

ПРЕСС-РЕЛИЗ



ТЕТРА ПАК ПРОГНОЗИРУЕТ РОСТ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЖИДКИХ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ ДЛИТЕЛЬНОГО ХРАНЕНИЯ НА РАЗВИТЫХ РЫНКАХ В 2009 ГОДУ

Согласно прогнозам компании, комплексный годовой коэффициент роста мирового потребления жидких молочных продуктов до 2012 года составит 2,2 %

ЛОЗАННА, Швейцария, 3 декабря 2009 г. – Показатели, публикуемые сегодня в новом выпуске «Индекса рынка молочных продуктов Тетра Пак», который отражает события, цифры и тенденции в мировой молочной промышленности, наглядно иллюстрируют тот факт, что ожидаемый рост потребления молока длительного хранения и других жидких молочных продуктов длительного хранения на развитых рынках за период с 2008 по 2009 год составит 0,6 %. Такой рост приходится на период мирового экономического кризиса, в то время как общий уровень потребления жидких молочных продуктов (длительного хранения и пастеризованных) на развитых рынках, согласно прогнозам, упадет на 1,2 % за период с 2008 по 2009 год.

«Несмотря на то, что кризис затронул многие отрасли промышленности, он меньше сказался на сфере потребления молока и жидких молочных продуктов, – заявил Деннис Йонссон, Президент и Управляющий директор компании Тетра Пак. - Молоко – это здоровый, питательный и доступный продукт: 44% населения в мире пьют его ежедневно. Хотя мы видим, что потребительский спрос в данной категории несколько сместился в сторону менее дорогих продуктов, рынок в целом остаётся стабильным».

Как следует из нового выпуска «Индекса рынка молочных продуктов Тетра Пак», ожидается, что глобальное потребление молока и других жидких молочных продуктов возрастет на 1,3% за период с 2008 по 2009 год. Согласно прогнозу, к концу 2009 года мировое потребление жидких молочных продуктов достигнет примерно 263 млрд. литров – по сравнению с 259 млрд. литров в 2008 году. Если включить в эти данные соевое молоко и другие заменители, например, молоко на рисовой, ореховой и зерновой основе, эта цифра возрастет до 284 млрд. литров.

Прогноз роста мирового потребления

По прогнозам Тетра Пак, ожидается дальнейший рост мирового потребления жидких молочных продуктов, причем комплексный годовой коэффициент роста в период с 2009 по 2012 год составит 2,2% – как и предполагалось в начале этого года.

Главным образом, рост придется на развивающиеся рынки, чей вклад в рост мирового потребления жидких молочных продуктов с 2005 по 2008 год составил 95,8 %, в силу таких факторов, как увеличение численности населения, повышение доходов и относительная новизна жидких молочных продуктов.

ПРЕСС-РЕЛИЗ

Развитые рынки, составляющие около трети (32%) мирового потребления жидких молочных продуктов, сталкиваются с более трудной ситуацией, потому что на многих из них уровень потребления молока на душу населения уже и так высок. Так, например, Ирландия является мировым лидером по уровню потребления пастеризованных молочных продуктов и молочных продуктов длительного хранения на душу населения, где оно составляет 160 литров в год, тогда как в Китае – всего 19 литров в год. Однако, как отмечается в «Индексе рынка молочных продуктов Тетра Пак», производители молочных продуктов на развитых рынках не бездействуют и находят новые способы стимулировать рост.

Майкл Зака, Вице-президент по маркетингу и развитию бизнеса компании Тетра Пак, дал следующий комментарий: «На развитых рынках Северной Америки, Западной Европы и Австралии, где уровень потребления молока уже высок, чтобы стимулировать новый рост потребления, производители разрабатывают новые продукты и ситуации потребления, позиционируют молоко новым, привлекательным образом, приспосабливаются к потребительским тенденциям и рекламируют преимущества продуктов длительного хранения.

Например, в Канаде производители позиционируют молоко с длительным сроком хранения как продукт, особо привлекательный тем, что его удобно хранить в загородных домах и брать с собой в походы, где сложно обеспечить охлаждение. А в Испании производители молочной продукции стимулируют рост потребления, создавая новый сегмент рынка: обогащенное и функциональное молоко. В число этих продуктов входит молоко с добавлением кальция для укрепления костей и молоко с жирными кислотами Омега-3 для профилактики сердечных заболеваний».

Жидкие молочные продукты длительного хранения: важнейший сектор для стимуляции роста потребления

Одна из ключевых областей роста потребления во всем мире, как на развитых, так и на развивающихся рынках, – жидкие молочные продукты длительного хранения (продукты, которые могут долгое время храниться при комнатной температуре). На развитых рынках, которым уделяется основное внимание в последнем выпуске «Индекса рынка молочных продуктов Тетра Пак», комплексный годовой коэффициент роста потребления жидких молочных продуктов длительного хранения с 2009 по 2012 год, по прогнозам, достигнет 0,7%.

Рост потребления на развитых рынках стимулируют четыре основных фактора:

1. Общее стремление к здоровому образу жизни, которое увеличивает спрос на обогащенные продукты, часто продаваемые в упаковке, позволяющей хранение при комнатной температуре. Например, в Испании, благодаря пропаганде здорового образа жизни со стороны производителей молочных продуктов, правительства и региональных отделов здравоохранения, на долю обогащенного молока приходится 20% всего потребляемого молока в стране. Сюда включается молоко с добавлением кальция, молоко, содержащее жирные кислоты Омега-3, молоко, разработанное для детей, и безлактозное молоко.

ПРЕСС-РЕЛИЗ

2. Деловой, напряженный стиль жизни, который заставляет находить удобные решения, дающие экономию времени. Например, в США родители стали покупать в больших количествах молоко длительного хранения, специально предназначенное для детей раннего и дошкольного возраста. Они могут хранить такое молоко дома – таким образом, исчезает необходимость частых походов в супермаркет.
3. Желание наслаждаться жизнью даже в текущих условиях экономического спада, позволяя себе небольшие удовольствия и создавая новые ситуации потребления, для которых подходят продукты длительного хранения. Это стимулирует потребление ароматизированного молока на развитых рынках – как среди взрослых, так и среди детей. В Германии, например, дети пьют ароматизированное молоко в школах, а в США оно стало популярным дополнением к завтраку у взрослых и к обеду у детей.
4. Растущее стремление к экономии, применение потребителями различных методов, позволяющих сберечь деньги. Например, в некоторых странах продукты длительного хранения (в отличие от пастеризованных продуктов) продаются в торговых точках, ориентированных на более низкие цены, а в других – предлагаются в рамках рекламных акций, проводимых в магазинах розничной торговли, во время которых потребители могут купить продукты в больших количествах по выгодным ценам.

Ароматизированное молоко и соевое молоко: новые возможности для роста потребления на развитых рынках

В то время как белое молоко является крупнейшим сегментом в категории жидкие молочные продукты на развитых рынках, – его доля составляет 76 %, – производители также рассчитывают на ароматизированное молоко и соевое молоко как на новые возможности для роста уровня потребления. За последние 12 месяцев в Великобритании, Испании, Канаде и Австралии возросло потребление ароматизированного молока, которое после белого молока является самым крупным сегментом жидких молочных продуктов на развитых рынках, хотя поначалу объемы его потребления были невелики.

Прогнозируется рост потребления соевого молока, которое часто позиционируется как полезная натуральная альтернатива коровьему молоку и предполагаемый комплексный годовой коэффициент роста потребления этого продукта за период с 2006 по 2009 г. составляет 1,0%. Ожидается, что в период с 2009 по 2012 год рост потребления ароматизированного молока и соевого молока во всем мире будет продолжаться, и при этом комплексный годовой коэффициент роста потребления этих двух продуктов составит, соответственно 3,3% и 3,1%.

ПРЕСС-РЕЛИЗ

ОБ «ИНДЕКСЕ РЫНКА МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ»

«Индекс рынка молочных продуктов» - это полугодовой отчет Тетра Пак, призванный помочь производителям молочных продуктов в определении новых возможностей для роста. В отчете содержится информация о фактах, цифрах и основных тенденциях в мировой молочной промышленности. Данные для этого отчета получены как в компании Тетра Пак, так и из внешних источников и проанализированы экспертами рынка молочной промышленности Тетра Пак. «Индекс рынка молочных продуктов» также включает анализ промышленности, проведенный Тетра Пак на основе постоянного сотрудничества компании с заказчиками в области молочного производства, правительственными органами, негосударственными и общественными организациями в разных странах на всех этапах производственной цепи в молочной промышленности.

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ РЕДАКТОРОВ: Чтобы скачать «Индекс рынка молочных продуктов», зайдите на сайт <http://www.tetrapak.com/dairyindex>. По этой ссылке вы также найдете дополнительные материалы, такие как водкаст выступления Исполнительного директора, графики и фотографии.

О КОМПАНИИ ТЕТРА ПАК

Тетра Пак является мировым лидером в области решений для переработки и упаковки пищевых продуктов. Совместно со своими заказчиками и поставщиками, мы предоставляем полезные, инновационные и экологически безопасные продукты миллионам людей по всему миру. Тетра Пак работает в более чем 150 странах и насчитывает свыше 20 000 сотрудников. Мы убеждены, что положение лидера в индустрии немыслимо без ответственного подхода к бизнесу, ориентированного на устойчивое развитие. Наш девиз – «СОХРАНЯЯ ЛУЧШЕЕ» - отражает стремление компании сделать продукты питания безопасными и доступными повсеместно. Более подробно о Тетра Пак см. www.tetrapak.com

За более подробной информацией, пожалуйста, обращайтесь:

Ирина Жукова

Руководитель отдела по связям с общественностью

ЗАО «Тетра Пак»

Тел. (7-495) 787-80-00

e-mail: irina.zhukova@tetrapak.com

www.tetrapak.su