

«ПРОДЭКСПО» – САМАЯ ЭФФЕКТИВНАЯ ВЫСТАВКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

О. Д. Бартенева

С 13 по 17 февраля 2012 г. на ЦВК «Экспоцентр» прошла 19-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2012». Проект реализован ЦВК «Экспоцентр» при содействии Минсельхоза РФ под патронатом ТПП РФ и Правительства Москвы.

Экспозиция «Продэкспо-2012» стала рекордной за всю историю проведения выставки. На общей площади 94 тыс. м² свои достижения продемонстрировали компаний из 54 стран мира. Среди них – Великобритания, Израиль, Иран, Кипр, Нидерланды, ОАЭ, Польша, Португалия, Таиланд, Турция, Чили. Участники из 30 стран (Австралии, Бразилии, Германии, Индии, Испании, Канады, Китая, США, Франции, Японии и др.) были представлены на национальном уровне. Организация в рамках выставки национальных экспозиций означает, что правительства этих стран рассматривают российский рынок как перспективный и спонсируют своих участников.

Всего в выставке приняли участие 2191 компания, из которых 1407 – российские.

Центральное место деловой программы выставки занял VII Всероссийский торговый форум. На мероприятие съехались представители 480 компаний-поставщиков продуктов питания России, стран Таможенного союза и зарубежья и 270 компаний – закупщиков, 120 представителей от международных, федеральных и региональных розничных сетей. Деlegatesми Форума стали собственники и руководители компаний-поставщиков питания, первые лица розничных сетей, руководители профильных министерств, правительства и профессиональных ассоциаций, представители ТПП РФ, исследовательских компаний, обозреватели федеральных и де-

ловых СМИ. Сумма заключенных контрактов составила 6,5 млрд руб.

С каждым днем все труднее становится произвести, доставить, продать продукцию. Изменения законов, повышение требований к качеству продукции оставляет возможность выжить только эффективным предприятиям. Все проблемы продовольственного рынка стали темой обсуждения производителей, поставщиков, розничных сетей.

УЛЫБНИСЬ И ОТРАЖЕНИЯ УЛЫБНЕТСЯ ТЕБЕ

Участники форума отметили, что высокий потенциал, заключается в совместной работе поставщиков и ритейлеров. Сторонами-участницами процесса активно обсуждается кодекс добросовестных практик, создаются общественные объединения, ведутся откровенные честные переговоры.

Мониторинг продовольственного рынка также постоянно проводится и правительственными структурами (Минсельхоз, Минэкономразвития) Поэтому было бы закономерным привлечение в этот процесс в качестве арбитра представителей власти.

Таким образом, тренд на диалог между торговлей и производителем в настоящее время является фактом. Так, например, качество продукции на торговой полке является предметом пристального внимания и производителей, и торговли, и потребителя. В результате диалогов родилось убеждение, что контроль качества продукции – задача совместная.

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ

Производителей закономерно волнует, что уровень цен на продукцию, приемлемый торговой сетью, значительно



Фото 1. Хорошую динамику развития показала ГК «Киприно», продемонстрировав обновленный ассортимент продукции



Фото 2. Широкий спектр продукции, отвечающей всем современным запросам потребителей, представила компания «Умалат»

ниже реального. Вынужденное «удешевление» продукции, связанное с перспективой вхождения в сети, часто приводит к потере качества. Однако представители сетевого ритейла заверили, что не всегда в тендере на поставку продукции побеждает самая дешевая из предлагаемых. Жесткий отбор претендентов по качеству приводит к тому, что не первый и даже не второй производитель, представивший лучшую цену, побеждает по качеству. Цена на продукцию должна быть максимально экономически оправданной, но при этом качество должно соответствовать параметрам, предусмотренным техническими регламентами.

По оценкам экспертов, более 30 % молочной продукции, представленной на торговой полке, не соответствует качеству, заявленному на этикетке. Мнение, что «Дешево не бывает качественно» все чаще соответствует действительности. X5 Retail Group N.V. заявило о намерении публично рассказывать о поставщиках некачественной продукции. Торговая сеть «Дикси» совместно с АККОРТ, начиная с IV квартала, планирует ужесточить контроль и убрать с полки всю фальсифицированную продукцию.

В настоящее время наказание за фальсификацию продукции возможно только посредством применения антимонопольного законодательства в части контроля рекламы: вынесение несоответствующей информации на этикетку и введения потребителя в заблуждение. Вопрос ужесточения наказания по фактам фальсификации находится в стадии обсуждения.

РОСТ ДОЛИ СТМ

Одной из магистральных тенденций продовольственного ритейла будет резкое повышение доли товаров под собственными торговыми марками (СТМ). Тренд на увеличение частных торговых марок в ассортименте магазинов находит все большее практическое подтверждение. Так, планируется нарастить в ближайшие годы долю продукции под собственной торговой маркой в ассортименте дискаунтеров «Пятерочка» до 40–50 % с 12–15 % на сегодняшний день. Рост товаров СТМ на торговой полке приведет к тому, что их доля перерастет в доминирующую часть продаж. Эта тенденция должна стать важной стратегией и для производителей продукции.



Фото 3. Компания «Промбиофит» продемонстрировало новую разработку для розлива молока в стеклянные бутылки



Фото 4. Значительно выросло число экспонентов, представляющих молочную продукцию из Белоруссии. Среди белорусских участников ОАО «Молочные продукты» (ТМ «Моя Славита»), ОАО «Рогачевский МКК», ОАО «Бабушкина крынка», «Глубокский МКК», «Борисовский молочный комбинат»

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Представители Минсельхоза сообщили, что от производителей все чаще звучат просьбы не о государственной закупке продукции, а о поиске канала для ее реализации. Государственная поддержка отечественного производителя развивается не только по пути поддержки производства, но и системы сбыта продукции – развитие логистики, инфраструктуры рынка. Это – работа с железными дорогами, строительство логистических комплексов, развитие оптовых центров (формирование крупных партий, подработка/упаковка), куда поставляется фермерская продукция в целях облегчения дальнейшей закупки ее сетям.

КОНСОЛИДАЦИЯ

Укрупнение, которое характерно для рынка производителей, идет и у ритейлеров. Фаза консолидации российского ритейла незакончена и будет продолжаться еще несколько лет. Крупные торговые сети составляют около 10 % рынка (за рубежом – 80 %) В этом сегменте планируется значительный рост, который составит 20–30 % в год.

ОПТИМИЗАЦИЯ

Однако золотое десятилетие торговли прошло. Потребительские расходы уже не растут прежними темпами, т. е. обострение конкуренции неизбежно.

На этом фоне возможны:

- Оптимизация ассортимента с сокращением позиций на полке и сокращение количества поставщиков;
- Снижение объемов продаж дистрибьюторов и дистрибьюторского бизнеса в России в целом;
- Рост доли сетей на прямых отгрузках производителей.

Усиление конкуренции и необходимости снижения цен привело к активному внедрению ИТ-бизнесу в области CFR в целях быстрого получения информации о ситуации на рынке, оптимизации в области документа оборота, информационного обмена, ввода данных и др.

Международная выставка «Продэкспо-2012» стала прекрасной возможностью для продвижения продукции, укрепления имиджа компаний и их позиций на рынке. 💧