



Тенденции развития рынка жидких молочных продуктов в России

I. Потребление жидких молочных продуктов в РФ (на душу населения)

Потребление молока и других жидких молочных продуктов в 2009 году по сравнению с 2008 годом в России остается стабильным – снижение на 0,5% находится в рамках арифметической погрешности. По нашему мнению, это происходит потому, что, несмотря на кризис, покупатели не отказываются от молока как от базового продукта, но стремятся к экономии. Кризисные веяния проявляются в изменении продуктовых предпочтений - потребители стали меньше покупать функциональные продукты с более высокой добавленной стоимостью и предпочитают более простые по составу молочные продукты.

Однако потребление жидких молочных продуктов на душу населения в России составляет около 73 литров в год, что является довольно низким показателем по сравнению со странами Западной Европы, а это означает, что у нас есть огромный потенциал для роста.

Молоко является одним из основных продуктов здорового питания, источником витаминов и кальция, поэтому необходимо стимулировать увеличение его потребления.

Мы поддерживаем усилия Российского правительства и Министерства сельского хозяйства по популяризации потребления молока, участвуя, совместно с нашими заказчиками в различных мероприятиях, направленных на повышение уровня осведомленности населения о молоке, например, «Праздник хлеба и молока» в Москве в этом году.

II. Структура рынка жидких молочных продуктов

В России все еще много неупакованного молока (около 28% от общего объема производимого молока), но молоко в упаковке, в соответствии с общемировой тенденцией, пользуется все большим спросом и на российском рынке, т.е. молочный рынок России развивается за счет роста его упакованного сегмента.

Основу рынка жидких молочных продуктов составляет белое молоко (58%). Но характерной особенностью российского рынка является большая доля традиционных кисломолочных продуктов.

III. Упакованное белое молоко

Упакованное белое молоко, в свою очередь, делится на ультрапастеризованное и пастеризованное молоко. Годовой рост упакованного белого молока в этом году составил 1,5 %

При этом сегмент ультрапастеризованного молока является наиболее быстрорастущим сегментом рынка.

В натуральном выражении (в литрах) сегмент ультрапастеризованного молока в 2009 году вырос на 5% по сравнению с 2008 годом.

IV. Ароматизированное молоко

Как упоминается в «Индексе рынка молочных продуктов Тетра Пак», для того чтобы стимулировать рост потребления, производители в развитых странах обращаются к новым продуктам, таким как ароматизированное молоко и соевое молоко. В России рынок ароматизированного молока невелик, но демонстрирует рост. В натуральном выражении этот рост в 2009 году составляет 5,4 %. Рынок соевых напитков практически не развит (2 млн. литров).

V. Наиболее быстрорастущие экономичные форматы упаковки

Несмотря на кризис, покупатели не отказываются от молока как от базового продукта, но стремятся к экономии. Данная тенденция проявляется в переходе потребителей на более экономичные "семейные" форматы упаковки.

Согласно нашим данным, в продажах ультрапастеризованного молока выросла доля больших форматов (1,5-2л) (с 9,7 до 10,3 % - сравнение 1 полугодия 2008 и 1 полугодия 2009 г.г.).

В экономичном сегменте также заметен успех упаковки Tetra Fino Aseptic (TFA). На сегодняшний день в TFA разливается уже почти 17% всего российского ультрапастеризованного молока, молоко в этой упаковке есть практически во всех регионах России.

Объем продаж упаковки TFA в России вырос на 33,9% (1-е полугодие 2009 г. к 1-му полугодию 2008 г.).

VI. Тенденции развития рынка жидких молочных продуктов в России

В целом мы ожидаем дальнейшего развития сегмента ультрапастеризованного молока, что связано с усилением ряда потребительских тенденций:

- Молоко является неотъемлемой частью рациона питания человека
- ультрапастеризованное молоко – это натуральный, питательный и удобный в потреблении продукт, не содержащий консервантов.
- изменение стиля жизни городского населения – занятость оставляет меньше времени на магазин – продукты покупаются реже

Это также связано с динамичным развитием розничной торговли:

- традиционные магазины уступают место розничным сетям. Ультрапастеризованное молоко обладает большим сроком хранения и обеспечивает экономичную логистику.
- Наибольший рост будет наблюдаться в регионах. Потребление такого молока в крупных городах уже достаточно высоко. Так, в Москве доля ультрапастеризованного молока превышает 75%.
- Дальнейшая диверсификация продукции – появление продуктов в новых форматах упаковки, усиление акцента на удобство упаковки (рост использования различных видов крышек, т.д.). Сейчас уже практически каждая третья упаковка молока снабжена крышкой.