

В Москве обсудили будущее кондитерской отрасли



14 – 15 июня т.г. в Москве состоялся второй бизнес-форум «Конфекс. Кондитерская экспертиза». Как текущая ситуация отразилась на деятельности кондитерских предприятий, что предпринимают владельцы бизнеса, какие каналы сбыта и продвижения наиболее эффективны, какие рынки наиболее перспективны для экспорта кондитерских изделий в 2022 – 2025 гг. – эти и другие актуальные вопросы обсудили топ-менеджеры кондитерских предприятий из России и стран СНГ.

Текущая ситуация не могла не отразиться на кондитерском рынке. По данным NielsenIQ, 82% покупателей в России сокращают расходы, а большинство крупнейших FMCG-категорий показали снижение продаж. Например, NTech отметили падение в категории «Зефир» на 22%, в категории «Пастила» – на 6% (4 месяца 2022-го по отношению к 4 месяцам 2021 года). При этом эксперты NielsenIQ считают, что коронакризис и кризис значительно отличаются. Во-первых, во время пандемии чувствительность к ценам была менее существенной и в период ажиотажа отошла на второй план, в 2022 году цена – определяющий параметр на фоне прогрессирующей экономии и комбинации стратегий оптимизации бюджета. Во-вторых, в 2020 году влияние на ассортимент было обусловлено ограничениями в ритейле и новыми требованиями к безопасности това-

ров; сейчас же пересмотр ассортимента происходит на фоне ограничений импорта и ухода части зарубежных игроков с рынка. И, в-третьих, в начале пандемии онлайн-торговля получила мощный импульс к развитию: рост доли продаж, расширение аудитории и географии; в 2022-м же интернет-покупки – это одна из стратегий экономии на фоне уже сформировавшейся привычки онлайн-покупок.

Как эти факторы повлияли на развитие кондитерской отрасли в России? Для обсуждения текущей ситуации и перспектив развития кондитерского рынка топ-менеджеры кондитерских предприятий встретились на втором бизнес-форуме «Конфекс. Кондитерская экспертиза» в рамках выставки *Modern Bakery Moscow*.

Первая сессия мероприятия была посвящена аналитике кондитерского рынка. Открыл мероприятие **Вячеслав Лашманкин, исполнительный директор Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД»**, также данными поделились **Елена Шейнкман, NielsenIQ**, и **Дарья Акимова, NTech**. Свое видение трендов кондитерского рынка изложила **Анастасия Калинина, директор по бренд-маркетингу ГК «Славянка»**.

В рамках второй сессии спикеры обсудили экспорт кондитерской продукции. **Илона Калантарова, Минсельхоз России**, и **Денис Казанников, РЭЦ**, рассказали о программах государственной поддержки экспорта кондитерских изделий. **Ольга Тюина, ООО «В.А.Ш. ШОКОЛАТЬЕ +»**, и **Глеб Семерня, ООО «Белевская кондитерская компания»**, поделились, с какими трудностями столкнулись в связи с санкциями (например, тариф морских контейнерных перевозок увеличился в среднем в 8 раз: с \$1,2 тыс. до \$8 тыс. – \$12 тыс.) и как им удалось решить логистические проблемы и переориентировать цепочки поставок и снабжения. Особое внимание было уделено перспективным направлениям для экспорта кондитерских изделий: **Марк Бойчук, Керп**, представил информацию по рынкам стран Ближнего Востока и Северной Африки и получению сертификата Халяль (в 2024 году размер спроса на халяльную продукцию может вырасти до более \$2 трлн); **Руслан Быков, «Бюлер»**, рассказал про рынок кондитерских изделий Китая; **Валерий Кайгородов, RUSFAIR GROUP** поделился опытом развития экспортных поставок кондитерских изделий в Турции и странах ЮВА через локальные маркетплейсы.

Третья сессия мероприятия собрала производителей кондитерских изделий, а также представителей офлайн и онлайн-ритейла. **Александр Федорушкин, Nature's own factory**, рассказал, как вывести новый продукт в торговые сети и создать wow-эффект (компания представлена в 8 странах, 150 городах, более чем в 1000 точек продаж). **Аркадий Штейн, MACARONIKA**, поделился опытом развития собственной розницы (сейчас у компании 18 корнеров в крупнейших ТРЦ Москвы и Санкт-Петербурга). Модератором сессии выступил **Дмитрий Востриков, «Руспродсоюз»**. Многие спикеры бизнес-форума говорили о том, что ЗОЖ – один из ключевых FMCG-трендов. **Сергей Филиппов, «Перекресток»**, отметил, что

ЗОЖ-тренд в кондитерке – это возможность для развития СТМ. **Яна Алхутова, Ozon fresh**, и **Ирина Полищук, «Яндекс Маркет»**, рассказали, как начать работать с маркетплейсами и в каких категориях наиболее заинтересованы потребители.

В рамках сессии «Ингредиенты, оборудование и инновации для кондитерского производства» **Татьяна Савенкова, СППИ**, выступила с темой «Прошлое и будущее производства кондитерской продукции: вопросы стандартизации и сырьевые аспекты «новой» реальности». **Евгения Черноглазова, MACARONIKA**, рассказала, как разрабатывать новый продукт каждую неделю, а продуктовую линейку – каждый квартал (в MACARONIKA уже разработано более 1000 уникальных вкусов).



Игорь Алев: «Федеральный центр компетенций повышает конкурентоспособность российских товаров и услуг за счет внедрения на предприятиях бережливых технологий».

В текущей ситуации многие предприятия оптимизируют и автоматизируют производство для сокращения затрат и повышения производительности. О том, как повысить эффективность кондитерского предприятия, рассказал **Игорь Алев, начальник управления по макрорегиону № 6 ФЦК**. «Федеральный центр компетенций повышает конкурентоспособность российских товаров и услуг за счет внедрения на предприятиях бережливых технологий. Наши методики, основанные на многолетнем опыте работы экспертов в сфере повышения производственной эффективности, позволяют снижать себестоимость производства и повышать эффективность работы персонала без привлечения инвестиций. Сегодня в нацпроект «Производительность труда» включено 97 производителей кондитерских изделий, по итогам 2020 года их суммарная выручка составила 124 млрд рос. рублей. В этих компаниях средний прирост производительности труда



Мероприятие посетило 317 топ-менеджеров кондитерских предприятий из России, Беларуси, Казахстана, Киргизии, Швейцарии.

составил 10%», – говорит Игорь Алев. Например, на Пензенской кондитерской фабрике рост производительности труда составил 25%; объемы производства увеличились на 12% (со 199 до 223 кг на чел. в смену); снизилось время изготовления партии (230 кг) на 25% (со 132 до 99 часов); потенциальный экономический эффект составил 128,5 млн руб. дополнительной выручки в год. Царицынский комбинат из Волгоградской области увеличил объемы производства бисквитных тортов «Княжеский десерт» в 1,5 раза (с 2,5 до 4 тысяч тортов в месяц), рост производительности труда на предприятии составил 14%; время сборки одного торта сократилось с 62 до 30 секунд; потенциальный рост выручки с учетом изменений составил почти 13% за год (до 2,7 млрд рублей).

Модератором сессии «Антикризисный маркетинг, брендинг и упаковка» выступила **Анна Луканина, Depot**. Она рассказала про влияние социальной среды на систему брендинга: что востребовано, а что осталось в прошлом на кондитерском рынке – и поделилась примерами из российской и мировой практики. Спикерами сессии выступили **Алиса Пейрис, Holycorn; Сергей Трибой, ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч»; Елена Изгородина, ООО «Кондитерская фабрика «Волшебница»; Ирина Филип-**

пова, FOODCODE; Дарья Изотова, ООО «Томер»; Алексей Ларин, BrandExpert «Остров Свободы». Эксперты обсудили, как изменилось поведение потребителей, как текущая ситуация повлияла на маркетинговую политику кондитерских предприятий, а также новые каналы продвижения бренда и коммуникации с потребителем.

Мероприятие посетило 317 топ-менеджеров кондитерских предприятий из России, Беларуси, Казахстана, Киргизии, Швейцарии, в том числе представители таких компаний, как ООО «Объединенные кондитеры», ГК «Славянка», АО «Эссен Продакшн АГ», «Акконд», ЗАО «Ферреро Руссия», ГК «Сладкая сказка», «Ванюшкины Сладости», «Волжские кондитеры», «Гагаринские мануфактуры», СОАО «Коммунарка», ОАО «Красный Мозырянин», ООО «Раменский Кондитерский Комбинат», КБК «Черемушки», БКК «Коломенский» и др.

Ойген Аллес, генеральный директор компании-организатора бизнес-форума «Конфекс. Кондитерская экспертиза» и выставки Modern Bakery Moscow: «Нам очень приятно осознавать, что мероприятие для производителей сахаристых кондитерских изделий в рамках Modern Bakery Moscow продолжает развитие. В этом году бизнес-форум проходит уже два дня. И впервые организован павильон технологий для кондитерского производства. В нем представлены ингредиенты, упаковка и оборудование от компаний из России, Турции, Италии и Швейцарии. Мы будем и дальше продолжать развивать это направление и быть полезными рынку».

До встречи на выставке Modern Bakery Moscow и бизнес-форуме «Конфекс. Кондитерская экспертиза» 21 – 24 марта 2023 года.

Пост-релиз выставки