

Специально для клиентов компании Эдванта

«Точки роста на рынке молочной продукции в 2024-2025 гг»

аналитика, тренды, секреты успеха



ПРЕИМУЩЕСТВО
ВО ВСЕМ!



Октябрь 2024

Профессиональное портфолио

В результате моей работы на рынок было выпущено более 200 успешных продуктов и услуг, созданы бренды, которые заняли значимые - от 15% до 40% - доли рынка в России и странах СНГ, в маркетинговой части сопровождено строительство 4 заводов с оборотом до 25 млрд рублей каждый и открыто 20+ клиентских офисов, обеспечен рост компаний от локальной дистрибуции до региональной и от региональной до федеральной, созданы всем известные рекламные кампании, сайты-продаж и новые интересные коллаборации с многочисленными партнерами.



- **30 лет** на рынке;
- занимает лидирующие позиции, предоставляя готовые технологические решения молокоперерабатывающим предприятиям;
- имеет отработанные рецептуры как для базовых продуктов ритейла, так и по индивидуальным заказам клиентов;
- решает задачи производства с учетом тонких нюансов:
 - расширение ассортимента продукции без лишних вложений;
 - переработка остаточного сырья (творожной сыворотки);
 - внедрение простых эффективных идей разработки имитационных и аналоговых продуктов.

**Пример внешнего вида продукции*

+7 (495) 380-07-61
dairy@advanta-cs.ru

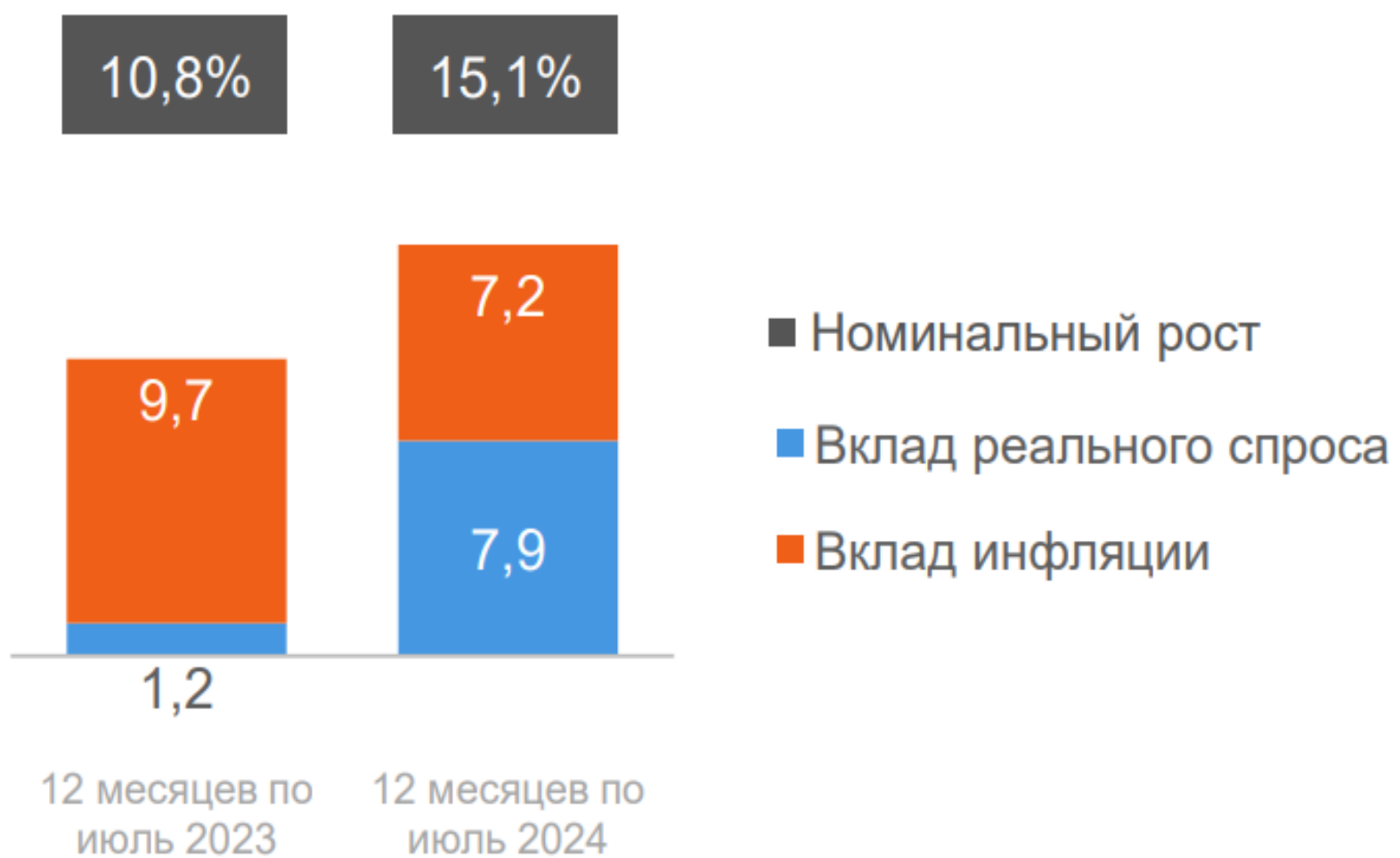
Сегодня мы поговорим:

- о том, **какая картина складывается на рынках** молочной продукции в 2024 году,
- **какие потребительские тренды определяют вектор развития** в категориях творогов, йогуртов и других продуктов переработки в 2024 и 2025 гг,
- **обзор перспективных ниш,**
- **секреты и инструментарий,** необходимые для того, чтобы текущий и новый ассортимент производителя был коммерчески успешным



Начнем с обзора рынка в целом

Динамика продаж FMCG и влияние факторов, %



15,1%

на столько выросли
продажи FMCG за 12 месяцев
по июль 2024 года



Уверенный потребительский спрос и готовность к дополнительным тратам, сигнализируемая покупателями, обеспечивает стабильный рост FMCG-рынка, однако вклад инфляции в него продолжает постепенно расти и уже составляет почти половину общего результата за последние 12 месяцев.

Растут все категории FMCG, но по разному

Динамика продаж FMCG

12 месяцев по июль 2024 к аналогичному периоду ранее, %



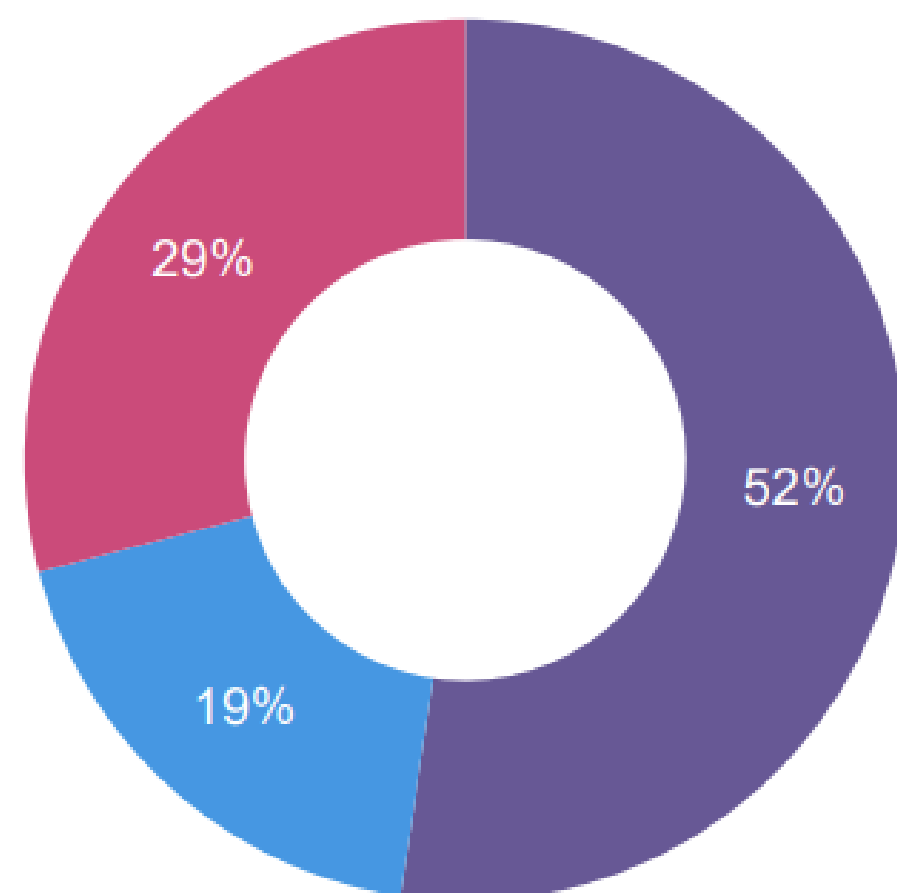
Молочная растет в среднем также, как растет весь рынок FMCG (на 12,7% в руб., на 9,3 в упаковках), но есть категории, которые по темпам роста опережают ее:

- прохладительные напитки
- снеки
- детское питание
- замороженные продукты

(в упаковках)

Динамика денежных продаж индустрии стабильна, но внутри рынка наблюдаются различные тренды. В частности, современная молочная продукция развивается в три раза быстрее, чем традиционная.

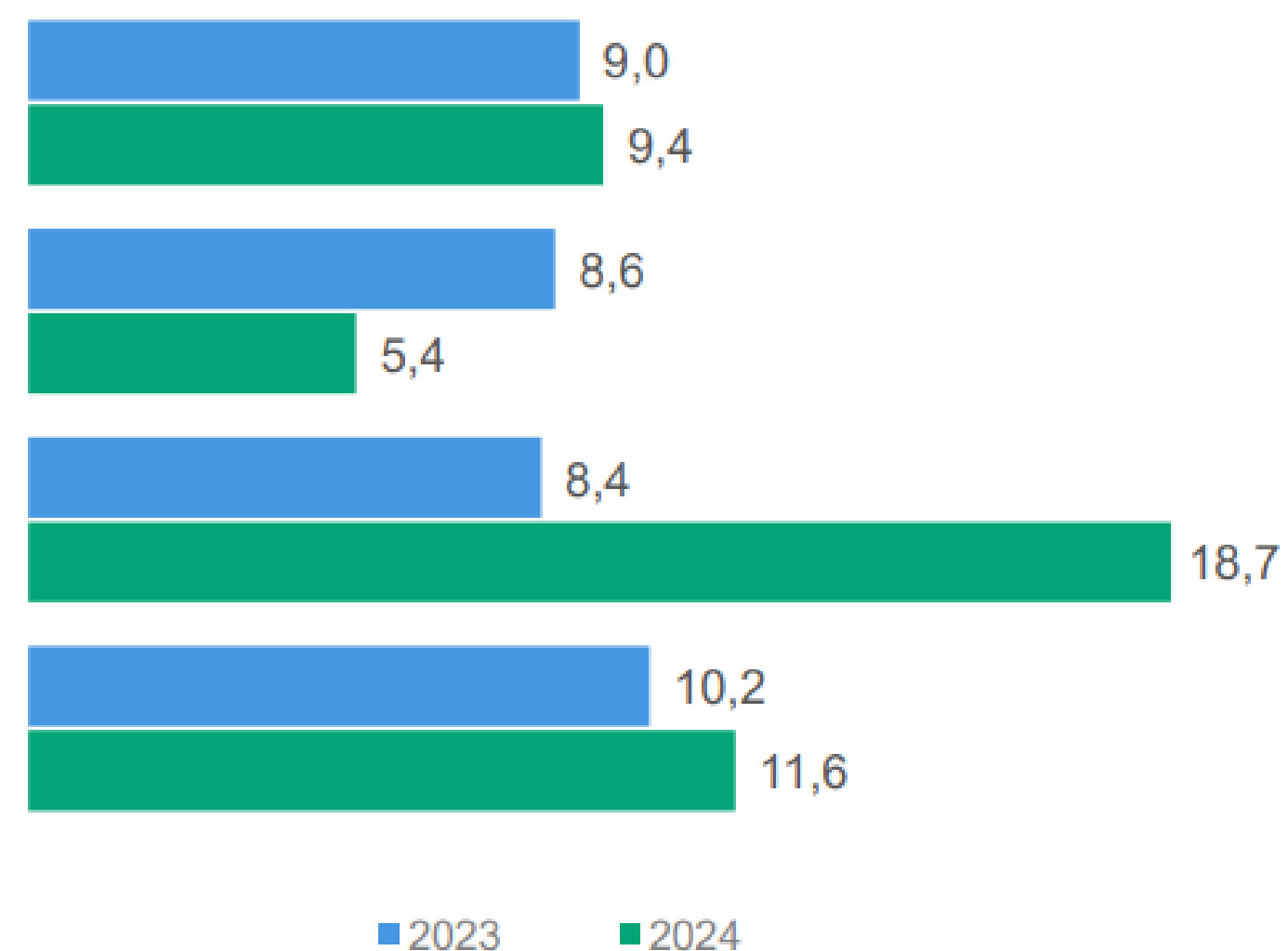
Структура продаж молочного рынка,
денежное выражение, 12 месяцев по июль 2024, %



Рынок молочной продукции

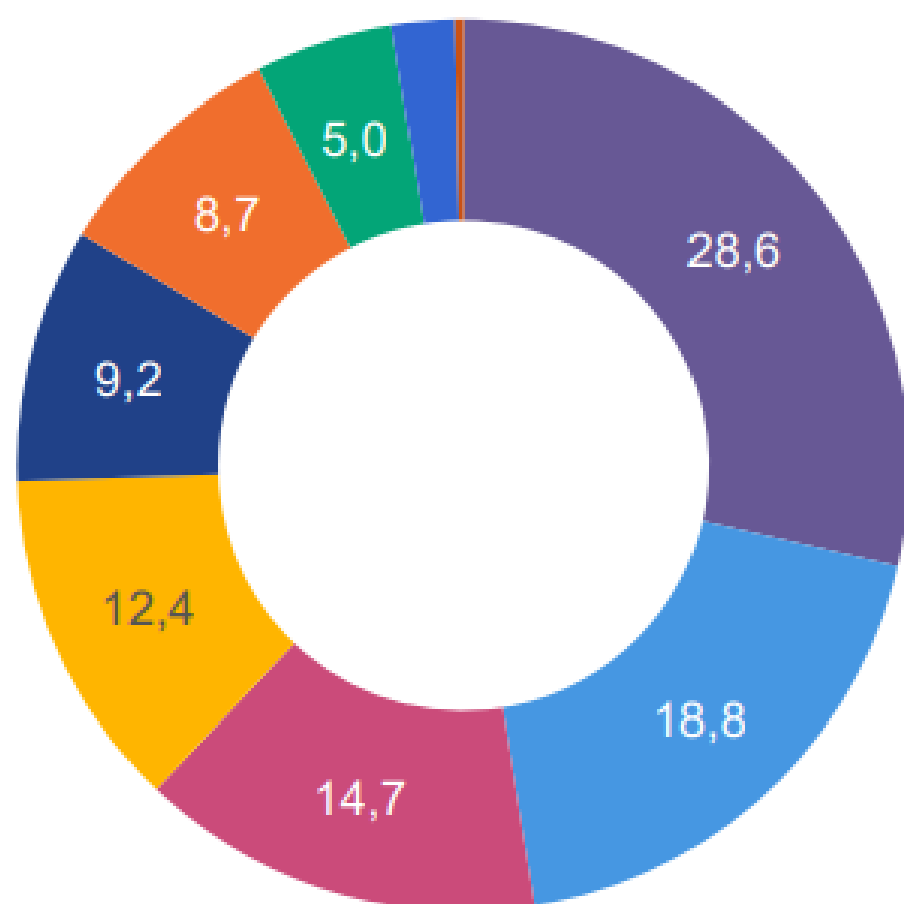
- Традиционная молочная продукция
- Современная молочная продукция
- Сыры

Динамика продаж,
денежное выражение, %



Объемы продаж сегмента **постепенно восстанавливаются** после снижения в 2023 году

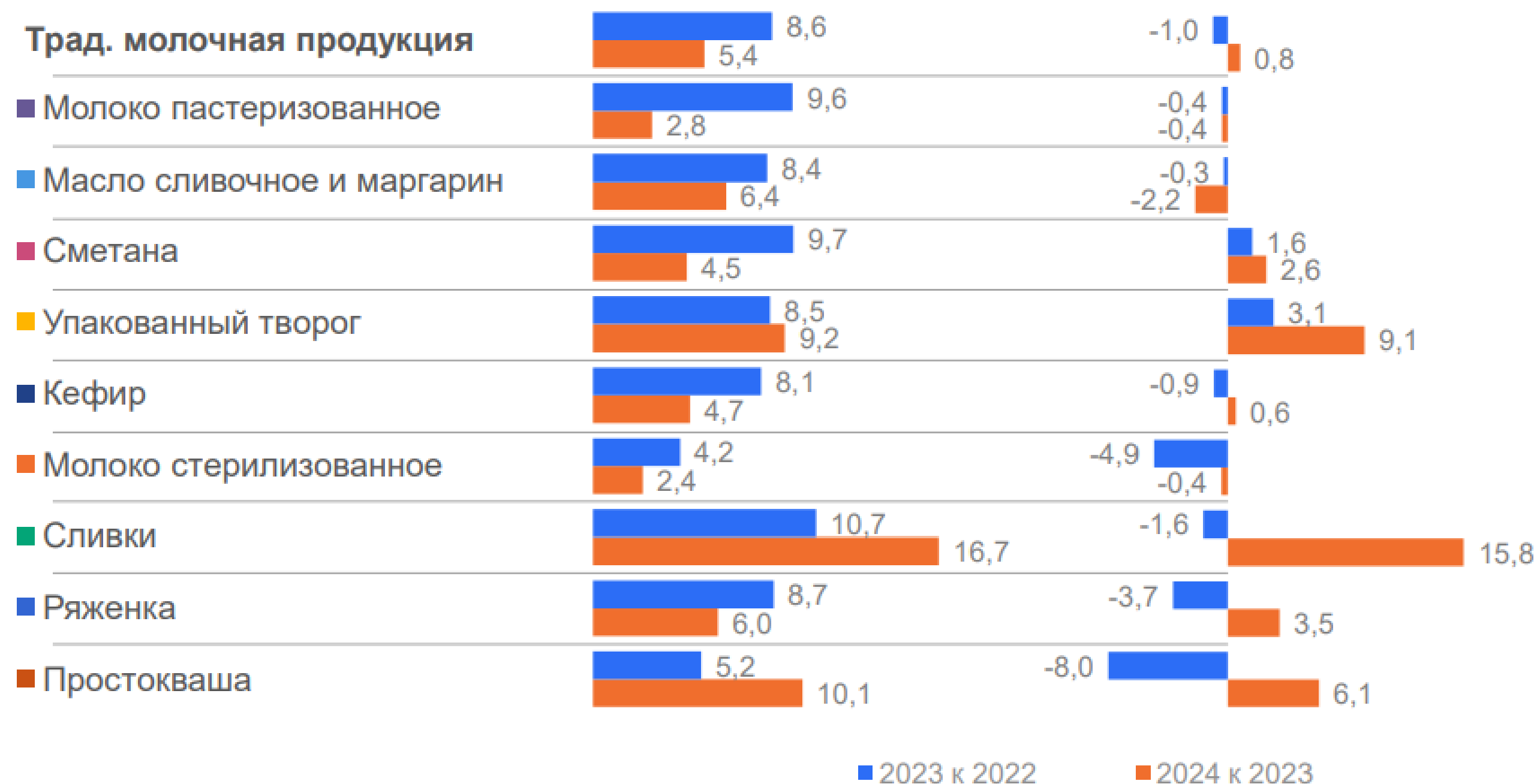
Структура продаж традиционной молочной продукции, денежное выражение, %



Среди лидеров прироста в кг: творог, сливки, простокваша и ряженка

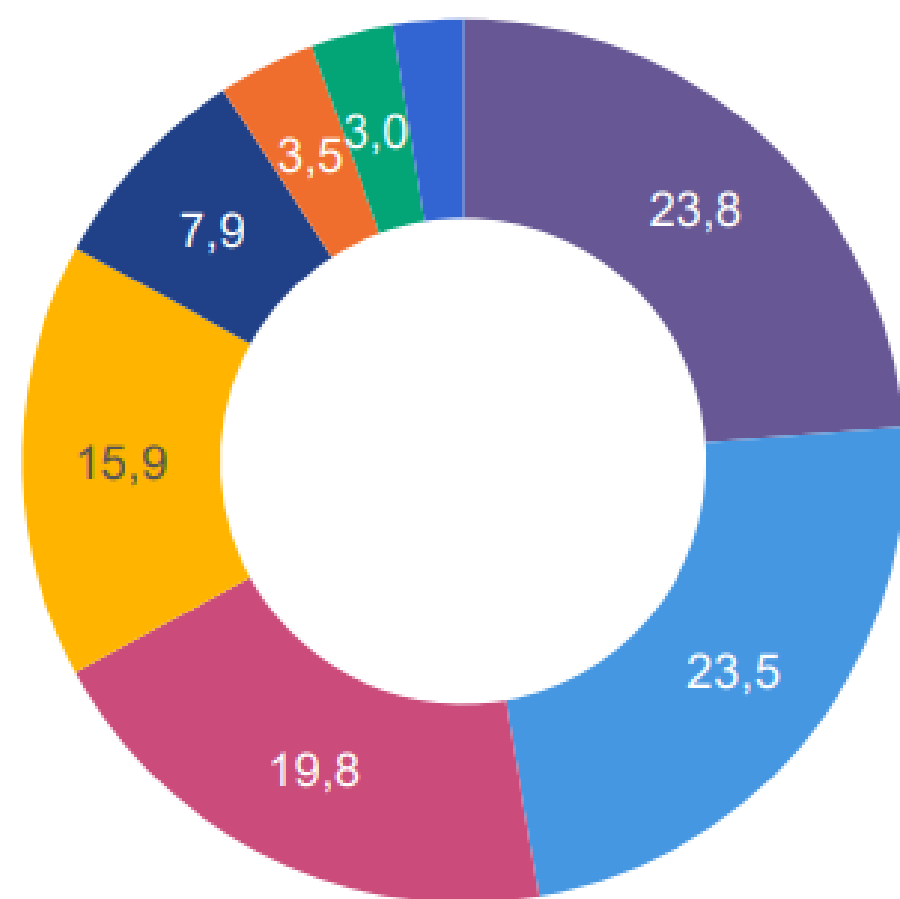
Динамика продаж, денежное выражение, %

Динамика продаж, натуральное выражение, %



После резкого снижения падающим категориям удалось восстановиться с точки зрения объемов продаж

Структура продаж современной молочной продукции, денежное выражение, %



Растут все категории, но также важно обращать внимание на долю по рынку!

Динамика продаж, денежное выражение, %

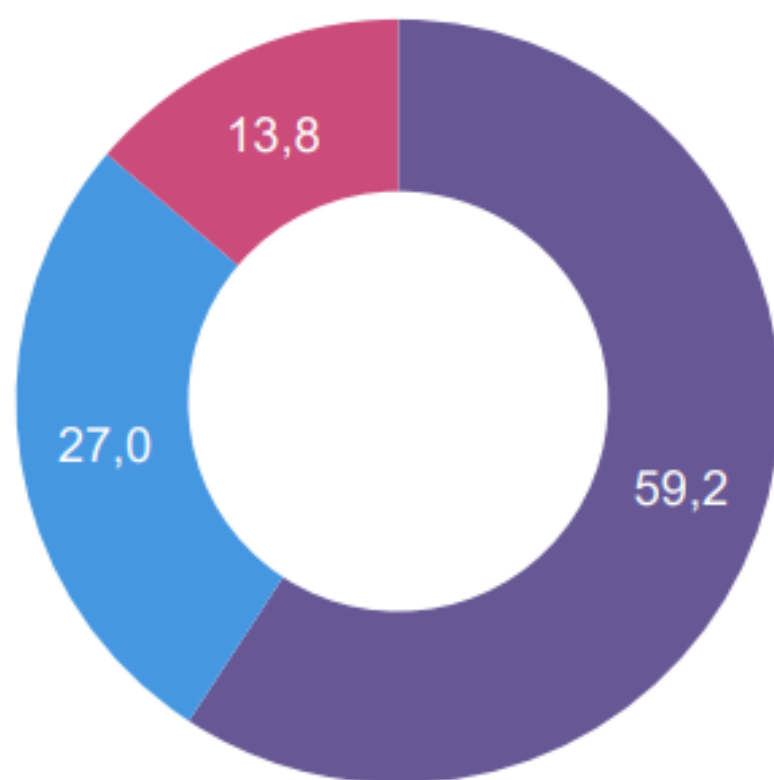
Динамика продаж, натуральное выражение, %



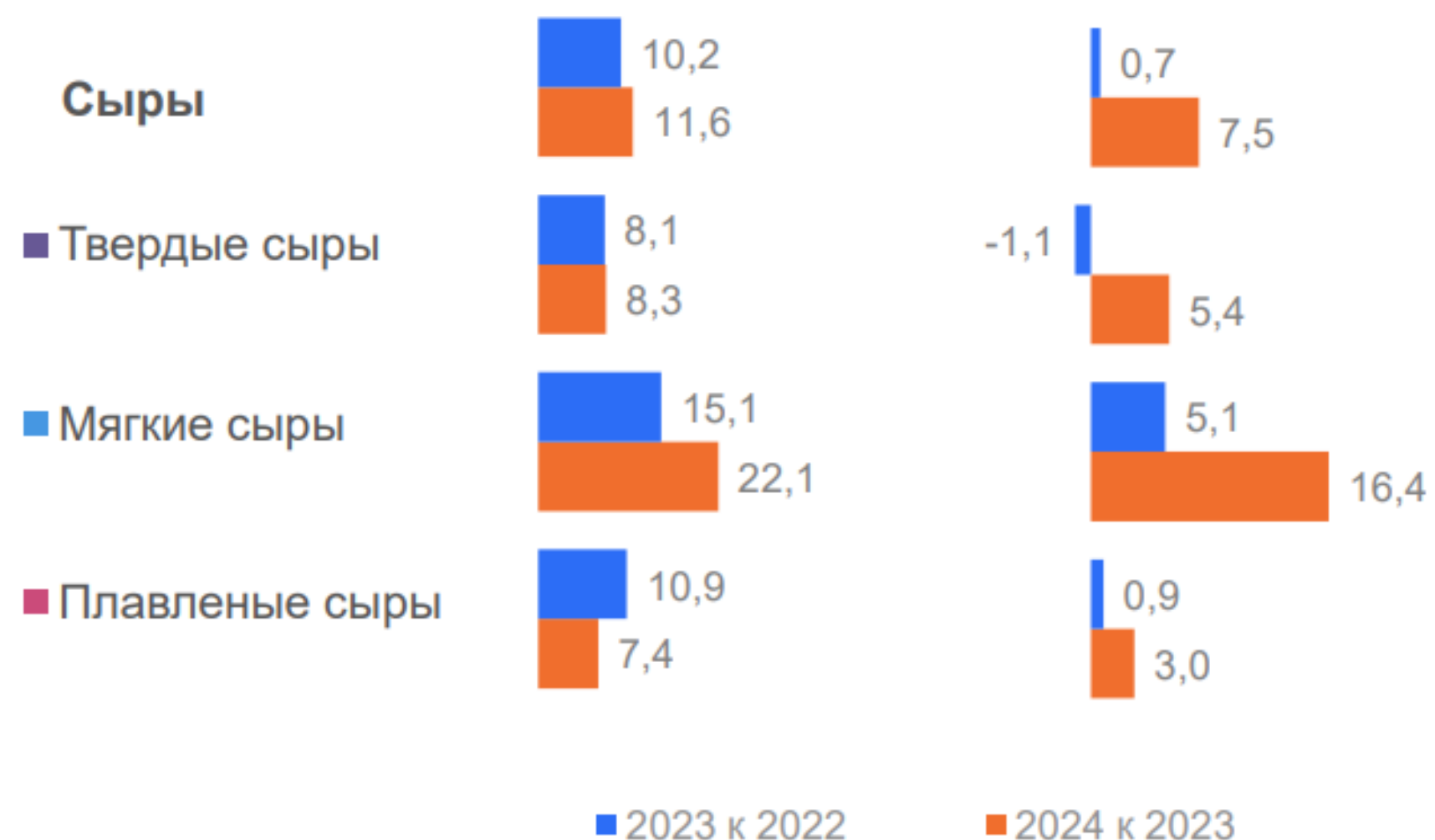
Сыры и аналитика по ним

Обороты мягких сыров растут быстрее всего, в семь раз опережая средние темпы роста.

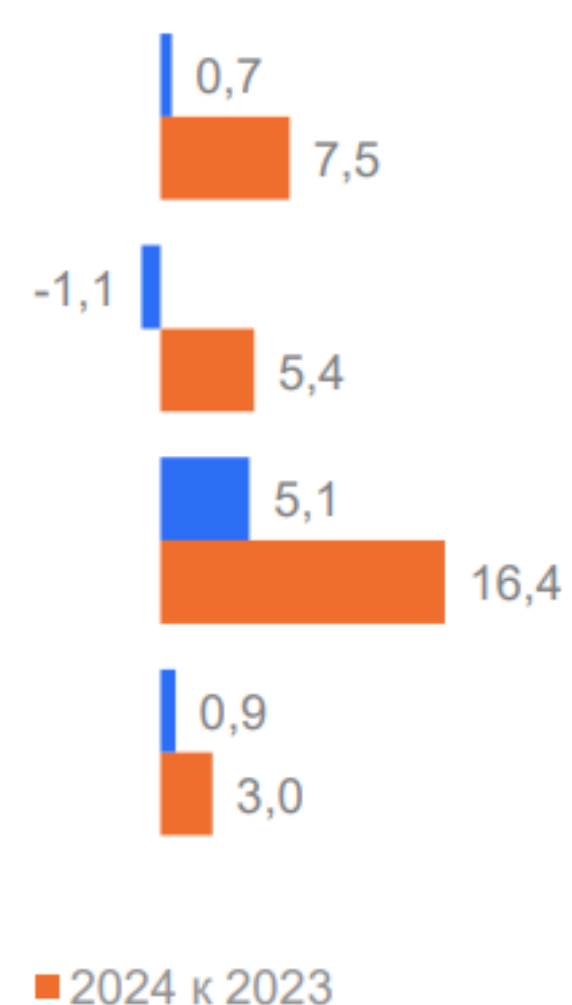
Структура продаж сыров,
денежное выражение, %



Динамика продаж,
денежное выражение, %



Динамика продаж,
натуральное выражение, %



Наиболее перспективными являются следующие ниши **(в идеале)**

- с высокой долей рынка
- с устойчивым трендом на рост (больше 2х лет)
- с низким или средним уровнем конкуренции
- и относительно невысоким порогом входа в них (с точки зрения инвестиций)



Спойлер – таких идеальных ниш на молочном рынке **(увы) НЕТ**

Поэтому идеи мы сегодня будем собирать «по крупицам»

Ассортимент почти во всех категориях сокращается

Молочный рынок	-1.8
Масло и маргарин	-9.6
Сгущенное молоко	-3.6
Сливки	13.3
Творог	-0.5
Творожные десерты	-1.1
Питьевые йогурты	-5.0
Глазированные сырки	0.5
Гранулированный творог	-4.9
Твердый сыр	-1.3
Кефир	0.6
Пастеризованное молоко	-2.8
Стерилизованное молоко	-4.0
Молоко с добавлением сока	4.5
Растительная молочная продукция	7.1
Плавленый сыр	-5.3
Простокваша	-9.9
Ряженка	-0.8
Мягкие сыры	4.3
Сметана	-3.5
Густые йогурты	-7.1

- Исключения: сливки, кефир, мягкие сыры, молоко с добавлением сока и растительная «молочка»
- Сети борются за свою эффективность и делают это весьма успешно
- Знание следующих трендов и информации позволит увеличить шансы на коммерческий успех переработчика

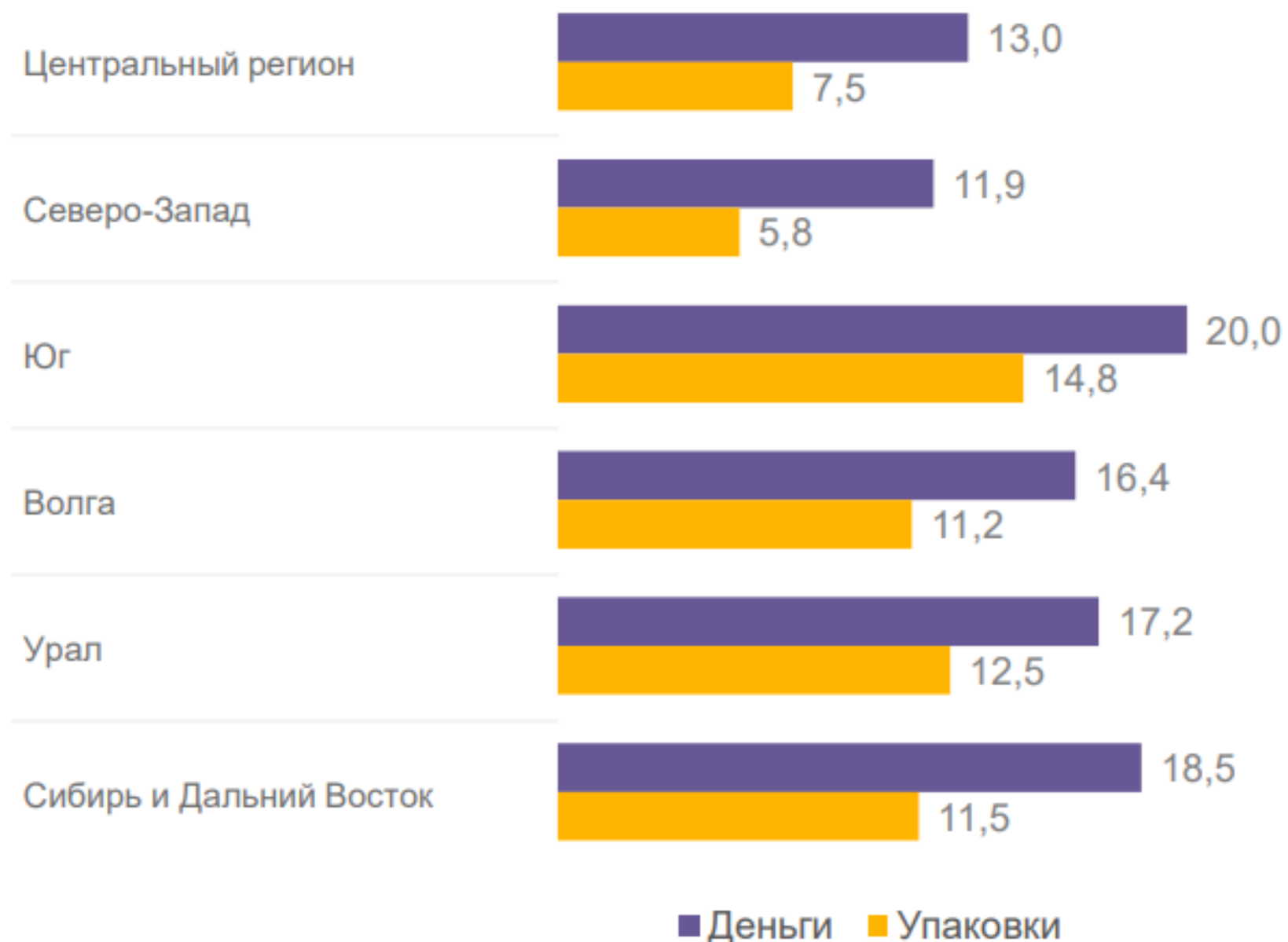


Продажи FMCG в регионах

Динамика продаж в регионах сохраняет высокий уровень как в денежном, так и в натуральном выражении.

Динамика продаж FMCG по регионам

12 месяцев по июль 2024 к аналогичному периоду ранее, %

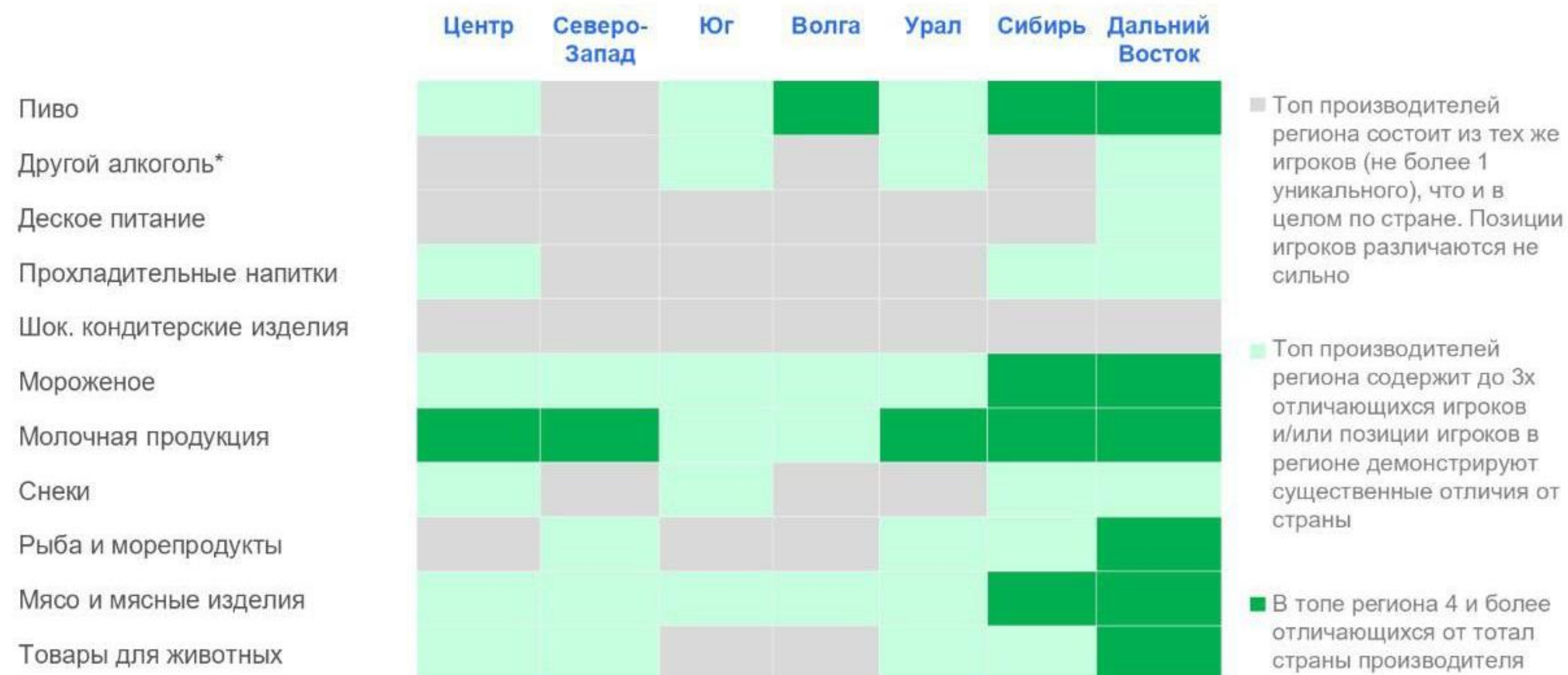


- Это касается как офлайн, так и онлайн рынка
- Сроки годности позволяют дотянуться, как минимум, до соседних регионов (а лучше их увеличивать уже сейчас на уровне федеральных игроков)
- Для своей родной географии продаж нужно готовить оборонительную тактику от «завоевателей»: цены, промо, ассортимент, дистрибуция..

И в них у молочных игроков остается больше шансов

Региональная специфика потребления: в каком направлении движутся тренды?

Региональная специфика продовольственных индустрий, относительно позиций топ-10 производителей в каждом регионе, денежное выражение



Обратите внимание на долю уникальных топов региона по сравнению с другими категориями

Связано это в большей степени с двумя факторами:

- Сроки годности продукции
- Высокая лояльность потребителей к местным локальным брендам молочной продукции

Тренд 2. Сеть и потребитель жаждут реальных новинок

- НОВЫЙ ВКУС ИЛИ СОСТАВ
- новая упаковка
- новые свойства продукта



Сеть оценивает **инкрементальный эффект** от новинки, то есть сколько новых покупателей пришло в сеть из-за нового продукта, какой прирост категории продукт дал – в чеках, в кг, в выручке

- **совершенно новый продукт**



Продукт, **каннибализирующий** продажи других продуктов сети, ей **не нужен**

новый продукт для производителя



новый продукт для сети

Тренд 2. Сеть и потребитель жаждут реальных новинок

Где черпать свежие идеи?

- у коллег из компании Эдванта
- на других рынках
- в несетевых магазинах



Victorian Creamery Co | Австралия
Йогурт с медом местного производства из
Грампиан, обогащенный пробиотиками

**Но в излишнем креативе лучше
себя сдерживать 😊**

ЦВЕТЫ АПЕЛЬСИНА
МЁД



Йогурт с вишней в стекле
| Artesana - KLAUS S.R.L



Aloetalks | Китай
Йогурт со алое



Италия
Кефир с коллагеном со вкусом
личи и алое вера

Мировые запуски иногда могут подсказать дорогу

Питьевой йогурт: интересные мировые новинки



Манго_Папайя



Ягодный микс



Германия
Арбуз-Клубника
обогащённый кальцием и белком

ТОП ВКУСЫ

Клубника	907	Яблоко	89
Персик <small>*(в том числе белый – 48 NPI)</small>	269	Овсянка	89
Ваниль	213	Малина	80
Тропик	198	Маракуйя	73
Манго	195	Лимон	62
Черника	192	Гранат	44
Банан	190	Виноград	40
Апельсин	130	Слива/Мирабель/Черн ослив	37
Ягоды	116	Клюква	16
Ананас	100	Дыня	12
Кокос	99	Питахайя	12

Мир | Кол-во новых продуктовых запусков 2022 - Август, 2024

Источник: GNPD Mintel | Global data includes the following regions: Asia Pacific, Europe, Latin America, Middle East & Africa, North America

Мировые запуски иногда могут подсказать дорогу

Ложковой йогурт: интересные мировые новинки



Вишневый чизкейк
Нидерланды



Инжир
Франция



Малина_Шоколад
США

ТОП ВКУСЫ

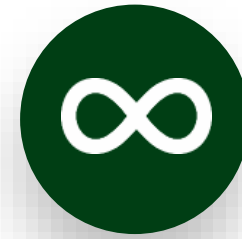
Клубника	961	Банан	124
Ваниль	547	Яблоко	115
Персик *(в том числе белый – 41 NPI)	344	Мёд	113
Черника	304	Ягоды	101
Манго	270	Злаки	93
Малина	220	Абрикос	92
Шоколад	194	Ананас	89
Маракуйя	185	Лесные ягоды	59
Кокос	167	Груша	44
Вишня (все типы)	158	Слива/Мирабель/ Чернослив	39
Тропик	149	Клюква	24
Лимон	146		

Мир | Кол-во новых продуктовых запусков 2022 - Август, 2024

Как, например, X5 оценивает эффективность запуска новинки



СРАВНЕНИЕ
ВСЕХ НОВИНОК КАТЕГОРИИ



АНАЛИЗ
TRIAL&REPEAT



ОЦЕНКА
УСПЕШНОСТИ
НОВИНКИ

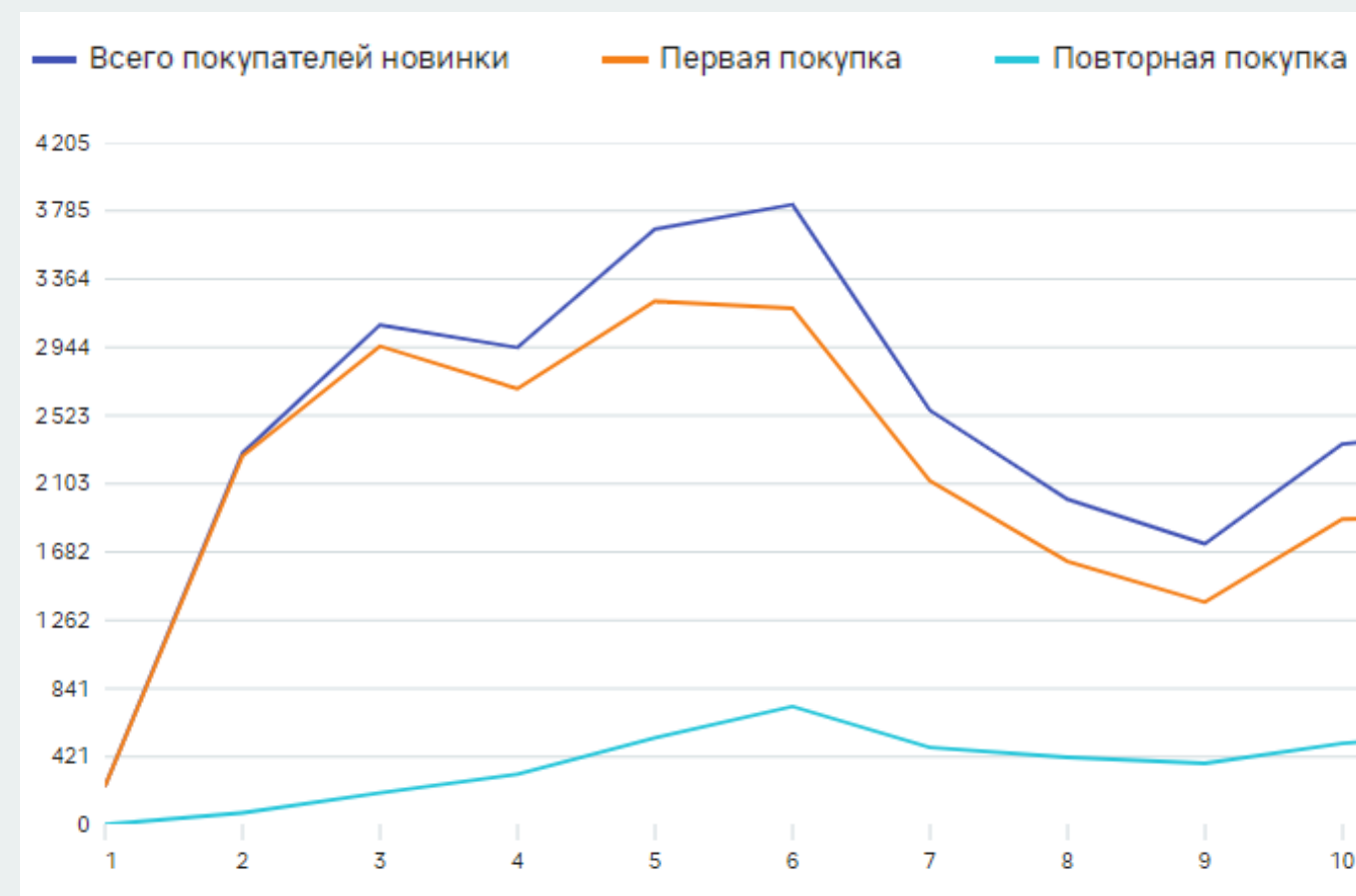


АНАЛИЗ
ВЗАИМОСВЯЗИ
БРЕНДОВ

Отчет поможет:

- Оценить запуск новинки сравнить нескольких запусков между собой
- Понять источники роста продаж, определить инкрементальный рост
- Определить привлекательность новинки для покупателей через конверсию в повторную покупку

Оценка первой и повторных покупок:



Покупки	Количество покупателей
Первая	44 361
Вторая	6 183
Третья	1 881
Четвертая	675
Пятая+	916

Тренд 3. Соответствие продукта CVP сети

CVP – customer value proposition

- У каждой сети и у каждого формата внутри сети CVP разный
- От его направленности зависит ассортиментная политика
- Чем лучше производитель знает и понимает CVP сети, тем выше шансы на заведение новинок и более эффективное управление текущим продуктовым портфелем

Судя по CVP X5 Group бросать проекты по улучшению себестоимости нельзя ни на минуту



Магазин у дома с самыми выгодными ценами на полке



Лидер сегмента жестких дискаунтеров, лучшие СТМ



Супермаркет первого выбора с уникальным ассортиментом

**ЦЕНА –
ПРИОРИТЕТ
ДЛЯ ВСЕХ
СЕГМЕНТОВ!**

Тренд 4. Уникальность продукта должна быть очевидной

Рациональная и эмоциональная дифференциация от конкурентов

Реальные/физические отличия

- Качественные характеристики продукта (консистенция, собственно качество/натуральность, калорийность, энергетическая и пищевая ценность, обогащение витаминами, большее содержание белка)
- Характеристики упаковки (тип упаковки, граммаж фасовки, сроки годности и расширенные условия хранения («теплая полка»), особые характеристики – SRP, reel-эффект и т.д.)
- Инновационный способ производства или инновационность продукта

Иллюзорные/эмоциональные/придуманные отличия

- Удачная «прописка» продукта («деревенское», американские джерки, швейцарский сыр)
- Рецепт от маэстро или гарантия качества от собственника (Эконива и Штефан Дюрр, Дымов)
- Условная принадлежность к ЗОЖ (крафтовая упаковка, нахождение на фермерской полке сети, «чистый состав», клеймы «ЗОЖ», «полезно», «без ГМО», «без сои», «без Е» и т.д.)
- Нетрадиционный или напротив крайне традиционный способ изготовления («уникальные рецепты», но с другой стороны - «по рецептуре советского ГОСТ»)

Тренд 4. Уникальность продукта должна быть очевидной



Danone Corpus | Бразилия

Йогурт со вкусом ежевики и маракуйи, без добавленного сахара



Пеставка

Малина-печенье йогурт



Stay Strong Pro | Дания

Йогурт со вкусом баноффи, обогащенный протеином, без добавленного сахара



Зеленая Линия (Перекресток)

Йогурт греческий
Инжир_Курага



Избенка (Вкусвилл)

Йогурт греческий
Манго Маракуйя

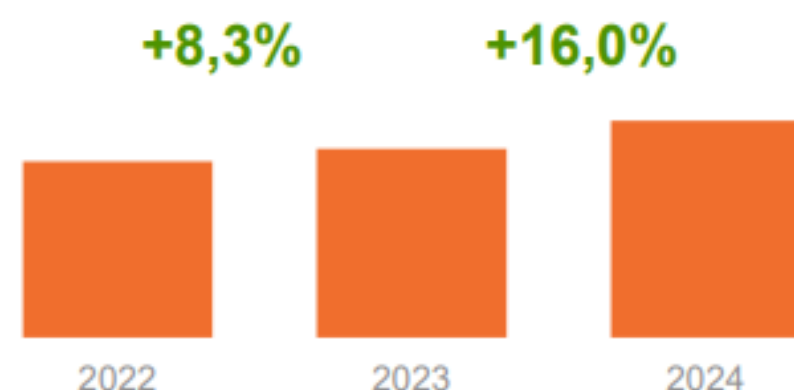
Один из наиболее безопасных способов проверить вкусовую новинку – запустить ее в виде СТМ продвинутой сети

Тренд 5. Каждый год растут/падают разные категории и разные игроки.

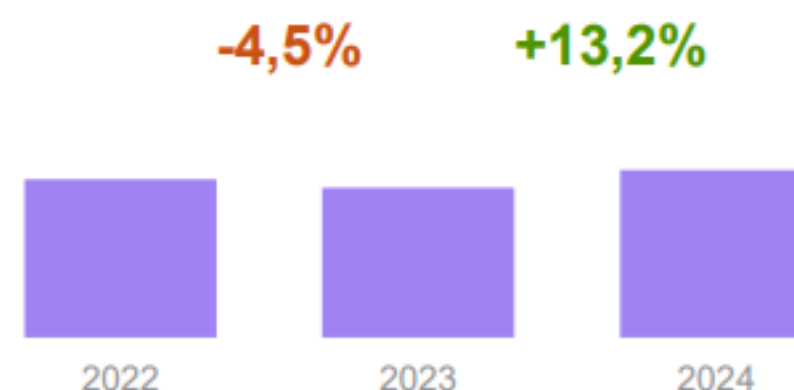
Густые йогурты: как и в случае многих видов молочной продукции, за развитием скрывается множество мелких трендов

Как не пропустить важное и сделать верную ставку?

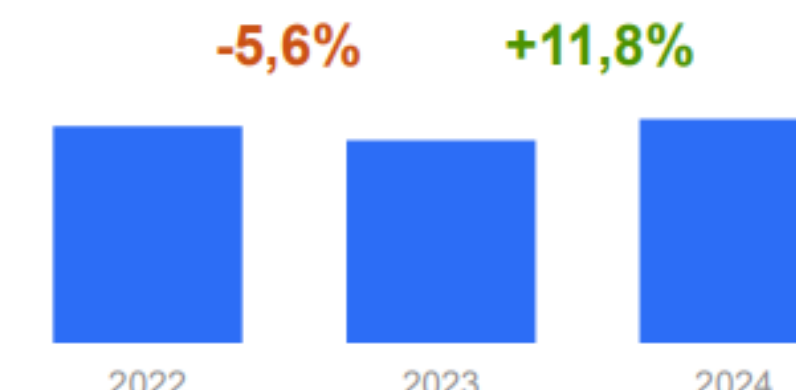
₽ Продажи в рублях



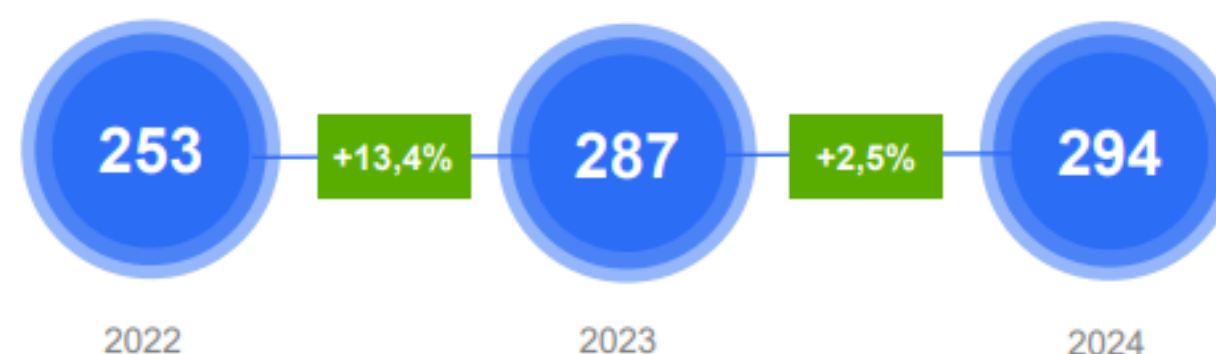
📦 Продажи в килограммах



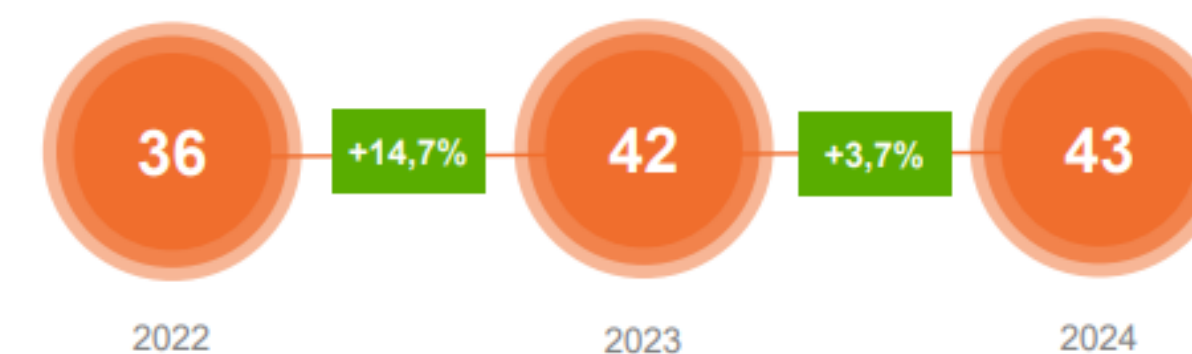
📦 Продажи в упаковках



💰 Средняя цена за килограмм (руб.)



💰 Средняя цена за упаковку (руб.)



Во-1, смотреть глубже

Тренд 5. Каждый год растут/падают разные категории и разные игроки.

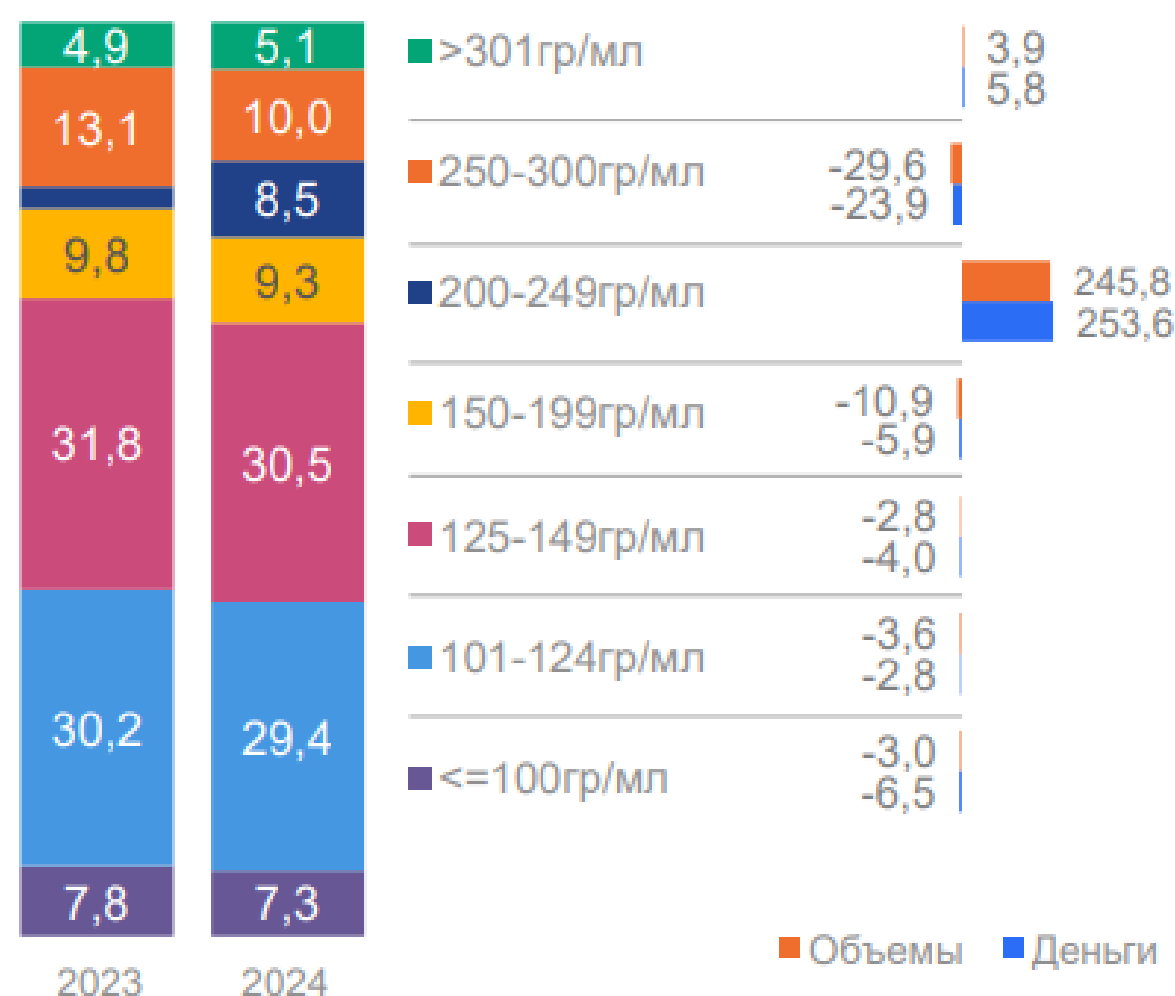
В категории происходят **серьезные изменения в структуре продаж**, которые могут быть не очевидны за общими цифрами



Вес

Доля рынка, денежное выражение, %

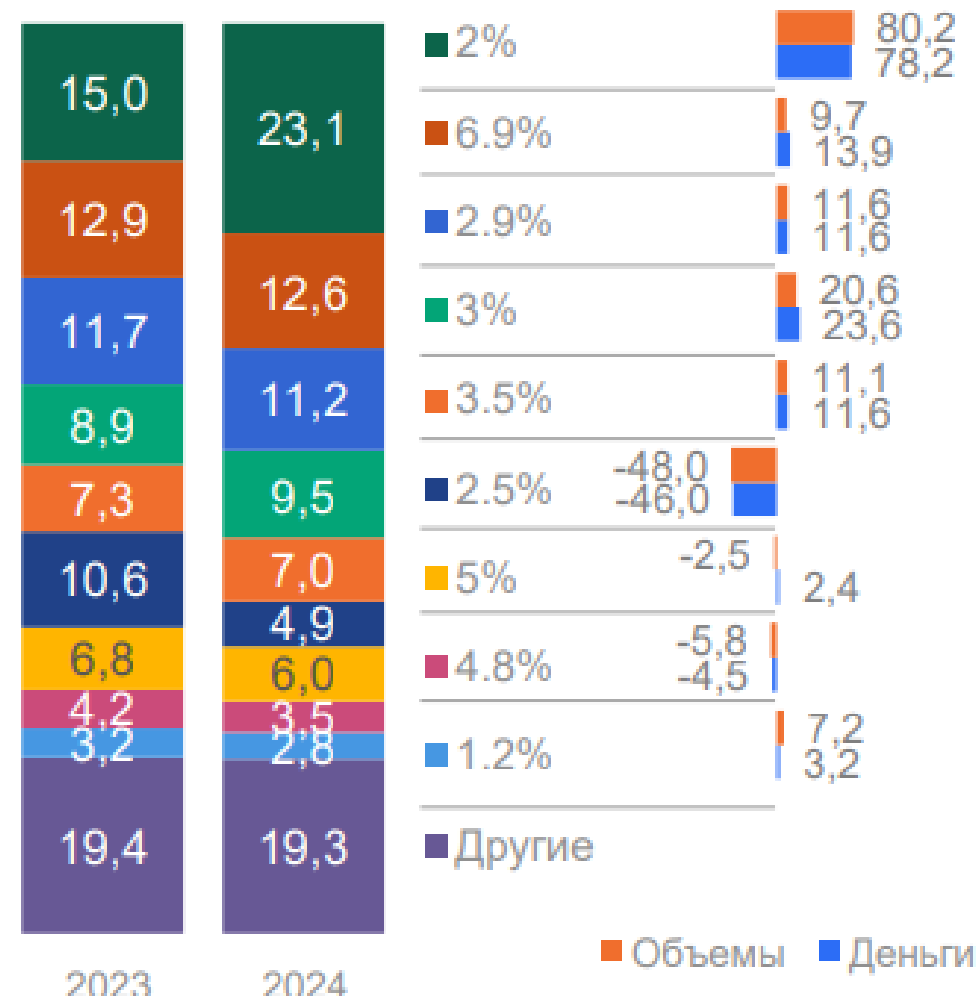
Динамика продаж, 2024 к 2023 году, %



Жирность

Доля рынка, денежное выражение, %

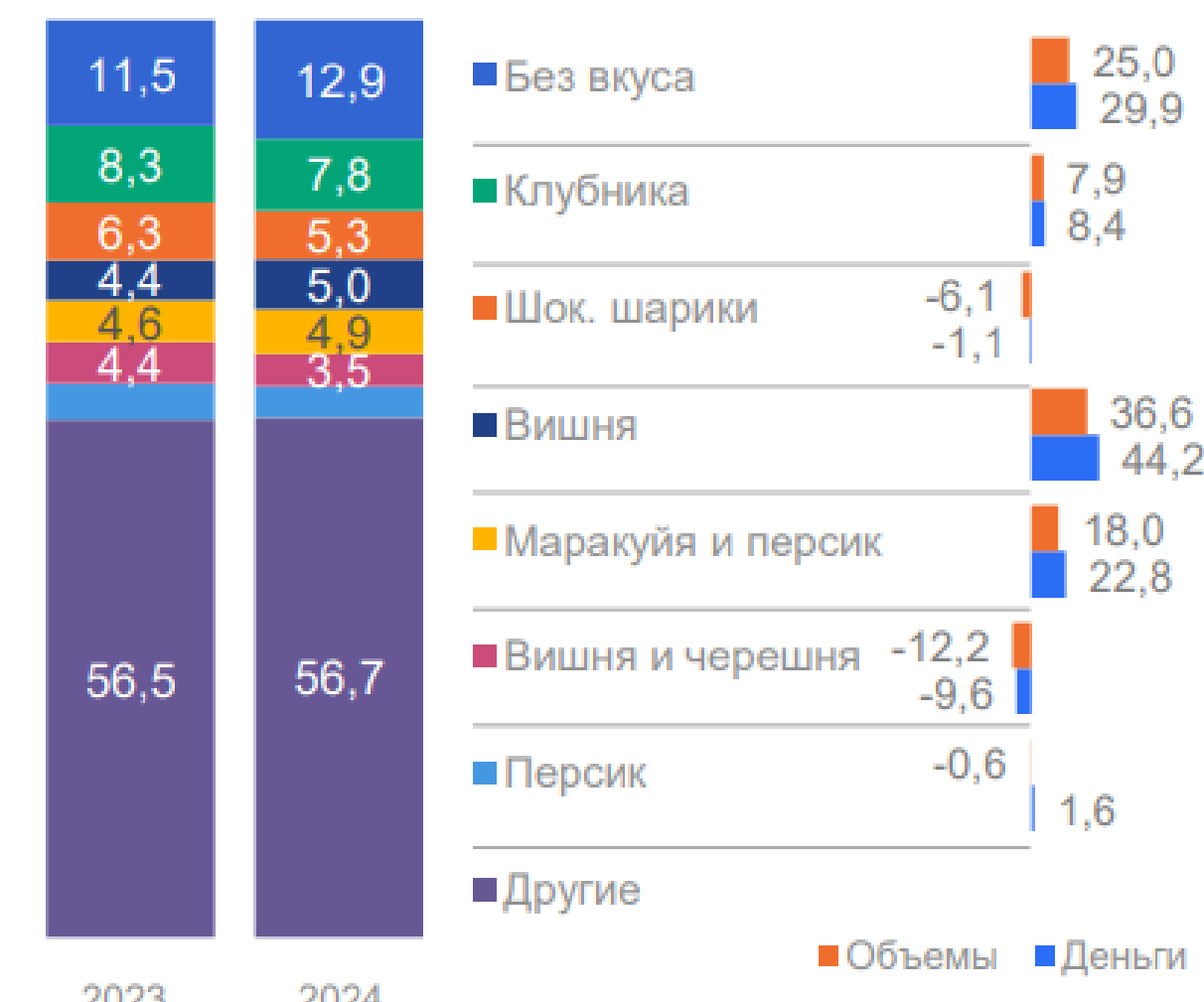
Динамика продаж, 2024 к 2023 году, %



Вкус

Доля рынка, денежное выражение, %

Динамика продаж, 2024 к 2023 году, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен, 12 месяцев по июль 2024, 2023, 2022 = аналогичные периоды ранее.

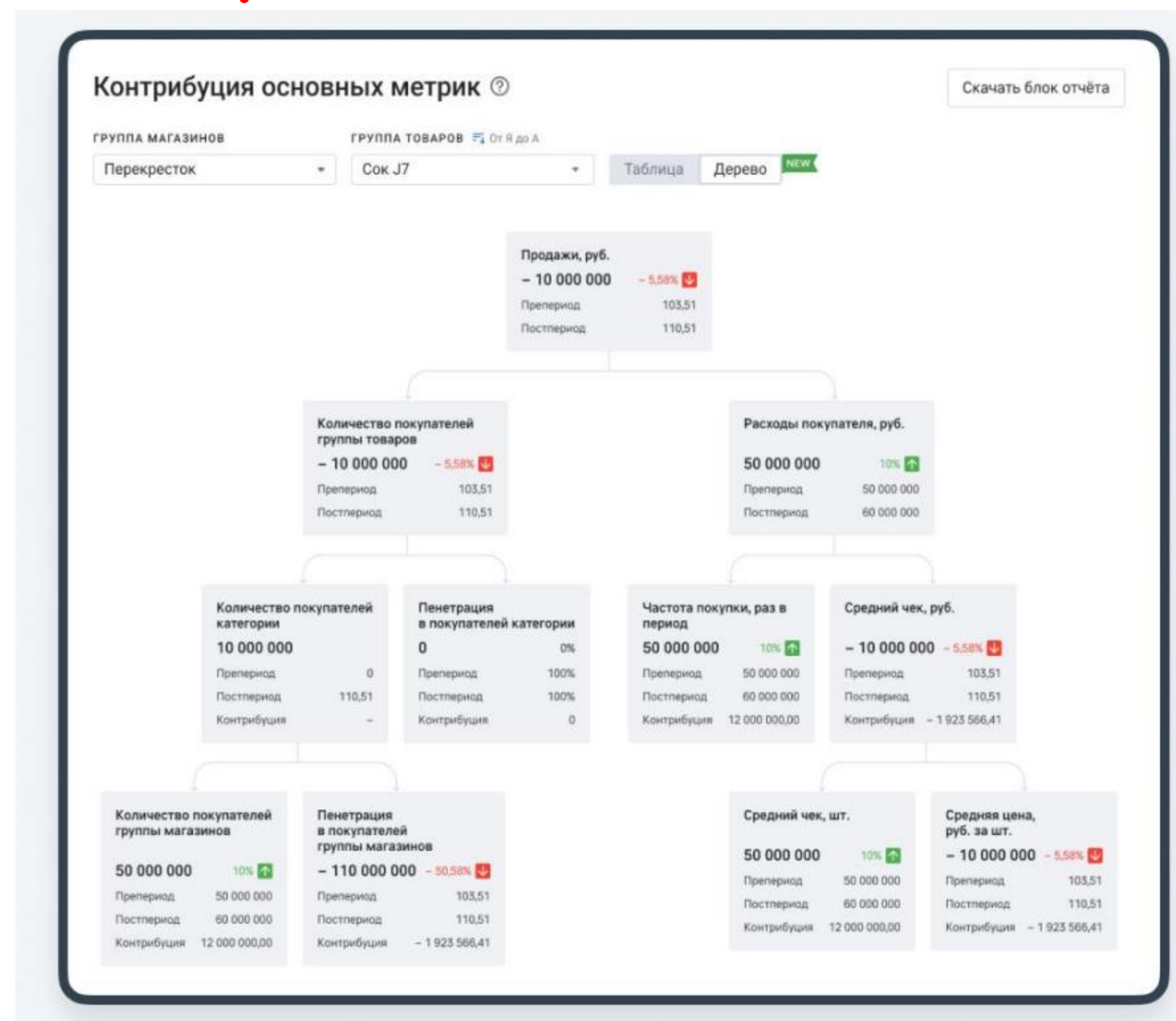
Тренд 5. Каждый год растут/падают разные категории и разные игроки.

Во-2, чтобы увеличить шансы на успех надо

расширять и **ускорять**
аналитический инструментарий.

Критично важны:

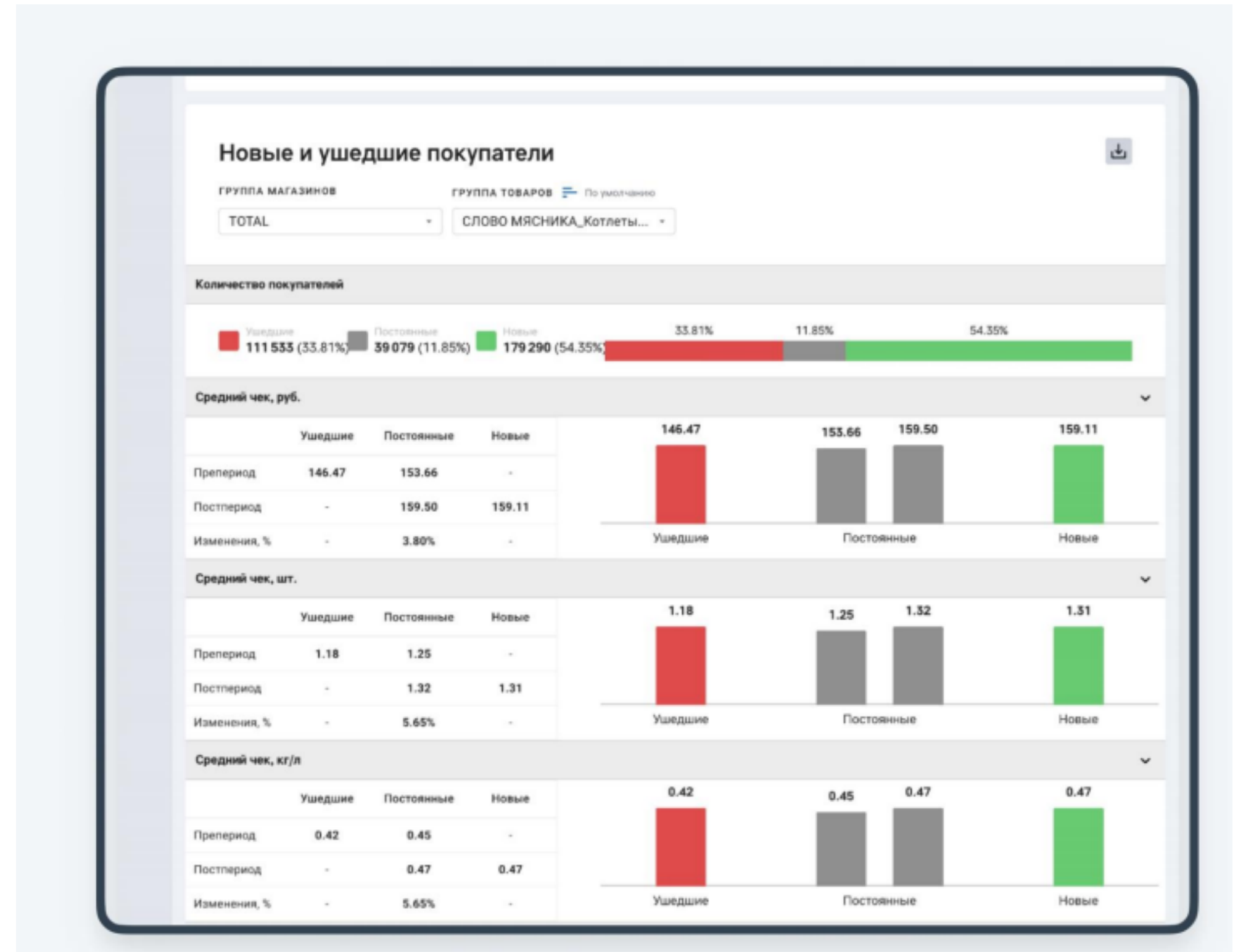
- скорость получения данных
- один язык с партнерами по сбыту
- качественные, а не только количественные данные



Тренд 5. Каждый год растут/падают разные категории и разные игроки.

Важно знать:

- сколько у вас лояльных клиентов, а сколько у конкурентов,
- к кому утекают ваши продажи,
- **И КЛЮЧЕВОЕ – ПОЧЕМУ?**
 - Цена
 - Промо
 - **ИЛИ?**



Тренд 6. ХоРеКа растет и драйвит рост продуктов для нее

- Оборот заведений общественного питания в России в 2023 г. вырос на 12,3% и составил 2,8 трлн руб. (данные ФСГС).
- INFOline считают, что эти значения неполные в силу особенности методологии ФСГС. Реальный рост в 2023 г. на 14% и составил 4,3 трлн руб.
- Демократичные сегменты, такие как QSR и Grab&Go, продолжают оставаться ключевыми факторами роста в отрасли.
- Сети FMCG также представляют значительную конкуренцию, увеличивая долю готовой еды на своих полках и открывая собственные кафе внутри магазинов, что часто оказывается более выгодным для потребителя с точки зрения цены.



Тренд 6. ХоРеКа растет и драйвит рост продуктов для нее

Компания **ЭДВАНТА** предлагает проверенные решения своего R&D (рецептуры + ингредиенты) для самых значимых продуктов данного сегмента:

творожный сыр для суши, роллов, десертов и чизкейков;
моцарелла и сыр для пиццы для пиццерий, фаст-фуда, для перекуса,
для производства полуфабрикатов, сырных палочек;

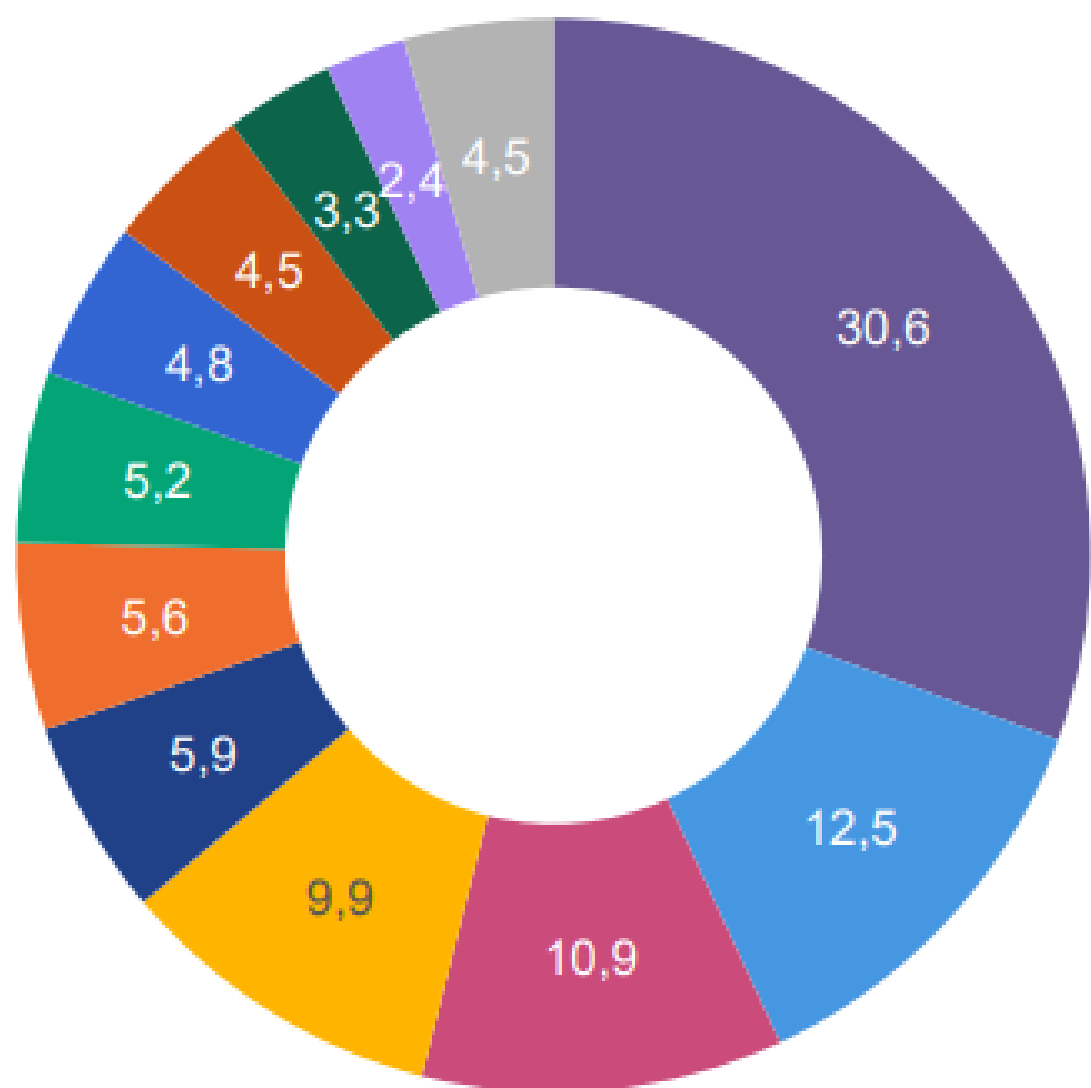


- термостабильный сыр для жарки, колбас, сосисок, кондитерских изделий;
- сырные соусы для фаст-фуда, сэндвичей, буритто;
- сыр типа Фета для греческого салата, для ресторанов, кафе и кондитерских;
- слайсы сыра типа Чеддер для бургеров, сэндвичей и горячих бутербродов;
- сливочный сыр Маскарпоне для тортов, десертов, замена масляного крема.



Тренд 7: Опять без СТМ – никуда. Динамика говорит сама за себя

Структура продаж СТМ,
денежное выражение, 12 месяцев по июль 2024, %



Динамика продаж,
натуральное выражение, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по июль 2024. 2023, 2022 = аналогичные периоды ранее.

Тренд 7: Опять без СТМ – никуда. Доли сигнализируют тоже самое

Доля СТМ в половине категорий **растет**, почти в половине **стабильна**

Исключением стали гранулированный творог и ряженка

Доля продаж,
натуральное выражение, %

	12 месяцев по Август 2023, %	12 месяцев по Август 2024, %
Масло и маргарин	13%	14%
Сливки	18%	24%
Творог	12%	13%
Творожные десерты	3%	3%
Питьевые йогурты	4%	4%
Глазированные сырки	12%	14%
Гранулированный творог	17%	16%
Твердый сыр	25%	25%
Кефир	15%	15%
Жидкие молочные десерты	1%	2%
Пастеризованное молоко	12%	12%
Стерилизованное молоко	17%	19%
Молоко с соком	1%	1%
Плавленый сыр	10%	13%
Простокваша	4%	4%
Ряженка	10%	9%
Мягкий сыр	14%	16%
Сметана	8%	9%
Ложковые йогурты	3%	3%

ВАЖНО! СТМ и бренды производителей развиваются разным путем



И напоследок про старые тренды, которые устойчиво набирают популярность

- ЗОЖ, ПП и долгожительство
- Эко-повестка
- Продукты (почти) готовые к употреблению
- Семейная упаковка или даунсайзинг?
- Cherry picking (выбор лучшего за «недорого»)



Старо-новые потребительские ожидания

ЗОЖ, ПП и долгожительство

- НАФИ: 43% россиян стали чаще придерживаться правил здорового питания в 2023 году, а 46% чаще заниматься спортом. 57% молодежи до 24 лет активно занимаются спортом.
- Анкетолог: 79% россиян ведут активный образ жизни, 72% следят за своим здоровьем и 58% стараются правильно питаться. 74% потребителей с высоким доходом покупают продукты для ПП раз в неделю и чаще

!!! по разным оценкам рынок ЗОЖ-продуктов растет ежегодно на 6-9%



Свежесть | Савушкин продукт
два освежающих вкуса с фруктовыми соками и молочной сывороткой: облепиха-апельсин-имбирь и лимон-мята-огурец.



Lactose Free | Viola
Безлактозный йогурт: нейтральный без сахара, «Медовая дыня и семена чиа», «Клубника-маракуйя», «Малина-чёрная смородина».

Как меняются покупательские предпочтения?

Динамика продаж,
12 месяцев по июль 2024, %

22,1%

составила динамика продаж категории в денежном выражении

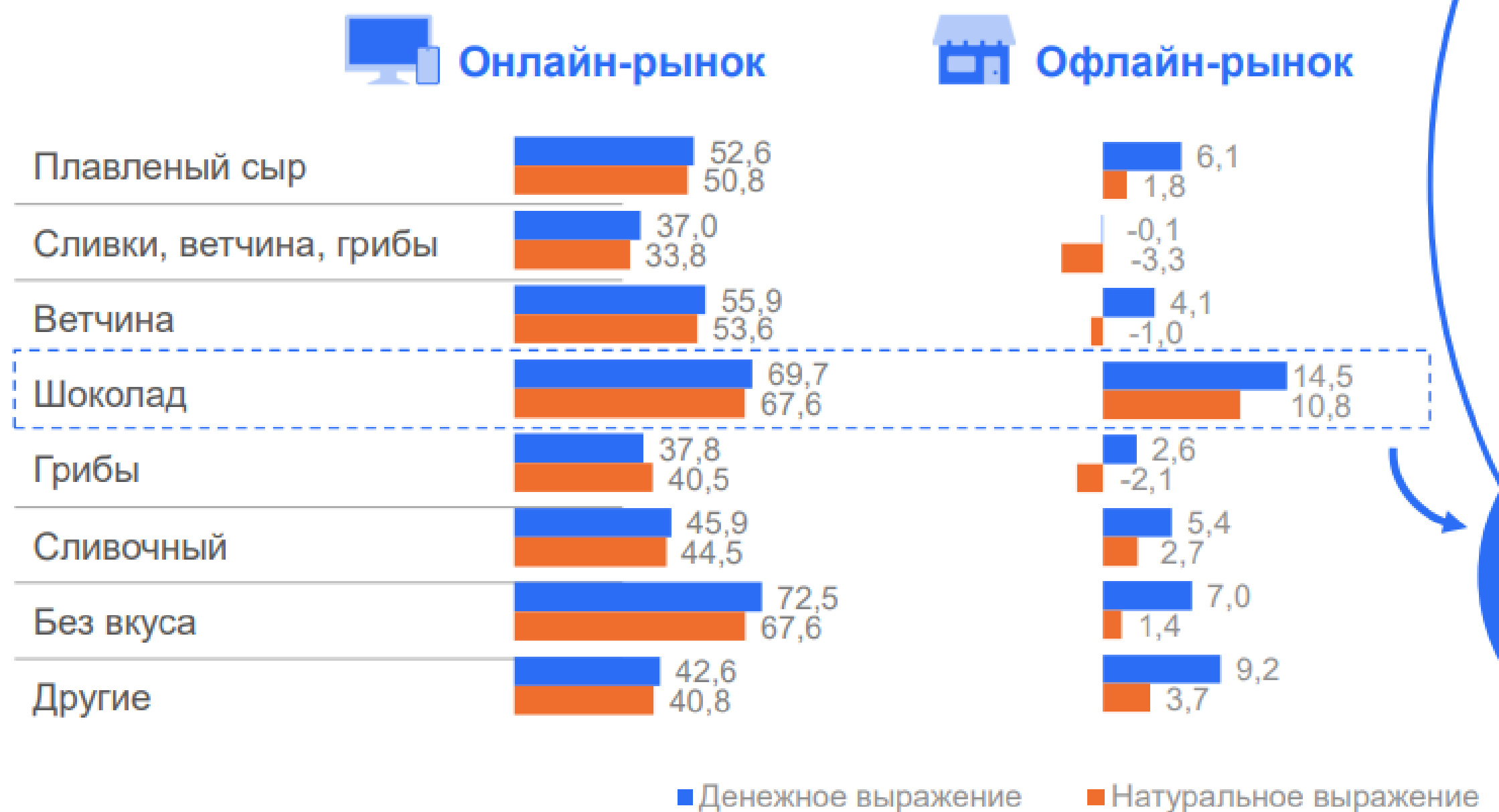
Мягкие сыры



Одновременно с ЗОЖ потребитель очень хочется подсластить себе жизнь...

Продажи плавленых сыров со вкусом шоколада активно растут и в онлайн, и в офлайн-канале

Динамика продаж плавленого сыра,
12 месяцев по июль 2024, %



Эко-повестка – уже не просто дань моде

При выборе материала мы рекомендуем ориентироваться на степень предпочтительности упаковки для товаров в X5 Retail Group, установленную в соответствии с вышеперечисленными критериями:

Наиболее предпочтительные материалы упаковки:

- Полимеры:
 - полиэтилентерефталат (ПЭТ, ПЭТФ / PET / 01);
 - полиэтилен высокой плотности (ПВП, ПНД / HDPE / 02);
 - полиэтилен низкой плотности (ПНП, ПВД / LDPE / 04);
 - полипропилен (ПП / PP / 05).
- Бумага, картон, гофрокартон, древесина из ответственных источников:
 - бумага (PAP / 22);
 - картон (PAP / 21);
 - гофрокартон (PAP / 20);
 - древесина (FOR / 50).
- Стекло и металлы:
 - стекло (GL / 70-74);
 - алюминий (AL / 41);
 - сталь нержавеющая (Fe / 40).

Менее предпочтительные материалы упаковки

- Биоразлагаемые материалы:
 - из ископаемого сырья (PBAT, PBS, PCL, PVAL, PGA);
 - из природного сырья (PLA, PHA).
- Комбинированные материалы.

Наименее предпочтительные материалы упаковки

- Полимеры:
 - поливинилхлорид (ПВХ / PVC / 03);
 - полистирол (ПС / PS / 06);
 - другие виды пластика или сочетания нескольких видов (OTHER / 07).

Семейная упаковка или даунсайзинг?

Рациональное потребление («экономия вслух») набирает обороты и становится модным.

А значит дорогу семейной упаковке, штучной разовой фасовке и снижению веса упаковки

Пока ...нет борьбы с шринкфляцией со стороны государства



Популярные сегменты:

Продукты для перекуса на ходу

Продукты готовые к употреблению

Продукты, подготовленные

для готовки

**Готовые охлажденные блюда в сетях
растут на 33,8% год к году!**

Пятёрочка Кафе

Делает вкусное удобным

Российский бренд, объединяющий свежий хлеб и выпечку, готовую кулинарию и свежемолотый кофе

Качество и выгода от «Пятёрочки»



Тренд 7. Старо-новые потребительские ожидания

Почему растут эти сегменты?

- рынок готовой еды в России в 2024 году по прогнозу аналитиков (сети + хорека) вырастет на 38,8%
- предполагается, что по итогам 2024 года объем рынка готовой еды превысит 1 трлн рублей
- при этом аналитики говорят о том, что с каждым годом темпы роста рынка готовой еды в России ускоряются. В 2017–2023 годах он ежегодно рос всего на 17%.

Тренд 7. Старо-новые потребительские ожидания

Cherry picking_Выбор лучшего недорогого

- покупка повседневных товаров с максимальной экономией, но без ущерба для качества потребительской корзины
- черри-пикеры или охотники за скидками ищут возможности существенно снизить свои повседневные расходы, при этом они не готовы покупать товары более низкого качества, чем обычно.




Скир со вкусом
страчаттеллы и шоколад



ЭДВАНТА

Предлагает широкий ассортимент:

- закваски лиофилизированные прямого внесения Lyofast (Италия) и SUMIR (Россия) для сметаны, творога, ряженки, кефирных продуктов, биопродуктов, мягких, полутвердых и твердых сыров, сыров с плесенью;
- защитные культуры;
- ферменты и ферментные препараты;
- эмульгирующие соли нового поколения для всех видов плавленых сыров;
- функциональные добавки на основе молочного белка;
- стабилизаторы для молочных и плавленых продуктов;
- вкусоароматические добавки и специи.



**Пример внешнего вида продукции*



Альбина Искакова

Эксперт в области
маркетинга и продаж

Чем я могу быть вам полезна?

- Консультации,
- Аудиты,
- Стратегических сессии,
- Тренинги по маркетингу и продажам



T: +7 993 592 04 95

E: iskakova@marketingconsultant.ru

W: marketingconsultant.ru