

# Точка возврата

## Проблемы и перспективы на рынке лососевых рыб



**ОЖИДАНИЕ:** Производители дорогостоящих семги и форели сегодня испытывают достаточно серьезные сложности. Снижение доходов спровоцировало отток потребителей, введение эмбарго на импортные поставки и неудачи отечественного промысла способствовали сжатию рынка. Однако более благоприятная почва для развития бизнеса в данной отрасли уже просматривается

Анна ПЕЧЕНИНА, руководитель исследовательской компании «Текарт»

Под влиянием экономического кризиса в России в 2014-2015 годы потребление лососевых рыб в натуральном выражении значительно сократилось. Помимо макроэкономических факторов, на снижение спроса оказала влияние актуальная для страны в течение последних 15 лет тенденция вытеснения рыбных блюд из рациона граждан, а также смещение спроса в сторону более дешевых минтая, хека, трески, зубатки.

Объем рынка лососевых рыб в РФ по итогам 2015 года составил всего 463,1 тыс. тонн, что меньше аналогичного показателя 2014 года более чем на 25 %. При этом наибольшая доля потребления пришлось на отечественную «дикую» рыбу, преимущественно вылавливаемую на Дальнем Востоке (горбуша, кета, нерка, кижуч, чавыча, голец и т. д.).

В качестве актуальных тенденций сегмента можно выделить следующие:

- уменьшение доли премиальных семги и радужной форели в общей структуре потребления лососевых (рис. 1);

- снижение общего объема потребления премиальных сортов рыбы в натуральном выражении ввиду роста цен на фоне падения уровня жизни населения РФ;

- усиление дефицита в семге отечественного происхождения на фоне роста цен на зарубежный продукт;

- изменение и перераспределение региональной структуры импорта лососевых рыб;

- сокращение внутреннего производства семги;

- рост внутреннего производства радужной форели, снижение импортозависимости;

- снижение среднего уровня потребления рыбы в РФ с 21 кг/чел. до 14 кг/чел.

Рассмотрим более подробно ситуацию в сегменте атлантического лосося и радужной форели.

Объем потребления семги в 2014 году под влиянием продовольственного эмбарго, снижения реальных располагаемых денежных доходов населения и резкого роста цен на продукт ввиду девальвации национальной валюты сократился в сравнении с предшествующим годом на 19,8 %. По итогам 2015 года понижательная тенденция потребления значительно усилилась, уменьшение составило 35,9 %, объем рынка при этом оценивался в 83,3 тыс. тонн.

Сегмент атлантического лосося (семги) на сегодняшний день является наиболее импортозависимым. Согласно оценке «Текарт», доля зарубежной продукции здесь составляет более 90 %.

С 2012 по 2015 гг. объем импорта атлантического лосося в РФ сократился на 79,7 тыс. тонн или на 51,2 % (рис. 2).

Основной объем импорта семги до введения продовольственного эмбарго приходился на Норвегию – более 80 %. В 2015 году отечественный рынок наполнился продукцией из Чили – 69 % и с Фарерских островов – 31 %.

Производство атлантического лосося в России развито слабо. До 2013 года фактически отсутствовал внутренний аквакультурный продукт, вылов является незначительным.

Одновременный запуск в 2012 году двух рыбоводческих проектов, направленных на выращивание товарной семги, в Мурманской области (ПАО «Русская аквакультура» и ПАО «Русский лосось») способствовал увеличению объема внутреннего производства до 16,1 тыс. тонн. Тем не менее уже в 2014 году взяла начало отрицательная динамика, обусловленная фактом эпидемиологических заболеваний рыб в обоих российских хозяйствах. В результате больших потерь в 2016 году ПАО «Русский лосось» прекратило деятельность по выращиванию семги, объем выпуска ПАО «Русская аквакультура» был значительно снижен.

Объемы вылова атлантического лосося в РФ в последние годы не превышают 200 тонн. В 2015 году данный показатель составил 115 тонн, что на 17,3 % меньше, чем в 2016 г.

Потребление радужной форели в кризисный период также значительно сократилось. За два года отече-



## СБЫТ: Реализация продукции от производителя или импортера осуществляется преимущественно через оптовые компании

ственный рынок упал на 68,4 %. Объем потребления по итогам 2015 года составил всего 32,3 тыс. тонн. При этом зависимость данного сегмента от импорта значительно ниже, доля зарубежной продукции составляет около 30 %.

Производство радужной форели осуществляется в России на протяжении многих лет. Традиционно основным регионом-поставщиком была Карелия, сохранившая лидирующие позиции до настоящего момента.

На сегодняшний день в стране насчитывается около 75 производителей. Наиболее сильные позиции в 2015 году занимали компании ООО «Кала я марьяпоят» (1200 тонн), ООО «Ладожская форель» (1000 тонн), а также ПАО «Русская аквакультура» (840 тонн).

Внутреннее производство этой рыбы после резкого «всплеска» в 2011 году (рост на 24,7 % по отношению к предыдущему году) демонстрировало стабильную положительную динамику. По итогам 2015 года выпуск увеличился на 6,6 % (рис. 3).

Общей тенденцией рынка лососевых рыб в 2015 году стало значительное удорожание продукции, вызванное запретом на поставки из Норвегии и ослаблением курса национальной валюты. По оценке маркетинговой группы «Текарт», средняя отпускная цена (цена производителей / импортеров при отгрузке оптовым компаниям) на мороженую семгу в 2015 году составила 685 руб./кг, что выше уровня предыдущего года на 34,6 %. Цена килограмма радужной форели достигла 520 руб./кг (+22,4 %).

Повышение стоимости наблюдалось и в текущем году. По предварительным итогам 2016 года рост средних отпускных цен на лосось ат-

лантический составил около 20 %, на форель радужную – 28 % (рис. 4).

В географической структуре потребления лососевых рыб основной объем традиционно приходится на крупные экономически благополучные города, в первую очередь Москву, Московскую область, Санкт-Петербург. Доля данных регионов в общем объеме потребления составляет суммарно около 20 %.

Что касается портрета потенциального конечного потребителя лососевых рыб, то на сегодняшний день это в 67 % случаев женщина в возрасте от 30 до 45 лет со средним или выше среднего для региона уровнем дохода.

В потребительском поведении в отношении рассматриваемого сегмента в 2015 году можно было выделить следующие основные тенденции:

1. Рост спроса на продукцию более низких ценовых сегментов лососевых рыб – горбушу и кету. Так, 4 из 10 опрошенных потребителей, ранее приобретавших семгу, в 2015 году изменили свои предпочтения на кету, 3 – на горбушу, 3 – на не лососевые сорта или отказались от потребления рыбы вовсе.

2. Увеличение лояльности к замороженной рыбе.

3. Уменьшение частоты покупки лососевых. Если в 2013 году более 50 % опрошенных потребителей сообщали, что покупают лосось не реже 3 раз в месяц, то в 2015 году – 1 раз в месяц и реже.

4. Повышение лояльности к отечественной продукции ввиду распространения информации о недобросовестности зарубежных производителей, использовании ими вредных пищевых добавок, стимулирующих ускоренный рост, антибиотиков и гормонов.

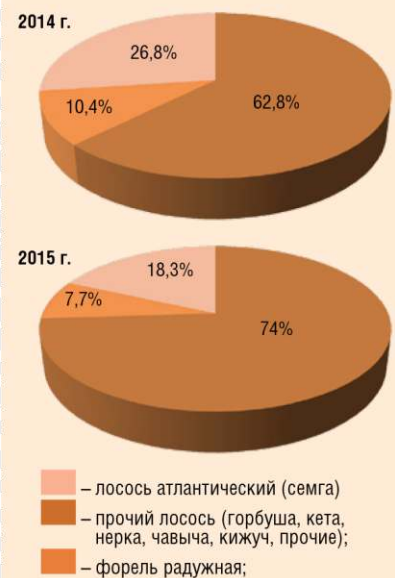
## ИМПОРТОЗАВИСИМОСТЬ: Доля зарубежной продукции в сегменте атлантического лосося (семги) составляет сегодня более 90 %

Около 80 % от общего потребления лососевых рыб приходится на розничные продажи (остальные 20 % – потребление рыбоперерабатывающими предприятиями, сегментом HoReCa и проч.), в том числе около 30 % – на сетевой ритейл.

Реализация продукции от производителя / импортера осуществляется преимущественно через оптовые компании, доля прямых продаж непосредственно в сегмент сетевого и не-сетевого ритейла невелика.

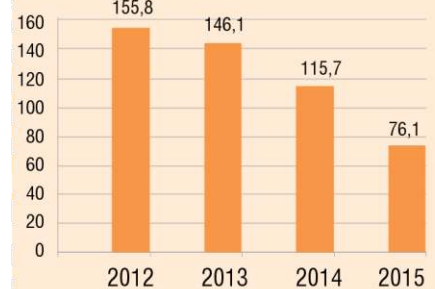
Сокращение потребления лососевых рыб в натуральном выражении стало стимулом для активизации производителей в сфере продви-

Рис. 1. Структура потребления лососевых рыб в России в 2014-2015 гг. в натуральном выражении, %



Источник: «Текарт»

Рис. 2. Объемы импорта атлантического лосося в Россию в 2012-2015 гг., тыс. тонн



Источник: «Текарт»

Рис. 3. Динамика российского производства радужной форели в 2012-2015 гг., %



Источник: «Текарт»

Рис. 4. Отпускные цены на лосось атлантический и форель радужную в РФ в 2012-2015 гг., руб./кг



Источник: «Текарт»

### БАРЬЕР: Смещение потребительских предпочтений в пользу мяса и более дешевой рыбы негативно сказалось на развитии рынка лососевых

жения. Основным направлением маркетинговой политики на сегодняшний день является расширение географии сбыта. Выход на рынки новых регионов превратился в осознанную необходимость ввиду усиления конкуренции в наиболее крупных городах.

Также важной стратегической задачей стало удержание постоянных клиентов в лице крупных оптовых компаний и представителей сетевого ритейла посредством предоставления скидок в рамках программ лояльности, снижения сроков поставок.

В целях повышения узнаваемости продукции все больше производителей лососевых рыб принимают участие в специализированных международных продовольственных выставках – «Петерфуд», «Продэкспо», World-Food.

При этом следует отметить, что россияне демонстрируют крайне слабую осведомленность о производителях потребляемой рыбы и торговых марках.

Маркетинговую активность компаний-поставщиков по направлению рекламы непосредственно лососевых рыб можно оценить как относительно низкую. Рекламные кампании, как правило, в большей степени направлены на продвижение продук-

ции с более высокой добавленной стоимостью – консервов, полуфабрикатов, икры и др.

Успешные маркетинговые мероприятия, стимулирующие продажи лососевых рыб конечным потребителям, можно отметить только в сегменте сетевого ритейла: распродажи продукции с истекающим сроком годности (дисконт составляет до 50%), акции типа «2 по цене 1» или «3 по цене 2», сезонные скидки, скидки на рыбу как на продукт дня по четвергам и т. п.

**В качестве основных драйверов рынка можно назвать следующие:**

1. Введение в 2014 году Россией продовольственного эмбарго на ввоз рыбы, что позволяет создавать возможность к импортозамещению отечественной продукцией.

2. Появление возможности для расширения производственных мощностей за счет государственного субсидирования.

3. Реализация государственной программы «Развитие рыбохозяйственного комплекса». Главными направлениями развития отрасли согласно программе являются расширение ресурсных исследований с целью увеличения объема оцененного потенциала сырьевой базы водных биологических ресурсов и рас-

ширения ассортимента и объемов возможного вылова рыбы, а также инфраструктурное развитие рыбохозяйственного комплекса.

Однако отмечены и очевидные барьеры развития сегмента, среди которых:

- снижение реальных располагаемых доходов населения;
- изменение потребительских предпочтений в пользу мяса;
- ухудшение инвестиционной конъюнктуры.

Согласно оценке «Текарт», в среднесрочной перспективе (2016-2020 гг.) для российского потребления лососевых рыб будет характерна положительная динамика, средний годовой прирост за период составит около 9%. При этом объем потребления по итогам 2020 года будет отставать от докризисного 2013 года. Возобновление положительной динамики рынка будет обусловлено рядом факторов, основными среди которых являются:

- спад инфляции в 2017-2020 гг. в сравнении с 2014-2015 гг.;
- снижение цен на атлантический лосось в 2017 году в сравнении с 2016 годом;
- наблюдаемый умеренный рост реальных располагаемых денежных доходов населения;
- постепенное посткризисное восстановление сегмента потребления HoReCa.

Таким образом, производители российского рынка лососевых рыб имеют весомые шансы преодолеть кризис и заявить о себе уже в ближайшем будущем.