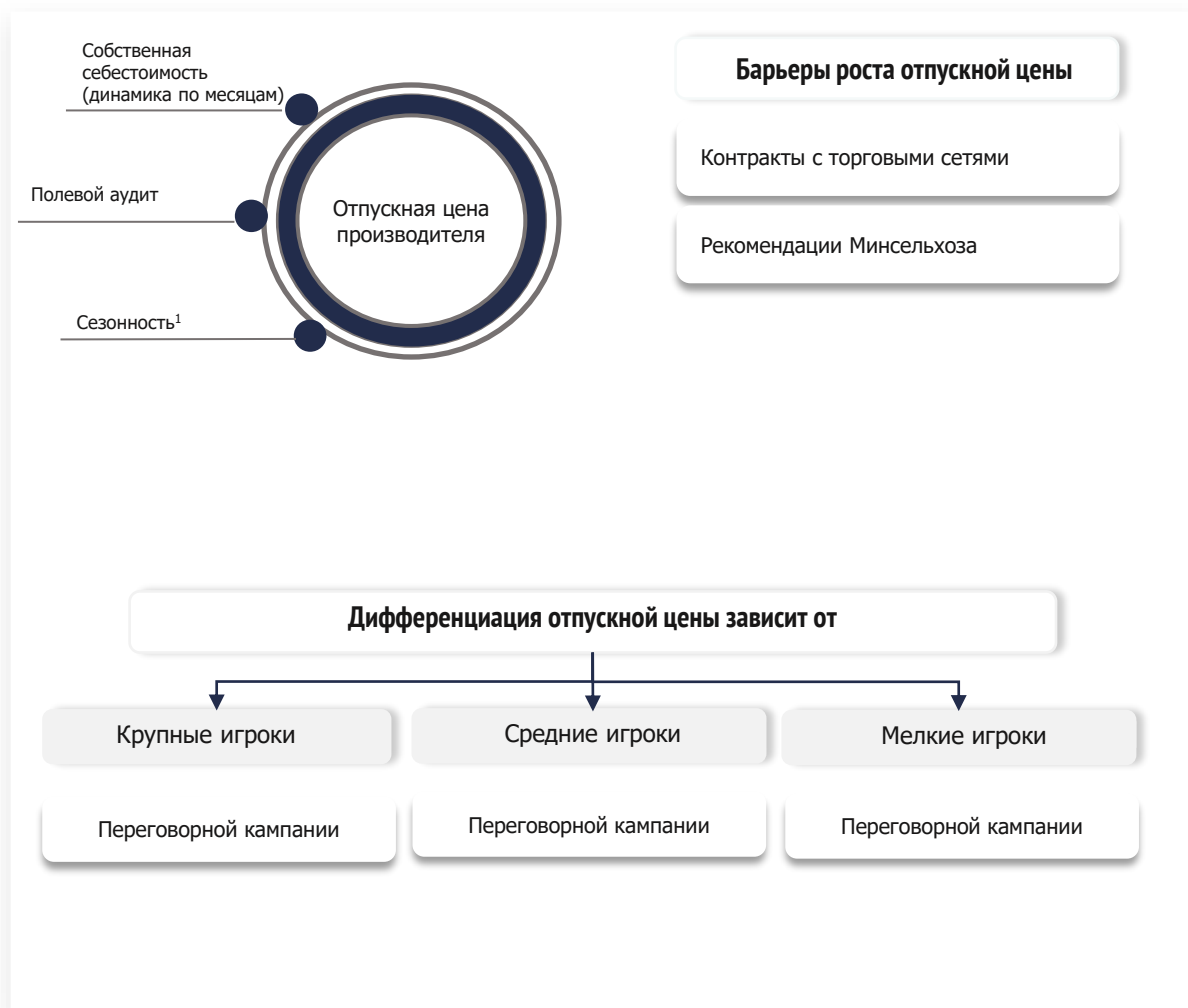
¹ Существует риск, что РФ не сможет себя обеспечить молодняком птицы. Нужны репродуктивные центры производства молодняка.

² Крупные птицефабрики сосредоточили у себя основное производство яйца

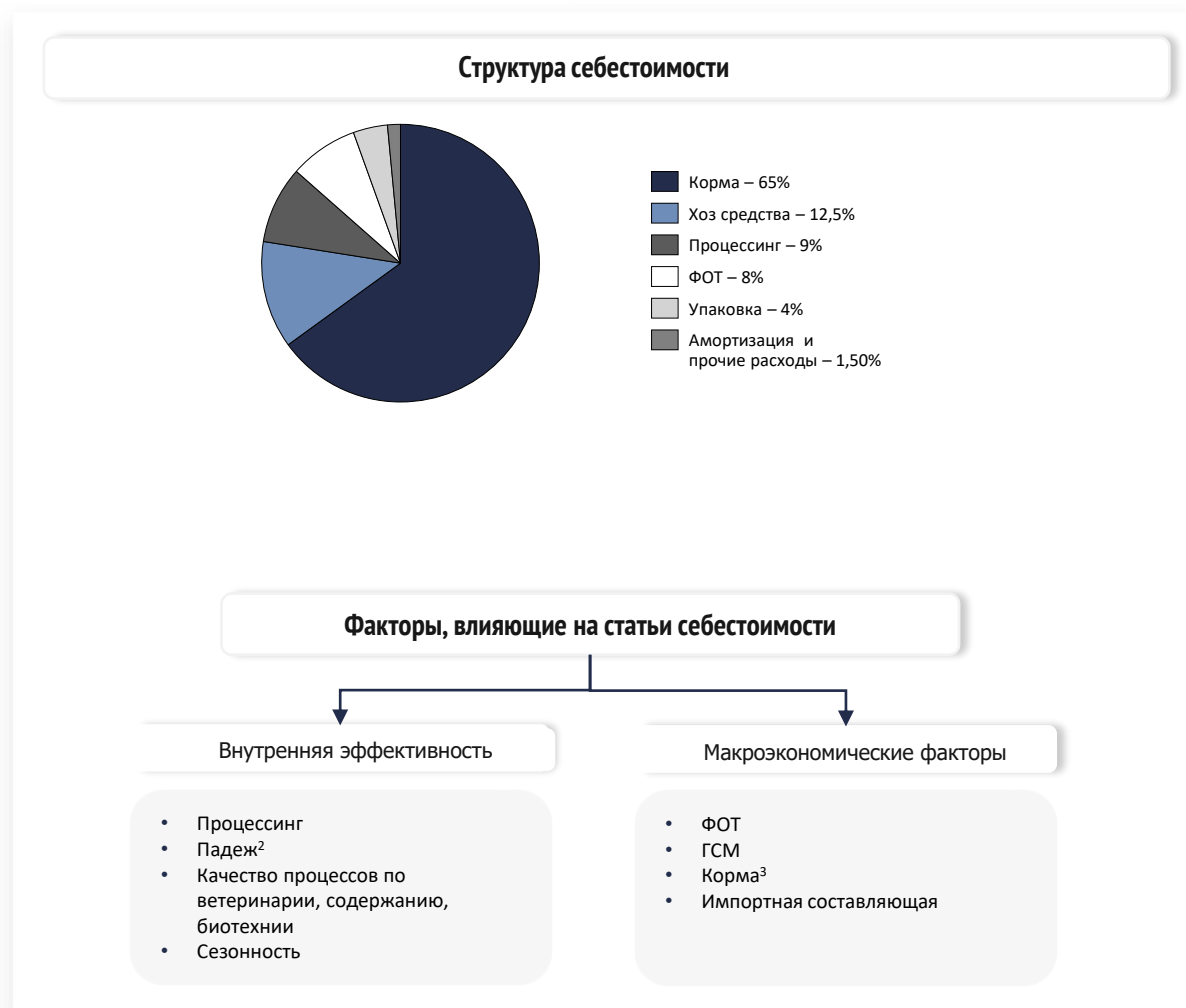
Экспертное мнение поставщиков по категории «Яйцо куриное» 2/2



Формирование отпускной цены



Формирование себестоимости



¹ Пик возрастания цены – на Пасху

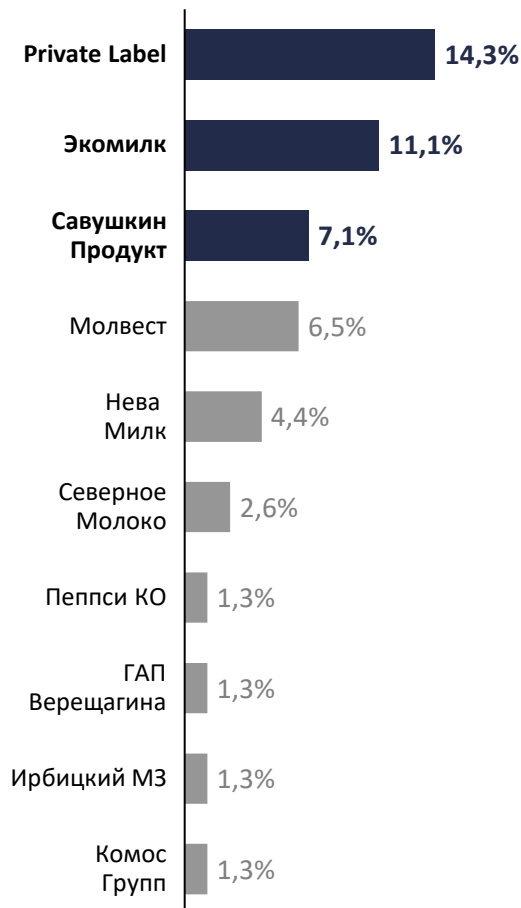
² Падёж птицы составляет 2,5%

³ Весной цены на корма будут расти

Обзор категории «Масло сливочное» 1/2



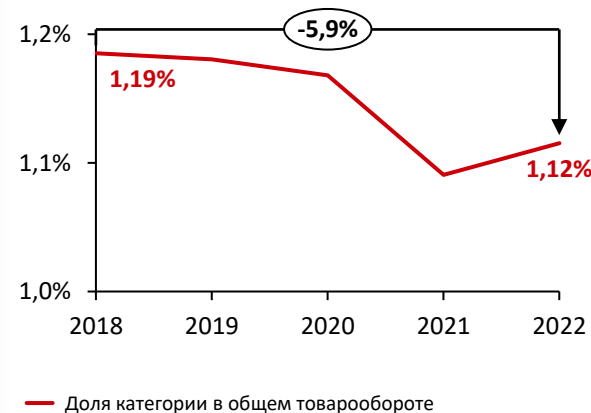
Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022г.⁴



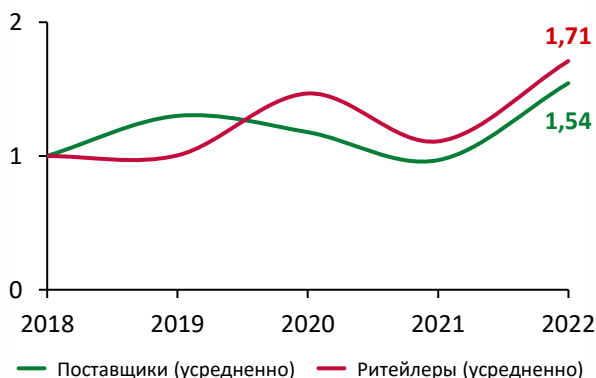
Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	8,9%	5,8%
По 3-м предприятиям	16,1%	13,0%
По 6-ти предприятиям	23,5%	19,4%
По 10-ти предприятиям	29,8%	26,3%
По 15-ти предприятиям	37,0%	32,4%
По 20-ти предприятиям	43,0%	37,7%
По 25-ти предприятиям	48,4%	42,2%
По 50-ти предприятиям	67,5%	59,9%

Ключевые выводы

Доля частных марок значительна. Выделяется явный лидер по доле рынка, но доминирование не прослеживается.

В динамике рынок стал более конкурентным: коэффициент концентрации по всем уровням снижается; растет доля белорусских производителей (не менее 12% в ТО).¹

Доля категории в продажах ритейлеров не растет, но при этом рентабельность поставщиков и ритейлеров в 2022 году близки друг к другу и имеют восходящий тренд относительно 2018 года. Самым значимым, с точки зрения изменений, является 2022 год – в нем наблюдается наивысший прирост к предыдущему году за весь исследуемый период (54,4% для ритейлеров и 33,7% для поставщиков).

Доля категории в обороте ритейлеров не растет, при этом в денежном выражении оборот категории у ритейлеров вырос на 60%.

Коэффициенты прироста EBIT у ритейлера, начиная с 2020 г. выше, чем у поставщика, что может указывать на более эффективную работу ритейлера

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

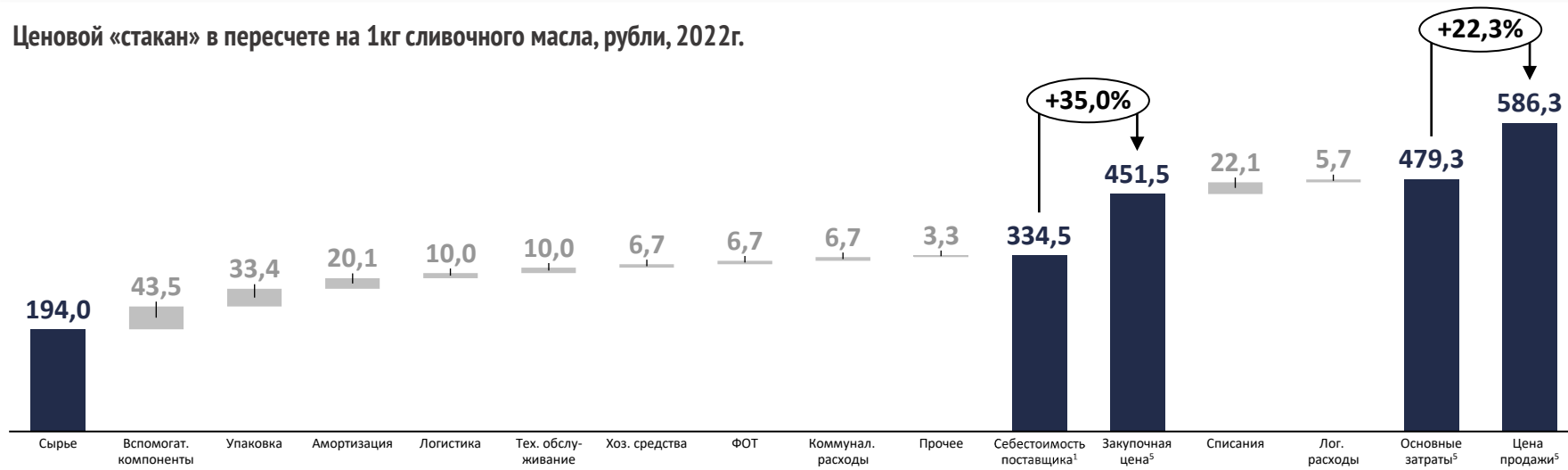
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

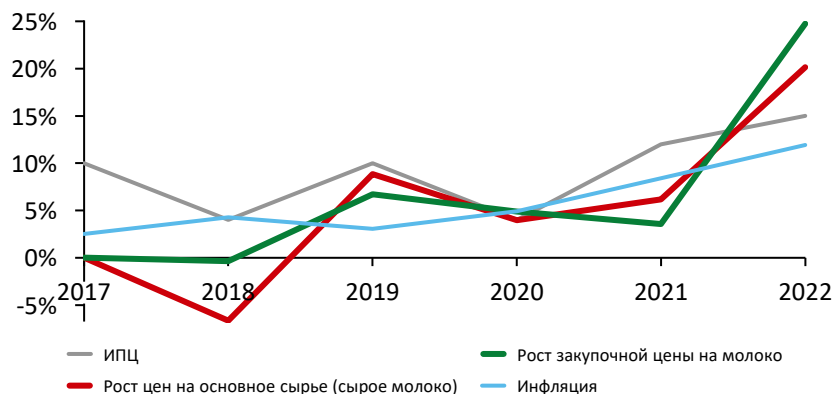
Обзор категории «Масло сливочное» 2/2



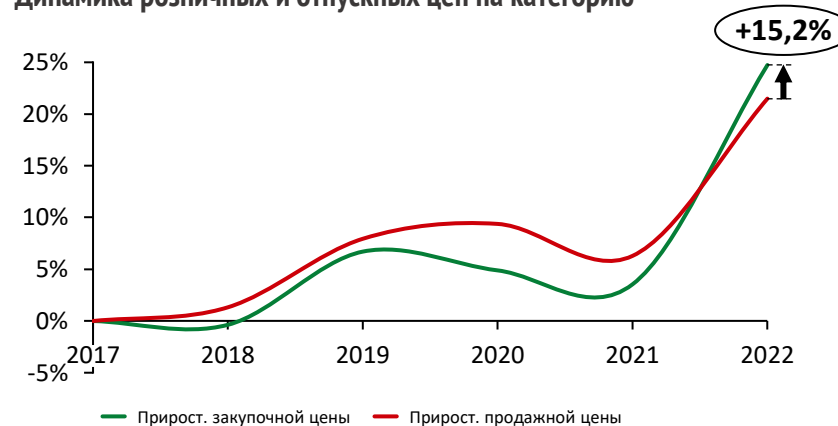
Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг сливочного масла, рубли, 2022г.



Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя является сырое молоко. При перепроизводстве сырого молока цены на него растут выше инфляции.

Цена сырого молока растет из-за увеличения лог. расходов, недостаточной эффективности производства и высокой амортизации.¹

Высокая доля производственных потерь, 10%—15%, связана с влиянием природных факторов и низким уровнем автоматизации производства.¹

Маржа производителя выше маржи ритейлера.

На розничную цену высокое давление оказывает рост закупочной цены. Ритейлер не всегда может транслировать полное повышение закупочных цен.

В 2022 году ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Масло сливочное» 1/2



Основные показатели

	Маржинальность продукции 35%
	Доля собственной розницы 10%¹
	Доля экспорта —
	Доля импортной составляющей 15%
	Доля онлайн продаж 2%

Основные драйверы изменения рынка¹

Предложение сырого молока на российском рынке превышает спрос
Несущественный рост стоимости молока, 5%, эксперты прогнозируют на начало октября 2023 года
Среди производителей существует практика отгрузки ритейлерам сопутствующих товаров вместе с товарами, пользующимися высоким спросом
Кадровый голод: нехватка агрономов, механиков, инженеров, водителей
Регулярное появление на рынке излишков производства из Белоруссии по демпинговым ценам
Господдержка: субсидии на строительство ферм, закупку племенного скота, закупку российского оборудования
Господдержка – региональные программы: оказание помощи в части коммунальных затрат: электричество, дороги и т.д

Лидеры отрасли²

Открытый грунт	Теплицы
Эконива ²	Данон
Агро– промкомплектация	Пепсико
Агрокомплекс Выселковский	Молвест

¹ В розничных ТТ реализуется весь ассортимент производителя: молочная и мясная продукция (при наличии)
² Эконива – лидер не только в РФ, но и в Европе по производству молока



Формирование отпускной цены



Формирование себестоимости



¹ Процессинг: хоз. расходы, коммунальные, тех. обслуживание и тд



Обзор категорий

Баланс на стороне поставщика

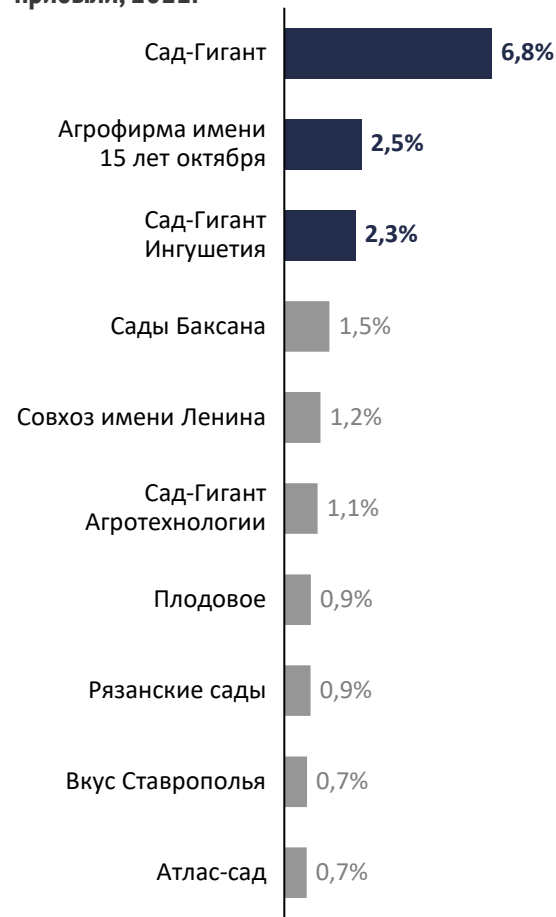
- Яблоки
- Соль поваренная пищевая
- Мука пшеничная
- Чай черный байховый
- Крупы
- Сахар-песок
- Куры
- Масло подсолнечное



Обзор категории «Яблоки» 1/2



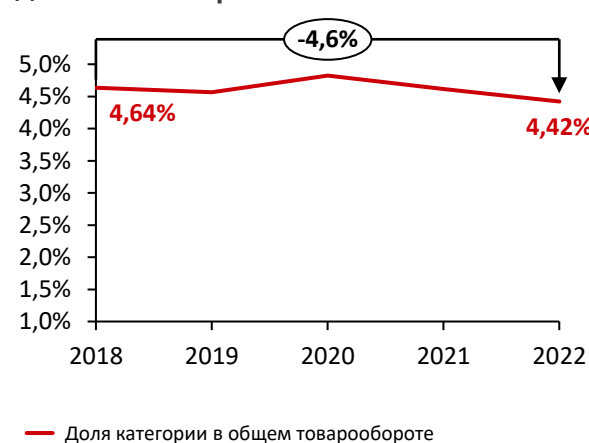
Доли рынка поставщиков по валовой прибыли, 2022г²



Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Ключевые выводы

Рынок вырос на 25,6% в 2022 году к 2021, с 54 млрд. руб. до 68 млрд руб. по причине ограничений, наложенных на импортные поставки из стран дальнего зарубежья,² и работы над эффективностью производства и модернизации хранилищ для сохранения урожая.

Для категории характерны большое количество поставщиков (>3000) и низкая концентрация бизнеса – топ 50 производителей занимают 29,6% рынка и за 5 лет значительно уменьшилась на 5,9%.^{1,2}

Цена определяется, не исходя из факторов, связанных с себестоимостью, а на основе конъюнктурных – рыночной ситуации, конкурентной среды, обусловленной размером и качеством урожая.

В РФ недостаточно современных складов, способных сохранить урожай на длительный период времени, поэтому в логистических цепочках часто возникали другие страны (Белоруссия, Молдавия) для хранения яблок.

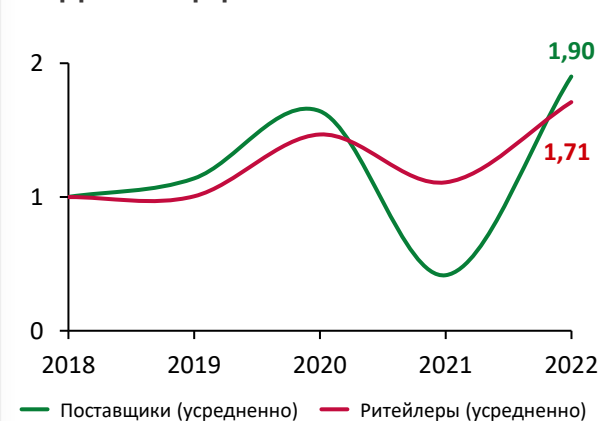
Сезонные колебания цен характерны для категории.

Рентабельность поставщиков значительно выше, чем у ритейлеров в 2022 году.

Производитель оказывает определяющее влияние на цену на полке.

В 2018-2020гг, в 2021 году в динамике прироста EBIT –производители и ритейлеры близки.

Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	6,6%	6,8%
По 3-м предприятиям	15,6%	11,7%
По 6-ти предприятиям	20,4%	15,4%
По 10-ти предприятиям	24,1%	18,6%
По 15-ти предприятиям	27,7%	21,2%
По 20-ти предприятиям	29,9%	23,3%
По 25-ти предприятиям	31,5%	24,9%
По 50-ти предприятиям	35,6%	29,6%

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

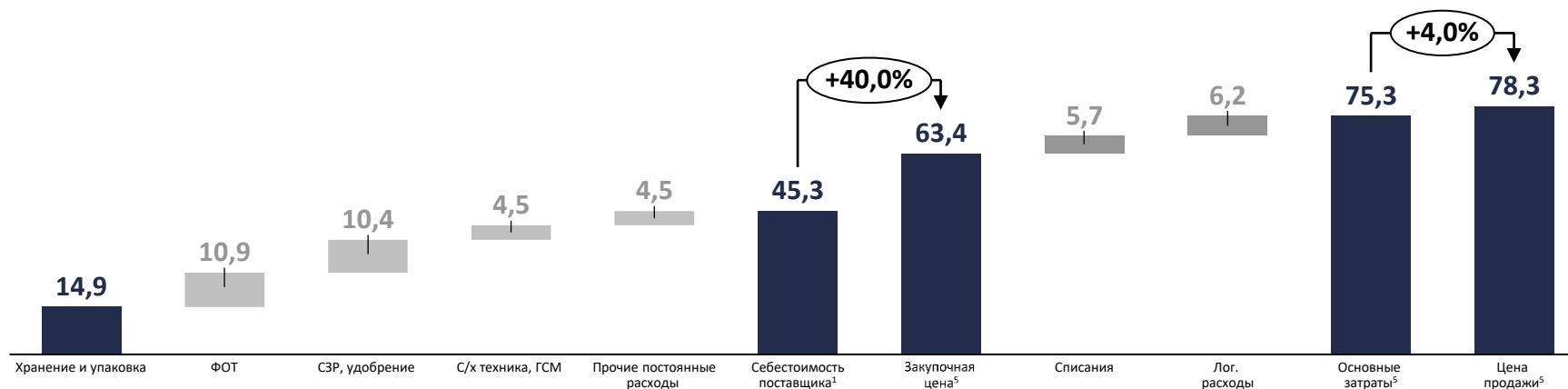
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

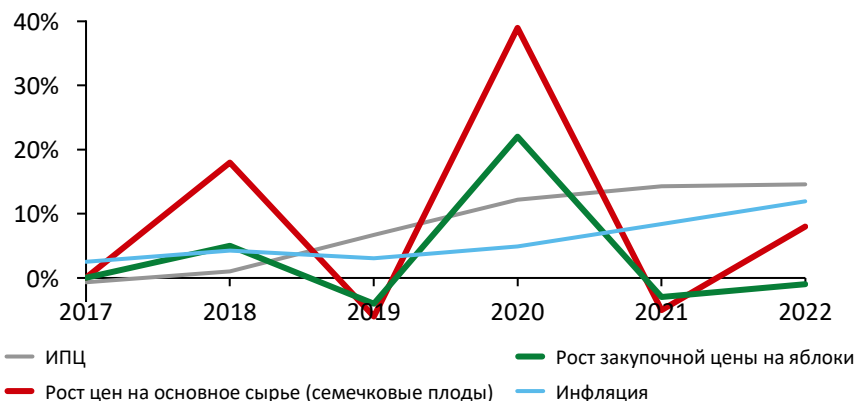
Обзор категории «Яблоки» 2/2



Ценовой «стакан» пересчете на 1кг яблок, рубли, 2022г.



Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



Ключевые выводы

Удобрения, ФОТ и ГСМ - три драйвера в структуре себестоимости производителя. На этих статьях себестоимости инфляция отражается чаще всего.¹

Цена яблок увеличивается из-за лог. расходов, недостаточной эффективности производства и высокой амортизации.¹

Отпускная цена яблок отечественного производства зависит от стоимости импортной продукции яблок на рынке.¹

Маржа производителя выше маржи ритейлера.

Увеличение логистических затрат и высокий процент потерь влияют на повышение продажной цены. Однако высокая конкуренция и снижения уровня реальных доходов населения не позволяют ритейлерам увеличивать стоимость продукции.

В 2019 и в 2021 годах ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: Экспертное мнение поставщиков по категории «Яблоки» 1/2



Основные показатели



Маржинальность
продукции

40%



Доля собственной
розницы

1,5%



Доля экспорта

1%



Доля импортной
составляющей

15%



Доля онлайн
продаж

—

Основные драйверы изменения рынка

Санкционная политика по отношению к РФ: удлинение логистического плеча, что привело к ухудшению качества продукции

Изменение курса валют

Развитие высокоинтенсивных садов на юге РФ

Снижение потребления яблок — дорогой продукт, особенно во второй половине года

Тенденция на увеличение стоимости яблок из-за удорожания ГСМ

Тенденция: упаковка яблок по несколько штук (2-3 шт.) в бокс

Региональные меры поддержки производителей

Государственные меры поддержки производителей: закладка садов

Лидеры отрасли¹

Сады РФ

Импорт

Сад Гигант — 15%

Молдова

Агроном Сад — 3%

Сербия

Агрофирма 15 лет
октября — 3%



Расстановка сил меняется за счет появления производителей с высокоэффективными производствами на юге РФ.

Консолидации не происходит, рынок с высокой конкуренцией.



Замечания экспертов

¹ Маржинальность увеличилась для производителей яблок, которые провели модернизацию. До 50% рынка и поставщиков занимают крупные производители с эффективными хозяйствами.

² По информации от итальянских экспертов — коллег респондентов

Приложение: Экспертное мнение поставщиков по категории «Яблоки» 2/2



Формирование отпускной цены

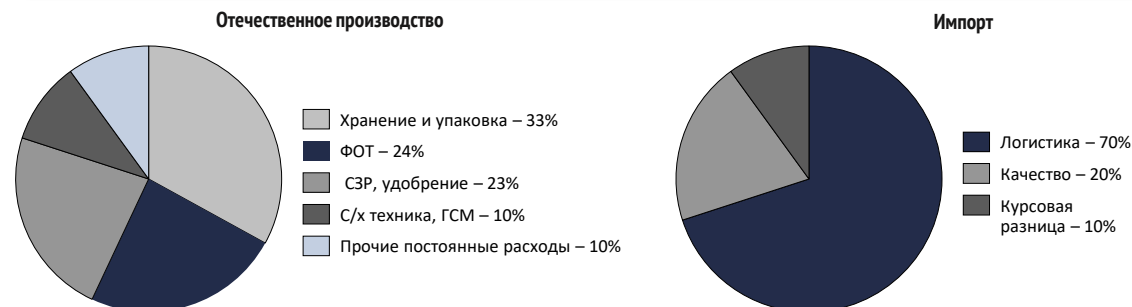


Дифференциация отпускной цены зависит от

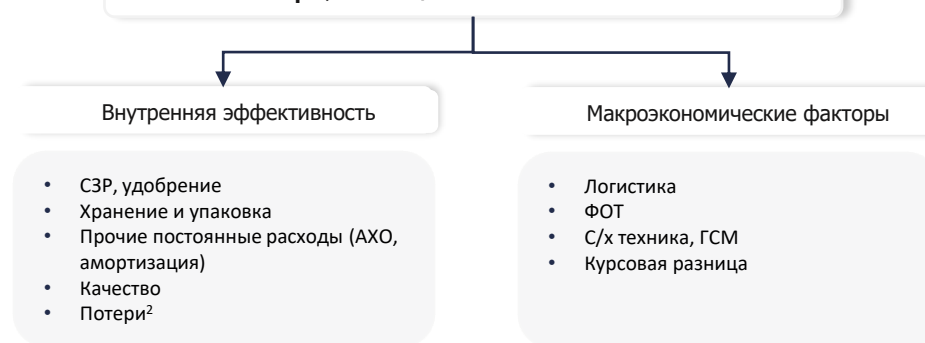


Формирование себестоимости

Структура себестоимости



Факторы, влияющие на статьи себестоимости



¹ Потери сразу закладывают в наценку

² Основные потери: климатические условия (град, мороз), болезни яблок, нарушение условий хранения

Обзор категории «Соль поваренная пищевая» 1/2



Доли рынка поставщиков по валовой прибыли, 2022г.²



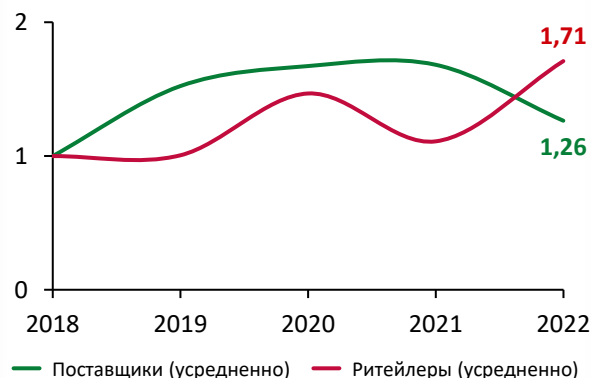
Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	80,3%	80,5%
По 3-м предприятиям	99,2%	97,8%
По 6-ти предприятиям	100%	98,4%
По 10-ти предприятиям	100%	100%
По 15-ти предприятиям	100%	100%
По 20-ти предприятиям	100%	100%
По 25-ти предприятиям	100%	100%
По 50-ти предприятиям	100%	100%

Ключевые выводы

Категория с явным лидером, контролирующим 80,5% рынка.

Консолидация высокая и не меняется в течение исследуемого периода.

Основная масса производителей – нишевые компании, которые работают с определенным потребительским сегментом: производство соли с травами, розовая соль и тд.¹

Для соли упаковка – средство, которое позволяет увеличить себестоимость продукции.¹

Рентабельность определяется в основном одним производителем и цена на полке также зависит от решений лидера рынка.

Колебания курсов валют не оказывают на категорию никакого влияния, поскольку доля импортной составляющей незначительна.

Категория характеризуется нулевой эластичностью спроса.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС. Доля рынка

³ Данные из системы Audit-IT

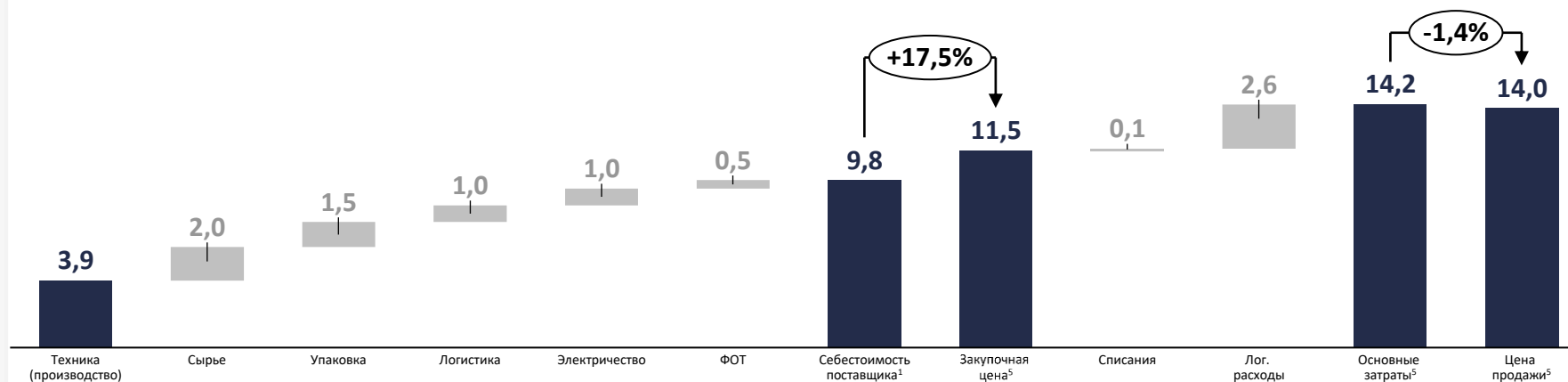
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

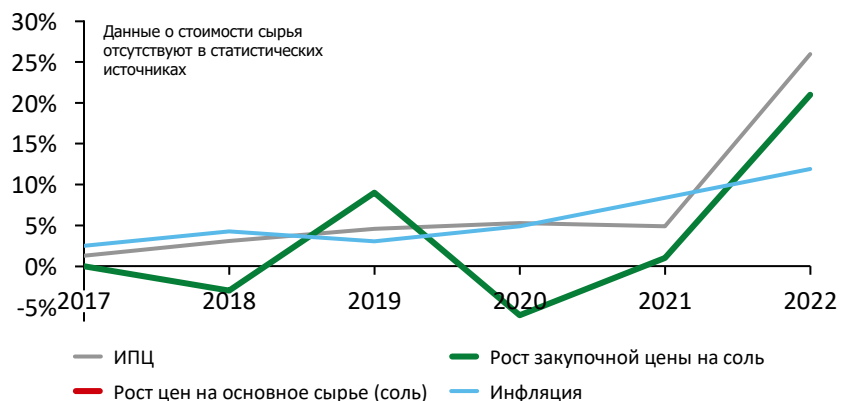
Обзор категории «Соль поваренная пищевая» 2/2



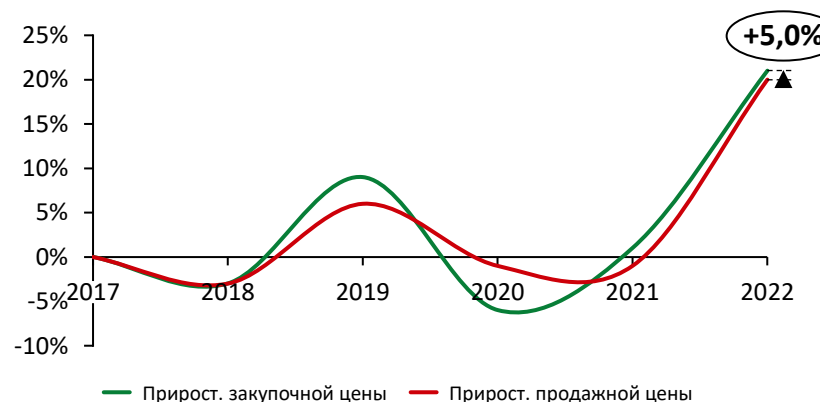
Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг соли поваренной пищевой, рубли, 2022г.



Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



Ключевые выводы

Основными драйверами в структуре себестоимости производителя являются стоимость технологической линии по производству, стоимость упаковки и сырья.

Цена соли растет из-за увеличения вариаций упаковки, логистических расходов.¹

Падение реальных доходов населения является сдерживающим фактором роста розничной цены.

Маржа производителя выше маржи ритейлера.¹

Ритейлер не всегда может транслировать полное повышение закупочных цен.

В 2019, 2021 и 2022 году ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами



Экспертное мнение поставщиков по категории «Соль поваренная пищевая» 1/2

Основные показатели



Маржинальность
продукции

17,5%



Доля собственной
розницы

—



Доля экспорта

—



Доля импортной
составляющей

1,5%



Доля онлайн
продаж

—

Основные драйверы изменения рынка

Появление игроков из ближнего зарубежья: Беларусь, Казахстана

Появляются различные варианты упаковки: диспенсеры и т. д

Расширение ассортимента: соли с травами, морская соль, гималайская розовая соль

Консолидация российского рынка

Тенденция к ЗОЖу

Лидеры отрасли

Руссоль

БСК-СОЛЬ

ТДС ООО

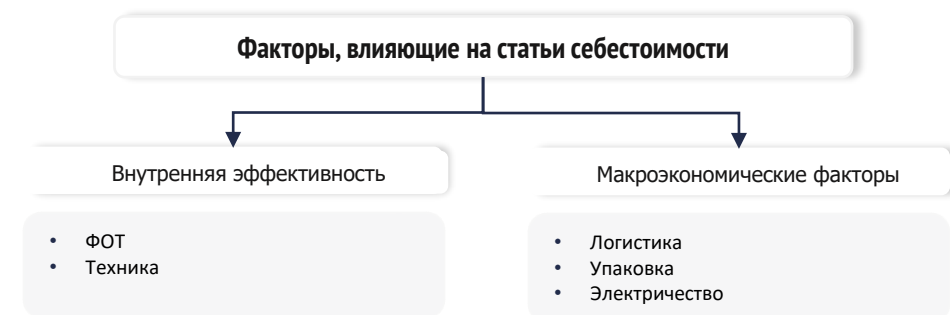
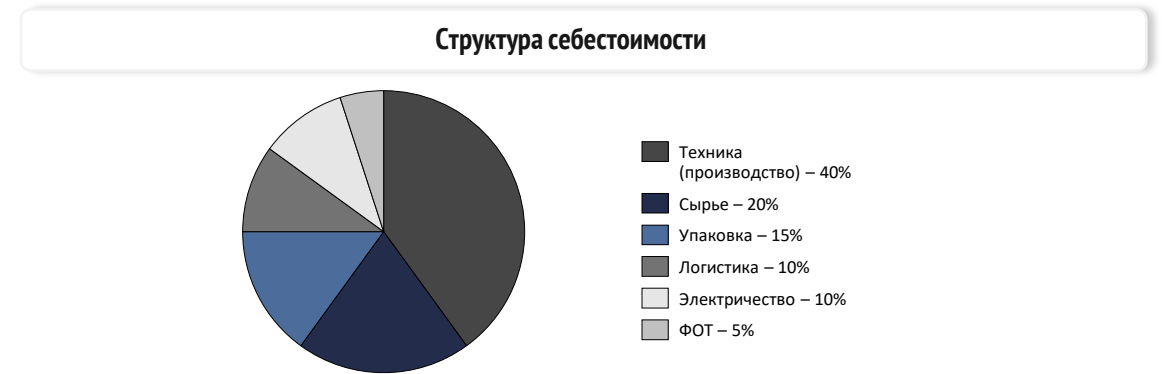
Экспертное мнение поставщиков по категории «Соль поваренная пищевая» 2/2



Формирование отпускной цены



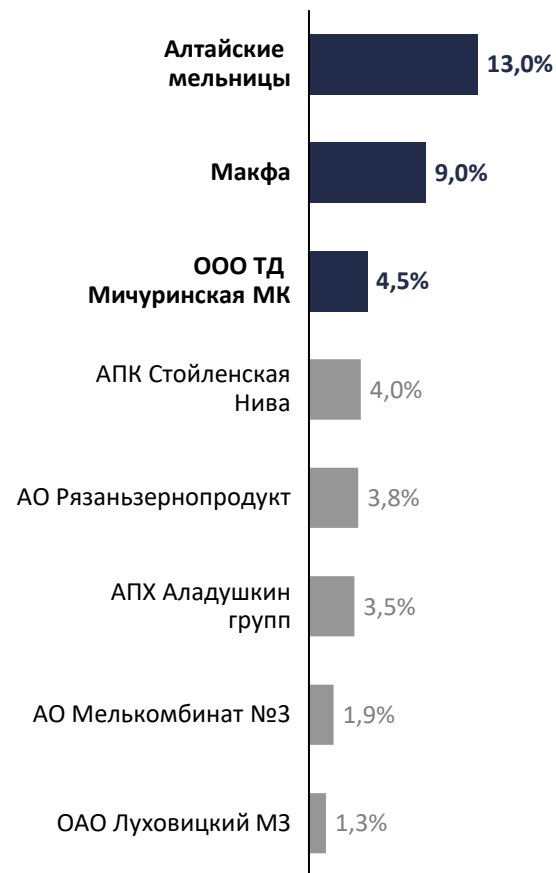
Формирование себестоимости



Обзор категории «Мука пшеничная» 1/2



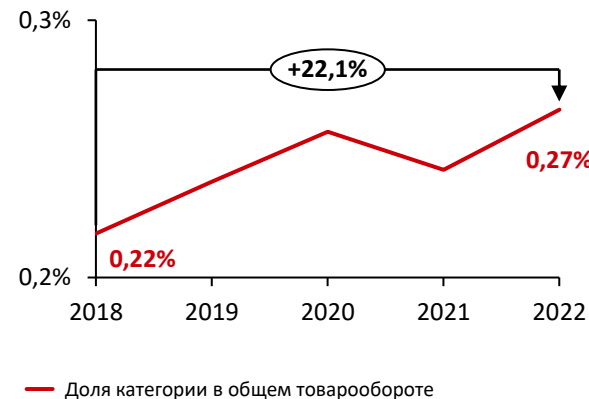
Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022⁴



Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Ключевые выводы

Рынок муки за исследуемый период стал более конкурентным: коэффициент концентрации по всем уровням снижается, при этом новых производств не появляется.¹

Рентабельность поставщиков и ритейлеров с 2021 года близки друг к другу имеют восходящий тренд относительно 2018 года.

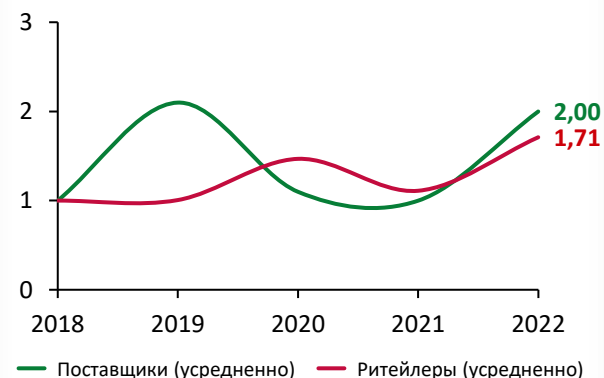
Мука – социально-значимый продукт с устоявшимися привычками потребления и высоким спросом.

Изменение курса валют не влияет на изменение себестоимости продукции по причине локализованного выращивания пшеницы.

Прибыль поставщика сильно зависит от технологий переработки сырья.¹

Коэффициенты прироста ЕВІТ у ритейлера, начиная с 2020 г. выше, чем у поставщика, однако с 2022 г. имеют тенденцию на снижение.

Коэффициент прироста ЕВІТ к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	5,3%	4,6%
По 3-м предприятиям	12,4%	12,4%
По 6-ти предприятиям	21,7%	21,3%
По 10-ти предприятиям	30,2%	30,4%
По 15-ти предприятиям	39,7%	39,3%
По 20-ти предприятиям	48,0%	46,9%
По 25-ти предприятиям	55,5%	54,0%
По 50-ти предприятиям	79,2%	77,3%

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

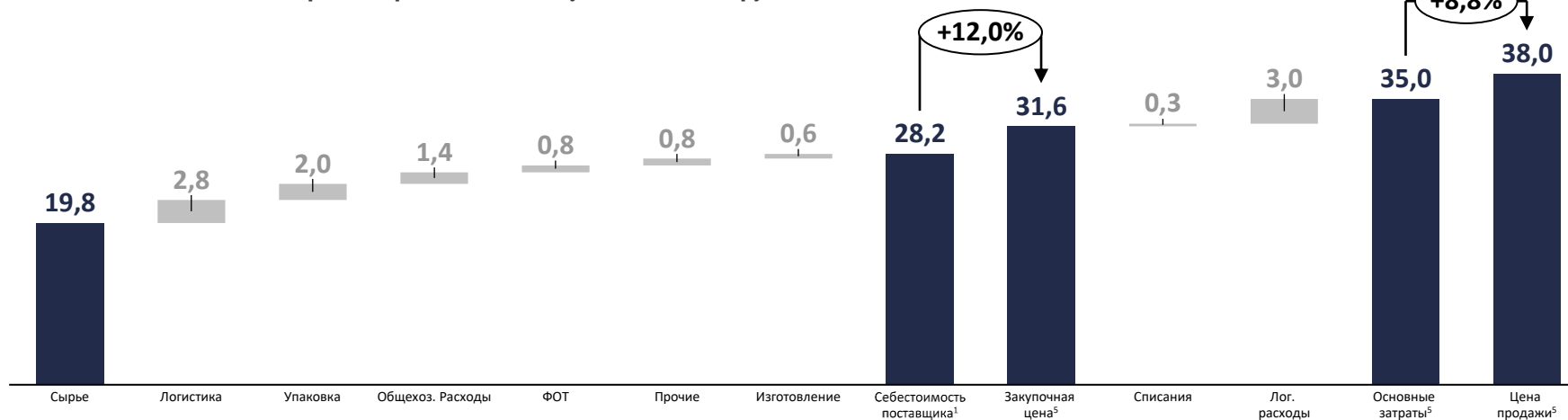
⁴ Данные предоставлены BusinessStat

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

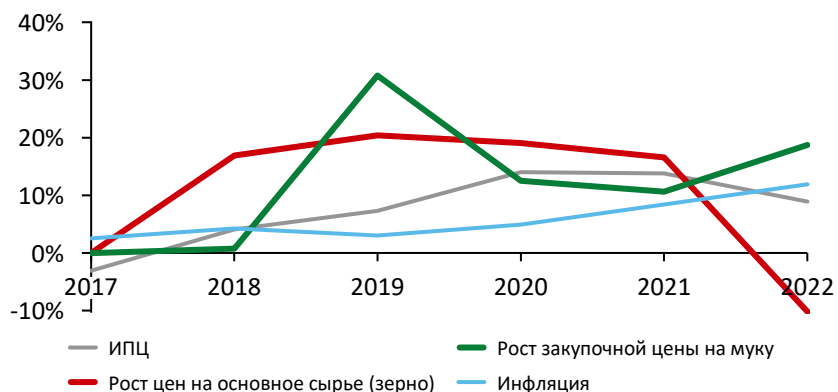
Обзор категории «Мука пшеничная» 2/2



Ценовой «стакан» по категории в пересчете на 1кг муки пшеничной, rubli, 2022г.



Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя является сырье – пшеница.

Цена пшеницы растет из-за увеличения логистических расходов: роста цен на ГСМ и транспорт.¹

Маржа производителя выше маржи ритейлера и составляет 12%. И 8,8% соответственно

С 2018 по 2020гг., в 2022 году ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

Категория стабильна, не подвержена изменениям. Ее развитие осуществляется за счет повышения эффективности процессов переработки зерна.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Мука пшеничная» 1/2



Основные показатели

	Маржинальность продукции 12%
	Доля собственной розницы —
	Доля экспорта 1,5%
	Доля импортной составляющей 0%
	Доля онлайн продаж —

Основные драйверы изменения рынка

Зависимость от качества и цен на сырье, на оборудование, упаковки и т.д.
Снижение уровня реальных доходов населения и увеличение численности населения
Усиление стандартизации
Институт добровольной сертификации
Курс на импортозамещение
Отсутствие новых игроков рынка
Господдержка для новых производителей: компенсация затрат на оборудование
Господдержка для существующих производителей (в рамках экспорта): компенсация участия в выставках, компенсация части логистики при заключении контракта, маркетинговые мероприятия в торгово-промышленных палатах при Посольстве

Лидеры отрасли

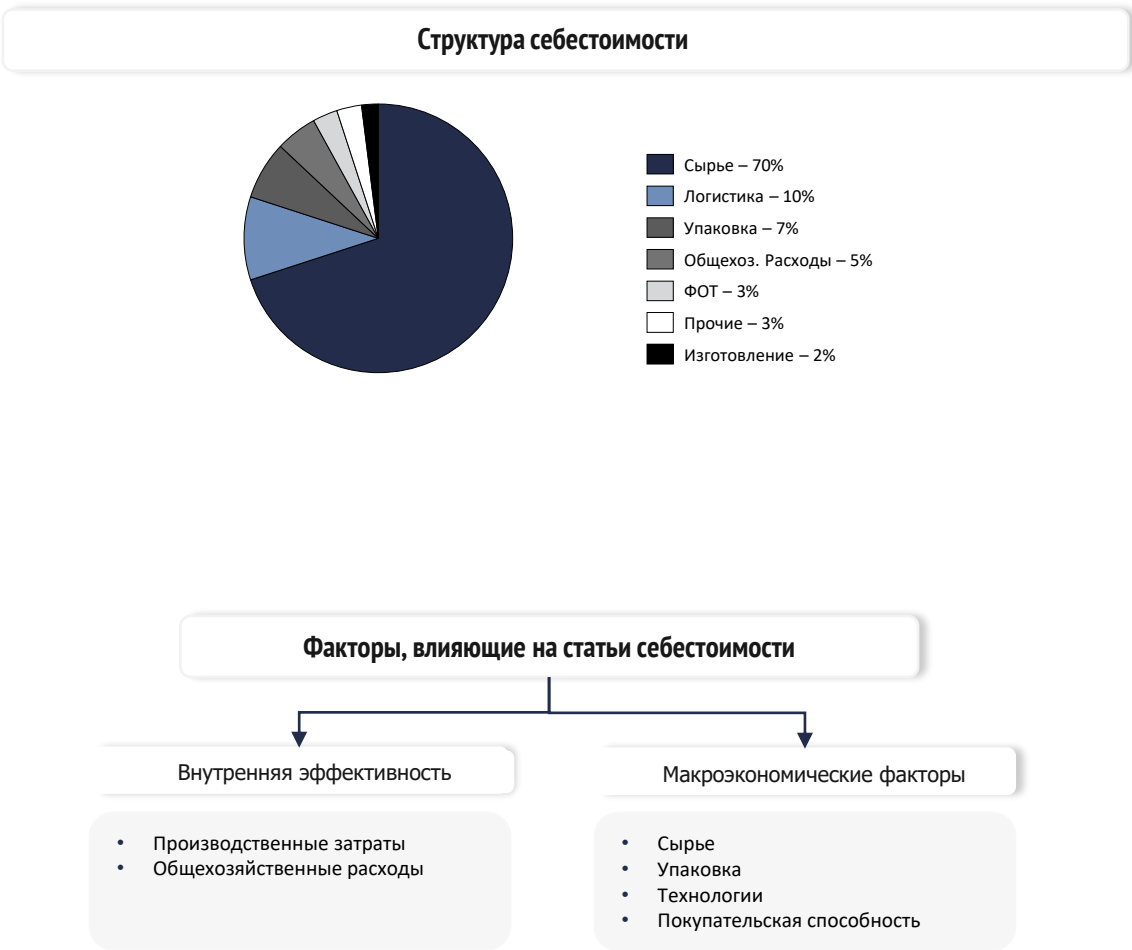
Макфа
Рязаночка
Старооскольская



Формирование отпускной цены



Формирование себестоимости



Обзор категории «Чай черный байховый» 1/2



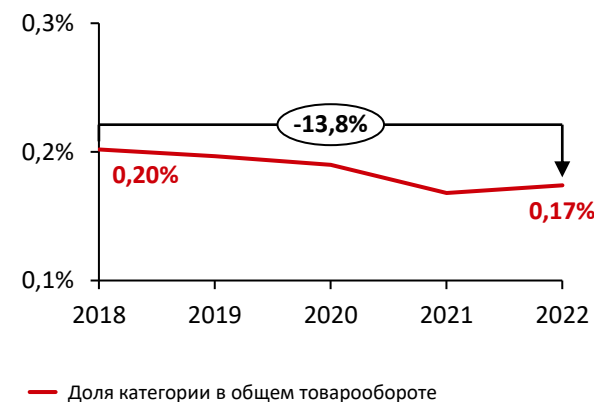
Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022г.⁴



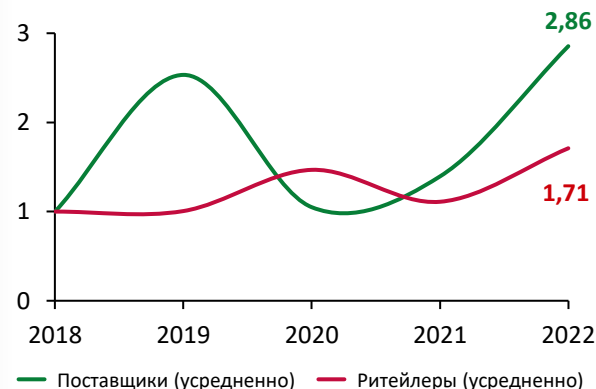
Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	70,5%	53,4%
По 3-м предприятиям	87,8%	78,6%
По 6-ти предприятиям	96,9%	93,2%
По 10-ти предприятиям	99,9%	98,4%
По 15-ти предприятиям	100%	99,9%
По 20-ти предприятиям	100%	100 %
По 25-ти предприятиям	100 %	100 %
По 50-ти предприятиям	100 %	100 %

Ключевые выводы

В Россию ввозят преимущественно чайное сырье. Чай фасуется на территории страны.

Собственные перерабатывающие мощности России производят около 90% чая.

6 крупнейших поставщиков занимают 77,7% доли рынка.⁴

Конкуренция между лидерами рынка высокая: среди них коэффициент концентрации снижается.

В 2022 году рентабельность поставщиков составила 18,21%, что в 3 раза превысило рентабельность ритейлеров. Показатель корректируется в зависимости от изменения рыночных трендов.

У ритейлеров значимым, с точки зрения изменений, является 2022 год – в нем наблюдается наивысший уровень рентабельности (6,56%) и прирост EBIT (+71%) за весь исследуемый период.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

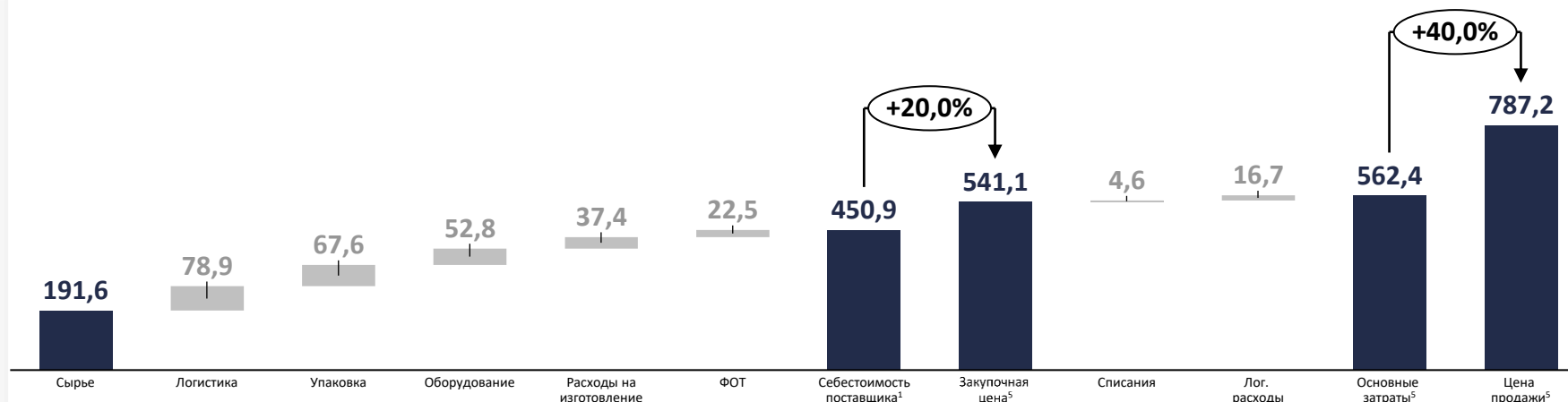
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

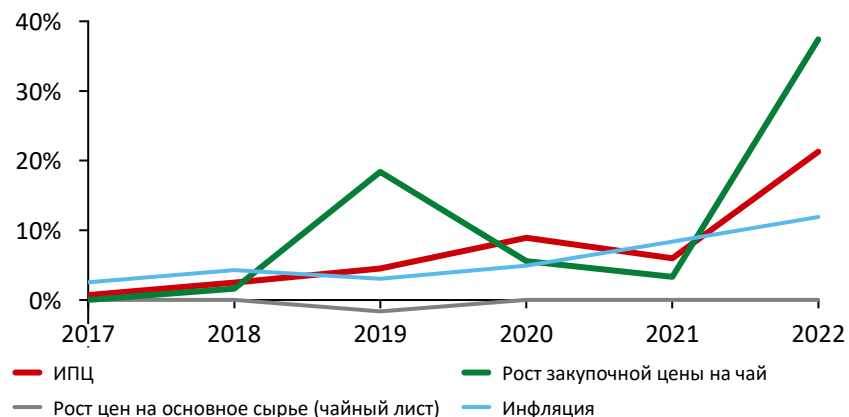
Обзор категории «Чай черный байховый» 2/2



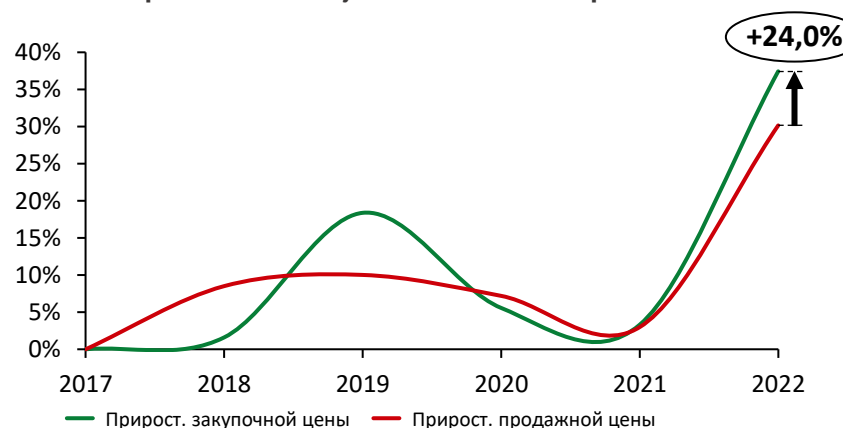
Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг черного чая, рубли, 2022г.



Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя является сырье (чайный лист). 100% сырья импортируется.

Цена на сырье зависит от логистики и климатических факторов. За исследуемый период цена не росла.

Себестоимость продукции зависит от изменения курса валют. На итоговую стоимость также влияет конкурентное окружение, цены на полке магазинов, покупательская способность.¹

Маржа производителя выше маржи ритейлера.

Ритейлер не всегда может транслировать полное повышение закупочных цен.

В 2019 и 2022 году ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами



Экспертное мнение поставщиков по категории «Чай черный байховый» 1/2

Основные показатели



Маржинальность
продукции

20%



Доля собственной
розницы

—



Доля экспорта

20%²



Доля импортной
составляющей

75,1%



Доля онлайн
продаж

—¹

Основные драйверы изменения рынка

Снижение/ удержание затрат на себестоимость путем ухудшения качества продукции: разбавление основного сырья более дешевым, использование упаковки более низкого качества

Санкционная политика по отношению к РФ: привела к росту издержек (логистических и т. д.)

Появление новинок продукции у лидеров рынка

Курс доллара: оказывает влияние на конечный продукт

Запуск ж/д коридора Иран-РФ³

Появление новых игроков рынка

Лидеры отрасли

Орими Трейд

Юнилевер

СДС фудс

Май

¹ Производитель реализует продукцию напрямую через маркетплейсы. Это более выгодно для него, чем работать с розничной торговлей

² Доля экспорта увеличивается при росте инфляции внутри страны

³ Путь даст экономию по логистике, однако нет гарантий, что это снижение отобразится на полке. Расходы снизятся для дистрибьюторов. Повысится доход для поставщиков.

Экспертное мнение поставщиков по категории «Чай черный байховый» 2/2



Формирование отпускной цены

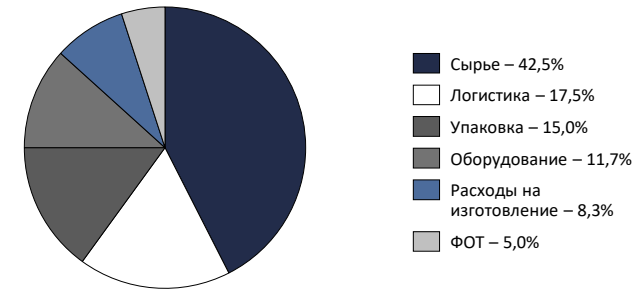


Дифференциация отпускной цены зависит от

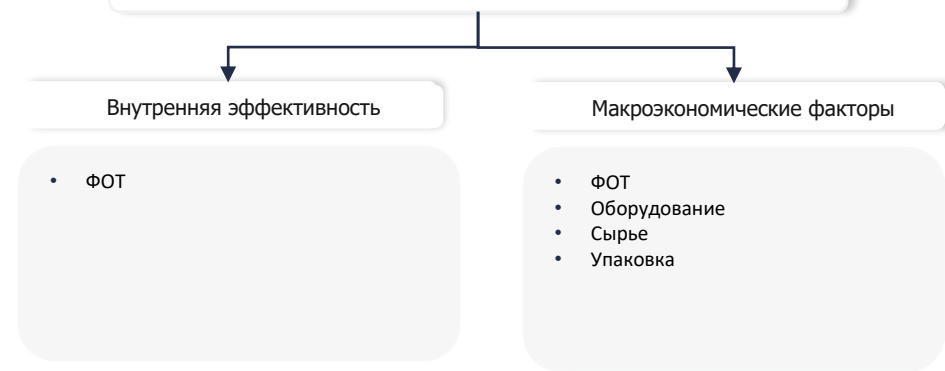


Формирование себестоимости

Структура себестоимости



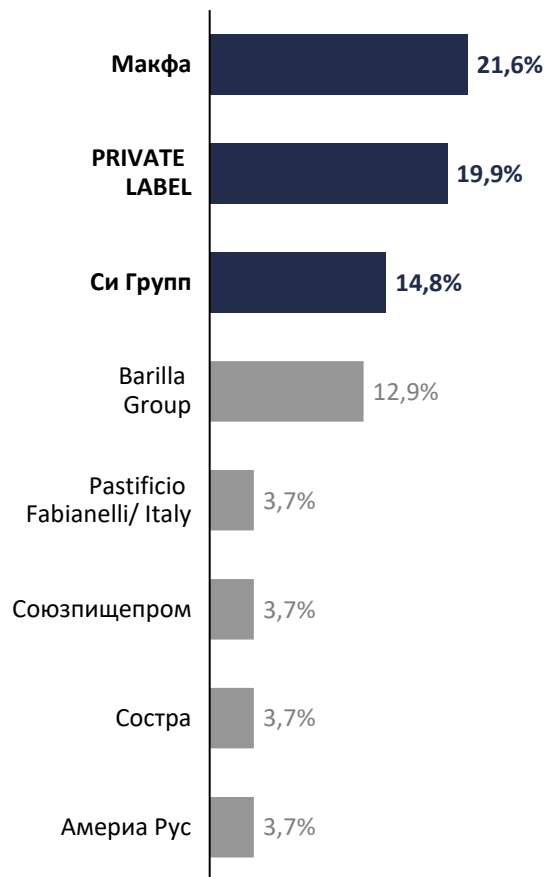
Факторы, влияющие на статьи себестоимости



Обзор категории «Крупы» 1/2



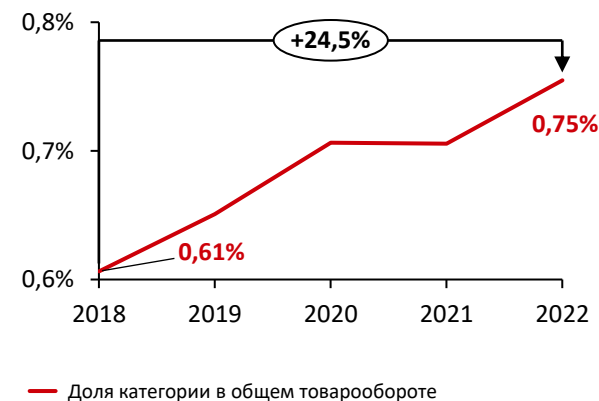
Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022г.⁴



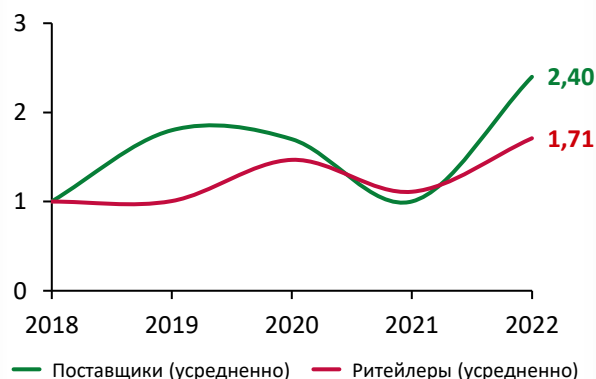
Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	32,1%	22,8%
По 3-м предприятиям	66,2%	53,6%
По 6-ти предприятиям	93,1%	83,1%
По 10-ти предприятиям	98,7%	93,9%
По 15-ти предприятиям	99,9%	98,7%
По 20-ти предприятиям	99,9%	99,8%
По 25-ти предприятиям	100%	100%
По 50-ти предприятиям	100%	100%

Ключевые выводы

Доля частных марок в категории значительна – 19,9%.

Макфа – лидер среди производителей крупы по доле рынка, в 2022 году она составила 21,6%.

В динамике рынок стал более конкурентным: коэффициент концентрации по всем уровням снижается.

Рентабельность поставщиков и ритейлеров с 2021 года близки друг к другу имеют восходящий тренд относительно 2018 года. Самым значимым, с точки зрения изменений, является 2022 год – в нем наблюдается наивысший прирост к предыдущему году за весь исследуемый период (54,4% для ритейлеров и 33,7% для поставщиков).

Динамика прироста EBIT относительно 2018 года у поставщика и ритейлера имеет схожий тренд, однако прирост 2109, 2022 и 2022 г. поставщика опережает по приросту ритейлера

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

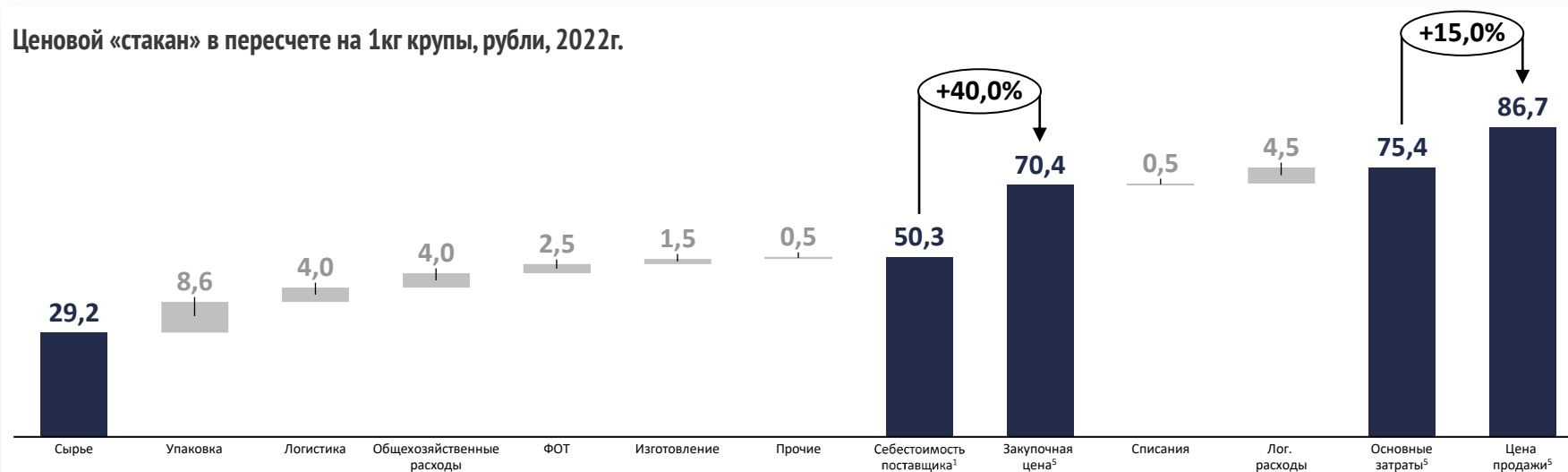
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

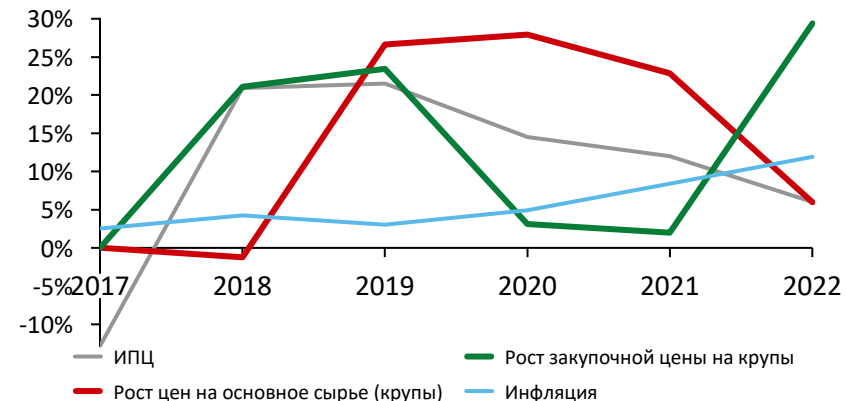
Обзор категории «Крупы» 2/2



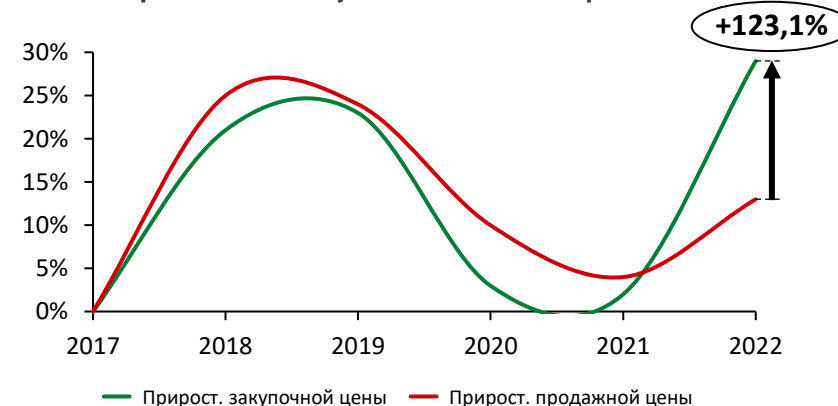
Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг крупы, рубли, 2022г.



Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя является сырье – 29,2%.

Ценность продукции добавляет упаковка. От ее качества зависит себестоимость готовой продукции.¹

Динамика роста цен на основное сырье имеет тренд, противоположный динамике роста закупочной цены на крупы.

Наибольшей волатильностью обладает гречиха. Стоимость сырья зависит от урожайности. Также в стране наблюдается перепроизводство круглозернового риса.¹

Маржа производителя выше маржи ритейлера 40% и 15% соответственно.

С 2022 года ритейлеры выступают в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Крупы» 1/2



Основные показатели поставщиков



Маржинальность
продукции

40%



Доля собственной
розницы

1,5%



Доля экспорта

7%



Доля импортной
составляющей

32,5%



Доля онлайн
продаж

—

Основные драйверы изменения рынка

Ежегодное увеличение себестоимости. Самая волатильная крупа – гречка, стоимость зависит от урожайности. Отмечается перепроизводство круглозернового риса. 30% уезжает на экспорт

Развитие СТМ, ухудшение качества. Отмечается довольно жесткая конкуренция в низком ЦС, что приводит к снижению качества продукции

Покупательская способность как на производимые товары, так и средства производства

Рост урожайности (изменение объемов производимой продукции)

Динамика потребления на внутреннем рынке и отгрузки на экспорт, консолидация рынка (скупка земель крупными игроками)

Удорожание импорта. Причины: урожай, погодные условия, логистика, сложность с переводом денежных средств

Кадровый голод: нехватка агрономов, механиков, инженеров, водителей

Государственные меры поддержки производителей: Субсидии на производство, субсидии на проведение техники, льготная ставка кредитования

Лидеры отрасли

Агро-Альянс

Националь

Мистраль

Увелка

Макфа

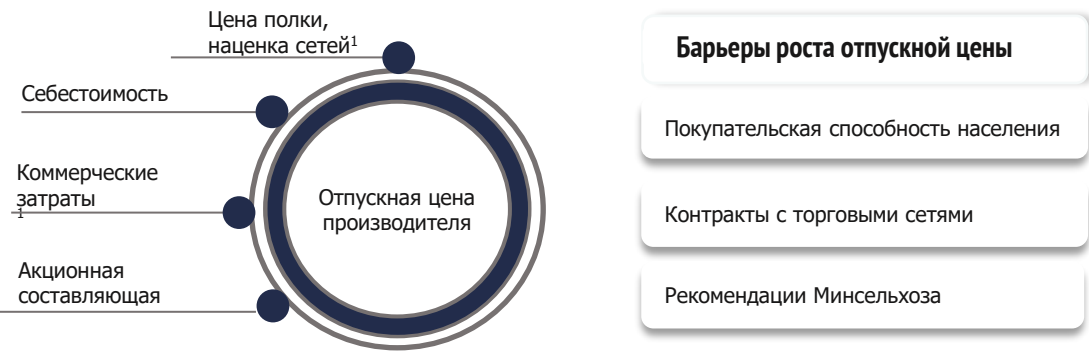
Алтайская крупа

КраснодарЗерноПродукт

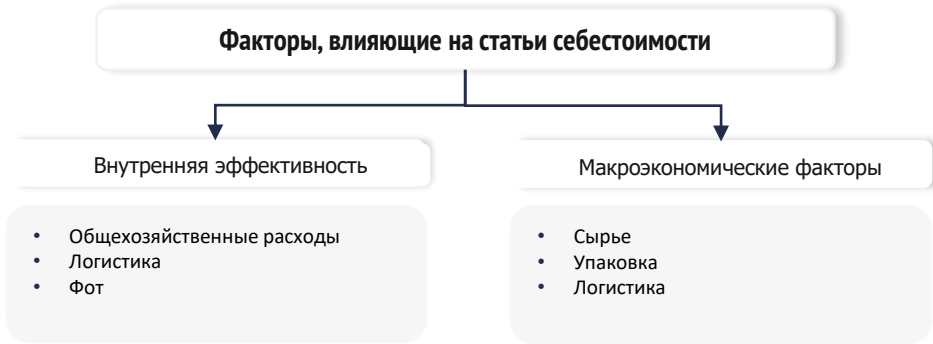
Экспертное мнение поставщиков по категории «Крупы» 2/2



Формирование отпускной цены



Формирование себестоимости

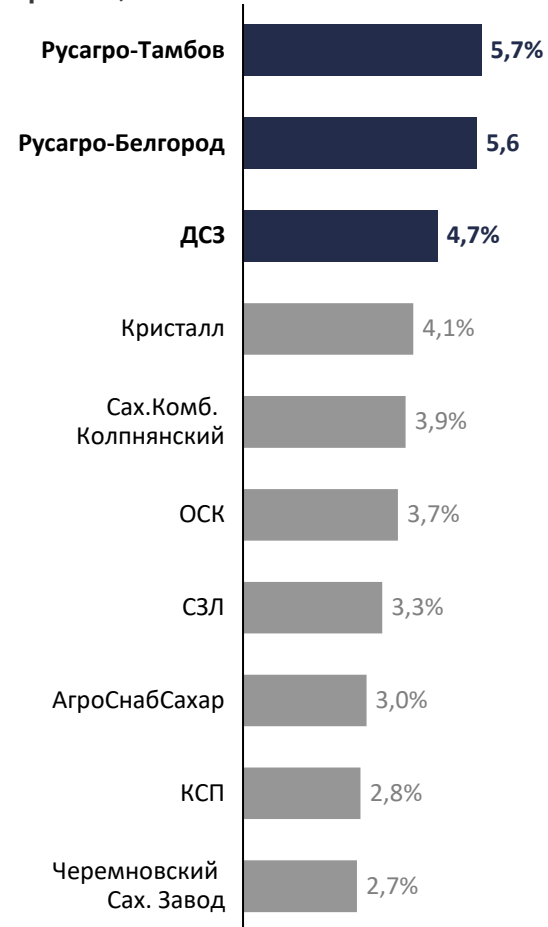


¹ Смотрится дельта и определяется стоимость продукции. Цены жестко привязаны к полке

Обзор категории «Сахар-песок» 1/2



Доли рынка поставщиков по валовой прибыли, 2022г.²



Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Ключевые выводы

ТОП-10 производителей контролируют 28,8%, ТОП-50 – 91% рынка.

Конкуренция на рынке сахар-песка умеренная, уровень консолидации средний.

54% от всего объема производства экспортируется в страны Азии в качестве сырья для большой номенклатуры товаров.¹

Маржинальность сахара внутри страны напрямую зависит от стоимости экспортной продукции.

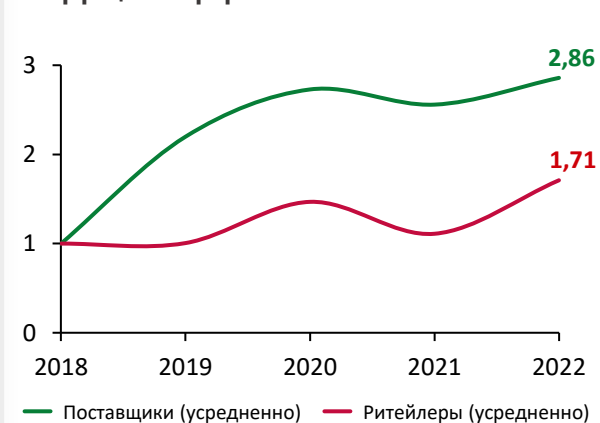
Рентабельность поставщиков и ритейлеров имеют восходящий тренд относительно 2018 года. Самым значимым, с точки зрения изменений, является 2022 год.

Сахар – социально-значимый продукт, который может быть подвержен сезонному и/или непрогнозируемому шоковому спросу.¹

Коэффициенты прироста ЕВІТ у поставщика, выше, чем у ритейлера и сохраняется разница в приросте.

С 2018 года доля категории в продажах ритейлеров выросла на 32,6%⁵ и увеличилась в 2 раза в товарообороте.¹

Коэффициент прироста ЕВІТ к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	5,0%	4,2%
По 3-м предприятиям	12,1%	10,4%
По 6-ти предприятиям	21,2%	19,1%
По 10-ти предприятиям	30,8%	28,8%
По 15-ти предприятиям	40,8%	39,9%
По 20-ти предприятиям	50,0%	49,6%
По 25-ти предприятиям	58,3%	58,2%
По 50-ти предприятиям	88,4%	91,0%

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

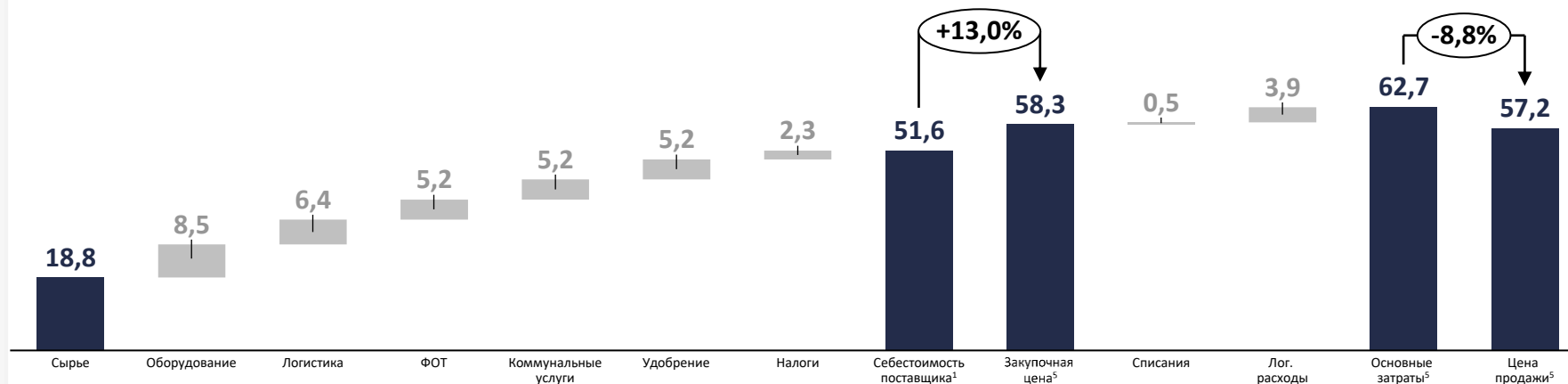
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Обзор категории «Сахар-песок» 2/2



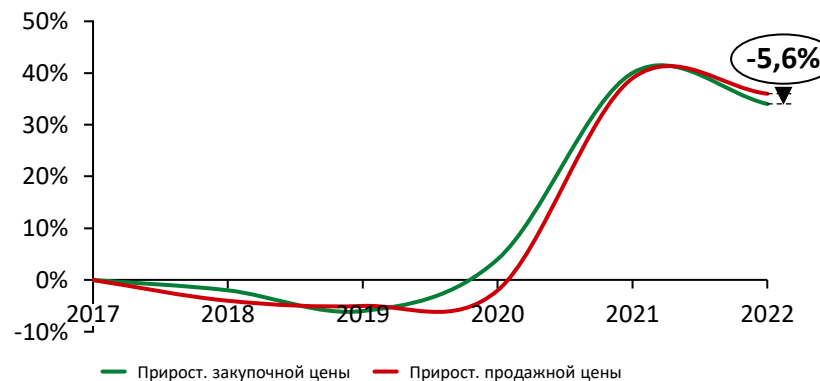
Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг сахар-песка, рубли, 2022г.



Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя является сырье - сахарная свекла.

Цена свеклы растет при низких урожаях и увеличении логистических расходов (ГСМ и транспорт) и недостаточной эффективности производства.¹

Высокая доля затрат на оборудование для выработки сахара и логистика также влияют на отпускную цену производителя.¹

Маржа производителя выше маржи ритейлера.

В данной категории маржинальность ритейлера отрицательная и составляет -8,8%.

На розничную цену высокое давление оказывает конкурентная среда.

Ритейлер не всегда может транслировать полное повышение закупочных цен.

В 2020 году ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Сахар-песок» 1/2



Основные показатели

	Маржинальность продукции 13%
	Доля собственной розницы —
	Доля экспорта 54%¹
	Доля импортной составляющей 29%
	Доля онлайн продаж —

Основные драйверы изменения рынка

Увеличение поставок за рубеж в целях привлечения валютной выручки (сахар экспортируют в страны Азии, доля расчетов в долларах составляет около 40-50%)
Рост расходов на выращивание сахарной свеклы, гербициды, удобрения, ГСМ, обслуживание техники
Увеличение затрат на производство, хранение, логистику
Рост мировых цен на сырье
Шок на рынке (массовая скупка сахара)
Подорожание морских перевозок в 4 раза, транспортных услуг
Балансирование сахара на грани производства
Господдержка - льготное кредитование, субсидирование

Лидеры отрасли

Продимекс
Доминант
Русагро

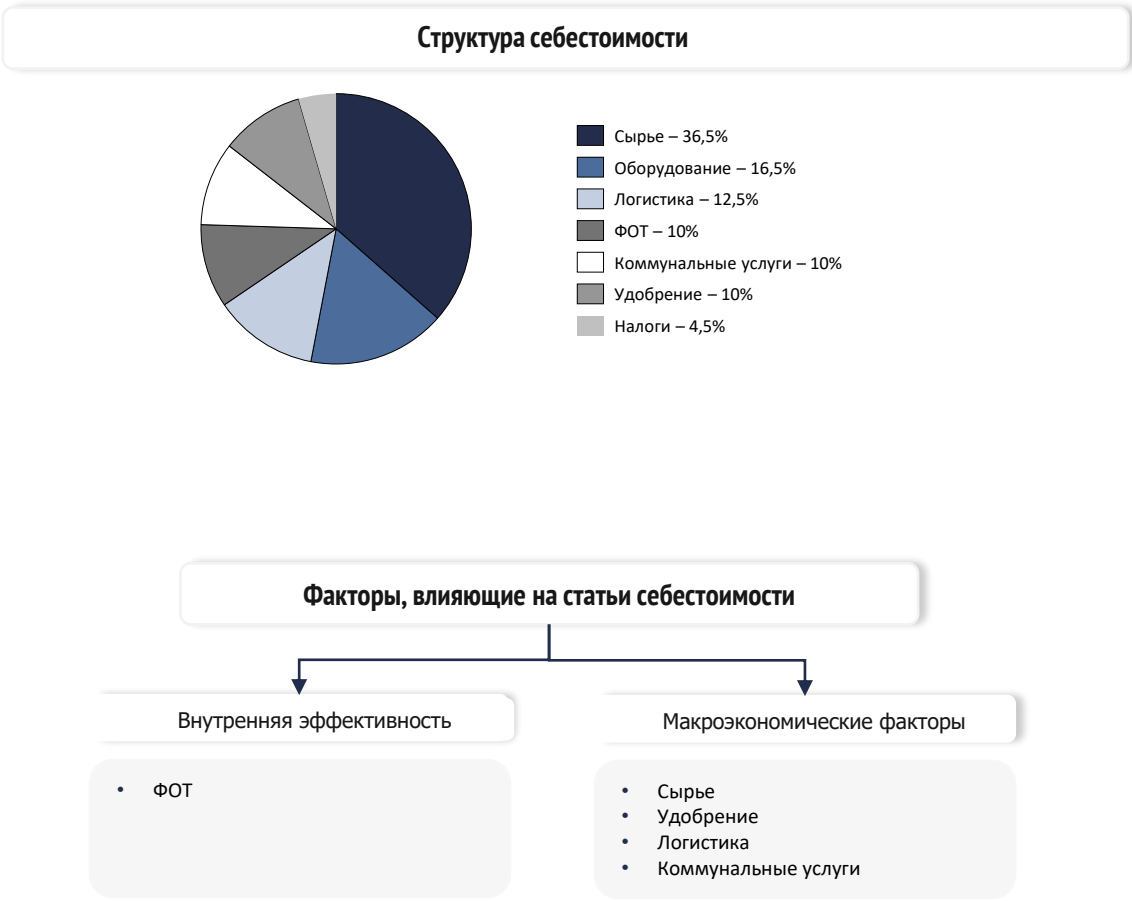
¹ Доля экспорта увеличивается на 40% при росте инфляции внутри страны



Формирование отпускной цены



Формирование себестоимости



¹ Надо смотреть на покупательскую способность товаров-заменителей макарон (овощи, крупы). Если уровень дохода населения снижается, люди переключаются на более простые и дешевые продукты

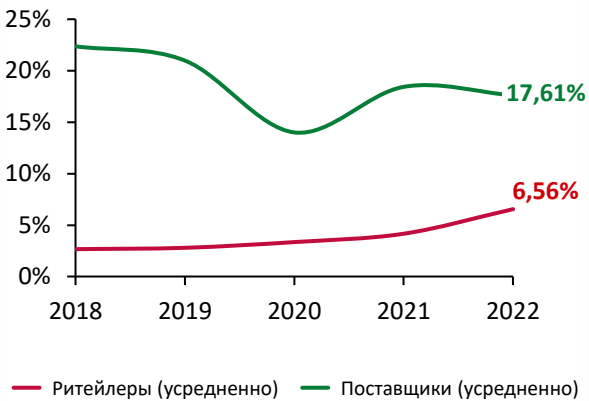
Обзор категории «Куры» 1/2



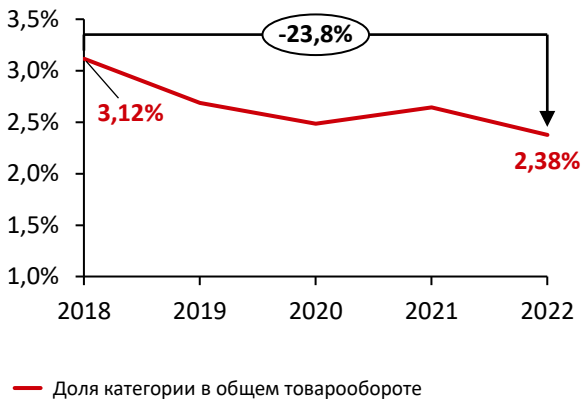
Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022г.⁴



Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Ключевые выводы

Рынок стал более конкурентным: коэффициент концентрации по всем уровням снижается.

ТОП- 3 производителя занимают долю в 22,5%.

Переключение на мясо птицы с других видов продукции ограничивает ритейлера в изменении цен.¹

Доля категории в продажах упала с 3,12% до 2,38% за исследуемый период.

Рентабельность поставщиков значительно выше рентабельности ритейлеров. Однако разрыв по рентабельности между поставщиком и ритейлером сокращается. В 2022 году он составил 11 процентных пунктов.

Коэффициенты прироста ЕВІТ у поставщика имеют нестабильную динамику и идет в противовес ритейлеру.

Коэффициент прироста ЕВІТ к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

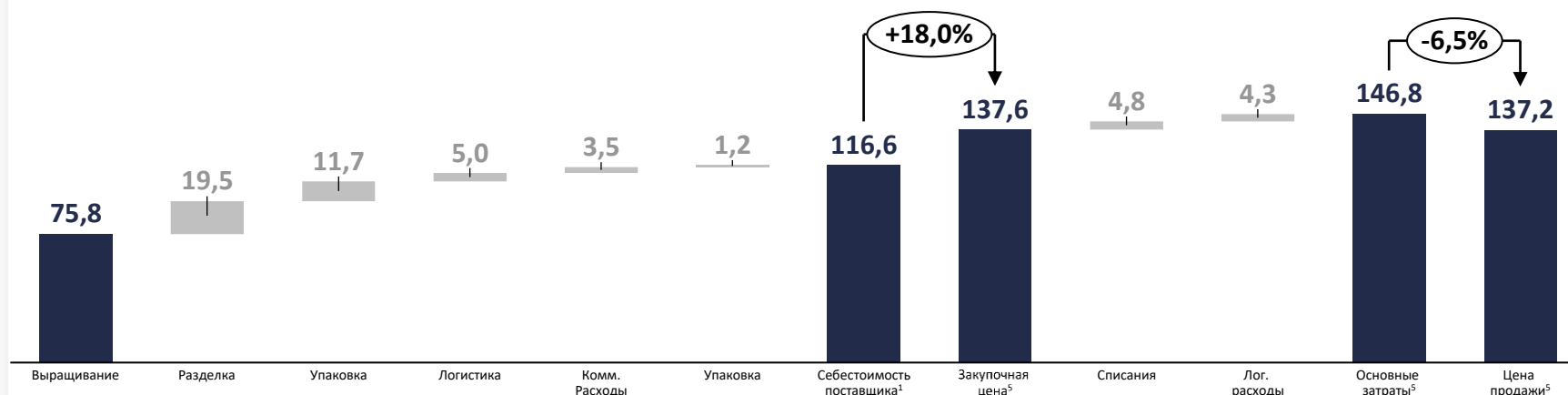
Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	12,6%	6,6%
По 3-м предприятиям	26,1%	16,0%
По 6-ти предприятиям	40,9%	27,3%
По 10-ти предприятиям	54,4%	39,5%
По 15-ти предприятиям	66,7%	50,0%
По 20-ти предприятиям	74,7%	58,6%
По 25-ти предприятиям	81,5%	66,1%
По 50-ти предприятиям	98,3%	88,6%

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами
² Данные из Росстат и ЕМИСС
³ Данные из системы Audit-IT
⁴ Данные предоставлены ACNielsen
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Обзор категории «Куры» 2/2



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг курицы, рубли, 2022г.



Ключевые выводы

Основной компонент структуры себестоимости – расходы, связанные с выращиванием кур.

Разделка и упаковка – основные значимые факторы, влияющие на себестоимость. Их доля в общей структуре себестоимости составляет 17,7%.

Цены на птицу не растут выше инфляции.¹

Цена птицы растет из-за увеличения логистических расходов и недостаточной эффективности производства.¹

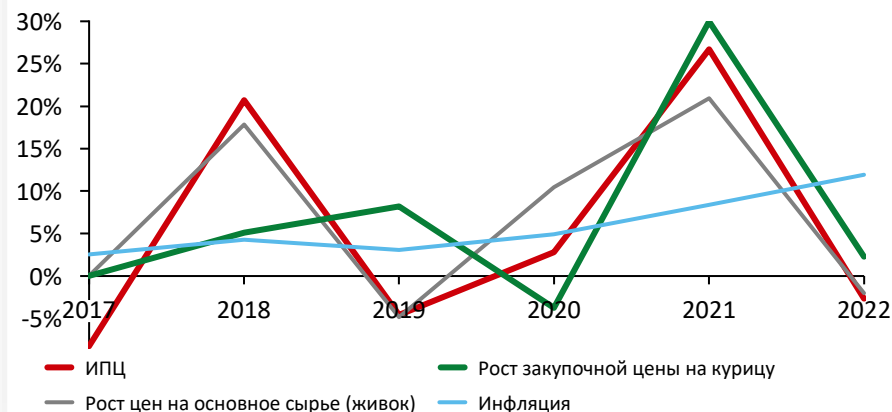
Маржа производителя выше маржи ритейлера. Маржа ритейлера отрицательна по причине высокой индикативности категории и конкуренции на уровне ритейла.

Падение уровня реальных доходов населения является сдерживающим фактором роста продажной цены.

В течение всего исследуемого периода динамика отпускных цен производителя и ритейлера была разнонаправленной: рост цен в 2019 и 2021гг., снижение в 2020 и 2022гг.

В 2021 году ритейлеры стали барьером, сдерживающим рост отпускной цены.

Динамика розничных и отпускных цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и отпускных цен на категорию²



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Куры» 1/2



Основные показатели



Маржинальность
продукции

18%



Доля собственной
розницы

10%



Доля экспорта

12,5%



Доля импортной
составляющей

17,5%



Доля онлайн
продаж

Не более 10%

Основные драйверы изменения рынка

Культура питания. На рынок выходит порционная готовая продукция (причина: высокая занятость людей)

Тенденция ЗОЖ: формируется культура здорового питания

Вырос сегмент куриного маринада

Развивается сегмент индейки (для детского питания и т.д)

Субсидированные кредиты (краевые/ областные), поддержка малого бизнеса

Свободные экономические зоны: освобождение от земельного налога на 5 лет

Помощь в реализациях проектов по модернизации: область/ край помогает покрывать затраты на дороги, электричество и прочие расходы

Сдерживание цен на корма и т.д

Лидеры отрасли

ГАП Ресурс

Черкизово

Мираторг

Белгранкорм

Приосколье

“

Данные компании также лидеры по себестоимости – они имеют самую низкую себестоимость. Причина – большие производственные объемы



Замечания экспертов



Формирование отпускной цены

Факторы + экономика в компании:
напрямую или через торговый дом

Цены конкурентов

Остатки запасов на
складе

Переговорной кампании с сетями,
рекламная составляющая,
маркетинговые исследования

Годовой бюджет в качестве ориентира

Отпускная цена
производителя

Барьеры роста отпускной цены

Антимонопольные комитет

Ограничение цен краевыми/ областными
властями (при резких ценовых скачках)

Рекомендации Минсельхоза

Рекомендации отраслевых союзов

Дифференциация отпускной цены зависит от

Крупные игроки

Индивидуальной наценки
по результатам
переговорной кампании¹

Снижение отпускной
цены на +/- 2-3 рубля

Средние игроки

Индивидуальной наценки
по результатам
переговорной кампании¹

–

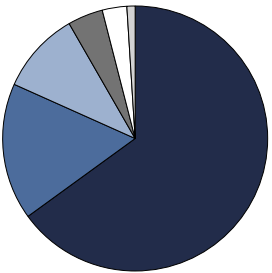
Мелкие игроки

Индивидуальной наценки
по результатам
переговорной кампании¹

–

Формирование себестоимости

Структура себестоимости



- Выращивание (живок, корма, ветеринария) – 65%
- Разделка (оборудование и тд) – 16,7%
- ФОТ – 10%
- Логистика – 4,3%
- Коммунальные расходы – 3,0%
- Упаковка – 1,0%

Факторы, влияющие на статьи себестоимости

Внутренняя эффективность

- Падёж – сохранность кур при транспортировке, либо пораженные части кур, «севших на ноги»
- ФОТ
- Логистика
- Производственные потери
- Контроль процессинга производства кормов

Макроэкономические факторы

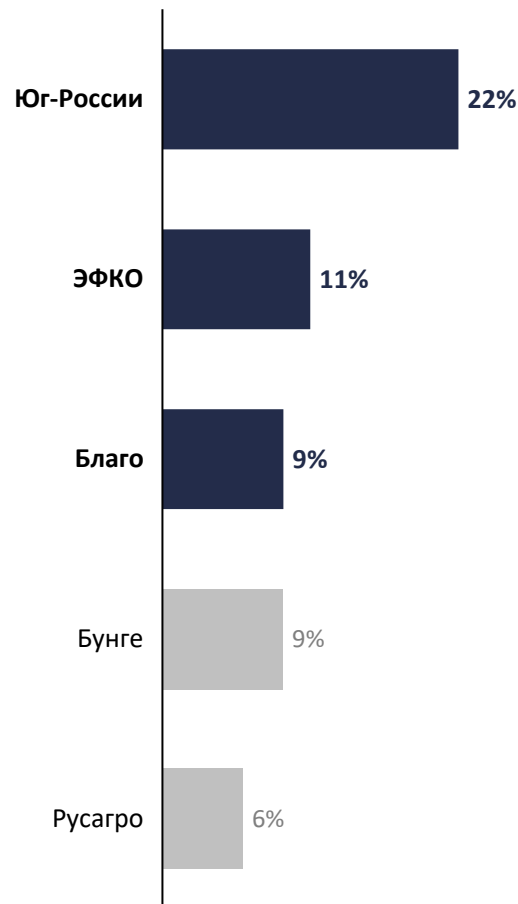
- Инкубационное яйцо
- Ветеринарные препараты
- Оборудование для убоя
- Курсовая разница
- Ограничение поставок
- Витамины, аминокислоты
- Софт (ИТ)
- Привлечение зарубежных консультантов/ менеджмента

¹ Крупные производители диктуют свои условия ритейлерам

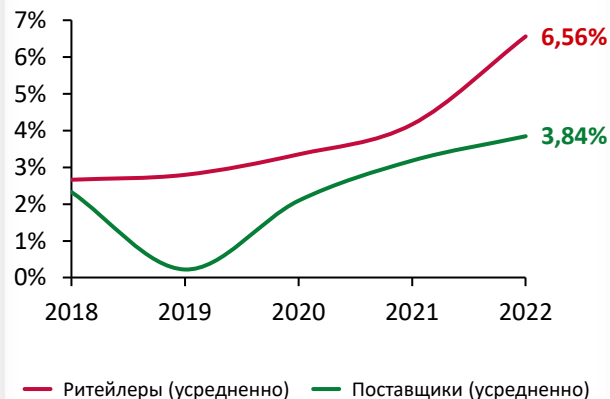
Обзор категории «Масло Подсолнечное» 1/2



Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022г.⁴



Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Ключевые выводы

Рынок стал менее конкурентным: коэффициент концентрации по всем уровням растет; растет доля крупнейших производителей, которые открывают новые производственные линии¹.

Рынок динамично меняется. Основная причина - геополитические факторы, которые влияют на мировой рынок.

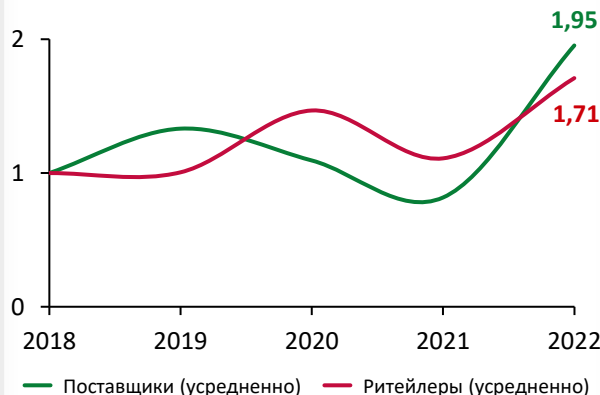
Экспорт данной категории (35% от объема) растет высокими темпами за счет стран Азии. При этом растут и площади под выращивание основного сырья, и производственные мощности, идет модернизация и трансформация отрасли¹.

Доля продаж в сфере B2B доминирует. Масло – один из продуктов, получаемых при переработке сырья, и все производные (шрот, лузга) реализуются в сфере B2B. Производство безотходное.¹

Рентабельность поставщиков выше, чем у ритейлеров, оба показателя растут ежегодно относительно 2018 года.

Коэффициенты прироста EBIT у поставщика выше ритейлера

Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	5,8%	7,8%
По 3-м предприятиям	16,6%	20,1%
По 6-ти предприятиям	31,3%	33,1%
По 10-ти предприятиям	49,2%	47,0%
По 15-ти предприятиям	66,2%	59,3%
По 20-ти предприятиям	75,7%	68,4%
По 25-ти предприятиям	82,2%	75,2%
По 50-ти предприятиям	99,1%	94,5%

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

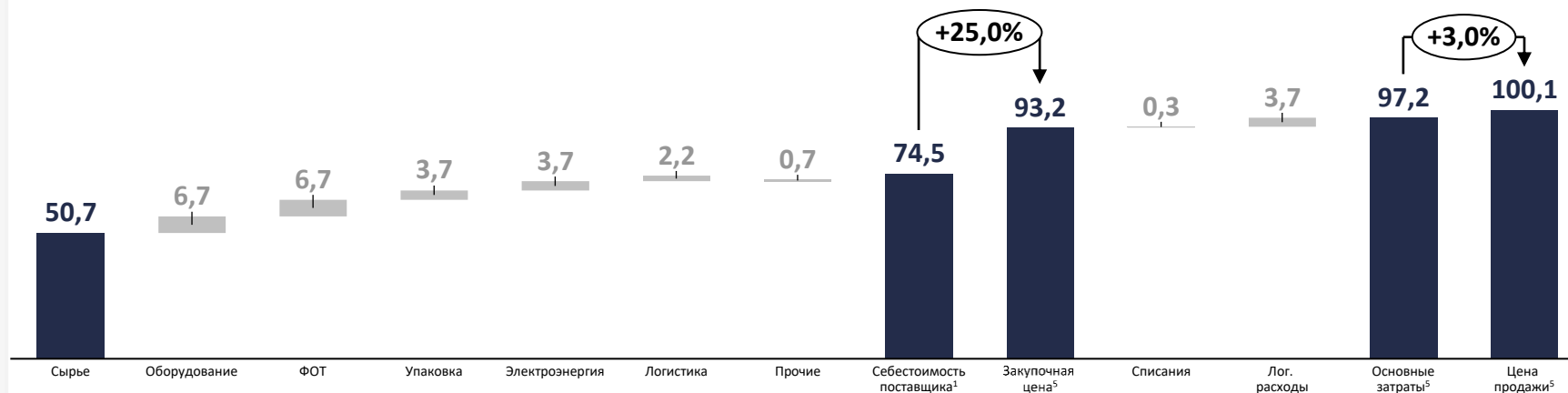
⁴ Данные за 2021 год. Источник – Исследование Русагро, <https://ar2021.rusagrogroup.ru/ru/ar/results-overview/oil-fats>

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Обзор категории «Масло Подсолнечное» 2/2



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг подсолнечного масла, rubli, 2022г.



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя является сырье (семена подсолнечника).

Изменение мировых цен на сырье влияет как на стоимость подсолнечника внутри страны, так и на цену готовой продукции.

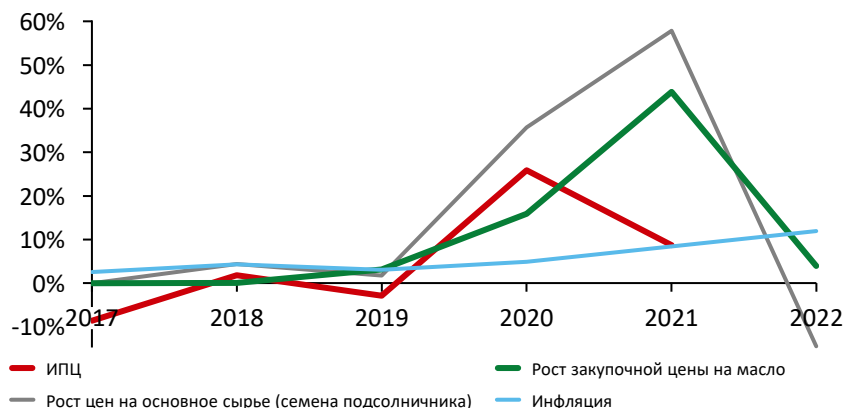
Цены на масло растут ниже инфляции.

Цена масла также растет из-за увеличения производственных затрат (оборудование) и высокой доли ФОТ в структуре цены.¹

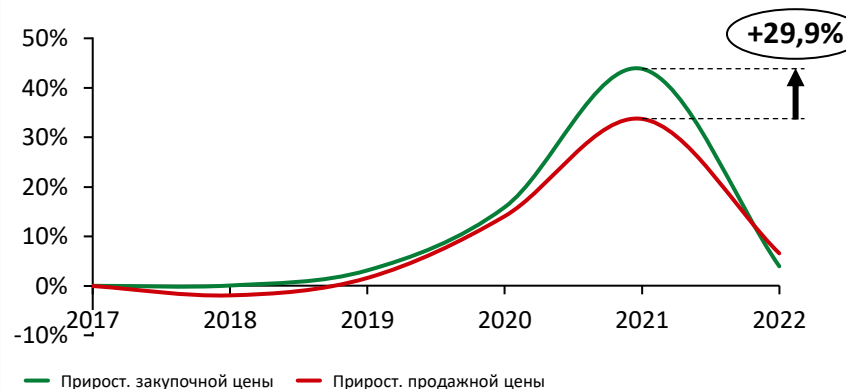
Ритейлер не всегда транслирует полное повышение закупочных цен в розничную цену.

В 2021 году ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Масло подсолнечное» 1/2



Основные показатели



Маржинальность
продукции

25%



Доля собственной
розницы

Незначительная



Доля экспорта

35%



Доля импортной
составляющей

15%



Доля онлайн
продаж

—

Основные драйверы изменения рынка

Увеличение экспорта в азиатские страны, страны бывшего СССР

Уход крупных игроков, сворачивание инвестиций, появление возможности для отечественных производителей нарастить долю на рынке

Изменение цены на семена подсолнечника и мировые цены

Налоговые преференции

Стимулирование увеличения производства отдельных видов масленичных культур

Субсидии и льготное кредитование

Компенсация части затрат на транспортировку

Компенсация убытков за сдерживание цены на продукцию

Лидеры отрасли¹

Эфко

Русagro

ЮГ Руси

ОО «БУНГЕ СНГ»

“

Дополнительная информация по драйверам изменения рынка:

При изменении курса валют отмечается увеличение себестоимости

Экспортная цена сильно влияет на цену внутри страны

Производители могут придерживать часть урожая с целью продать позже по более высокой цене, это может спровоцировать дефицит подсолнечника на рынке

Семена подсолнечника имеют особенности в хранении: долго они храниться не могут – прогоркнут

Один из основных каналов сбыта для производителя – рестораны быстрого питания



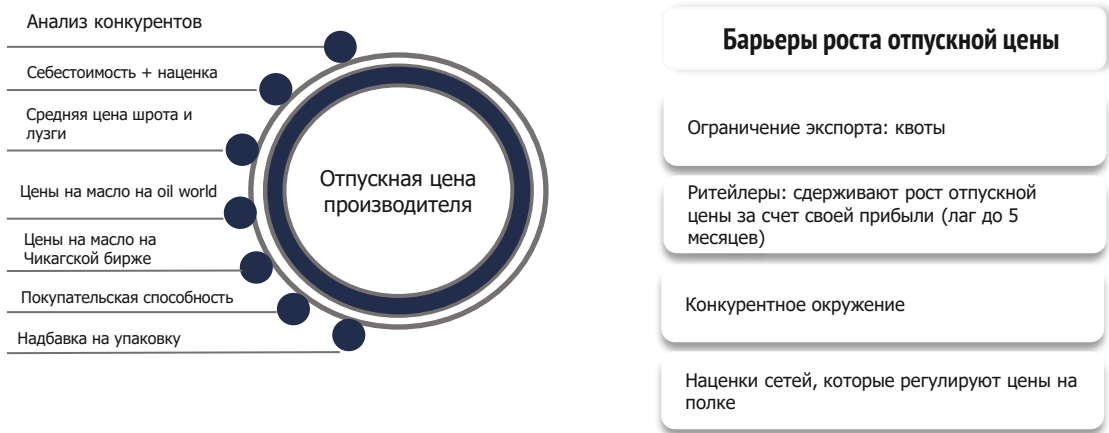
Замечания экспертов

¹ Рынок консолидирован. Лидеры наращивают свои мощности. Новые игроки практически не появляются.

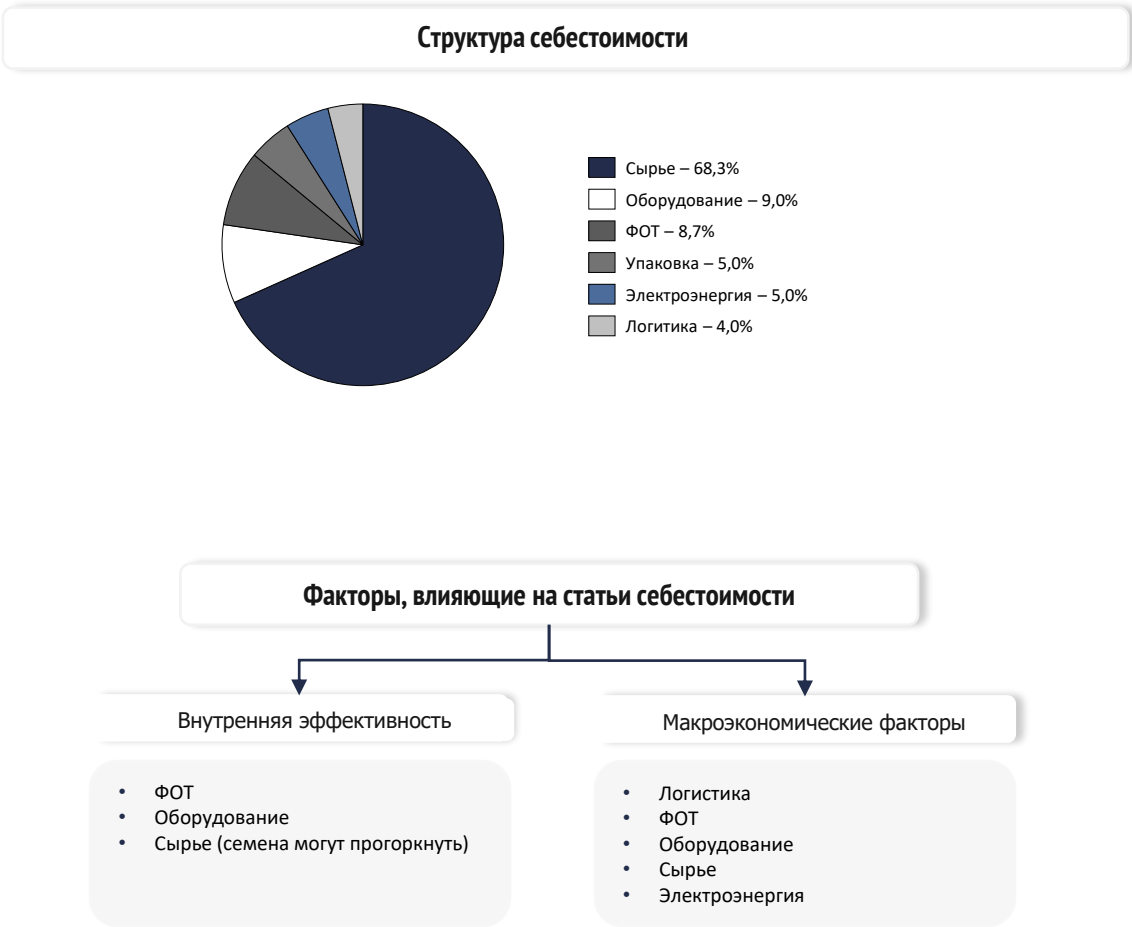


Экспертное мнение поставщиков по категории «Масло подсолнечное» 2/2

Формирование отпускной цены



Формирование себестоимости





Обзор категорий

Рынок в переходном состоянии

- Мясо
- Хлеб и хлебобулочные изделия



Обзор категории «Мясо» 1/2



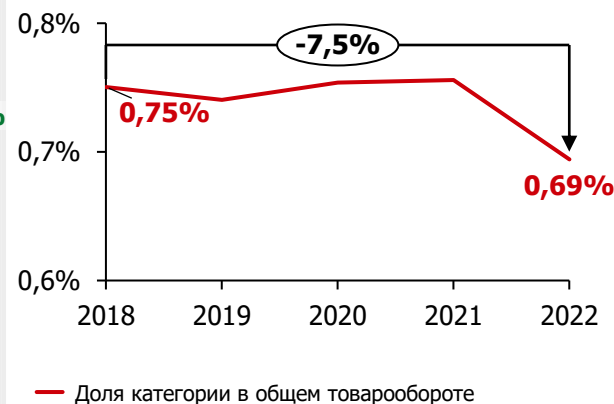
Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022г.⁴



Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



Ключевые выводы

ТОП-10 производителей контролируют 34,5% рынка. На ТОП-50 приходится 80,5% рынка. Консолидация рынка находится на среднем уровне.

Лидеры сохраняют свои позиции, наращивают производственные мощности.¹

Рынок стал более конкурентным: коэффициент концентрации по всем уровням снижается.²

Курс на импортозамещение положительно повлиял на потенциал и рентабельность производителей с 2019 года.

Рентабельность поставщиков значительно выше рентабельности ритейлеров. В 2022 году разница между рентабельностью поставщика и ритейлера составила 240%.

С точки зрения доходности, самым трудным был 2019 год, когда поставщики теряли доход из-за свободного проникновения импортной продукции на рынок РФ.

Общая доля категории в продажах ритейлеров снижается.

Изменение потребительских привычек (ЗОЖ, фасованные продукты) определяет развитие категории.

Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	8,2%	4,6%
По 3-м предприятиям	21,6%	12,7%
По 6-ти предприятиям	35,0%	22,9%
По 10-ти предприятиям	48,7%	34,5%
По 15-ти предприятиям	61,2%	45,6%
По 20-ти предприятиям	68,8%	53,8%
По 25-ти предприятиям	75,1%	60,0%
По 50-ти предприятиям	92,6%	80,5%

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

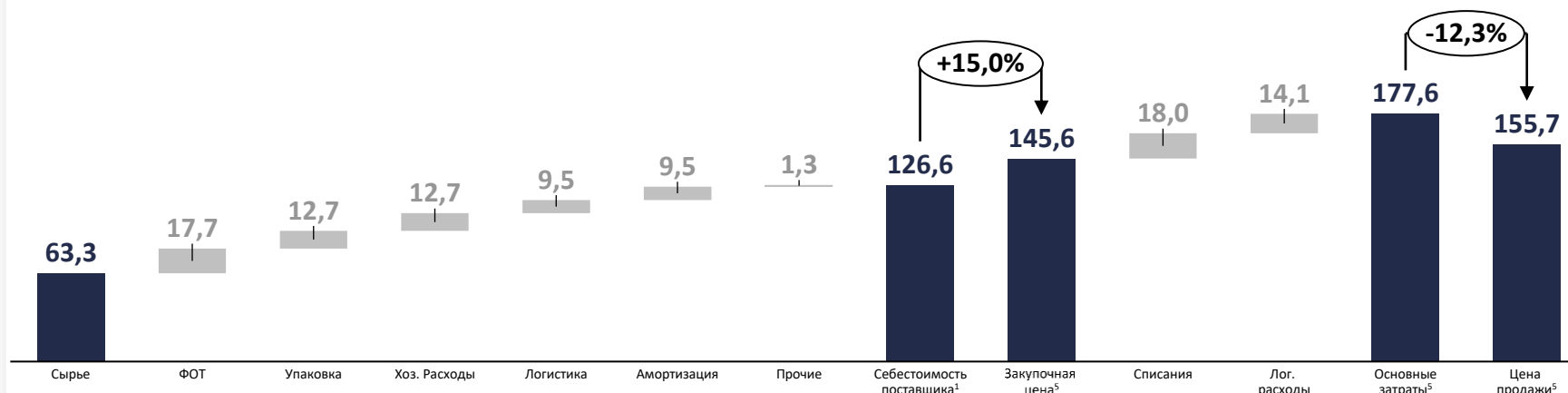
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Обзор категории «Мясо» 2/2



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг мяса, рубли, 2022г.



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя является стоимость сырья. На него приходится 60% от общей стоимости готовой продукции.

Эффективность процессов переработки, разделки и упаковки продукции определяется большим количеством ручного труда (ФОТ) – 14% в структуре себестоимости.

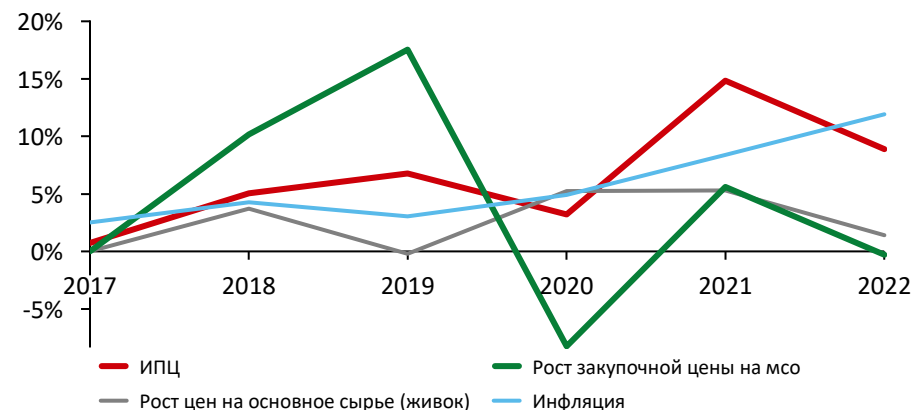
Цена мяса растет из-за увеличения расходов на корма, упаковку и недостаточной эффективности производства.¹

Маржа производителя выше маржи ритейлера. Маржа ритейлера отрицательна по причине высокой индикативности и значимости категории, а также высокой эластичности спроса на социально-значимые товары и высокой долей потерь.

Падение уровня реальных доходов населения является сдерживающим фактором роста продажной цены.

В 2022 году ритейлеры стали барьером, сдерживающим рост отпускной цены.

Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Мясо» 1/2



Основные показатели



Маржинальность
продукции

15%



Доля собственной
розницы

11,7%



Доля экспорта

8,3%



Доля импортной
составляющей

10%



Доля онлайн
продаж

-

Основные драйверы изменения рынка

Изменение профиля потребителя:
рост благосостояния и реальных доходов населения привел к росту потребления мяса

Господдержка. Субсидирование % ставки и льготное кредитование капитальных затрат и операционных расходов привел к росту объемов производства товарной свинины

Макроэкономическая неопределенность, сложность прогнозирования

Новые генетика и технологии выращивания заместили объем неэффективных и старых предприятий и производство в ЛПХ

Стагнация рынка. Сокращение квот на импорт свинины «расчистил» спрос для внутреннего потребления

Культура питания. На рынок выходит порционная готовая продукция (причина: высокая занятость людей)

Тенденция ЗОЖ: формируется культура здорового питания

Господдержка - Льготное кредитование (на корма и ветеринарию, Страхование животных, Программы по экспорту, Сдерживание цен на корма и тд

Лидеры отрасли

Останкино

Мираторг

АБИ групп

Черкизово

Русагро

Сибagro

Мясницкий ряд



Лидеры сохранили свои позиции, нарастив производство в физическом выражении (качественный и количественный рост)



Замечания экспертов



Формирование отпускной цены

Переговорной кампании с сетями,
рекламная составляющая,
маркетинговые исследования

Позиции развития
«Цена конкурентов - %»

Средняя цена по году,
исходя из прогнозных цен
на зерно

Факторы + экономика в
компании: напрямую или через
торговый дом

Основные позиции
«Себестоимость + % маржи»

Отпускная цена
производителя

Барьеры роста отпускной цены

Контракт с сетями (поднятие цены в
год не более 2-3%). Определяется
индивидуально

Профицит производства и низкий
уровень экспорта

Покупательский спрос на ключевые
позиции

Дифференциация отпускной цены зависит от

Крупные игроки

Индивидуальной наценки
по результатам
переговорной кампании

Наименьшая отпускная
цена

Котировки стоимости на
неделю

Средние игроки

Снижение цены при
увеличении объема

Индивидуальной наценки
по результатам
переговорной кампании

Котировки стоимости на
неделю

Мелкие игроки

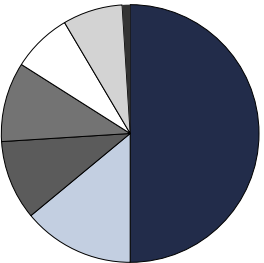
Индивидуальной наценки
по результатам
переговорной кампании

Не дифференцируется

+2-3 рубля к цене
крупных игроков

Формирование себестоимости

Структура себестоимости



- Сырье – 50%
- ФОТ – 14%
- Упаковка – 10%
- Хоз. Расходы – 10,0%
- Логистика – 7,5%
- Амортизация оборудования – 7,5%
- Прочие – 1%

Факторы, влияющие на статьи себестоимости

Внутренняя эффективность

- ФОТ
- Логистика
- Энергоресурсы

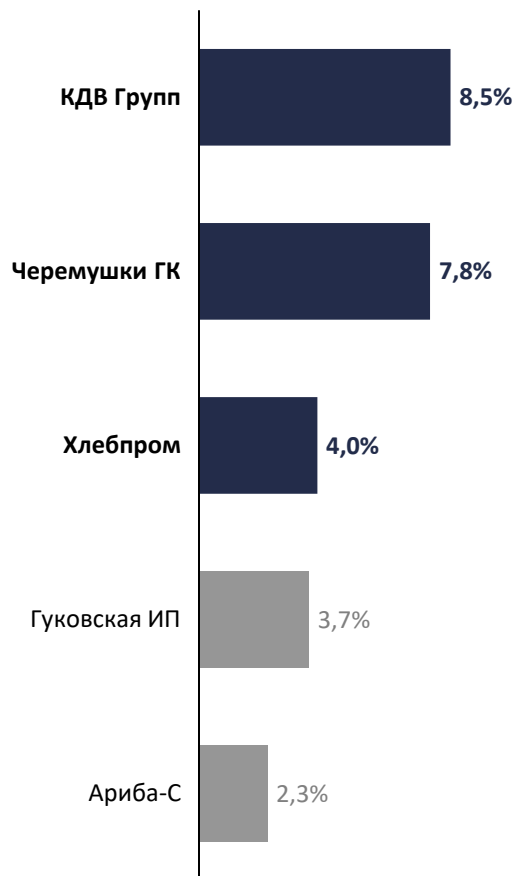
Макроэкономические факторы

- Сырья
- Упаковка
- Логистика
- Амортизация

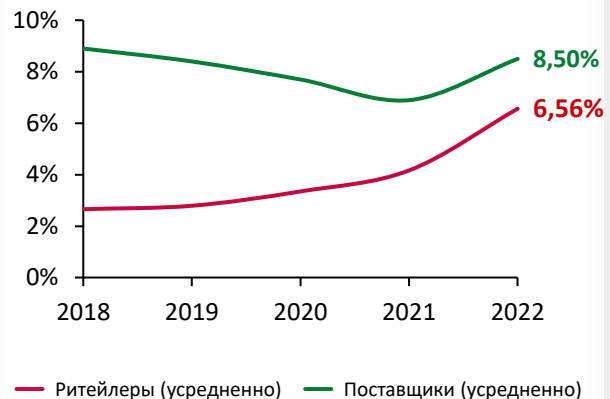
Обзор категории «Хлеб и хлебобулочные изделия» 1/2



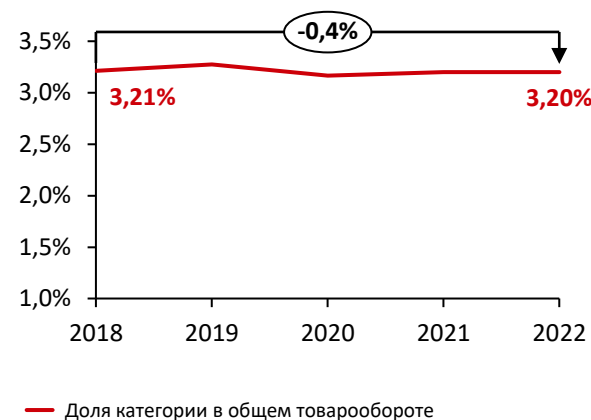
Доли рынка крупнейших поставщиков, 2022г.⁴



Рентабельность продаж компаний, 2018-2022гг.³



Динамика категории⁵



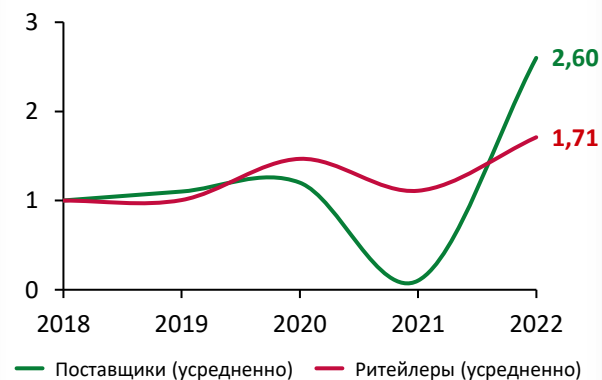
Ключевые выводы

С 2021 года рентабельность поставщиков и ритейлеров имеет восходящий тренд. В 2022 году прирост рентабельности поставщиков к прошлому году составил 23%, прирост рентабельности ритейлеров – 57%.

Коэффициенты подтверждают, что рынок хлеба и хлебобулочных изделий находится в стадии дезинтеграции: крупные производства сокращаются, появляются небольшие более эффективные пекарни,¹ доминирующие на локальных территориях.

Тренды в потреблении (например, ЗОЖ) и уровень реальных доходов населения напрямую оказывают влияние на маржинальность продукции и концентрацию рынка.¹

Коэффициент прироста EBIT к 2018г.³



Коэффициент концентрации 2017-2022гг.²

Количество предприятий	2017г.	2022г.
По 1-му предприятию	2,7%	2,6%
По 3-м предприятиям	6,5%	6,4%
По 6-ти предприятиям	10,3%	11,6%
По 10-ти предприятиям	15,2%	16,6%
По 15-ти предприятиям	20,5%	21,7%
По 20-ти предприятиям	25,3%	26,4%
По 25-ти предприятиям	29,5%	30,7%
По 50-ти предприятиям	46,1%	46,8%

¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

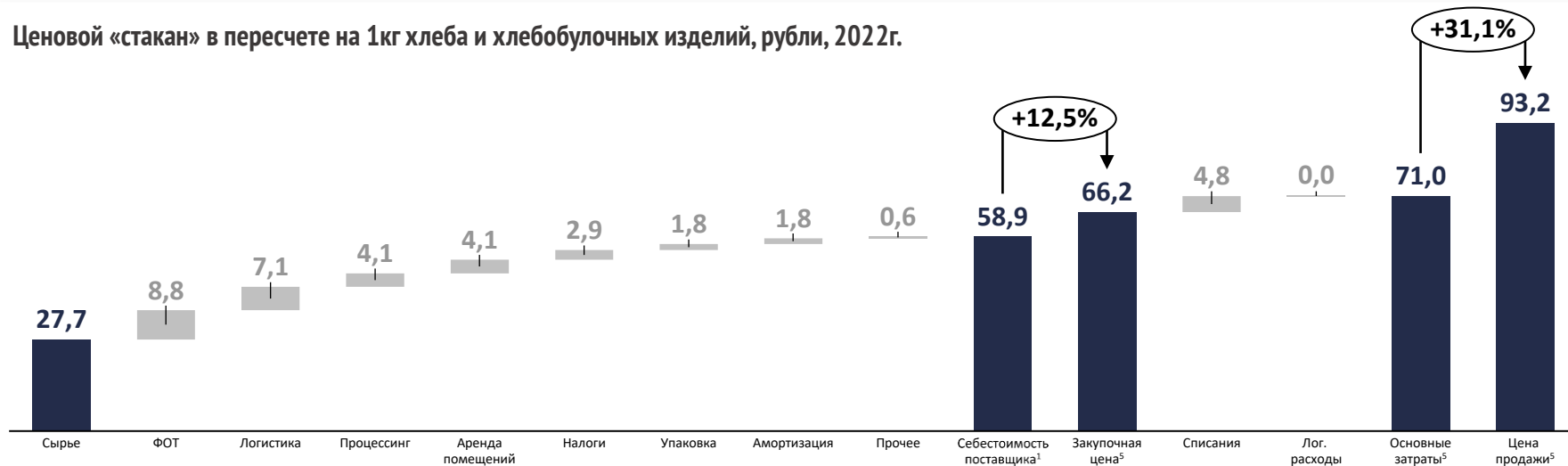
⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Обзор категории «Хлеб и хлебобулочные изделия» 2/2



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг хлеба и хлебобулочных изделий, рубли, 2022г.



Ключевые выводы

Основным драйвером в структуре себестоимости производителя является мука. Цены на основное сырье для производства муки растут выше инфляции.¹

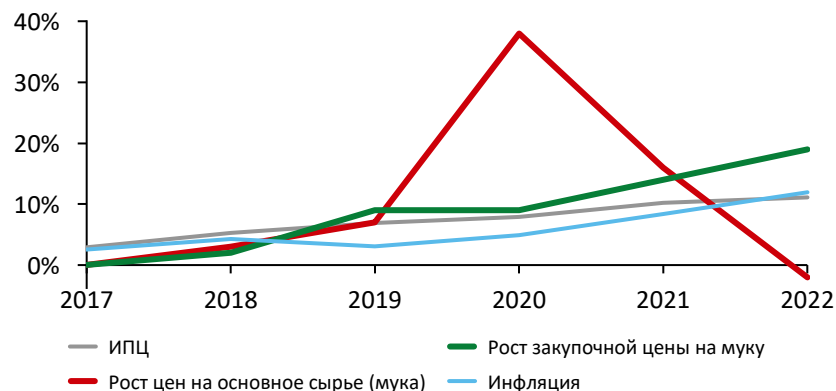
Стоимость муки растет из-за увеличения логистических расходов, недостаточной эффективности производства и высокой амортизации.¹

Маржа производителя ниже маржи ритейлера.

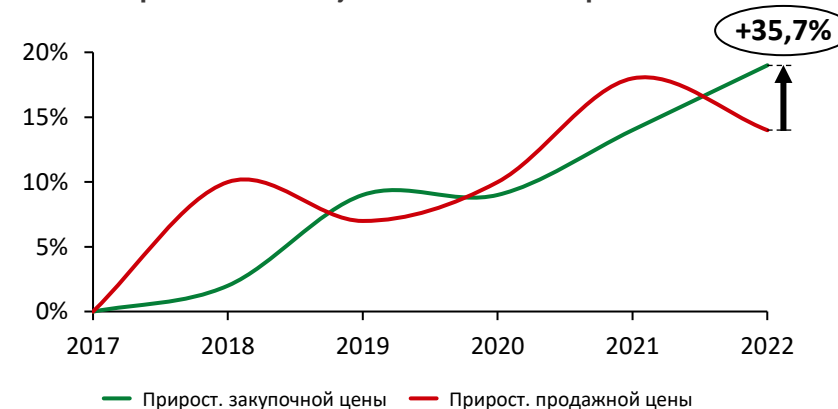
На розничную цену высокое давление оказывает развитие небольших производств, мини-пекарен, конкурирующих за потребителя.

В 2019 и в 2022гг. ритейлеры выступили в качестве инфляционного барьера между производителем и потребителем.

Динамика розничных и оптовых цен и цены на основное сырье, р/кг²



Динамика розничных и оптовых цен на категорию²



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Экспертное мнение поставщиков по категории «Хлеб и хлебобулочные изделия» 1/2



Основные показатели



Маржинальность
продукции

12,5%



Доля собственной
розницы

1%



Доля экспорта

—



Доля импортной
составляющей

12,5%



Доля онлайн
продаж

—

Основные драйверы изменения рынка

Увеличение потребления хлебобулочных изделий

Постепенное падение потребления основных хлебов. Рост доли обогащенных хлебов – с семечкой и т.д.

Увеличение производства хлеба в РФ

Субсидирование процентов по кредитам и субсидии на покупку муки

Открытие большого количества пекарен и увеличение производства хлеба при супермаркетах на 38% за последние пять лет

Двукратный рост производства хлеба с длительным сроком хранения

Региональная поддержка: компенсации затрат на оборудование, ГСМ и т.д.

Рост категории дешевого хлеба. Хлеб заменяет другие виды пищи

Лидеры отрасли

Коломенский хлебокомбинат

Дедовский хлеб

Маревен Фуд Сэнтрал

ОАО «Хлебпром»

АО «Акконд»

Хлебный дом

ОАО «Каравай»

Экспертное мнение поставщиков по категории «Хлеб и хлебобулочные изделия» 2/2



Формирование отпускной цены

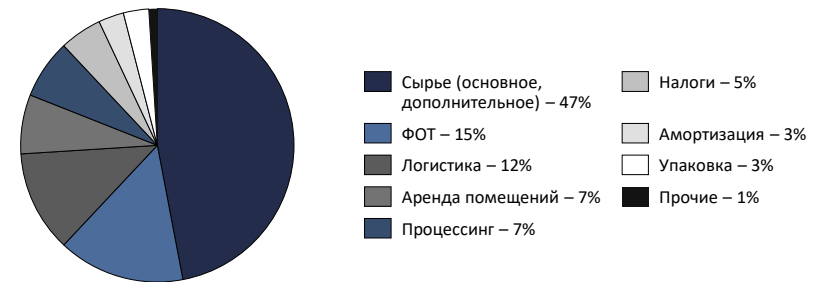


Дифференциация отпускной цены зависит от

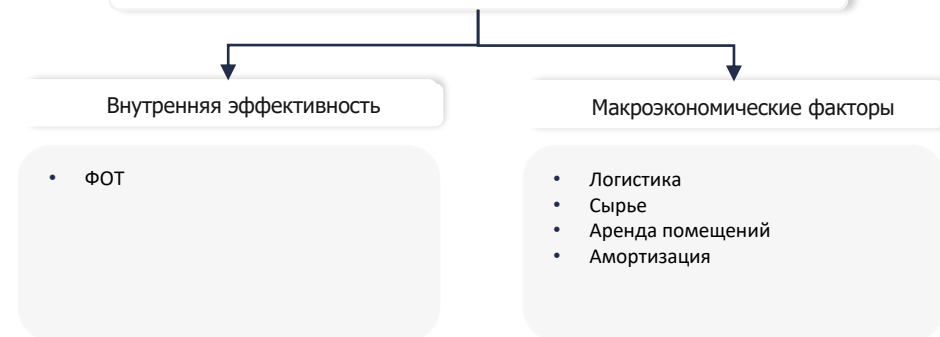


Формирование себестоимости

Структура себестоимости



Факторы, влияющие на статьи себестоимости





Обзор категорий

Ценовые «стаканы» в пересчете на 1кг бестселлера

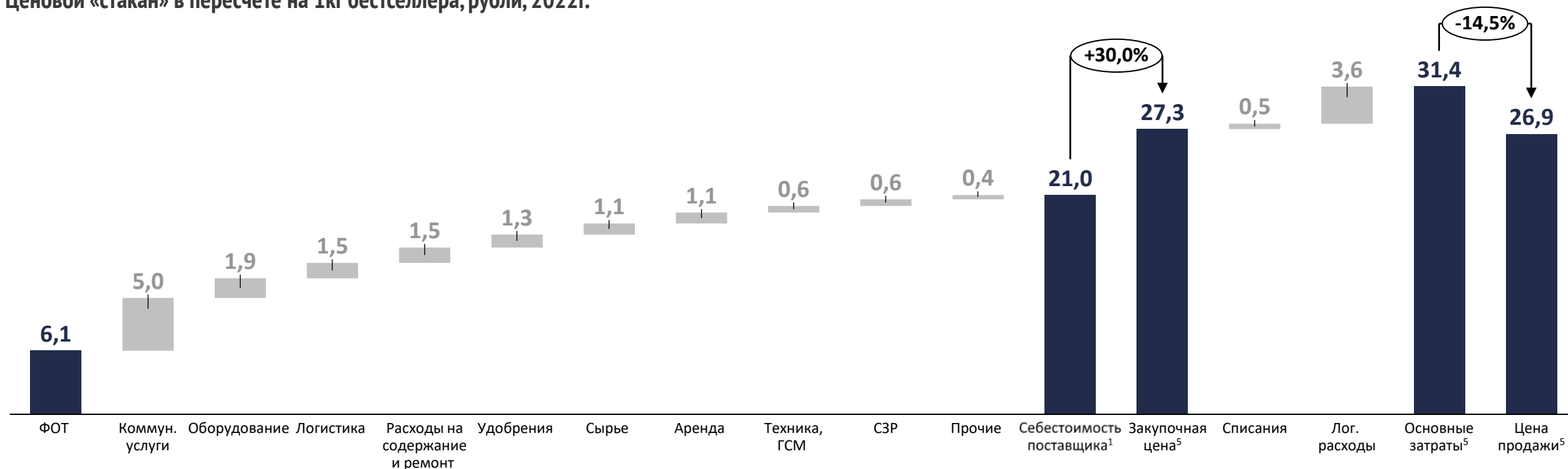


Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Овощи»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

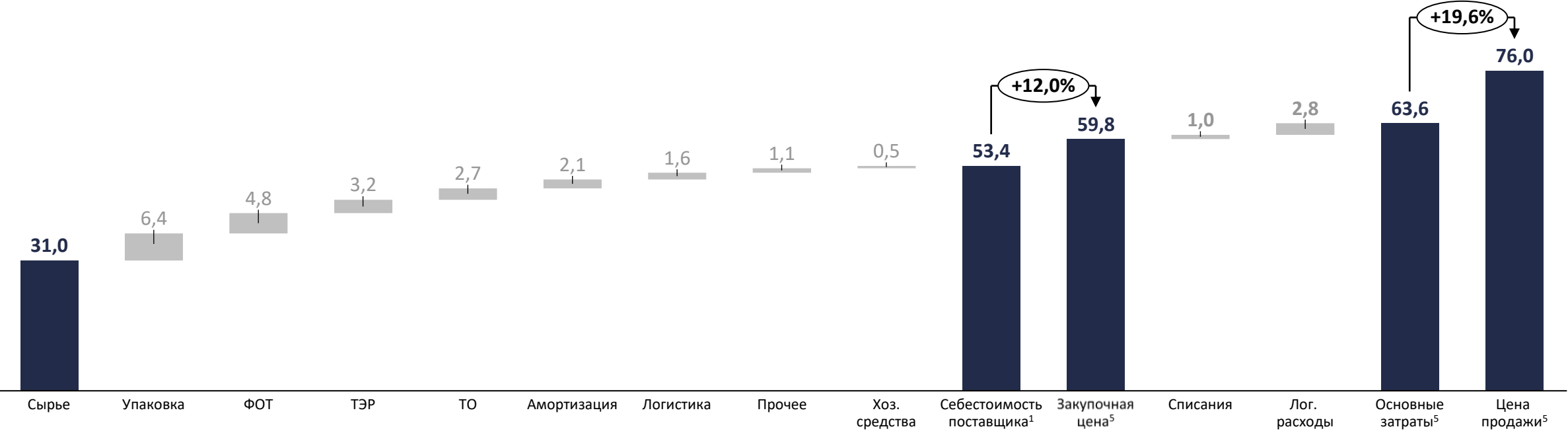
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Молоко питьевое»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



ТЭР- топливно-энергетические ресурсы; ТО- техническое обслуживание

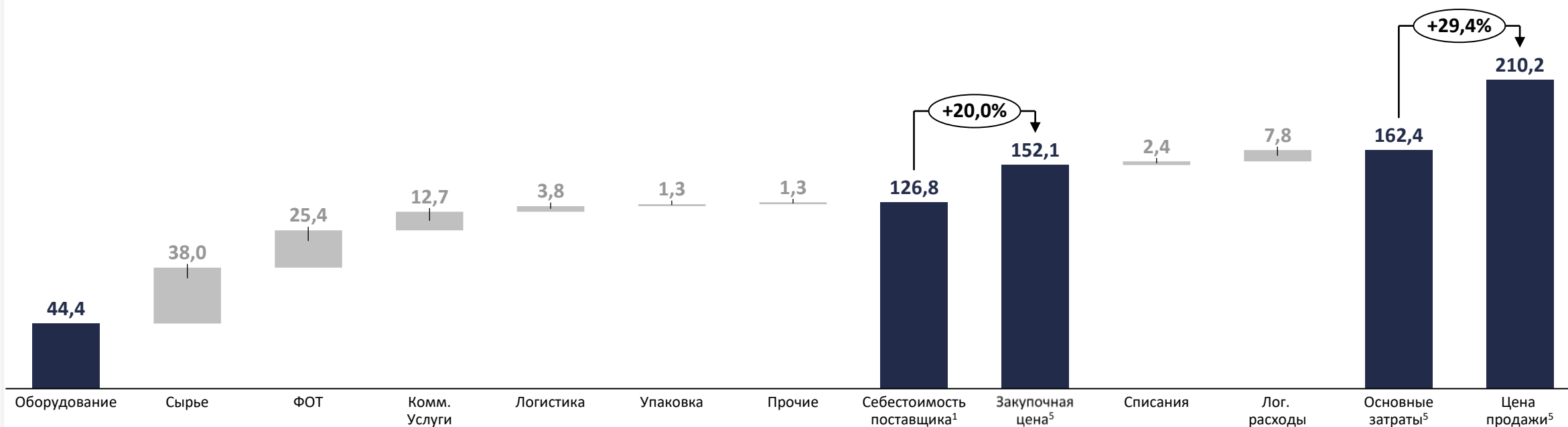
¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами
² Данные из Росстат и ЕМИСС
³ Данные из системы Audit-IT
⁴ Данные предоставлены ACNielsen
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Рыба мороженая неразделанная»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

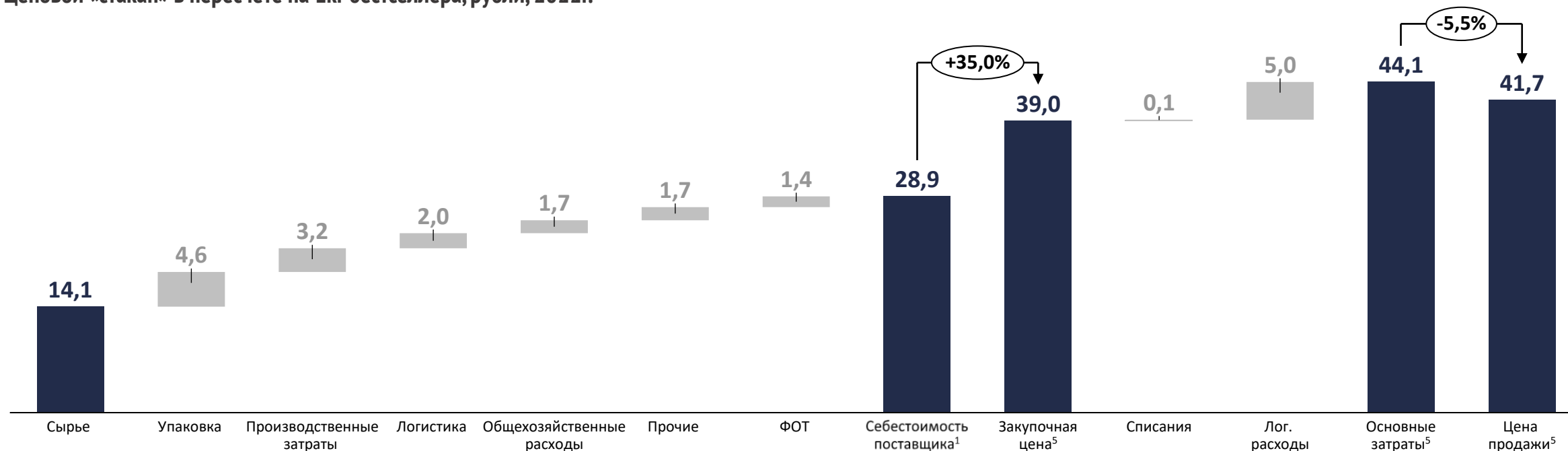
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Макаронные изделия»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

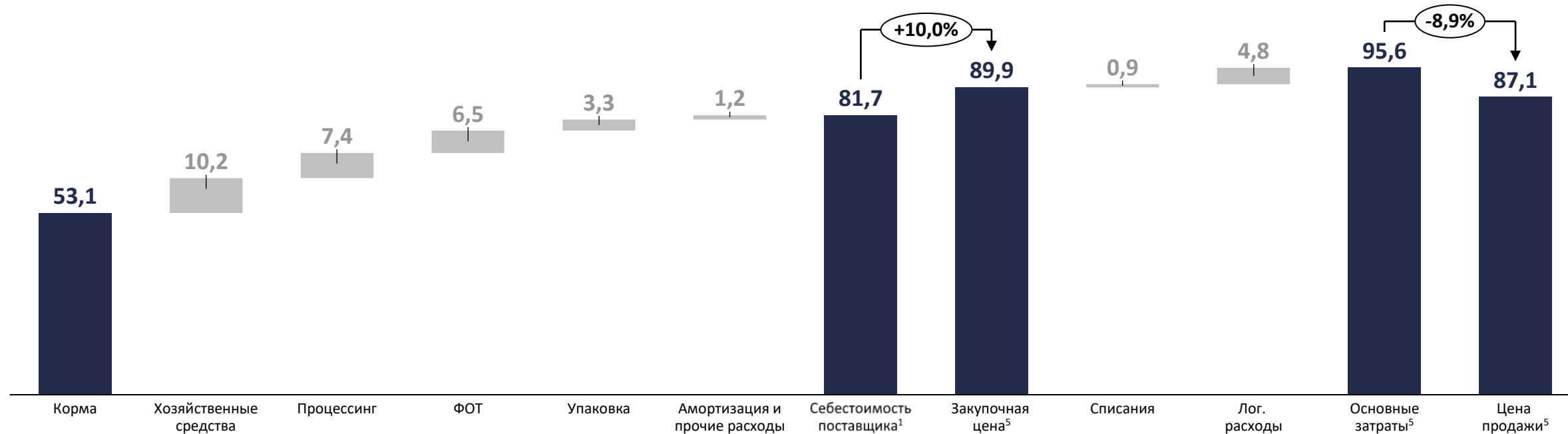
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Яйцо куриное»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

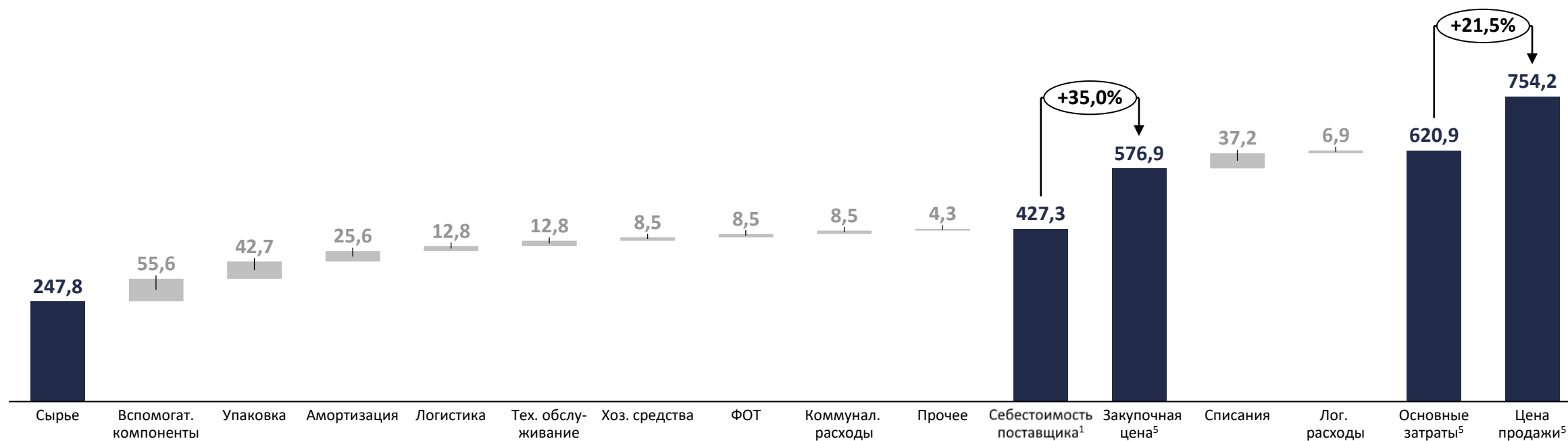
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Масло сливочное»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

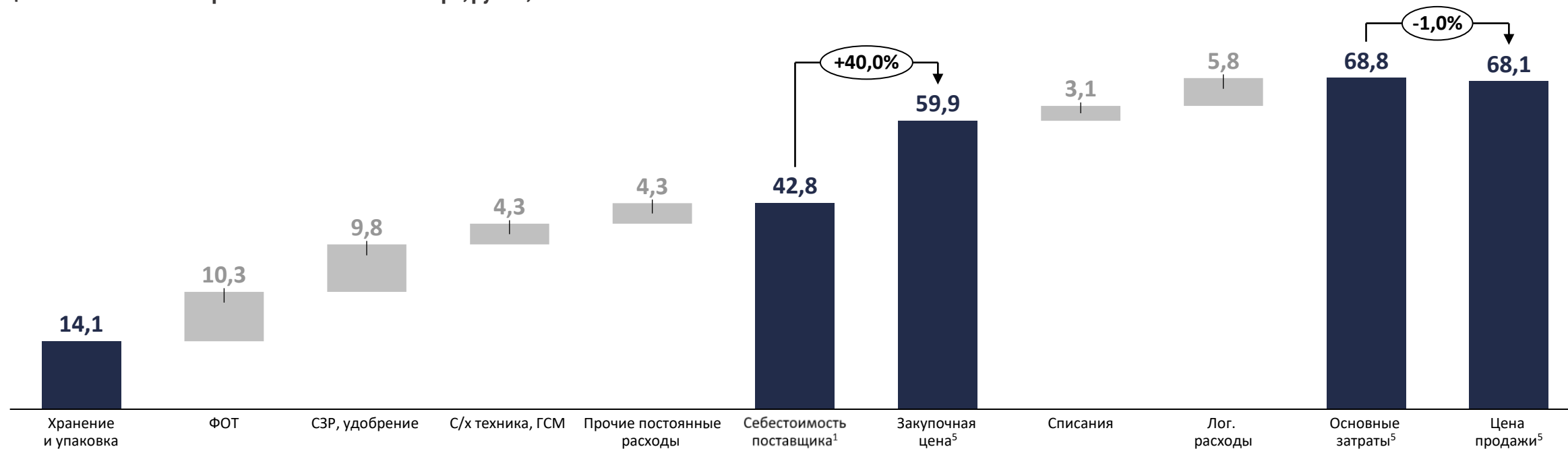
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Яблоки»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

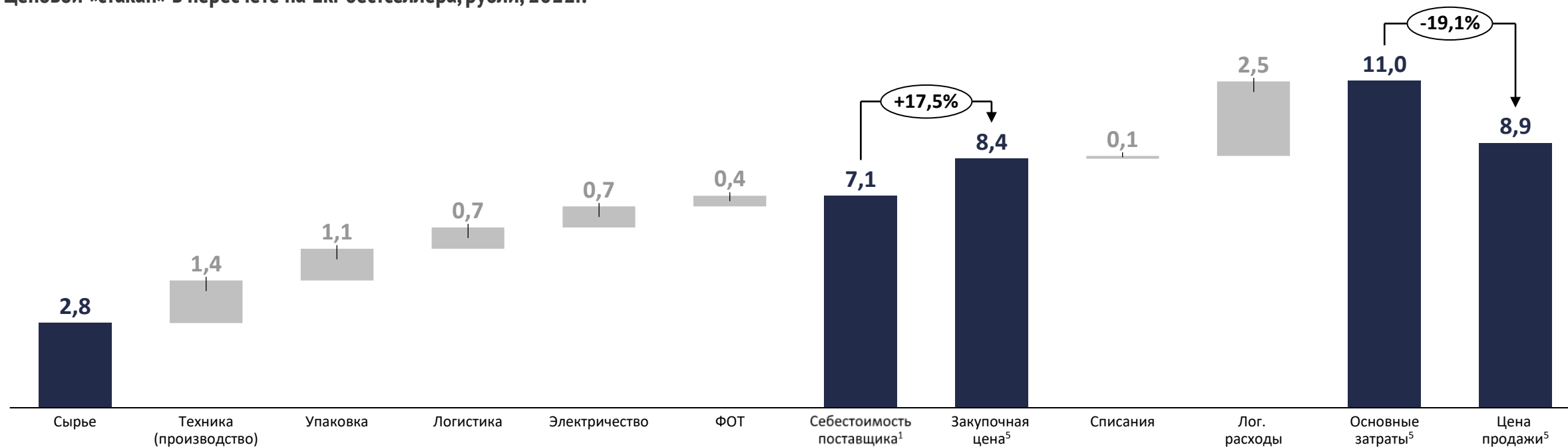
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Соль поваренная пищевая»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

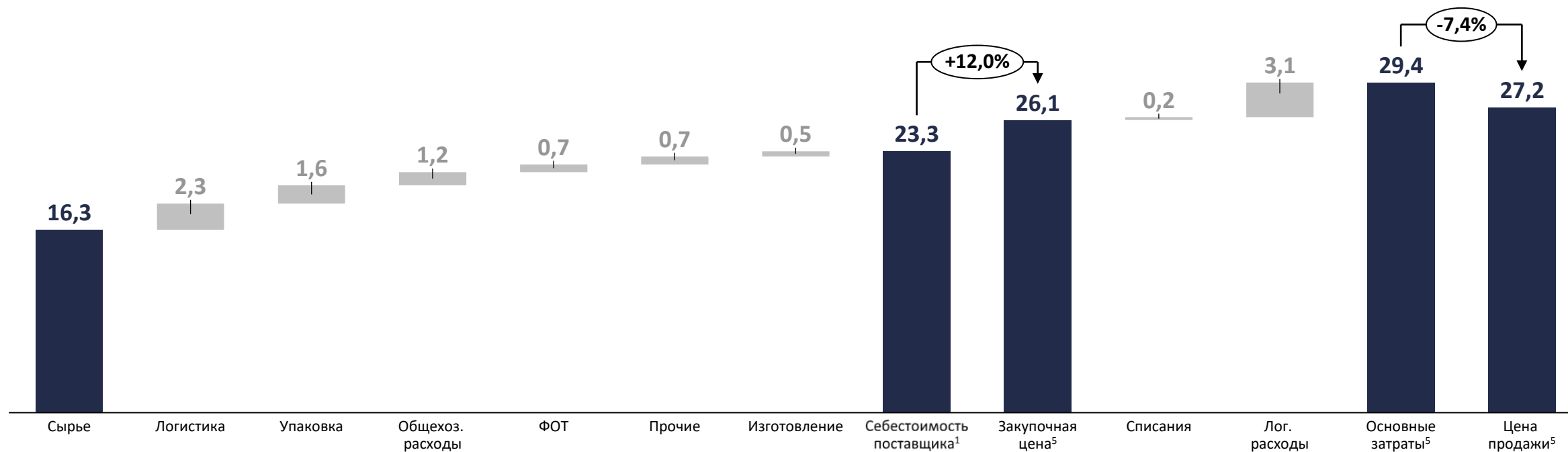
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Мука пшеничная»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

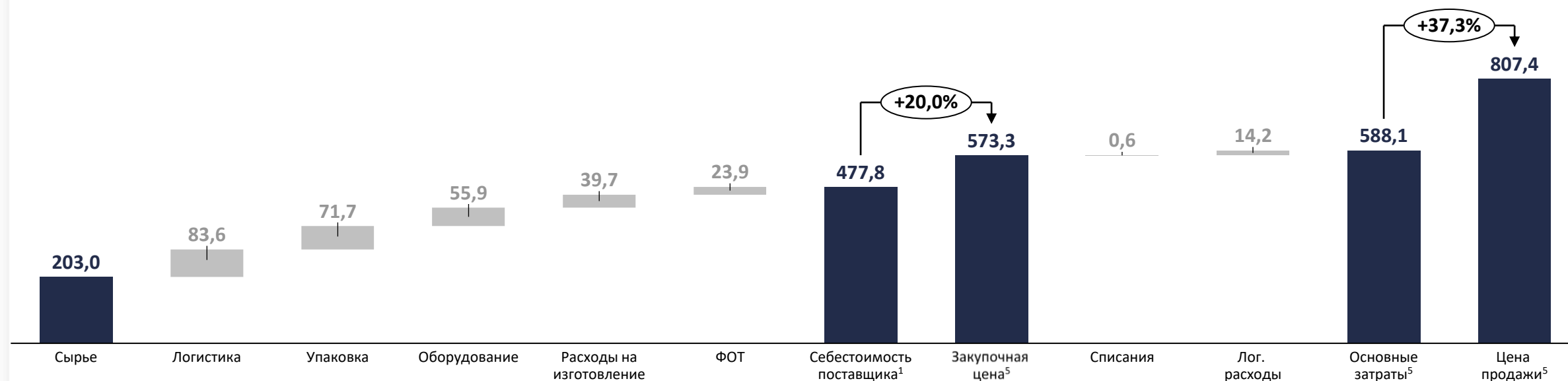
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Чай черный байховый»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

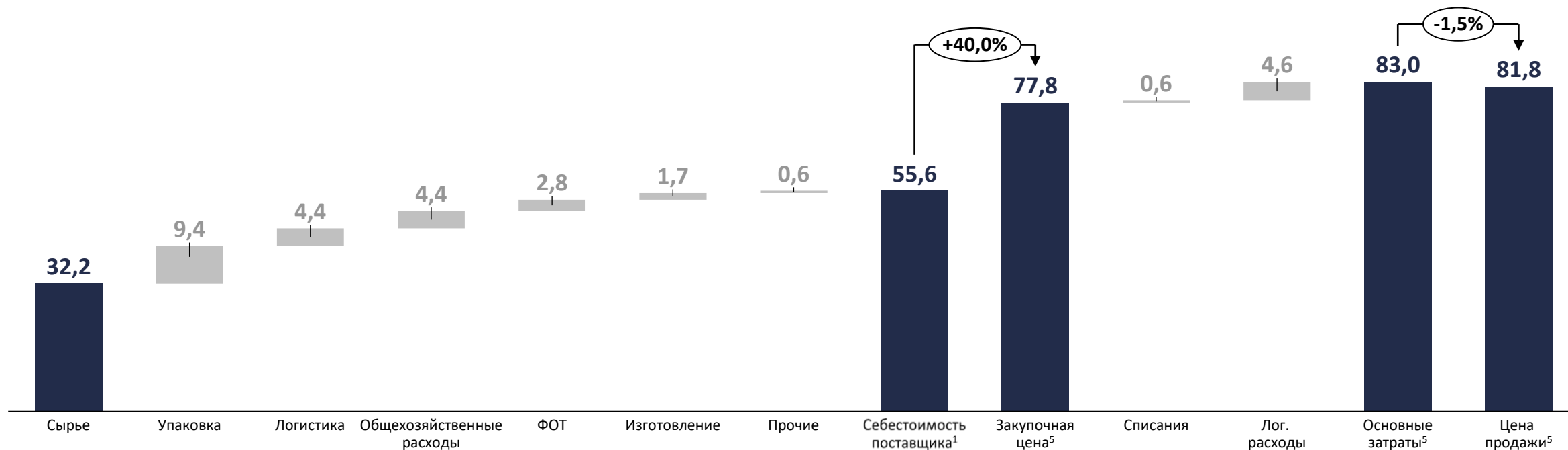
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Крупы»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

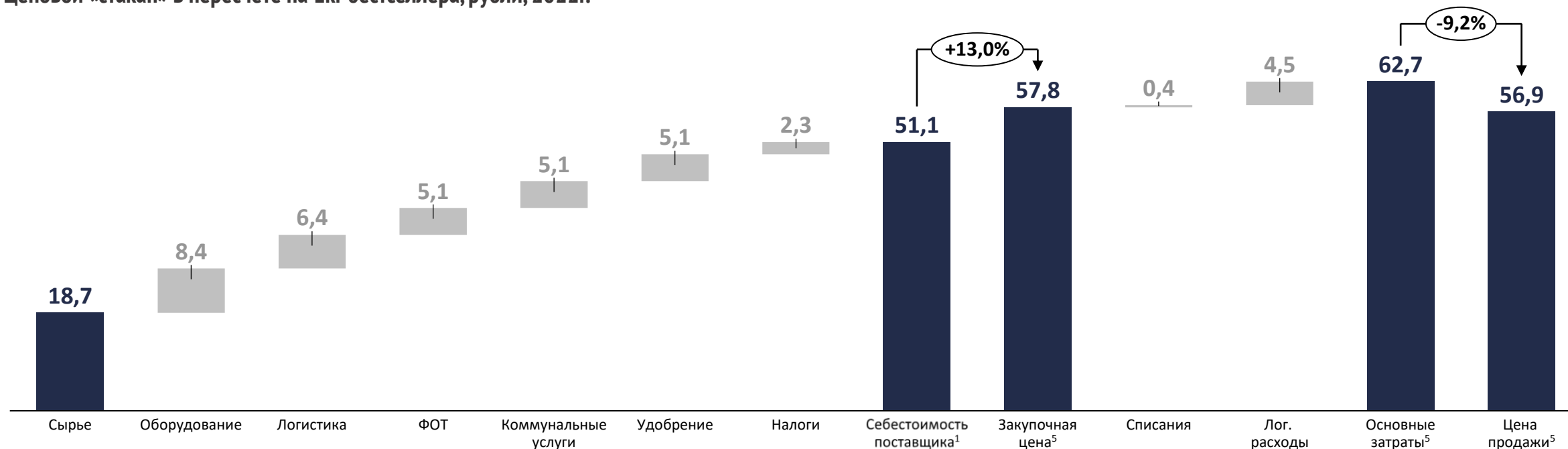
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Сахар-песок»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

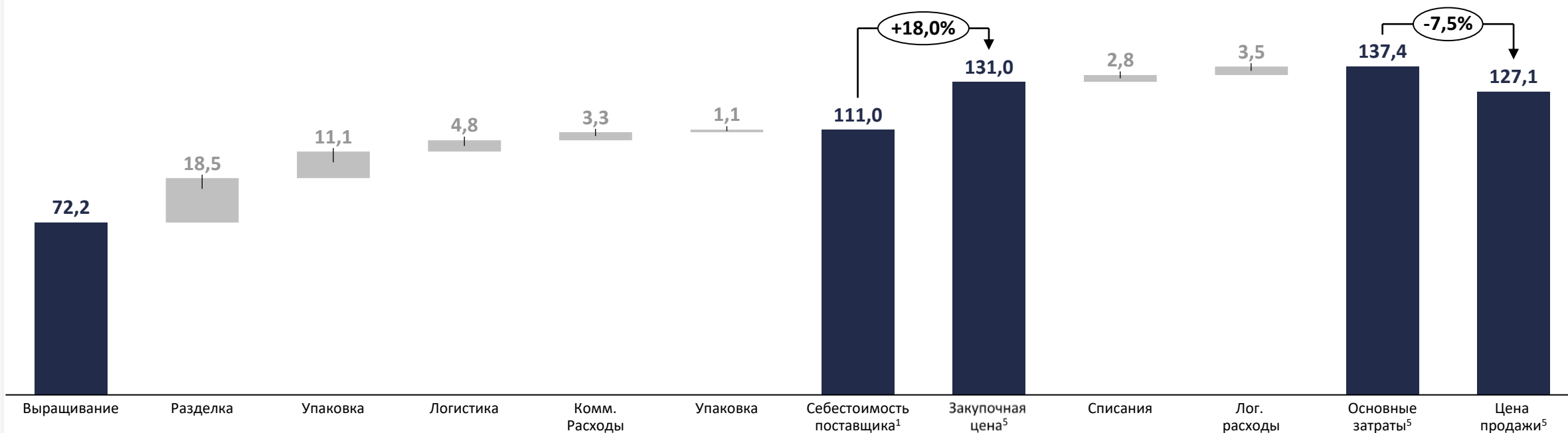
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Куры»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

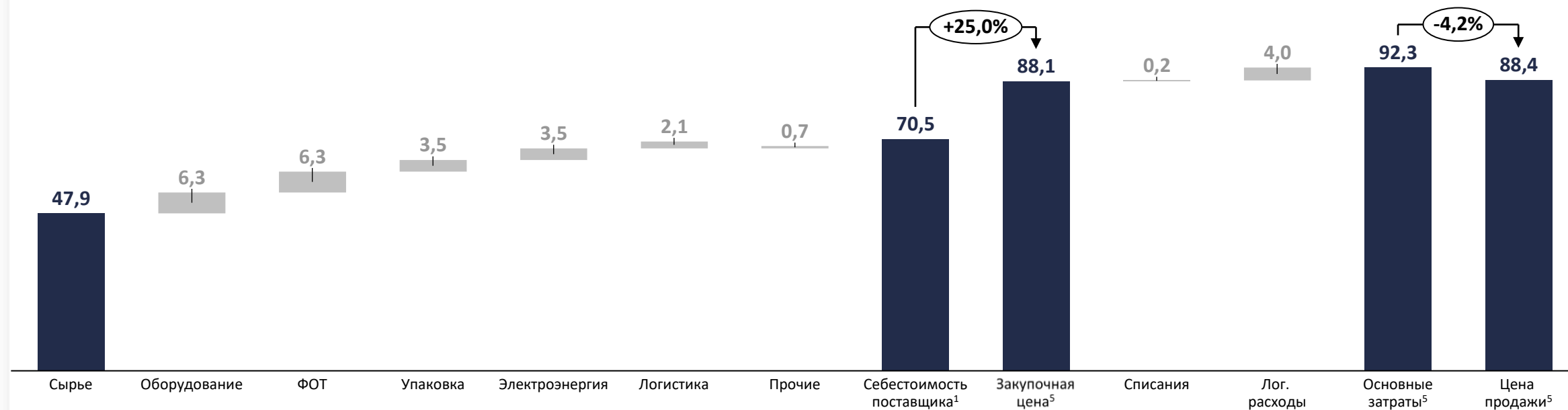
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Масло Подсолнечное»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

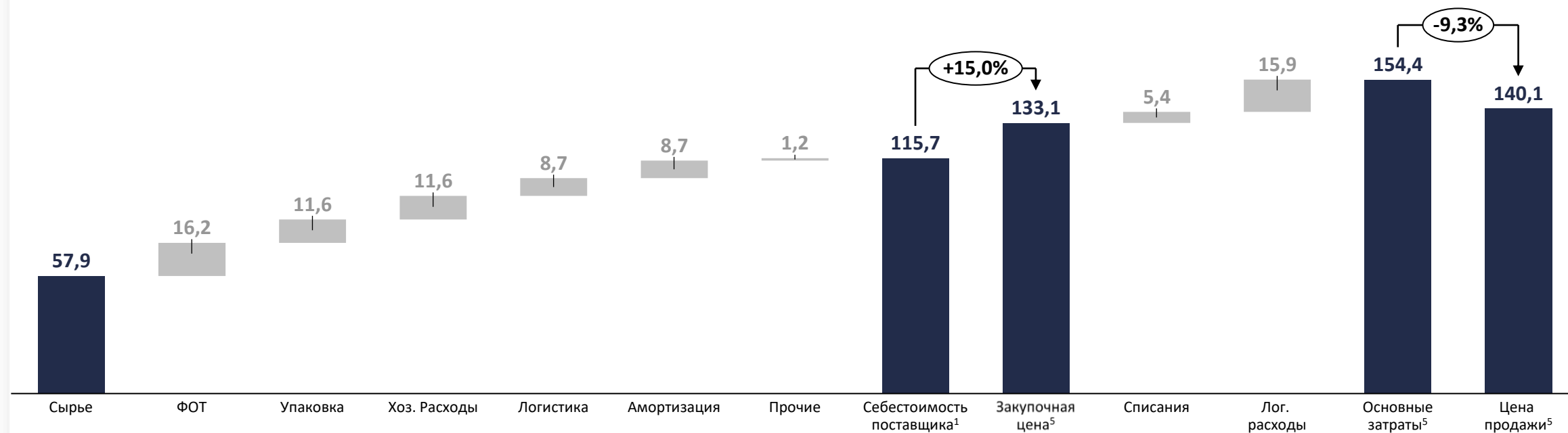
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Мясо»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

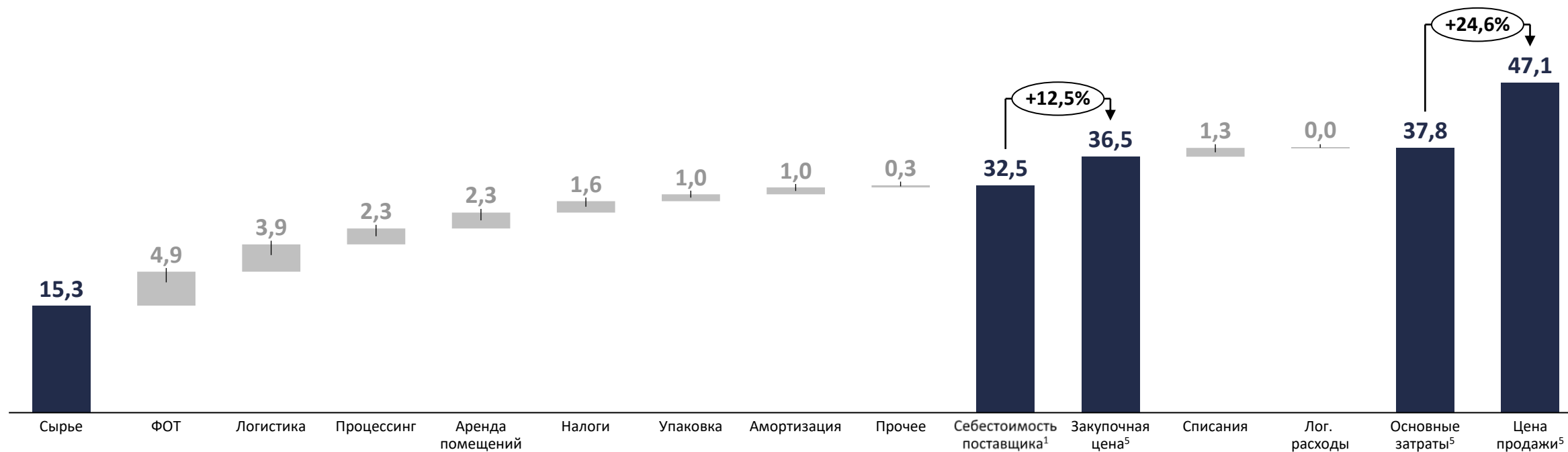
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Хлеб и хлебобулочные изделия: хлеб»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, рубли, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

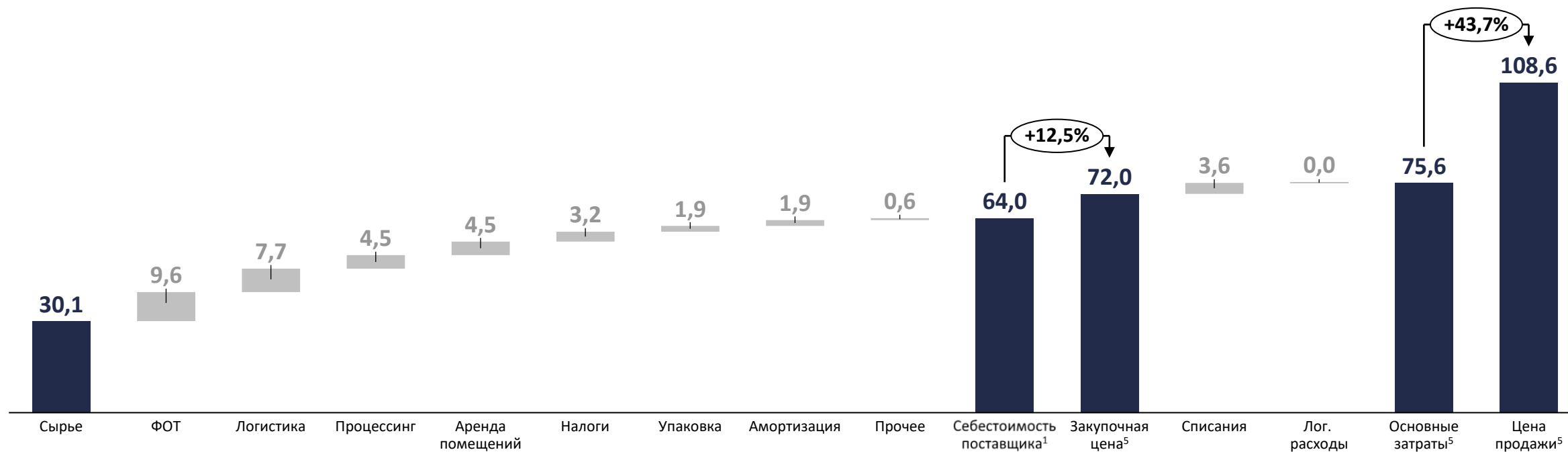
⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Приложение: ценовой стакан по продукту-бестселлеру

Категория «Хлеб и хлебобулочные изделия: батон»



Ценовой «стакан» в пересчете на 1кг бестселлера, 2022г.



¹ Данные предоставлены на основании интервью с экспертами

² Данные из Росстат и ЕМИСС

³ Данные из системы Audit-IT

⁴ Данные предоставлены ACNielsen

⁵ Данные предоставлены на основании интервью с ритейлерами

Спасибо за внимание