

ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА

В зависимости от качества зерен кофе подразделяют на три категории:

- первая категория - майлд (Mild), что в переводе с английского означает «мягкий», «легкий»;
- вторая категория - бразильский кофе;
- третья категория - сорт робуста.

В группу Mild входят самые лучшие сорта кофе арабика - от редких до широко распространенных. Кофе этой группы выращивают на плантациях, расположенных на высоте не менее 500 метров над уровнем моря - чаще всего 1000-1500 метров. При этом собираются только зрелые кофейные ягоды, которые затем очень тщательно обрабатываются.

Вторая группа получила такое название в связи с тем, что в Бразилии производится большое количество дешевого кофе. Этот сорт выращивается на плантациях, расположенных на равнинной местности. Он менее качественный, чем Mild, зачастую небрежно собран и обработан, вследствие чего появляется резкий и грубый вкус. Естественно, тот кофе дешевле, чем Mild, однако название данной категории не должно вводить в заблуждение - в Бразилии также выращивается и высококачественный дорогой кофе первой категории.

К третьей группе относятся сорта кофе робуста, который уступает арабике по вкусовым качествам, хотя по содержанию кофеина он богаче на 30-40%. Основными достоинствами данной категории являются неприхотливость в вегетации, устойчивость болезням и, главное, дешевизна. На сегодняшний день робуста является самым популярным кофе на мировом рынке.

По технологии производства можно выделить следующие виды кофе:

- растворимый - сюда же включаются кофейные смеси и кофе без кофеина;
- обжаренный натуральный.

Как показывают различные исследования, российский рынок кофе близок к насыщению, и общий рост продаж на нем замедляется. Тем не менее, по прогнозам компании Euromonitor International, в течение ближайших пяти лет - с 2007-го по 2011 год - рынок кофе будет постепенно расти в стоимостном выражении благодаря таким факторам, как повышение цен на сырье, инфляция, а также увеличение спроса на более качественные и, следовательно, более дорогие продукты.

Сегмент натурального кофе в этот период будет увеличиваться и в натуральном выражении. При этом прогнозируется, что темпы роста сегмента молотого натурального кофе достигнут 8%, а сегмента кофейных зерен - почти 11%. В основном это будет обусловлено внутренними изменениями в структуре потребления натурального кофе.

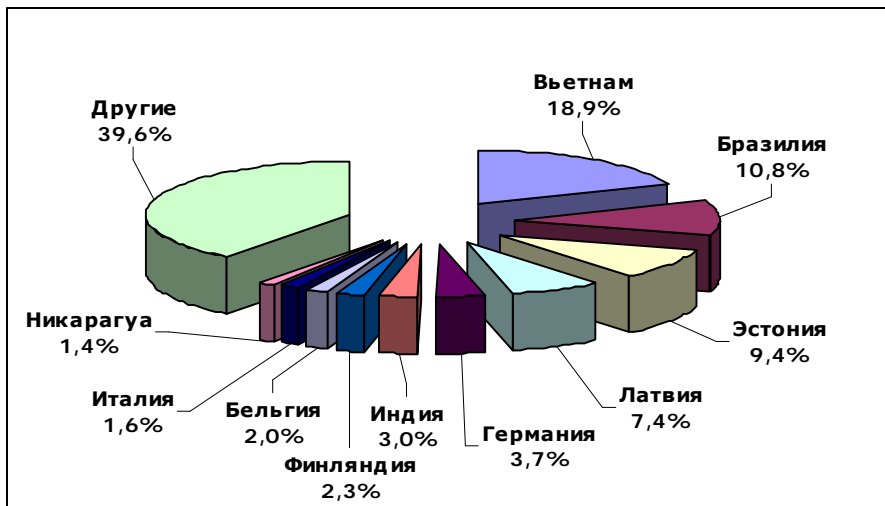
Что касается растворимого кофе, в том числе кофейных смесей и кофе без кофеина, то, как показывают исследования Euromonitor International, этот рынок уже достиг насыщения, и в ближайшее время на нем не ожидается какой-либо существенной динамики. Небольшое увеличение сегмента возможно, при этом стоимостные показатели роста превысят натуральные в силу макроэкономической ситуации.

Потребление на рынке кофе носит сезонный характер. Так, пик продаж приходится на осенний период, в то время как в летние месяцы наблюдается спад потребления. Однако сезонность на кофейном рынке обладает слабовыраженным характером - объемы продаж не слишком сильно разнятся от сезона к сезону.

Основными поставщиками кофе в Россию являются Вьетнам и Бразилия - в 2007 году общие поставки из этих стран в стоимостном выражении превысили 27,5% всего ввезенного кофе. При этом общая стоимость ввезенного продукта в этот период составила \$ 134,66 млн. Стоит отметить, что в натуральном выражении доля импорта этих двух стран еще больше - 29,7%, и только они из десяти ведущих поставщиков являются производителями кофейных зерен (рис. 1). Другие страны-импортеры - Эстония, Латвия, Германия, Индия, Финляндия, Бельгия и Италия и Никарагуа - занимают линии, переработкой сырья, упаковкой или просто

транспортировкой уже готового продукта.

Рисунок 1. Основные страны-импортеры кофе в 2007 году, в натуральном выражении (в % от общего объема импорта)



Источник Таможенная база, 2007 г.

На сегодняшний день кофе в Россию преимущественно импортируется, доля экспорта мала - в денежном выражении распределение объемов импорта и экспорта в 2007 году составило 92 к 8% (табл. 1).

Структура отечественного кофейного рынка пока остается достаточно стабильной - базой рынка в целом остается сегмент растворимого напитка. Согласно данным SSP (Single Source Panel), подготовленным холдингом «Ромир», в период с апреля по июнь 2007 года доля растворимого кофе, включая кофей-мыс напитки, занимала 69% в натуральном выражении (рис. 2).

Растворимый кофе принято подразделять на следующие категории:

- порошкообразный, или эмульгированный, - этот кофе представляет собой мелкий сыпучим порошок без комочков;
- гранулированный, или агломерированный, - кофе в виде хрупких комочков различной формы и размеров, имеющих пористую структуру;
- сублимированный, или кристаллизованный. - кофе в виде кристаллов с четкими гранями, произведенный по технологии freeze-dried.

Важно отметить, что доля сублимированного растворимого кофе растет довольно быстрыми темпами, а доля порошкового растворимого - стабильно падает (табл. 2, 3). Это объясняется низким качеством данного вида кофе, в силу чего потребители начинают отказываться от порошкообразного кофе в пользу более качественных видов.

Лидером российского рынка кофе является компания Nestle S.A., доля которой в 2007 год) составила 22,9% в натуральном выражении (рис. 3). Следом идет компания Kraft Foods Inc. с 12,3% рынка, а замыкает тройку лидеров производитель кофейных напитков Future Enterprises Pie I.Id. - на его долю приходилось 8,3% рынка.

Импорт	ОБЪЕМ	ДОЛЯ ОБЪЕМА В	
	В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ, кг	НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ, %	СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ, %
	58 493 968	95,1%	92,0%
Экспорт	3 017 420	4,9%	8,0%
Всего	61 511 388	100	100
Источники: Таможенная база РФ. Таблица 2. СТРУКТУРА РЫНКА в натуральном выражении, % ВИДЫ РАСТВОРИМОГО КОФЕ			
	РАСТВОРИМОГО	КОФЕ ПО ВИДАМ В 2004-2	107 ГОДАХ РИОД
	О	ПЕ	100 2007
	"~* 004 ГОД	2005 ГОД	2006 год

Источник: институт маркетинговых исследований «ГФК-Русь».

Таблица 3 СТРУКТУРА РЫНКА РАСТВОРИМОГО КОФЕ ПО ВИДАМ В 2004-2007 ГОДАХ в стоимостном выражении. %

ВИДЫ РАСТВОРИМОГО КОФЕ	ПЕРИОД			
	2004 год	2005 год	2006 год	2007 год
Гранулированный (агломерированный)	38	34	30	30
Порошкообразный (эмульгированный)	20	16	12	11
Сублимированный (кристаллизованный)	42	50	58	59

Источник: институт маркетинговых исследований «ГФК-Русь».

Также в пятерку самых крупных игроков входят российские производители: ЗАО «Фабрика «Золотые купола» (Московская область) и ООО «Орими Трэйд» (Санкт-Петербург) - доли этих игроков составляют соответственно 7,5 и 7,1% в натуральном выражении.

Основные российские производители кофе сосредоточены в Центральном, Северо-Западном и Южном регионах. Среди российских компаний, обладающих полным циклом производства кофе, можно выделить ЗЛЮ «Московская кофейня на Неве», ОАО «Русский продукт» (Москва) и ФГУП «Комбинат детского питания и пищевых концентратов» (Санкт-Петербург).

Некоторые компании обладают собственными заводами по обжарке и фасовке кофе, например «Орими Трейд». Среди ведущих отечественных игроков также стоит отметить московские ЗЛЮ «Куппо» и ООО «Чайный дом «Гранд».

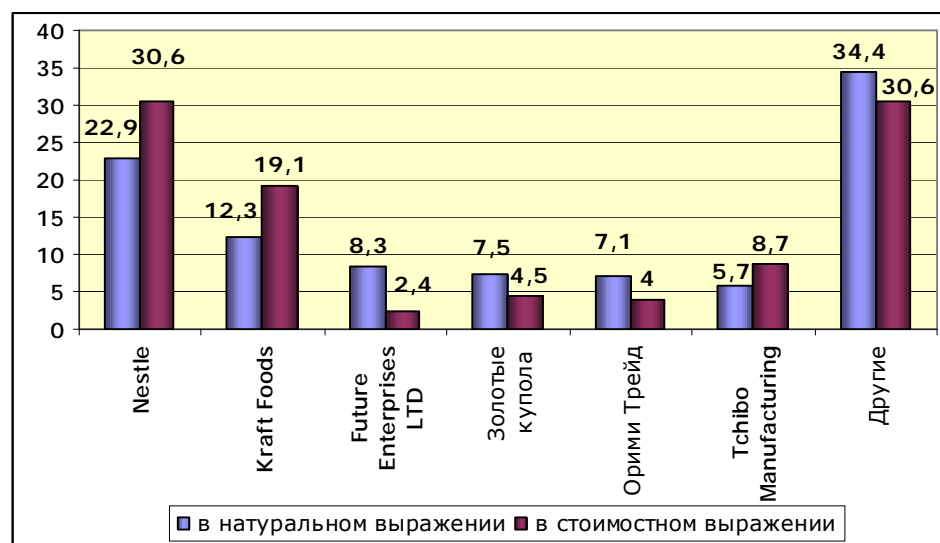
Потребление кофе на душу населения в России составляет примерно 1,8 килограмма в год (рис. 4). Уровень потребления кофе россиянами отстает от европейского. Так, например, в Финляндии этот показатель составляет 12 килограммов в год, а в Норвегии и Бельгии - соответственно 9,7 и 9,4 килограмма на душу населения.

Рисунок 2. СТРУКТУРА РЫНКА КОФЕ ПО ВИДАМ В 2007 ГОДУ, %



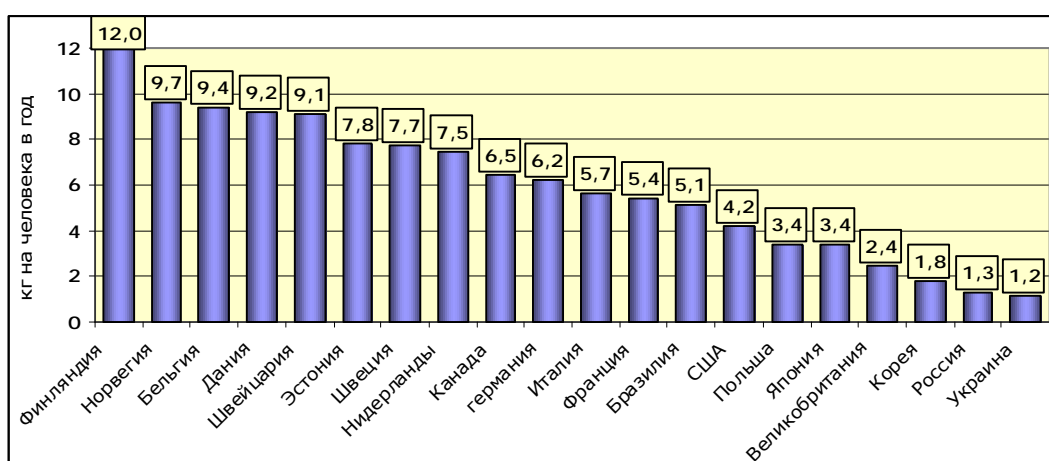
При выборе кофе на покупательское поведение наибольшее влияние оказывает качество продукта и его доступность по цене. По данным холдинга «Ромир», в период с апреля по июнь текущего года более 30% домохозяйств - потребители кофе - хотя бы однажды покупили растворимый напиток. Среди потребителей, выбирающих растворимый кофе, оказалось больше тех, кто покупает сублимированный кофе, - так ответил 55,1% респондентов. Гранулированный кофе располагается на втором месте по популярности - его предпочитают 36,8% опрошенных. Порошковый кофе выбирают 21,9% респондентов. Среди тех домохозяйств, которых привлекал «обжаренный» натуральный кофе, 18,24% выбрали кофе в зернах, а 7,6% - молотый.

Рисунок 3. Доли ведущих производителей кофе в 2007 году.



Источник: http://www.romir-saratov.ru/om-moscow/archive.php?press_id=64

Рисунок 4. Потребление кофе в различных странах мира.



Источник: http://www.lindex.net.ua/index.php?action=show_news_site&id_d=2299

Review of Russian Coffee Market

Coffee is the seeds, commonly called coffee beans, of a plant of the genus *Coffea*. Coffee tree originates in South-west part of Ethiopia - region called Kaffa which gave its name to coffee.

Depending on beans' quality coffee is classified into three types: Mild; Brazil; Robusta.

The Mild group comprises the best Arabica coffees - most popular. Coffee of this type is grown at 1st 500 meters above sea level, as a rule coffee plantations are located at altitude of 1000-1400 meters. Only cherries are harvested and then carefully handled.

The name of the second group is determined by large quantities of cheap coffee harvested in Brazil. This type grown in plains. Quality of this coffee is lower in comparison to Mild type, it is often carelessly harvested and roughly treated which brings harsh tang to the taste. This coffee is of course cheaper against Mild varieties: however the name should not cheat you - Brazil also has high-quality expensive coffee.

Robusta coffee taste is lower in quality as compared with Arabica is richer in caffeine by 30-40%. Main advantages of this type are simple vegetation, high disease resistance and above all - low price. Today Robusta coffee is the most popular type on global market.

Coffee is also classified according to production technology into:

- instant coffee - this group also comprises decaffeinated coffee;
- roasted natural coffee.

According to different researches, Russian coffee market is close to saturation and sales growth slows down. Still, according to "Euromonitor International's" forecasts, through the nearest 5 years - in 2007-2011 the market value will keep growing gradually driven by such factors as growing prices for rare coffee, inflation, and continuously increasing demand for higher quality and thus more expensive products.

During the said period segment of natural coffee is expected to grow in volume. Besides, growth rate of natural coffee is forecasted to reach 8% and of decaffeinated - almost 11%. This dynamics will be mainly driven by redistribution of the market between natural kinds.

According to "Euromonitor International", segment instant coffee including coffee mixes and beverages in 2007 reached its maturity thus no significant dynamics meted here. Some growth of this segment is possible with value growth outpacing volume increase due to favorable macroeconomics.

Consumption of coffee is seasonal. Hot season is autumn; in summer downswing of consumption is observed, yet seasonality of coffee market is rather mild with two distinct leaps and bounds of sales.

Main importers of coffee to Russia are Vietnam and Brazil - in 2007 aggregatedly these two countries accounted for more than 27.5% of total import value or \$134.66 million. Share of the said countries in import volume is even larger - 29.7%; besides, among top-ten importers only these two countries are manufacturers and suppliers of coffee beans. Other importers - Estonia, Latvia, Germany, India, Finland, Belgium, Italy, and Nicaragua are involved in processing, packing or even just transportation of ready product.

Today Russia mainly imports coffee while share of export is negligible - ratio of import to export value is 92 to 8%.

Segmentation of Russian coffee market remains settled with instant coffee being the largest and the most important category. According to SSI (Single Source Index) data of "Romir" holding, in April-June 2007 instant coffee including coffee mixes and beverages accounted for 69% of market volume.

Natural coffee is classified into the following types:

- spray-dried coffee - fine dry powder consisting of round particles, non-lumping;
- granulated coffee consisting of breakable porous nubbles of various shapes and sizes;
- sublimated or freeze-dried coffee consisting of crystals with sharp edges.

Important to say, share of freeze-dried instant coffee demonstrates dynamic growth while share of spray-dried instant coffee is continuously declining. The reason is low quality of spray-dried coffee; meanwhile growing affluence moves consumers to higher quality products.

The leader of Russian coffee market is "Nestle S.A." (Switzerland) with 22.9% of market volume in 2007. Next large market operator is "Kraft Foods Inc." (USA) with 12.3% of market volume. Manufacture of coffee beverages "Future Enterprises Private Ltd." (Singapore) closes top-three of market operators with 8.3% of market volume.

Top-five of market operators includes Russian manufacturers "Factory 'Zoloty Kupola (Golden Cupolas)'" CJSC (Moscow region) and "Orimi Trade" LLC (Saint Petersburg) with 7.5 and 7.1% of market volume respectively.

The largest Russian coffee manufacturers are concentrated in Central Federal District, North-West FT, and South II). Among Russian manufacturers with full-cycle coffee processing we should mention "Maskovskaya Kofeinya Na P'yakh (Moscow Tribute Coffee House)" CJSC, "Riisskiy Prodiukt (Russian Product)" (Moscow), and "Kombinat Delskogo Pitaniya i Pische-vih Koncentratov (Factory of Infant Food and Concentrates)" FCyL T (Federal State Unitary Enterprise) (Saint Petersburg). Some companies own just coffee roasting and packing facilities like "Orimi Trade".

Among large domestic manufacturers we should also mention Moscow companies "Kuppo" CJSC and "Chain! Dom (Tea House) "Grand" LLC.

Average per capita rate of coffee consumption in Russia constitutes about 1.3 kg annually which is lower against European level. For instance, in Finland consumption rate of coffee is 12 kg per person, in Norway - 9.7 kg, and in Belgium - 9.4 kg.

Over a quarter of Russians drink coffee every day and one fifth does it more than once a day.

The majority of Russian consumers - 44%, - buy coffee once a month and rarer. Meanwhile 18.4% of Russians purchase coffee 2-3 times a month, and 10.4% once in 2-3 months.

Most important choice factors for coffee buyers are product quality and affordable price.

According to "Romir" holding, in April-June 2008 over 88% of Russian households consuming coffee purchased instant coffee at least once. Roasted natural coffee was purchased by 25.8% of polices. Among the households buying roasted natural coffee, 18.2% were choosing beans and 7.6% - ground coffee.

Among consumers preferring instant coffee the majority buys freeze-dried coffee - 55.1% of households. Granulated coffee is second popular instant variety - it is preferred by 36.8%, of respondents. Spray-dried coffee is chosen by 21.9% of polices.

Марина Агафонова, PR-менеджер группы компаний Step by Step



Группа Компаний **Step by Step**

Исследовательская и консалтинговая компания, предлагающая полный комплекс услуг в области маркетинговых и социологических исследований, управленческого и маркетингового консалтинга.

В группу компаний входят:

колл-центр "Market Phone"

"Step by Step Консалтинг"

"Step by Step Исследования"

Аналитический центр "Step by Step"

Подразделение "Step by Step Недвижимость"

125047, Россия, Москва, ул. Чайкова, д. 15 корп. 5, офисы 913-917
Телефоны: +7 (495) 250-61-74, 226-02-96
<http://www.step-by-step.ru/>, e-mail: info@step-by-step.ru

