

Исследования компании Step by Step

Кто-кто эту **мышу**

займет?



ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА СЫРА

На сегодняшний день российский рынок сыра представлен широким вкусовым разнообразием, способным удовлетворить почти каждого потребителя. Сыропроизводящая отрасль в России не консолидирована, процесс агропромышленной интеграции находится на начальной стадии. Рентабельность предприятий по производству сыра и сырных продуктов варьируется от 0,2% (ОАО «Сыродел», Ставропольский край) до 12,4% (ОАО «Белебеевский молочный комбинат», Башкирия).

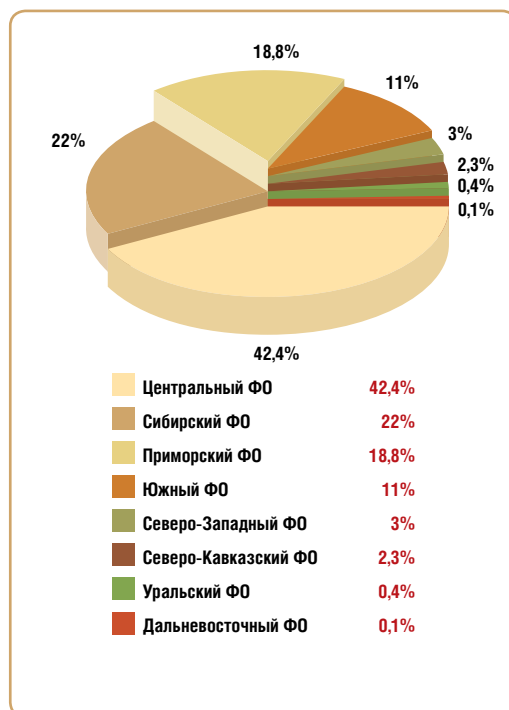
Российский рынок сыра имеет ряд особенностей:

- отсутствие единой классификации видов продукции;
- низкая маркетинговая активность со стороны производителей;
- восприятие и потребление сыра как дополнительного продукта, например в качестве закуски.

В России уровень потребления сыра ниже, чем в европейских странах: например, во Франции на душу населения приходится около 15–16 килограммов сыра в год, в Голландии этот показатель находится на уровне 10 килограммов, а в нашей стране он составляет около 4,5–5 килограммов.

На отечественном рынке сыров представлены как традиционные – твердые, полутвердые сыры, брынза, плавленые

Рисунок 1. СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА СЫРА И СЫРНЫХ ПРОДУКТОВ ПО РЕГИОНАМ в 2013 году, %



Источник: ГК Step by Step

сыры, так и экзотические – мягкие сыры и сыры с плесенью. Однако культура потребления экзотических видов сыра в России еще не сложилась.

Рассматривая видовую структуру производства сыра в России в 2013 году, можно заметить, что самые большие доли производства приходятся на полутвердые и плавленые сыры – им принадлежит по 22,1% рынка. Несколько ниже доля твердых сыров – она составляет около 20%.

Стоит отметить, что основная доля производства отечественных сыров сосредоточена в низкой и средней ценовых категориях, а сегмент дорогих сыров контролируется иностранными производителями.

Отечественный рынок сыра достаточно сильно фрагментирован и включает в себя большое количество мелких производителей, которые имеют ограниченное региональное влияние. Большинство такого рода региональных компаний производят преимущественно нефасованный сыр, который продается на развес.

Среди российских производителей сыров лидирующую позицию на рынке занимает ОАО «Вимм-Билль-Данн Про-

дукты питания» (Москва)*. В пятерку лидеров также входят ООО «Хохланд Руссланд» (Московская область), ЗАО «Кировский молочный комбинат», ОАО «Белгородский молочный комбинат» и ТВ «Сыр Стародубский» (Брянская область) с заметно меньшими долями рынка. Эти компании удерживали порядка 41% всего рынка сыров в натуральном выражении. Как будут распределяться доли между компаниями по итогам 2014 года, в связи с введенным запретом на поставку продукции европейских производителей, пока сказать затруднительно.

В качестве методов конкурентной борьбы между крупнейшими производителями следует выделить:

- расширение ассортимента твердых сыров: сливочный, топленое молоко, сметанковый (например, такие методы использует ООО «Можгасыр», Удмуртия);
- расширение присутствия на рынке за счет продукции премиального сегмента (такую стратегию проводит ООО «Красногвардейский молочный завод», Адыгея);
- ребрендинг низкокалорийных сыров (осуществляет датская компания Campina);
- расширение сырной линейки (например, линейка сыров TM Desig от ЗАО «Тбилисский маслосырзавод»);
- производство продукции по европейским стандартам экологического производства;
- усовершенствование системы продаж и логистики;
- проведение маркетинговых исследований рынка (ОАО «Молочный завод «Гигинский», Адыгея, и другие производители).

Основным регионом производства сыра в 2013 году являлся Центральный федеральный округ – предприятиями, расположенными на его территории, было произведено 42,4% всего отечественного сыра (рис. 1).

В 2014 году, по сравнению с предыдущим годом, наблюдается тенденция увеличения объемов производства сыра. Так, если в прошлом году с января по апрель было произведено

около 120,7 тысячи тонн сыра, то в 2014-м этот показатель был на 18 тысяч тонн больше, то есть на 15% (рис. 2).

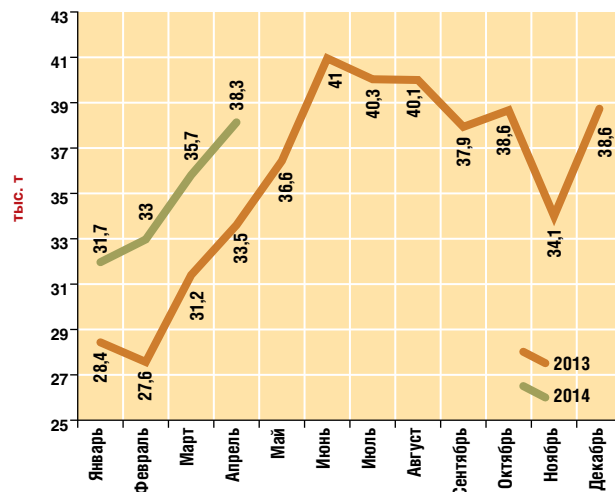
В связи с запретом импорта некоторых видов продуктов, в том числе молока и сыров, из стран Евросоюза, США, Канады, Норвегии и Австралии в нише премиальных сортов сыра на российском рынке могут образоваться пустоты. Отечественные производители уже заявили о готовности наладить выпуск собственных аналогов европейских сыров, однако на рынке существуют определенные проблемы. В первую очередь стоит отметить, что в России наблюдается серьезный дефицит молока высокого качества. Молока высшего европейского сорта в РФ не производят, а отечественный высший сорт соответствует только второму сорту европейского стандарта. Для приготовления сыра используется молоко, к которому предъявляются особенно строгие требования по многим показателям. Из-за низкого качества отечественного сырого молока сыр страдает в первую очередь.

Кроме того, производство молока во всех хозяйствах РФ сократилось с 33,5 млн тонн в 2002 году до 30,5 млн тонн в 2013-м. Такое снижение показателей было обусловлено тем, что поголовье крупного рогатого скота в целом и коров в частности продолжает сокращаться в течение многих лет. Так, с 2002 года поголовье коров уменьшилось более чем на 3 тысячи (рис. 3).

По состоянию на 2013 год, поголовье коров составило 8661 тысячу. Согласно прогнозам, до 2015 года поголовье скота продолжит сокращаться, однако изменения будут незначительными. Темпы изменения поголовья в прошлом году составили 2,3%, а в первом квартале 2014 года, по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года, поголовье коров во всех категориях хозяйств РФ уменьшилось на 3,2%.

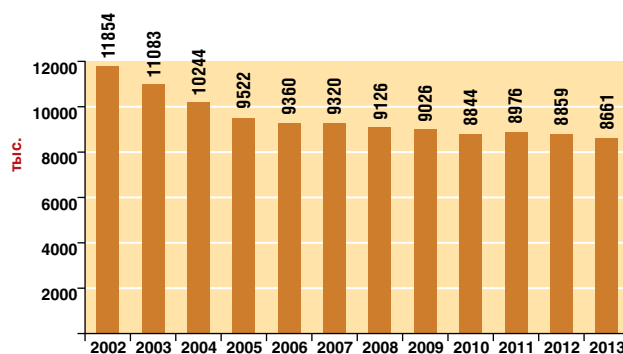
На фоне сокращения поголовья коров происходит рост продуктивности молочного стада – с 2797 килограммов в

РИСУНОК 2. ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА СЫРА И СЫРНЫХ ПРОДУКТОВ в 2013–2014 годах, тыс. т



Источник: ГК Step by Step

РИСУНОК 3. ПОГОЛОВЬЕ КОРОВ в 2002–2013 годах, тыс.



Источник: ГК Step by Step

2002 году до 3893 килограммов в 2013-м. За последние 11 лет надои увеличились почти на 40%, и, по оценкам экспертов, в ближайшие годы этот тренд сохранится. Данная тенденция отчасти компенсирует уменьшение поголовья. Однако объемов российского производства недостаточно для удовлетворения потребительского спроса на рынке молока и молочных продуктов, что будет особенно заметно в период санкций.

Подводя итоги, стоит сказать об оптимистичном прогнозе производства сыров в РФ при сохранении основных тенденций предыдущих периодов.

Отечественный рынок сыра насыщается, но в наибольшей степени это характерно для крупных городов, таких как Москва и Санкт-Петербург. Тем не менее, по оценкам специалистов, есть возможность занять нишу в этом сегменте рынка.

Основными благоприятствующими факторами развития рынка сыра в России являются:

- запрет на ввоз европейских сыров, который может в перспективе способствовать развитию производства российской продукции;
- внедрение новых технологий в производство, за счет чего увеличиваются объемы продукции, выпускаемой российскими предприятиями.

Развивается высокий ценовой сегмент. Надо сказать, что это довольно перспективное направление, но для того, чтобы удержаться в этой нише, необходимо применение различных методов стимулирования сбыта, начиная с обыкновенной рекламы и заканчивая использованием модернизированной упаковки, так как это является хорошим маркетинговым инструментом. Таким образом, вхождение в сегмент дорогих сыров может положительно повлиять на рентабельность отечественных производителей.

Анастасия Птуха,
генеральный директор
Татьяна Мерзлякова,
менеджер по маркетингу
ГК Step by Step

* Данные ИА «Крединформ».

Research of the Company
"Step by Step"**Review of Russian Cheese Market**

Today Russian cheese market offers a wide choice of products to fit demands practically of any consumer. Russian cheese making industry is low consolidated, integration of agriculture and industry has just began. Profitability rate of cheese manufacturers in Russia ranges from 0.2% ("Syrodel" OJSC, Stavropol Territory) to 12.4% ("Belebeevsky MK (Dairy Complex)" OJSC, Republic of Bashkortostan).

Russian cheese market has a number of peculiarities:

- absence of unified classification of product categories;
- sluggish marketing by manufacturers;
- consumer perception and consumption of cheese as accompaniment product or a snack.

Per capita consumption of cheese in Russia is lower than in Europe; for instance, in France annual per capita consumption rate of cheese is about 15–16 kg, in Holland – about 10 kg while in Russia same index constitutes 4.5–5 kg.

Russian cheese market offers both traditional varieties – hard and semi-hard cheeses, bryndza, processed cheese – and exotic offerings like soft cheeses and blue cheeses. However, consumption culture for exotic cheeses has not yet developed in Russia.

Analysis of cheese production by kinds shows that in 2013 the largest categories were semi-hard and processed cheeses – each of them provided 22.1% of production volume. Share of hard cheeses was a little smaller – about 20%.

It should be mentioned that domestic production of cheese in Russia is mainly driven by economy and standard categories while segment of expensive and premium cheeses is controlled by foreign manufacturers.

Russian cheese market is low consolidated, many small manufacturers with limited local presence operate on it. The majority of such local companies produce unpacked cheeses sold by weight.

The leader of Russian cheese market is "Wimm-Bill-Dann Produkty Pitania (Foods)" OJSC (Moscow)*. The group of top five operators also includes "Hochland Russland" LLC (Moscow Region), "Kirovsky MK" CJSC (Kirov), "Belgorodsky MK" OJSC (Belgorod) and "Syr Starodubsky (Cheeses of Starodub)" Limited Partnership (Bryansk Region); all the named companies control significantly smaller shares of the review market in comparison to the leader. Aggre-

gately top five manufacturers controlled about 41% of market volume in 2013. In the context of import ban it is hard to forecast split of market volume between manufacturers in 2014.

Competition between the largest market players includes:

- extension of product range in segment of hard cheeses with such varieties as cream cheese, backed milk cheese, sour cream cheese (done for instance by "Mozhgasyr" LLC, Republic of Udmurtia);
- expansion to premium category (this strategy is followed by "Krasogvardeisky MZ (Dairy Plant)" LLC, Republic of Adygea);
- rebranding of low calorie cheeses (made by Dutch "Campina");
- introduction of new cheeses (for instance, cheese "Desir" by "Tbilissky MSZ (Butter and Cheese Plant)" CJSC);
- introduction of European standards of environment friendly production;
- improvement of distribution and logistics;
- market researches ("MZ "Giaginsky" OJSC, Republic of Adygea).

In 2013 major cheese supplying region in Russia was Central Federal District with 42.4% of total domestic production in volume.

In 2014 Russian cheese market saw year-to-year increase of domestic production in volume: in January–April 2013 domestic production accounted for about 120.7 thousand tons and during the same period of 2014 it increased by 18 thousand tons or by 15%.

Banned import to Russia of certain food categories including milk and cheeses from EU, USA, Canada, Norway and Australia can result in numerous dents in segment of premium cheeses.

Russian manufacturers already announced they are ready to organize domestic production of cheeses similar to European premium varieties, but truth be told Russian cheese industry might have problems with fulfillment of the announced plans. The first challenge is significant undersupply of high quality raw milk in Russia. The country does not produce milk corresponding to top quality European milk; Russian A grade milk corresponds only to B grade raw milk according to European standards. Cheese making requires milk responding to highly strict demands in many aspects. Thus, low quality of Russian raw milk first of all affects cheese making.

Besides, production of raw milk by all kinds of milk farms in Russia reduced from 33.5 million tons in 2002 to 30.5 million tons in 2013. This decline of production volume is related to continuous reduction of cattle stock including milking cows observed during several recent years. Since 2002 stock of cows reduced by more than 3000 heads.

In 2013 stock of cows counted 8661 thousand heads. According to forecasts, cattle stock continues to decline up to 2015 but at insignificant rate. In 2013 cattle stock in all kinds of farms declined by 2.3% and in Q1 2014 – by 3.2% against same period of 2013.

However, on the background of reducing cow stock milk yield of milking cows increased from 2797 kg in 2002 to 3893 kg in 2013. During recent 11 years milk yield increased almost by 40% and experts forecast this trend to continue in short term perspective which can partially balance decline of stock. But domestic production of raw milk in Russia is still not enough to satisfy consumer demand for milk and dairy products, so import ban will make this problem more acute.

In the end of this review we'd like to make optimistic forecast on cheese production in Russia provided current trends continue.

Russian cheese market gradually saturates but this is mainly typical for key cities like Moscow or Saint Petersburg. However, according to industry experts, manufacturers still have a chance to find a niche in this market segment.

Major factors favoring development of Russian cheese market are:

- ban on import of European cheeses can stimulate development of domestic production in the future;
- introduction of new production technologies stimulates increase of output of Russian cheese makers.

The category of expensive and premium cheeses started to develop. This category is very promising but to succeed in it manufacturers have to use various sales stimulating tools, from advertising to innovative packaging. Expansion to the category of expensive and premium cheeses can have a positive impact upon profitability of Russian cheese makers.

Anastasia Ptukha,
General Director
Tatyana Merzlyakova,
Marketing Manager
"Step by Step" Group



МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО
STEP BY STEP

- **Маркетинговое консультирование**
- **Маркетинговые исследования**
- **Готовые исследования**
- **Исследования сегмента HoReCa**
- **Брендинг**

Тел: (+7 903) 240-0088,
(495) 760-5073,
(495) 912-4817
Факс (495) 250-6358
E-mail: info@step-by-step.ru
www.step-by-step.ru



* According to Information Agency "CredInform".