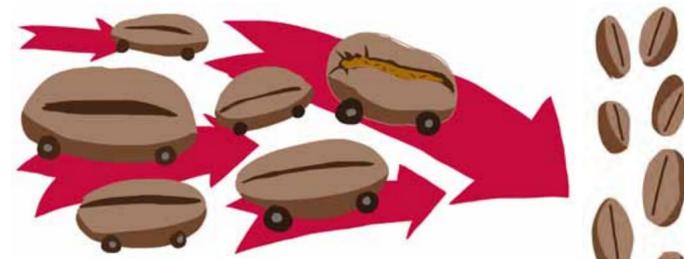




Автор: Тимур Казанцев, директор компании AS MARKETING (ООО Академия Сервис)

Импорт кофе в Россию

Мировой товарооборот кофе за последние 5 лет характеризуется положительной динамикой роста – в среднем на 10% ежегодно. Лишь в 2009 году картина несколько омрачилась, но в 2010 году рынок кофе снова стал расти, увеличившись на свои «законные» 10%. Биологические особенности дерева кофе обуславливают области его распространения. Большинство стран из-за климатических особенностей не могут выращивать данный вид растения, поэтому они стали нетто-импортерами этой продукции.



Основными мировыми странами-экспортерами зерен кофе являются Бразилия, Вьетнам (они поставляют на мировой рынок практически одинаковое количество кофе), Германия (которая закупает необжаренные зерна, перерабатывает, а затем реэкспортирует товар с добавленной стоимостью) и Индонезия. Крупнейшими мировыми импортерами

большие объемы поставок кофе за 10 месяцев 2011 года пришлось на Вьетнам – 27% в натуральном выражении. Однако, вследствие более низкой цены, чем у других поставщиков, в стоимостном выражении эта страна занимает сегмент лишь в 14%. Бразилии принадлежит доля рынка в 23% в натуральном и 26% в стоимостном выражении. Третьим крупнейшим

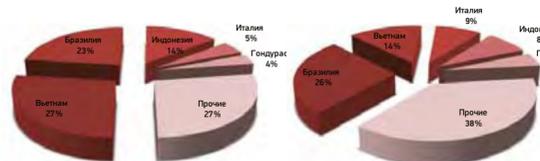


Рис. 1. Структура импорта в разрезе стран, 2011 г. (10 мес.), в натуральном и стоимостном выражении.

ми зерен кофе являются США, Германия и Италия. Россия на мировом рынке кофе входит в 15 крупных стран-импортеров зерен кофе. По данным за 10 месяцев 2011 года, по сравнению с аналогичным периодом 2010 года объемы импорта кофе в зернах увеличились на 5,5% в натуральном выражении. По предварительным оценкам, рост импорта за весь 2011 год не будет превышать 6%, что вписывается в мировую динамику роста рынка данной продукции. На

поставщиком зерен кофе на российский рынок с долей в 14% и 8% является Индонезия. Подробная структура импорта в разрезе стран представлена на рис. 1. Структура импорта в товарных характеристиках выглядит следующим образом. Почти 90% всего кофе ввозится необжаренным. Это объясняется прежде всего стоимостью: так, ввозимые жареные зерна дороже необработанных в 2,5 раза за килограмм продукции. Дешевые (относительно мировых цен) энерго-

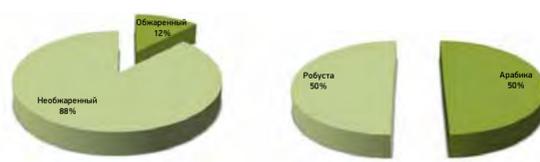


Рис. 2. Структура импорта в разрезе сортов и видов кофе, 2011 г. (10 мес.), натуральное выражение.

ресурсы делают рентабельной самостоятельную переработку необжаренных зерен. Однако более высокая стоимость 1 кг продукции объясняется еще и тем, что для получения 1 кг обжаренных зерен требуется значительно больший вес необработанного материала. Зерна сорта арабика (Coffea Arabica) составляют половину всех импортных поставок. Вторую половину занимает кофе сорта робуста (Coffea Canephora), причем робуста является более дешевым кофе: средняя стоимость за килограмм зерен этого сорта дешевле арабики в 2,4 раза. Следует отметить, что 99% всех поставленных зерен - зерна с кофеином. Объемы поставок кофе без кофеина составили менее 1%. Товарная структура импорта представлена на рис. 2. Состав крупнейших российских

компаний-импортеров остаются показатели компании «Импортёры кофе КЛД», на долю которых приходится 13% от общего объема импорта кофе в зернах. Структура импорта в разрезе компаний-импортеров представлена на рис. 3. Сезонность поставок кофе в зернах в Россию не имеет ярко выраженной периодичности. Динамика поставок в разрезе месяцев в 2011 году коррелирует с показателями 2009-2010 гг. и не имеет заметных колебаний: см. рис. 4. Динамика сегмента рынка растворимого кофе выглядит более скромной, чем сегмента кофе в зернах. С одной стороны, специалисты связывают более сдержанный по сравнению с аналогичным периодом 2010 года рост, который в 2011 году составил 2%, с тем,

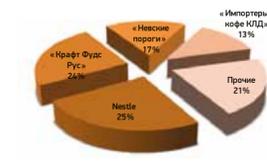


Рис. 3. Структура импорта кофе в разрезе компаний, 2011 г. (10 мес.), натуральное выражение.

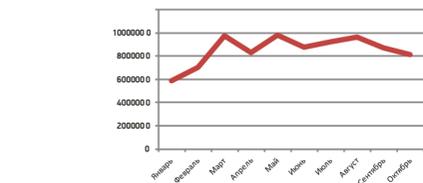


Рис. 4. Динамика поставок кофе в разрезе месяцев, 2011 г. (10 мес.), натуральное выражение.

ских компаний-импортеров кофе в зернах на протяжении 2009-2011 гг. остался практически неизменным. Примерно 50% всего ввозимого кофе в зернах принадлежит двум компаниям – Nestle и «Крафт Фудс Рус». Несколько увеличила свою долю в импорте продукции группа компаний «Орими Трейд» (и входящая в эту группу фабрика «Невские пороги»), которой принадлежит торговая марка кофе «Жокей». На протяжении всего периода стабильными

что благосостояние населения увеличилось, и часть россиян пересмотрела свои предпочтения, сделав выбор в пользу вареного кофе. По данным на 11 месяцев 2011 года, лидером в поставках растворимого кофе в Россию (в том числе, кофейных экстрактов, концентратов и эмульсий) стала Индия – с долей рынка в 31% в натуральном и 23% в стоимостном выражении. Второй по объему импортных поставок стала Бразилия - с долей в 21% и 17% соответственно. На третьем



Рис. 5. Структура импорта в разрезе стран, 2011 г. (11 мес.), натуральное и стоимостное выражение.



121019, Россия, Москва, 2 Котляковский пер., д. 1, оф. 115
Телефон: +7 (495) 733 93 92
Электронная почта: info@tarpantea.ru



«Тарпан» Стенд F0050 Павильон «Форум»

Составляющие успеха чая «Basilur»

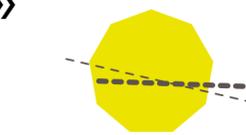


Вся цейлонская коллекция собирается и упаковывается на собственной фасовочной фабрике в одной стране – Шри-Ланке.

Как выбрать правильный чай? Многие задают этот вопрос, но ответить на него однозначно невозможно – как говорится, на вкус и цвет товарища нет. Кому-то нравится крепкий цейлонский чай, кто-то без ума от светлого индийского дарджилинга, современная молодежь предпочитает многолетние китайские пуэры, а есть и любители травяного чая из зверобоя. Три основные страны, которые выращивают и расфасовывают чай – это Шри-Ланка, Китай и Индия. Кенийский чай хорош, но практичнее всего идет в упаковки, не упаковываясь на месте. Есть качественные японские и тайваньские образцы, но они дороги и редки. В любом случае покупать желательно тот чай, который не только собран, но и упакован в стране произрастания. Именно этим требованиям соответствует марка цейлонского чая BASILUR, продвижением которой на правах эксклюзивного дистрибьютора уже более 4 лет занимается группа компаний «Тарпан». За этот небольшой срок марка BASILUR невероятно продвинулась в своем развитии и по итогам 2011 года вошла в десятку самых продаваемых марок России. Что же составляет успех марки

BASILUR? Во-первых, это гарантированное качество чая. Вся цейлонская коллекция собирается и упаковывается на собственной фасовочной фабрике в одной стране – Шри-Ланке. Ланкийские титестеры (люди, которые отвечают за отбор и купажирование чая) отбирают исключительно свежий чай; там, где это необходимо по рецепту, ароматизируют его натуральными ингредиентами – фруктами, цветами и т.д. Кроме внутренней проверки качества, чай проходит двойную внешнюю проверку: вначале образцы проверяют в государственном бюро чая, а потом в швейцарской компании SGS. Чай, который выдержал испытание государственного комитета, может гордо именоваться цейлонским. На пачках или банках такого чая вы можете увидеть специальный символ – подтверждение – золотого льва с семнадцатью пятнышками на шкуре. Вторая составляющая – уникальность упаковки чая BASILUR. Дизайн каждой банки – это отдельная авторская работа, начиная с фотографий, которые легли в основу коллекции «Лист Цейлона», и заканчивая формой жестяных банок, изготавливаемых по черте-

жам дизайнера марки BASILUR. В итоге получается удивительное сочетание эстетической составляющей и качества продукта. Такой чай приятно покупать, приятно дарить или получать в подарок, приятно пить. Кроме того, марка BASILUR взяла за правило каждый год предлагать своим потребителям новинки продукции. Ведь согласитесь, хочется дарить что-то новое и интересное – как по вкусовым характеристикам, так и по креативно-творческим. Третья составляющая – у чая практически нет ценовых конкурентов. Компания BASILUR не может, да и не хочет конкурировать с российскими марками. Что касается более дорогого чая из Европы, то причина этой неоправданной дороговизны заключается в том, что чай упаковывается именно в Европе. Цена же на полке BASILUR отображает индивидуальность и эксклюзивность этой марки. Ну и, конечно, немаловажную роль в продвижении чая BASILUR на российском рынке играет целеустремленность команды, работающей в компании, и вера в победу. BASILUR сейчас – это общепризнанный мировой бренд, который продается более чем в 20 странах мира!



Чай – напиток индивидуальный. Невозможно заставить всю страну пить одинаковый чай. Ищите свой вкус. Не покупайте один и тот же чай, пока не выберете тот, который подходит именно вам. А когда выберете – совершенствуйте свой выбор!



Такой чай приятно покупать, приятно дарить или получать в подарок, приятно пить.

месте - продукция страны-реэкспортера Германии: 11% в натуральном и 17% в стоимостном выражении. Структура импорта растворимого кофе в разрезе стран представлена на рис. 5. Товарные характеристики продукции выглядят следующим образом: 64% от всего объема импортного растворимого кофе приходится на сублимированный (фриз-драйд), который по своим характеристикам считается более качественным, чем другие виды растворимого кофе. И в 11 месяцев 2011 года данный сегмент увеличил свою долю на 9 процентных пунктов. А сегмент порошкообразного (спрей-драйд) растворимого кофе, наоборот, эти пункты потерял. На протяжении всего исследуе-

мого периода (2009 – 11 мес. 2011 г.) сегмент гранулированного или агломерированного растворимого кофе сохранял стабильные позиции – его доля в структуре импорта составила 13%. Структура импорта в разрезе видов кофе представлена на рис. 6. Следует отметить, что самой дорогой продукцией является именно сублимированный растворимый кофе. Его стоимость превышает стоимость гранулированного кофе на 59% и превосходит стоимость порошкообразного в 1,8 раз за килограмм продукции. На долю 5 крупнейших компаний приходится порядка 60% всего объема импортных поставок растворимого кофе. Крупнейшим импортером растворимого кофе в Россию с долей в 22% является компания Nestle. На долю Omega

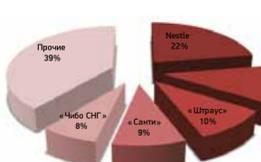


Рис. 7. Структура импорта в разрезе компаний-получателей, 2011 г. (11 мес.), натуральное выражение.

Трейд и Штраус приходится 20% объема импорта. Санта, обладающая брендом «GRAND», занимает 9% рынка. Структура импорта растворимого кофе в разрезе компаний представлена на рис. 7. Сезонность поставок растворимого кофе, равно как и кофе в зернах, не имеет ярко выраженной периодичности: см. рис. 8. По мнению аналитиков AS MARKETING, рынок кофе

в России в ближайшей перспективе будет соотноситься с динамикой роста мирового рынка кофе. В России продолжится рост сегмента кофе в зернах за счет предпочтений его менее качественному растворимому кофе. А рынок растворимого кофе все больше будет смещаться в сторону увеличения сегмента сублимированного кофе в ущерб порошкообразному.

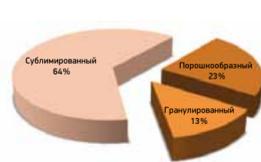


Рис. 6. Структура импорта растворимого кофе в разрезе видов, 2011 г. (11 мес.), натуральное выражение.

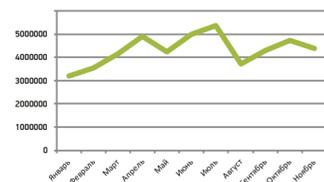


Рис. 8. Динамика поставок растворимого кофе в разрезе месяцев, 2011 г. (11 мес.), натуральное выражение.