

Кондитерский рынок в 2023 году увеличился вдвое, по сравнению со всем продуктовым рынком России

А каждый четвертый рубль, который россияне тратят на готовую еду, приходится на готовую кулинарию.



Такие цифры прозвучали в ходе деловых мероприятий в рамках 29-й Международной специализированной выставки Modern Bakery Moscow | Confex 2024, которая прошла с 19 по 22 марта в ЦВК «Экспоцентр» в Москве.

Главное изменение, которое претерпел рынок – это диверсификация бизнеса и усиление борьбы за покупателя. Не столько ценами и

скидками, но сервисом и доставкой. Крупные игроки кондитерского и хлебопекарного рынков активно осваивают сегменты замороженных полуфабрикатов и готовых блюд.

За четыре дня выставки наряду с обширной экспозицией (более 250 экспонентов) на площадке проходили деловые мероприятия самых разных форматов, включая мастер-классы и живые дискуссии для участников хлебопекарной и кондитерской отраслей.

Ключевые тренды: снекофикация, «счастьеномика» и шоколад

Кондитерские категории всегда чуть более защищены от негативных последствий экономических и политических процессов в стране и мире. На это в своем выступлении на Бизнес-форуме «Конфекс. Кондитерская экспертиза» обратила внимание директор по маркетингу группы компаний «Сладкая сказка» Ольга Кравченко. Эксперт также подчеркнула, что, по оценкам аналитической компании NielsenIQ, до 2030 года рынок кондитерских изделий будет показывать устойчивый рост.

В частности, как сообщила руководитель группы по работе с клиентами NielsenIQ Александра Гордеева, ассортимент кондитерских изделий расширяется быстрее среднего уровня на продовольственном рынке, а рост продаж кондитерских изделий в денежном выражении, к примеру, в хард-дискаунтерах прибавил 56%.

В числе основных причин позитивной динамики спикеры назвали спрос на положительные эмоции, который стал главной потребительской тенденцией последних лет. Появился даже

термин «счастьеномика» - когда маленькие удовольствия выходят на первый план, и люди готовы баловать себя, несмотря на финансовые затруднения.

В подтверждение этому прозвучала статистика от заместителя директора федерального центра «Агроэкспорт» Андрея Кучерова о том, что *в структуре мирового кондитерского рынка, который за год вырос на 4%, Россия по потреблению кондитерских изделий занимает второе место после США. Причем, в 2023 году увеличился и экспорт российской кондитерской продукции – в полтора раза. И больше всего - шоколад. А традиционными рынками сбыта остаются Казахстан, Беларусь, Узбекистан и Китай.*

Еще одна заметная тенденция во внутреннем потреблении, ставшая следствием изменения образа жизни россиян - *снекофикация*. Все чаще современное поколение выбирает перекус на ходу, отказываясь от трехразового питания. При этом быстрый темп, в котором живут миллениалы и зуммеры, способствует развитию онлайн-продаж готовой еды.

Экспорт российской кондитерской продукции вырос в 1,5 раза

Как уживаются ЗОЖ, хлеб и биотехнологии

С тем, что динамика современной жизни бросает игрокам продуктовой индустрии новые вызовы, согласился сооснователь бренда FitnessSHOCK Сергей Кофейников, спикер IV бизнес-форума **Конфекс. Кондитерская экспертиза**, который прошел 19-20 марта в рамках выставки **Modern Bakery Moscow | Confex**. Предприниматель рассказал, как его команда методом проб и ошибок «хакнула» кондитерский рынок, предложив потребителям низкокалорийные десерты. *«Мы стали локомотивом в сфере правильного питания, продажи показывали примерно одинаковый рост как в рознице, так и онлайн. И уже на второй год полной работы компания вышла на выручку в миллиард рублей»*, - поделился Сергей Кофейников.



О *приросте рынка полезных хлебопекарных изделий* сообщила в своем выступлении руководитель лаборатории ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии», член-корреспондент РАН, д.т.н., профессор Алла Кочеткова в рамках **симпозиума «Хлеб – основа здорового питания»**. На мероприятии эксперты констатировали, что *россияне стали более осознанными потребителями – теперь все хотят знать, что едят, даже когда речь идет о таком традиционном продукте, как хлеб.*

«Сегодня потребитель интересуется этикеткой, ищет продукты без соли, сахара и консервантов. И биотехнологии, о которых мы еще 15 лет назад даже не мечтали, отвечают этим потребностям», - прокомментировала заместитель генерального директора по развитию бизнеса ООО «ПищеПромПродукт», д.т.н., профессор Ирина

Матвеева. В качестве примера эксперт рассказала о применении аспарагиназа - фермента, который снижает до безопасной нормы выделение канцерогена акриламида при термической обработке крахмальных продуктов (печенье, чипсы, картофель фри и др.).

Автоматизация, кадровый дефицит и ИИ

Острая дискуссия развернулась между экспертами на тему *перспектив развития автоматизации и применения искусственного интеллекта в хлебопечении*. С одной стороны, Россия во многих вопросах продовольственной индустрии занимает сегодня крепкие лидирующие позиции. Но, с другой стороны, хлебопекарная отрасль требует специфических знаний, так что конечным бенефициаром решений на производствах остается человек.

При этом, как отметил Генеральный директор АО «Шебекинский машиностроительный завод» Денис Минькин, многие предприятия переживают сейчас ряд проблем, связанных с дефицитом кадров и сложностью сборки, поскольку многие использовали иностранные оборудование и автоматизированные системы: *«Мало того, что ушли те, кто поддерживает импортные системы, так еще и могут прекратить работать сами эти системы, построенные на Windows, если завтра, к примеру, свернет свою деятельность Microsoft»*.

Наряду с этим эксперт подчеркнул, что избежать этих проблем *помогут отечественные автоматизированные разработки*, которые с помощью искусственного интеллекта способны анализировать скорость и сроки выполнения задач, формируют отчеты по итогам работы и *имеют динамический контроль, что помогает отслеживать ошибки, мотивировать сотрудников* и т. д.

Рынки готовой еды, кулинарии и e-grocery набирают обороты

Оптимизировать информационное и логистическое взаимодействие между операторами рынка и конечным потребителем призваны агрегаторы доставки. Так, в ходе своего выступления в рамках **нового направления GOTOVO на Modern Bakery Moscow | Confex** руководитель



аналитической группы РБК Исследования рынков Инга Микаелян сообщила, что *сегодня каждый второй ресторан в России уже работает с агрегаторами доставки*, которые присутствуют более, чем в 300 городах России.

Эксперт также отметила проблему кадрового голода в нише курьеров, что сказывается на затратах бизнеса. *«Компании стремятся, как минимум, быть безубыточными. Единственный способ в сложившейся ситуации – это платная доставка, но потребитель*

сейчас не готов к этому. По нашим опросам, при введении даже минимальной платной доставки 30-40% россиян задумываются об отказе от услуги, либо стремятся снизить частоту пользования доставкой», - сообщила Инга Микаелян.

По словам эксперта, наибольший прирост наблюдается в нише готовой кулинарии, который за последний год вырос на 7,8% и на текущий момент оценивается в 955 миллиардов рублей. Это означает, что каждый четвертый рубль, который россияне тратят на готовую еду, приходится на готовую кулинарию.

Еще одним важным драйвером развития рынка готовой кулинарии выступает e-grocery - продажа товаров повседневного спроса (продуктов питания, напитков, детского питания, бытовой химии, сопутствующих товаров и т.д.) в сети Интернет. По оценкам аналитиков, за 2023 год этот сегмент рынка вырос на 52% и сегодня составляет 850 миллиардов рублей. «Цифра на самом деле небольшая для рынка, поскольку занимает всего лишь 3,7% в продуктовой рознице. Но поскольку мы знаем, что 30% покупателей от общего числа заказывают продукты питания и готовую кулинарию, то у нас есть основания для прогноза, чтобы к 2027 году ожидать утроения рынка e-grocery в России, когда он достигнет 2,4 триллиона рублей», - заявила эксперт РБК Исследования рынков.

Сегмент e-grocery
в России вырос
на 52%

Рассказывая про развитие рынков готовой еды в регионах России, директор по развитию бизнеса в готовой еде Блока «Х5 Еда» Борис Мешков сообщил, что емкость рынка готовой еды существенна на Дальнем Востоке. «Доля готовой еды в продажах здесь почти втрое выше, чем в центре. Мы совсем недавно зашли в Дальневосточный регион. Кроме того, очень емкий в этом отношении Питер. Можно отметить и трепетное отношение к готовой еде на юге страны».

Озвученная в ходе деловых мероприятий на **Modern Bakery Moscow | Confex** статистика торгового оборота за прошедший период, а также динамика сделок – слияние Яндексa с Delivery Club, выход на рынок доставки СберМаркет – позволяют прогнозировать достижение нового максимума к завершению этого года. По мнению многих экспертов, 2024 год станет показательным в плане развития рынков готовой еды и кулинарии, а также расширение ассортимента.

