Российский рынок мороженого

Геннадий Алексеевич Яшин,
генеральный директор Союз мороженщиков России

2021 г. стал для российского рынка мороженого самым успешным за период анализа с 2010 г. Объемы производства, которые практически были равны объему рынка, достигли 527,2 тыс. т, рост производства — 17,3 % (рис. 1). Однако по итогам 2022 г. ожидается, что объем производства составит около 470 тыс. т, на 10,8 % ниже показателя 2021 г. и на 4,6 % выше совокупного производства в 2020 г. (прогноз «Лаборатории трендов»).

Динамика российского рынка мороженого в натуральном и денежном выражении представлена в табл. 1 и на рис. 2. Экспорт и импорт мороженого в 2022 г. пока сложно оценить, поэтому прогнозная емкость рынка принята на уровне внутреннего производства.

Падение объемов производства в 2022 г. выявлено по всем регионам (табл. 2), сильнее всего в Уральском и Сибирском федеральных округах. При этом структура производства мороженого в январе — сентябре 2022 г. отличается от структуры по итогам 2021 г. Лидерство сохраняют Центральный и Приволжский федеральные округа, причем по итогам 10 месяцев 2022 г. по сравнению с 2021 г. Центральный округ потерял 1,24 %, а в Приволжском — прирост на 1,43 %.

На тройку лидеров по производству (Сибирский, Приволжский и Центральный федеральные округа) совокупно за 10 месяцев 2022 г. пришлось 69,6 % общероссийского производства (в 2021 г. — 71,03 %). Такое падение производства и рынка, объем которого в натуральном выражении примерно равен объему производства, обусловлено несколькими причинами.

Прежде всего — это менее теплый летний сезон. В 2021 г. лето было одним из самых жарких в истории метеонаблюдений, и была установлена очень высокая планка, в том числе под влиянием постепенного роста домашнего потребления, но сохранять объемы производства и продаж на том же уровне без помощи температурных рекордов очень сложно (эффект высокой базы).

Следующая причина — глобальные изменения во внешней среде, оказывающие влияние на бизнес и конечных потребителей. Из-за нарушения логистических цепочек, ухода части поставщиков с российского рынка и роста стоимости упаковки

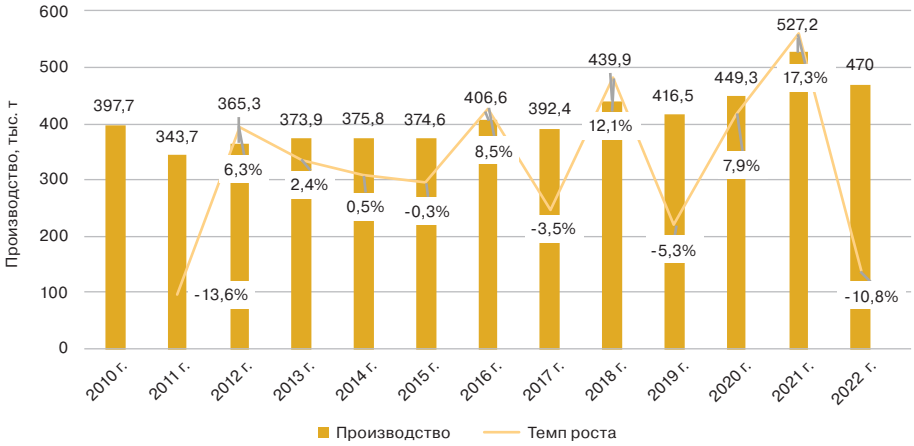

Рис. 1. Производство мороженого и замороженных десертов в РФ (данные Союза мороженщиков России и Росстата, расчеты «Лаборатории трендов»)

Таблица 1

Динамика рынка мороженого в России (данные Росстата, расчет «Лаборатории трендов»)

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г. (прогноз)
Импорт, тыс. т	9,75	11,06	13,19	14,66	19,45	18,2	–
Экспорт, тыс. т	17,21	18,96	19,99	22,26	26,05	33,04	–
Производство, тыс. т	406,6	392,4	439,9	416,5	449,3	527,2	470
Емкость рынка, тыс. т	399,1	384,5	433,1	408,9	442,7	512,4	470
Средняя потребительская цена, руб/кг	351,6	386,9	405,6	435,5	466,6	506,4	609,1
Емкость рынка, млрд руб.	140,3	148,8	175,7	178,1	206,6	259,5	286,3
Темп роста, %	–	6,0	18,1	1,4	15,98	25,62	10,3

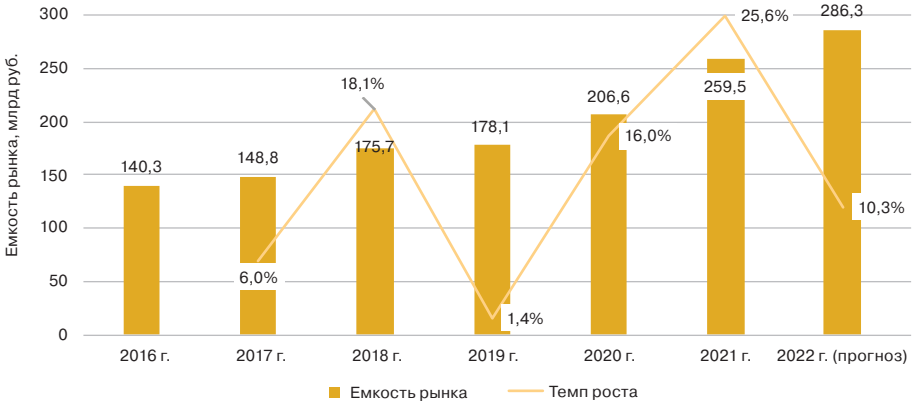

Рис. 2. Динамика рынка мороженого в России (данные Росстата, расчет «Лаборатории трендов»)

Таблица 2

Производство мороженого и замороженных десертов по федеральным округам (данные Союза мороженщиков России и Росстат, расчеты «Лаборатории трендов»)

Регион	Объем производства, т						
	2021 г.	январь–октябрь 2021 г.	январь–октябрь 2022 г.	январь–октябрь 2022 г. к январю–октябрю 2021 г.		Доля региона, %	
				т	%	2021 г.	январь–октябрь 2022 г.
РФ	527 188	470 509	428 929	–41 580	–8,84	100,00	100,00
ЦФО	192 654	160 437	140 948	–19 489	–12,15	34,10	32,86
СЗФО	42 397	39 672	36 760	–2 912	–7,34	8,43	8,57
ЮФО	67 413	61 116	58 528	–2 588	–4,23	12,99	13,65
СКФО	12 455	11 914	10 690	–1 224	–10,27	2,53	2,49
ПФО	91 325	85 439	84 026	–1 413	–1,65	18,16	19,59
УФО	21 795	20 029	16 887	–3 142	–15,69	4,26	3,94
СФО	90 493	83 998	73 766	–10 232	–12,18	17,85	17,20
ДФО	8 657	7 901	7 320	–581	–7,35	1,68	1,71

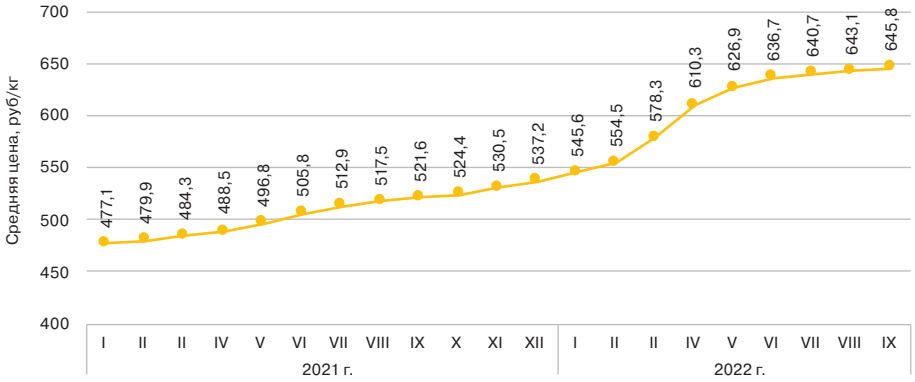

Рис. 3. Динамика средних потребительских цен на мороженое в 2021–2022 гг. (данные Росстата)

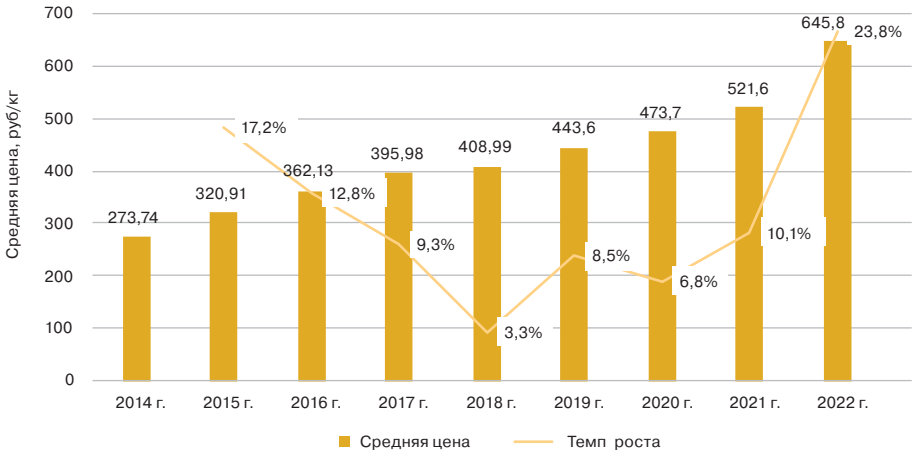

Рис. 4. Динамика средних потребительских цен на мороженое в сентябре (данные Росстата)

и ингредиентов потребительские цены на мороженое стремительно выросли (рис. 3), следствием чего стало сокращение потребления. За 9 месяцев средняя потребительская цена увеличилась на 18,4 %. Цены сентября в 2022 г. повысились на 23,8 % по сравнению с 2021 г. За период с января 2021 г. по август 2022 г. рост составил 35,4 %.

Анализ средних потребительских цен за сентябрь в 2014–2022 гг. показывает стабильный рост (рис. 4). В 2022 г. они превысили темпы роста 2015 г., когда уже была запущена первая волна экономических санкций.

Средние цены производителей на мороженое в 2021–2022 гг. аналогичны динамике потребительских цен (рис. 5). За 9 месяцев 2022 г. средняя цена производителей повысилась на 18,2 % под давлением увеличения себестоимости на 20–30 % в условиях роста закупочных цен на сырье, ингредиенты и упаковку, стоимости запчастей и обслуживания оборудования. Если сравнивать данные в сентябре, то цена в 2022 г. на 24,8 % выше 2020 г. За период с января 2021 г. по сентябрь 2022 г. рост составил 29,5 %.

В 2022 г. потребители оказались в ситуации, когда их любимое лакомство существенно подорожало за последние два года сначала с приходом пандемии, затем под влиянием санкций. Средняя потребительская цена в сентябре 2022 г. оказалась на 36,3 % выше, чем в сентябре 2020 г., а доходы россиян за это время не росли. В сложившейся на рынке ситуации впервые за последние несколько лет торговые сети сдерживают рост цен, не увеличивая за счет своей дополнительной наценки и без того взлетевшие цены на мороженое и не ставя жесткие ограничения на уровень маржинальности производителей при серьезном росте себестоимости продукции.

Достаточно важным оказалось снижение активности зарубежных игроков на российском рынке и уход с него международных брендов. Например, многолетний лидер Unilever-Инмарко в марте 2022 г. заявил о приостановке экспорта и импорта своей продукции, заморозке расходов на маркетитнг и продвижение рекламы. Ушел с нашего рынка бренд Mars. Это оказывает влияние на перераспределение сил игроков в пользу российских компаний. По итогам 2021 г. многолетний лидер Unilever-Инмарко уступил свое первенство Группе компаний «РЕННА» с торговой маркой «Коровка из Кореновки».

Сокращение мировыми брендами рекламных бюджетов может привести к снижению спроса на мороженое в целом. При одновременном сокращении затрат российских игроков на маркетинг под влиянием экономической ситуации рынок мороженого может серьезно пострадать от рынков продуктов-заменителей (например, кондитерских изделий) из-за смещения спроса в их сторону.

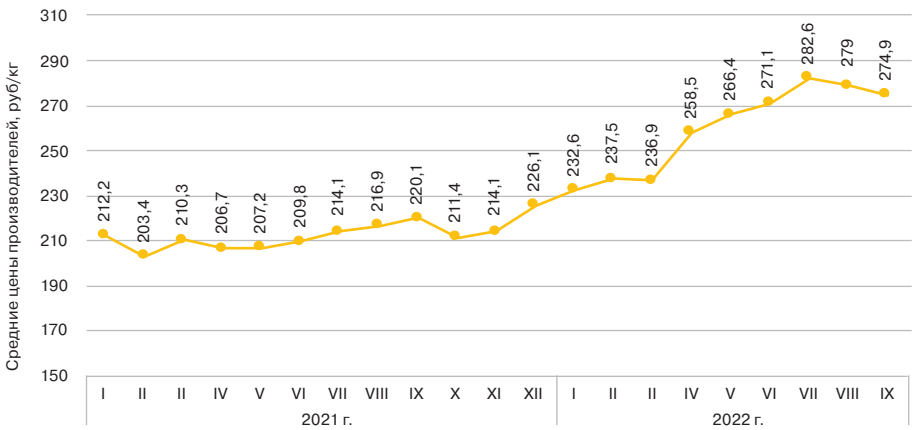

Рис. 5. Динамика средних цен производителей на мороженое в 2021–2022 гг. (данные Росстата)

Что будет определять развитие российского рынка мороженого в 2023 г.?

- Реализация программы импортозамещения ингредиентов, упаковки и оборудования. Как и на других рынках, производители мороженого совместно с российскими поставщиками ищут и уже находят альтернативные решения. От эффективности работы технологов (разработка новых рецептур), директоров по производству и главных инженеров сейчас во многом зависит ближайшее будущее российского рынка мороженого. Особенно актуально это станет к моменту начала подготовки к сезону 2023 г., так как сезон-2022 большинство участников рынка отработали на ранее сделанных запасах.
- Параллельно выстраиваются новые цепочки поставок. Например, поставщики орехов и сухофруктов из Европы достаточно оперативно могут быть заменены на поставщиков с дружественного Востока.
- Под влиянием импортозамещения и новых логистических цепочек российский рынок сохраняет и продолжит сохранять стабильность, нет предпосылок для дефицита и снижения качества мороженого. Объемы производства уходящих зарубежных игроков и незначительный импорт могут быть перекрыты мощностями российских игроков. В целом же под влиянием санкций в первую очередь страдает более «сложный» премиальный сегмент, чем массовый.
- Однако с учетом роста потребительских цен и снижения уровня доходов населения можно ожидать, что основной объем рынка будет приходиться на более низкие ценовые сегменты.
- Несмотря на сложную внешнюю ситуацию, остановить влияние трендов, уже набравших обороты в предыдущие годы, невозможно. Темпы роста спроса на натуральное, функциональное, «облегченное» (без или с пониженным содержанием сахара, жиров, лактозы) и необычное (новые для российского рынка вкусы) мороженое замедлятся, но потребление этих видов сохранится. По прогнозам «Лаборатории трендов», доля трендового мороженого не будет превышать 5–7 %, если не произойдет существенного падения доходов населения под влиянием внешней ситуации (именно эта часть рынка первой «провалится» еще сильнее).
- Основной упор в формировании ассортимента производители и сети продолжат делать на проверенные временем позиции, ориентируясь на более бюджетный ценовой сегмент.
- Аналогичным образом сохранится домашнее потребление, стремительно набиравшее популярность с начала пандемии.
- Кроме того, будет и далее развиваться онлайн-канал продажи мороженого. Например, по данным онлайн-магазина «Самокат», в первом полугодии 2022 г. мороженое входило в 16 % заказов, сделанных с помощью виртуальных ассистентов «Салют». Популярнее мороженого оказались только молоко и хлеб (17 %). Еще одно подтверждение активного развития онлайн-канала: по данным сервиса «СберМаркет», в июне 2022 г. в сравнении с июнем 2021 г. продажи мороженого выросли в 1,5 раза, а в сравнении с маем 2022 г. количество заказов увеличилось в 6,2 раза.
- Если не произойдет ухудшения внешней ситуации, в 2023 г. можно ожидать объемов производства на уровне 5–10 % к прогнозу за 2022 г. Серьезный вклад в рост производства сможет оказать теплое лето, других предпосылок для роста, к сожалению, пока нет.