

**ΣΥΝΤΟΜΟ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΡΩΣΙΚΗ ΑΓΟΡΑ
ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΜΗΣ
(ΜΟΣΧΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ – 2010)**

Η αγορά προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης στη Ρωσία εκτιμάται ότι, βρίσκεται σε νεανικό στάδιο. Ενδεικτικό αυτού είναι ότι η μέση κατανάλωση δεν ξεπερνά κατά πολύ το 0,2 χγγ το άτομο, το χρόνο. Από το 1990 ωστόσο και ύστερα ο τομέας αναπτύσσεται δυναμικά τα τελευταία χρόνια με ρυθμούς γύρω στο 25% ετησίως. Αξιοσημείωτο είναι ότι, την ίδια στιγμή η κατανάλωση φρέσκων προϊόντων αρτοποιίας καταγράφει σταθερά μείωση 1-3% το χρόνο, γεγονός που καθιστά τα κατεψυγμένα υποκατάστατα αυτών ακόμα πιο ελκυστικά.

Εγχώρια Παραγωγή: Δυνητικοί παραγωγοί κατεψυγμένων προϊόντων συνιστούν ως εικός οι επιχειρήσεις αρτοποιίας, με ικανό μέγεθος και εξοπλισμό. Ως τέτοιες καταγράφονται περί τις 860 σε όλη τη Ρωσία. Το μεγαλύτερο τμήμα αυτών εντοπίζεται στην κεντρική Ρωσία και την περιοχή του Βόλγα. Επισημαίνονται εξ αυτών οι σημαντικότεροι: ООО Экспериментальный кондитерско-булочный комбинат «Звездный» (Svezdnii), ООО «Валентайн-2000» (Valentine 2000), АОЗТ «АЛГО» (ALGO), ГУП «ТПК Система» (TPK Systema), ООО «Эталон-Продукт» (Etalon Product), ОРЛОВ И МАРИНЕТТИ (ORLOF I MARIETI) (Μόσχα) και ДАРЬЯ (DARIA), «Хлебный Дом» (Chlebnii Dom), Компания «Морозко» (Compania Morozdko), ЗАО «Талосто» (Talosto) (Αγία Πετρούπολη).

Αγορά: Όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή η αγορά κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης στην Ρωσία βρίσκεται σε πολύ αρχικό στάδιο ανάπτυξης. Συνολικά η ζήτηση για προϊόντα αρτοποιίας αναμένεται να κυμανθεί μεταξύ 5,1 – 6,9 δις Ευρώ έως το 2012. Τα αρτοσκευάσματα με χρήση κατεψυγμένης ζύμης καλύπτουν μόλις το 10-15% της συνολικής αγοράς την ίδια στιγμή που το ποσοστό αυτό στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης εγγίζει το 80-90%. Συνολικά η αξία των υπό εξέταση προϊόντων εκτιμάται περί τα 600 εκ. δολάρια.

Όσον αφορά στην προέλευση των προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης στη Ρωσία το 20% συνιστά εισαγόμενα προϊόντα (κυρίως από την Γερμανία και την Φινλανδία) και 80% παράγονται εγχώρια (35% Μόσχα, 32% Αγία Πετρούπολη, 13% περιφέρεια). Το γεγονός ότι, η αυτοτελής είσοδος και προώθηση στην αγορά απαιτεί τεράστια έξοδα και για αυτό μόνο οι πλέον ισχυρές εταιρείες κατορθώνουν να διατηρούν μερίδιο στην Ρωσική αγορά. Όσον αφορά στο ψωμί, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη επίσης ότι, οι τιμές αυτού ελέγχονται από το κράτος, γεγονός που εμποδίζει την διατήρηση των περιθωρίων κέρδους όταν οι τιμές των πρώτων υλών ανεβαίνουν και οδηγεί πολλά αρτοποιεία σε κλείσιμο.

Δίκτυα Διανομής/Σημεία Πώλησης: Αν και ο κλάδος των ξενοδοχείων, εστιατορίων και των καφέ είναι και αναμένεται να παραμείνει σημαντικός, το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης (άνω του 78%) θα συνεχίσει στο μέλλον να διακινείται μέσω των καταστημάτων λιανικής πώλησης, όπου εμφανίζονται οι εξής περίπου αναλογίες: Υπεραγορές 35%, Supermarket 39%, και Παντοπωλεία 26%

Γενικά οι πωλήσεις προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης φαίνεται να έχουν σημαντικά περιθώρια κέρδους. Ενδεικτικά αναφέρεται εκτίμηση που φέρει αυτά να

αντιπροσωπεύουν μόλις το 6% του τζίρου ενός μέσου παντοπωλείου την ίδια στιγμή ωστόσο να αποφέρουν μεταξύ 12%-14% του κέρδους του καταστήματος.

Καταναλωτικά Πρότυπα: Όπως προκύπτει από σχετικές έρευνες αγοράς, βασικοί καταναλωτές κατεψυγμένων και ημι-έτοιμων προϊόντων διατροφής (όχι λιγότερο από δύο φορές την εβδομάδα) συνιστούν κυρίως άτομα μέσου και υψηλού εισοδήματος (άνω των 4.500 ρουβλίων το μήνα), ήτοι κατά κατηγορία, εργάτες και υπάλληλοι γραφείων, φοιτητές, οικογένειες με παιδιά καθώς και νεαρές άτεκνες οικογένειες. Η κατανάλωση των εν λόγω προϊόντων μειώνεται στις μεγαλύτερες ηλικιακά ομάδες.

Όσον αφορά στα κριτήρια επιλογής, οι Ρώσοι καταναλωτές φαίνεται να δίνουν εξαιρετικά μεγάλη έμφαση στη γεύση και λιγότερο στην τιμή του προϊόντος ενώ αναγνωρίζουν και το brand του εκάστοτε προϊόντος.

Επίσης παρατηρείται σχετική προτίμηση στα εγχώρια προϊόντα όταν πρόκειται για σφολιάτες και κρέπες και στα εισαγόμενα όταν πρόκειται για πίτσες και λοιπά ημι-έτοιμα προϊόντα, αν και αυτό θα πρέπει να οφείλεται εν μέρει και στη μεγαλύτερη τιμή των τελευταίων.

Σε γενικές γραμμές ωστόσο, όπως αναφέρθηκε και στον πρόλογο, οι Ρώσοι καταναλωτές δείχνουν ακόμα να προτιμούν τα φρέσκα προϊόντα έναντι των κατεψυγμένων, μη γνωρίζοντας ενδεχομένως ότι, τα τελευταία συναγωνίζονται και ενίοτε ξεπερνούν τα πρώτα σε θρεπτική αξία. Σχετικές μετρήσεις κατέδειξαν μόλις το 25% των Ρώσων καταναλωτών να εμπιστεύονται την ποιότητα των κατεψυγμένων προϊόντων.

Εκτιμήσεις φέρουν, η άνοδος γενικά του βιοτικού επιπέδου να οδηγεί στο άμεσο μέλλον σε περαιτέρω αύξηση της ζήτησης των εν λόγω προϊόντων τόσο σε ποσότητα όσο και ποιότητα αλλά και κυρίως ποικιλία. Η τάση διεθνώς φαίνεται να ευνοεί προϊόντα σε μικρότερες μερίδες τα οποία απαιτούν μόνο ζέσταμα.

Συμπεράσματα: Ο κλάδος προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης στη Ρωσία εμφανίζει σημαντικό δυναμισμό.. Ως εκ τούτου και υπό την προϋπόθεση της εξασφάλισης των απαραίτητων αρχικών κεφαλαίων για την είσοδο και προώθηση των προϊόντων στην Ρωσική αγορά, οι προοπτικές μιας εταιρείας του κλάδου με ποιοτικό προϊόν και ευρεία γκάμα προϊόντος εκτιμούνται ιδιαίτερα θετικές.