



Исследования компании Step by Step

Ни МОРОЗ ему не страшен, ни ЖАРА!

РОССИЙСКИЙ РЫНОК МОРОЖЕНОГО

Мороженое – любимое лакомство всех возрастов. История создания популярнейшего десерта насчитывает несколько тысячелетий. Любовь к мороженому издавна прослеживалась не только среди простого народа, но и в знатных домах. Когда-то из-за недостатка кондитерских изделий оно особенно ценилось. Сейчас на прилавках можно наблюдать широчайший выбор продукции: пломбиры, вафельные стаканчики, торты-мороженое и многое другое. И все же есть те, кто ищет ту самую, любимую с детства, «лакомку» или «эскимо». На сегодняшний день каждый производитель старается охватить все основные направления, так как спрос существует на все виды продукции.

Мороженое – это освежающий десертный пищевой продукт, основным сырьем для производства которого являются молочные продукты, а также определенные добавки (сахар,

Таблица 1. **ОБЪЕМЫ ВНЕШНЕТОРГОВОГО ОБОРОТА НА РЫНКЕ МОРОЖЕНОГО в третьем квартале 2012 года**

ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ	ОБЪЕМЫ ВНЕШНЕТОРГОВОГО ОБОРОТА			
	В натуральном выражении		В стоимостном выражении	
	Тонн	%	\$ млн	%
Импорт	19 393,9	69,88	8,26	62,31
Экспорт	8 360,71	30,12	4,99	37,69

Таблица 2. **ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ - ИМПОРТЕРЫ МОРОЖЕНОГО в третьем квартале 2012 года**

СТРАНА-ИМПОРТЕР	ОБЪЕМЫ ИМПОРТА				СРЕДНЯЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ СТОИМОСТЬ ПОСТАВКИ, \$/кг
	В натуральном выражении		В стоимостном выражении		
	Тонн	%	\$ млн	%	
Литва	3620,9	18,67	1,51	18,31	4,18
Латвия	3415,2	17,61	1,8	21,80	5,27
Швейцария	2852,7	14,71	1,87	22,67	6,56
Германия	2712,6	13,99	0,95	11,47	3,49

Таблица 3. **ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ МОРОЖЕНОГО в 2012 году**

СТРАНА-ЭКСПОРТЕР	ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА				СРЕДНЯЯ СТАТИСТИЧЕСКАЯ СТОИМОСТЬ ПОСТАВКИ, \$/кг
	В натуральном выражении		В стоимостном выражении		
	тонн	%	\$ млн	%	
Монголия	14323,8	44,03	5,36	44,97	3,75
Азербайджан	5962,8	18,33	2,43	20,41	4,08
Израиль	1477,5	4,54	0,49	4,12	3,33

ягоды, ароматические вещества и т. д.).

На сегодняшний день отечественный рынок мороженого представлен большим количеством производителей и широким ассортиментом продукции, как отечественной, так и зарубежной. Одним из главных факторов, влияющих на производство мороженого, является состояние сырьевой базы, в данном случае – состояние молочной промышленности. Несмотря на улучшение общей ситуации на рынке, а также активную государственную поддержку, за 2011 год производство молока и молочной продукции сократилось на 7,5%.

Поэтому в современной ситуации более выгодно использование сухих смесей для мороженого, состоящих в большей степени из сухого молока. Такая тенденция на сегодняшний день демонстрирует много плюсов. Использование сухого молока не только снижает себестои-

мость для производителя, но и избавляет его от излишних замеров и расчетов; кроме того, приготовление готовой продукции занимает меньше времени. Многие производители склоняются к тому, что в скором времени мягкое мороженое, которое производится из смеси, займет лидирующие позиции на рынке мороженого благодаря своим исключительным качествам. Этот сорт мороженого имеет целый ряд преимуществ, поэтому его называют мороженым будущего.

На современном рынке уже имеющегося мороженого наблюдаются следующие тенденции:

- усиливается пропаганда здорового образа жизни, поэтому производители занялись расширением сегмента продукции, ориентированной на данную тенденцию;
- происходит увеличение производства мороженого с пониженным содержанием жира и сахара;
- наблюдается рост объемов выпуска мороженого с функциональными добавками (витаминизированное мороженое, йодированное, с повышенным содержанием кальция и прочее);
- производители увеличивают производство мороженого для домашнего употребления.

Мороженое – один из самых сезонно зависимых товаров на продовольственном рынке. В теплый период, который длится с апреля по сентябрь, продажи холодного десерта вырастают в 2–3 раза. Второй всплеск приходится на новогодние праздники – продажи вырастают примерно на 30%, основная доля приходится на так называемое домашнее мороженое, производящееся большими порциями для употребления дома всеми членами семьи.

Производство мороженого на территории Российской Федерации постепенно падало в период с 2007-го по 2009 год. Но в последующие годы производство холодного лакомства начало расти, и в 2011 году в нашей стране было произведено почти 406 тысяч тонн мороженого (с учетом холодных десертов), из них 335,31 тысячи тонн – крупными и средними предприятиями, что больше уровня 2009 года на 14,7%. По итогам первого полугодия 2012 года российскими производителями было выпущено 266,5 тысячи тонн мороженого.

Остановимся более подробно на внешнеторговом обороте мороженого. В 2011 году объем импорта мороженого в Россию в натуральном выражении составил 67 тысяч тонн, а в стоимостном – \$ 30,2 млн. При этом в натуральном выражении импорт вдвое превышает экспорт. В третьем квартале 2012 года в структуре внешнеторгового оборота сохранилась данная пропорция: объем импорта в натуральном выражении составил 69,88% (*табл. 1*).

Рисунок 1. ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
ПО ВИДАМ ПРОДУКЦИИ, %

Спрос зарубежных потребителей на продукцию российского производства ниже, чем спрос отечественного потребителя – на импортное мороженое. Российское производство мороженого ориентировано в первую очередь на внутренний рынок. Доля экспорта в объеме российского рынка внешней торговли мороженым составила в 2011-м – третьем квартале 2012 года в среднем 31%. Доля экспорта в общем объеме отечественного производства в 2012 году составляет, по предварительным расчетам специалистов ГК Step by Step, 6,3%.

Основными импортерами мороженого в Россию в третьем квартале 2012 года были такие страны, как Литва, Латвия и Швейцария (табл. 2). Доли этих стран составили в натуральном выражении 18,67, 17,61 и 14,71% от общего объема импорта соответственно. Наиболее дорогим было мороженое из Швейцарии – \$ 6,56 /кг (сред-

няя статистическая учетная цена), а самое дешевое мороженое поставлялось из Китая (\$ 1,56/кг).

Основным экспортером российского мороженого в третьем квартале 2012 года была Монголия – ее доля в экспорте в натуральном выражении составила 44,03%, а в стоимостном – 44,97% (табл. 3).

На сегодняшний день среди производителей мороженого можно выделить двух крупных игроков, конкуренция между которыми на российском рынке продолжается уже больше 10 лет: это компании «Инмарко» и «Русский холод». С 2008 года компания «Инмарко» является частью концерна Unilever, а «Русский холод» развивается самостоятельно.

Для представленных компаний характерна инвестиционная активность. Так, в числе новых предприятий можно назвать строительство фабрики мороженого «Русский холод» (Московская обл.) и запуск нового холодильника компанией «Инмарко» в городе Омске. В перспективе «Инмарко» предполагает построить фабрику мороженого в Туле производительностью 45–50 тысяч тонн в год.

Потребление мороженого в нашей стране по степени активности отличается от потребления за рубежом – так, объем потребления мороженого в экономически развитых странах значительно выше, чем в

Российской Федерации. В связи с этим, по различным прогнозам экспертов, в период с 2011-го по 2015 год потребление порционного мороженого на молочной (сливочной) и водной основе будет расти в натуральном выражении примерно на 7 и 23% соответственно.

На сегодняшний день предпочтения россиянами по видам мороженого остаются практически неизменными. Самым популярным видом мороженого для них является вафельный стаканчик – его предпочитают 47% россиян (рис. 1). Помимо вафельного стаканчика популярностью среди наших соотечественников также пользуются эскимо на палочке – его предпочитают 36% – и ягодное мороженое, которое любят 32%.

На современном этапе развития рынка производители уделяют все больше внимания оформлению упаковки, так как при выборе из двух сортов аналогичного мороженого решающую роль играет именно упаковка.

Кроме того, как уже отмечалось, все увереннее становится курс на здоровый образ жизни; наиболее ярко это отразится на выпуске новинок – уже сейчас производители все чаще начинают выпускать низкокалорийную продукцию и мороженое с натуральными наполнителями из ягод и фруктов.

Сегодня мороженое – это не только традиционное лакомство, но и игрок на рынке снеков, конкурирующий с теми же чипсами и прочей «вредной едой». Поэтому здоровое мороженое может стать хорошей альтернативой вредным перекусам.

В целом на отечественном рынке мороженого ожидается постепенный рост производства, это объясняется увеличением активности любителей холодного десерта, а также развитием производственных мощностей крупнейших игроков рынка.

*Анастасия Птуха,
председатель совета директоров
группы компаний Step by Step,
Татьяна Мерзлякова,
PR-менеджер*

Russian Ice Cream Market

Ice cream is a favorite delicacy of people of all ages. Story of this popular dessert counts several thousand years. Ice cream was loved both by aristocracy and common people. Years ago when confectionery was rare delicacy ice cream was highly valued. Today the market offers a wide choice of varieties: plombir, ice cream cones, wafer cups, ice cakes and many others. And still there are some people looking exactly for the eskimo pie or other variety they love since childhood. All ice cream manufacturers are trying to have all major categories in their product ranges to satisfy various consumer preferences.

Ice cream is a refreshing dessert usually made from dairy products and certain ingredients (sugar, berries, flavors, etc.).

Today Russian ice cream market counts many domestic and foreign players offering wide choice of products. Ice cream production is under great influence of raw milk market and performance of dairy industry. Despite certain improvement of the said market and strong state support production of milk and dairy products saw 7.5% year-to-year decline in 2011.

In this context application of powder ice cream mixtures based on dried milk is a good solution. This trend has a number of advantages. Dried milk reduces production cost, takes extra measurements and weighting off the table and saves time. Many manufacturers are sure that soft ice cream made from powder mix will soon be the major product of the review market due to its exclusive properties. This kind of ice cream has many advantages and is sometimes called ice cream of the future.

Today Russian ice cream market demonstrates the following major trends:

Increasing promotion of health and wellness, so manufacturers focused on extending their portfolios with products targeting this demand;

Increasing production of low fat and low sugar ice cream;

Increasing production of functional ice cream (enriched with vitamins, iodine, calcium, etc.);

Manufacturers increase production of ice cream for home consumption.

Ice cream is highly seasonal product. During warm season (April-September) sales of ice cream increase by 2–3 times. Second peak of sales falls on New Year season – 30% increase of sales which is mainly driven by family packs or ice cream in large-size package for home consumption.

During 2007–2009 ice cream production in Russia was gradually declining. Since then production volume started to grow and in 2011 Russia produced almost 406 thousand tons of ice cream (frozen desserts considered); in this volume 335.31 thousand tons was manufactured by large and medium companies – plus 14.7% over 2009. In H1 2012 Russian manufacturers produced 266.5 thousand tons of ice cream.

Let's look into foreign trade of ice cream. In 2011 Russia imported 67 thousand tons of ice cream for the total amount of \$30.2 million. Import volume exceeded export volume by two times. In Q3 2012 this split of foreign trade volume between import and export sustained: share of import constituted 69.88%.

Demand for Russian ice cream abroad is lower than demand for imported ice cream in Russia, so Russian ice cream production targets first of all domestic market. The average share of export in Russian foreign trade of ice cream constituted 31% in volume during 2011 – Q3 2012. In total volume of domestic production in 2012 export accounts for 6.3%, according to preliminary estimations of “Step by Step” Group.

In Q3 2012 Russia imported ice cream mainly from Lithuania, Latvia and Switzerland – respectively 18.67%, 17.61% and 14.71% of total import volume. Most expensive ice cream was imported from Switzerland – the average price 6.56 \$/kg, the cheapest – from China (1.56 \$/kg).

Major buyer of Russian ice cream in Q3 2012 was Mongolia – 44.03% of export volume and 44.97% of export value.

Today there are two main operators on Russian ice cream market – “Inmarko” and “Russky Kholod (Russian Frost)” – and their competition lasts for 10 years already. Since 2008 “Inmarko” is a part of “Unilever” while “Russky Kholod” remains independent.

Both companies actively invest into development of their business. For instance, “Russky Kholod” is constructing a new ice cream factory in Moscow Region; “Inmarko” started a new cold store facility in Omsk and plans to construct ice cream factory in Tula with annual production capacity of 45–50 thousand tons.

In comparison to developed countries Russia has significantly lower consumption rate of ice cream. This makes experts forecast significant increase of consumption for one-serving

ice cream and ice desserts during 2011–2015 – respectively by about 7% and 23% in volume.

Today preferences of Russian consumers for ice cream kinds remain quite conservative. Most popular variety is ice cream wafer cup – 47% of consumers. Other popular kinds are eskimo pie on stick (36%) and berry sorbet (32%).

Currently manufacturers pay increasingly high attention to package because exactly package determines choice between similar ice cream kinds. Besides, it has been already mentioned that health and wellness trend is getting stronger and this first of all reflects in market novelties – manufacturers tend to increase production of low calorie ice cream and to use natural berries and fruit as ice cream flavors.

Today ice cream is more than just a well-known dessert; this category enters snack market to compete with chips and other kinds of junk food. “Healthy” ice cream can be a good alternative to “unhealthy” snacks.

In the future Russian ice cream market will see gradual increase of production volume driven both by growing consumer activity and extension of production facilities by key market operators.

*Anastasia Ptukha,
Chairman of the Board of Directors
“Step by Step” Group,
Tatiana Merzlyakova,
PR Manager*



**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

