

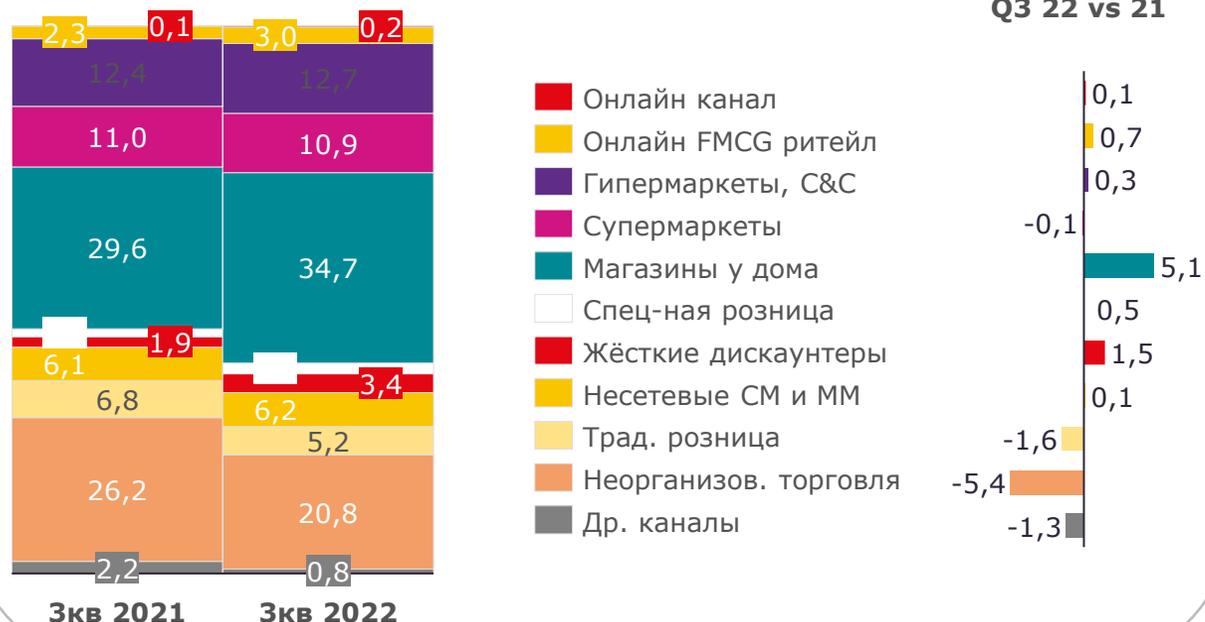
Основные тренды розничных продаж овощей и фруктов

Юлия Крымова,
директор департамента «Фрукты и овощи» розничной сети «Магнит»

Тренды рынка

Широта продуктового и ценового диапазона в местах неорганизованной торговли не смогла обеспечить стабильность положения традиционного канала, неорганизованная торговля теряет свои позиции **(-5,4 п.п.)** в пользу магазинов «у дома» **(+5,1 п.п.)**, которые обеспечивают базовую потребность покупателей в категории.

Куда смещён рынок категории?



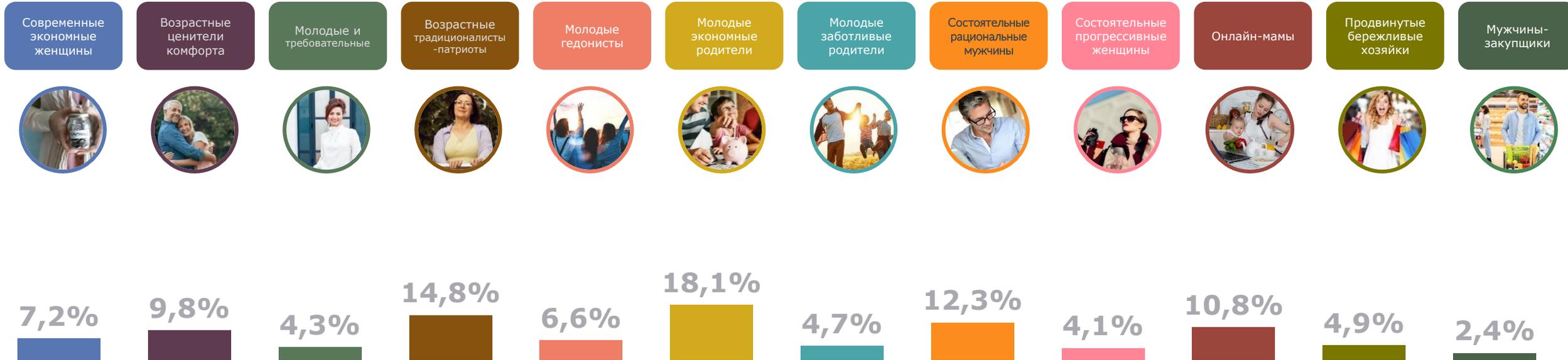
От квартала к кварталу наблюдается рост каналов магазины «у дома» и магазины больших форматов. Канал неорганизованной торговли теряют свою долю с каждым кварталом все больше.

В 1 квартале снижение доли составляло **3,2 п.п.**, в 3 квартале уже **5,4 п.п.**

Магазины «у дома» становятся основным местом покупок для большего количества клиентов.



Потребительская сегментация



- Мы будем формировать наше предложение для покупателей на основании их ключевых потребностей и миссий покупки с использованием глубинных знаний о ключевых драйверах принятия решений закрытия ключевых потребностей и выбора канала совершения покупки
- На основании подробного поведенческого портрета каждого сегмента и наиболее выраженных драйверов принятия решения выбора мы будем формировать мероприятия в области ассортиментного предложения, способах и методах продвижения

Доля сегмента в походах в магазин

Источник: Собственная разработка в сотрудничестве с GfK

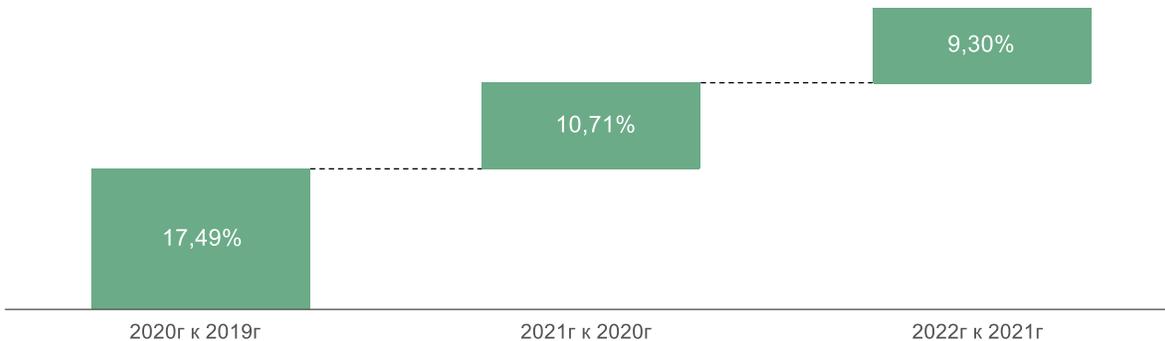
Динамика товарооборота категории

За последние три года категория обеспечивает стабильный рублевый рост и рост в кг с незначительными сезонными отклонениями с учетом специфики

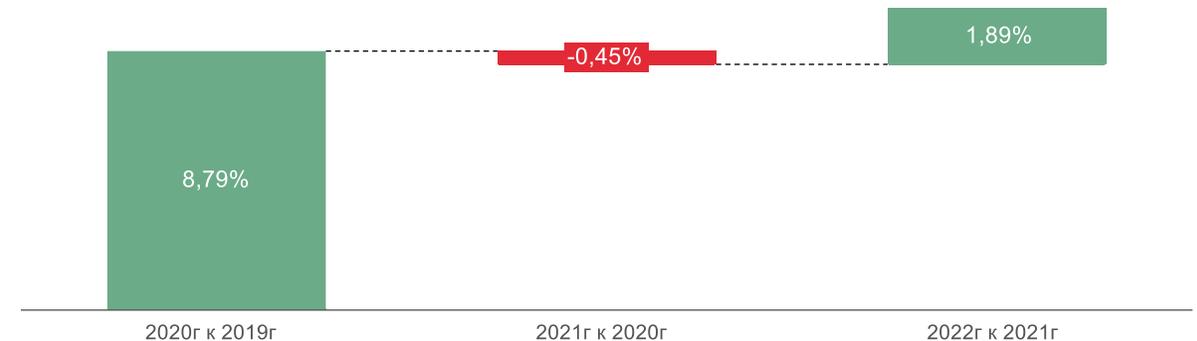
- Следование выбранной стратегии по ассортименту
- Доступные цены
- Работа над качеством товарного предложения
- Обеспечение регулярной доступности
- Укрепление партнерских взаимоотношений



LFL руб без НДС от базы 2019 г.



LFL кг от базы 2019 г.



Стратегия выпрямления цепочки поставок фруктов и овощей

Ориентация на прямую работу с производителями, сокращение доли посредников

Со стороны сети для увеличения доли производителей, в т.ч. за счет снижения доли трейдеров, предоставляется:

- Приоритет в обеспечении потребности сети за счет производителей, также в отдельном приоритете проработка локальных производителей
- Предоставление производителям детализированной потребности сети на новый сезон для закупки оборудования, высадки культур, планирования производственных программ
- Фиксирование объема и цены на сезон
- Заблаговременная заливка заказов для планирования нагрузки на производство

ТИП	ТИП_ИТОГ	Доля по приходу в кг	
		2020	2022
Не производитель		35,84%	31,62%
	Агропроект	21,84%	22,60%
	МП Контракт	8,87%	12,97%
Производитель	Производитель	28,10%	27,50%
	СП	5,36%	5,31%
Производитель Итог		64,16%	68,38%



Динамика объёма ассортимента

- Объем основного ассортимента растет на 11%, дополнительного - на 20%
- Доля дополнительного ассортимента в рамках типа поставщиков растет за счет собственного производства сети
- Для производителей есть потенциал для замещения значимого объема трейдеров

Ассортимент	ТИП	ТИП_ИТОГ	Доля по приходу в кг		Доля по приходу в руб	
			2020	2022	2020	2022
Основной	Не производитель		36,26%	31,53%	34,73%	30,69%
		Контракт+ Агроконтракт	30,80%	36,45%	25,06%	32,57%
	Производитель	Производитель	27,54%	26,97%	29,89%	26,26%
		СП	5,40%	5,04%	10,32%	10,48%
Дополнит	Производитель Итог		63,74%	68,47%	65,27%	69,31%
	Не производитель		32,28%	32,26%	28,19%	25,80%
		Контракт+ Агроконтракт	29,88%	28,61%	24,10%	21,71%
	Производитель	Производитель	32,81%	31,70%	40,09%	37,71%
		СП	5,04%	7,43%	7,62%	14,78%
	Производитель Итог		67,72%	67,74%	71,81%	74,20%



Дополнительный ассортимент

Доля дополнительного ассортимента увеличивается как по количеству SKU, так и по товарообороту

Ассортимент	Кол-во SKU		Динамика кол-ва SKU	Доля руб		Динамика доли ассортимента в руб
	2020	2022	▲ 2022/2020	2020	2022	▲ 2022/2020
Основной	79	79	0,0%	80,5%	78,3%	-2,1%
Дополнительный	286	340	18,9%	19,5%	21,7%	2,1%
Общий итог	365	419	14,8%	100,0%	100,0%	



Категория	Кол-во SKU				▲ 2022/2020 Приход в руб	
	2020		2022		осн	доп
	осн	доп	осн	доп		
Бахчевые культуры	4	5	3	9	9,2%	46,6%
Картофель	4	12	5	19	52,1%	80,8%
Салат	1	11	1	21	28,4%	102,2%
Томаты свежие	3	31	3	45	59,6%	78,8%
Ягоды		12		16		50,0%
Общий итог	12	71	12	110	50,7%	77,6%



Формирование дополнительной потребности

Меры, предпринимаемые для формирования портфеля дополнительного ассортимента:

- Анализ покупательских миссий и предпочтений;
- Взаимодействие с производителями семян, изучение исследований и рекомендаций;
- Опыт экспертов рынка в развитии отдельных направлений/продуктов;
- Отслеживание зарубежного опыта – мониторинг работы розничных сетей, отраслевых выставок;
- Дегустации сортоиспытаний для выделения интересных вкусных гибридов;
- Развитие культуры потребления новых сортов через выделение дополнительных карточек товаров, которые помогают дифференцировать сорта на полке магазинов. Например, реализация яблок в фасованном виде;
- Оптимизация себестоимости через реализацию нестандартного продукта.

Например:

- шампиньоны мини – побочное производство в процессе выращивания гриба стандартного размера
- шампиньоны резаные – использование гриба с отклонениями от сетевых требований



Черри тримикс



Шампиньоны резаные



Клубника с шоколадным топингом



Беби

Стандарт

Для запекания

Какие вызовы дает текущий рынок

Покупатель по-прежнему хочет получить товар высокого качества по приемлемой цене и видеть широкий ассортимент продукции

Наши действия:



Внедряем послабления в части логистических требований: увеличен допуск по высоте паллет, слойности картона для фасовки и пр.



Формируем паспорта с учетом особенностей российского производства, при составлении паспортов учитывается опыт ключевых производителей



Учитываем особенности плодоношения в начале и конце оборота в закрытом грунте



Предоставляем доп. услуги по самовывозу и сюрвейерской оценке качества на предприятиях производителей перед отгрузкой в сеть, что оптимизирует затраты последних



У производителей есть возможность оперативной переподготовки товара при отклонениях по качеству, что минимизирует возвраты



Партнер может сопоставить свой производственный план с потребностями сети. Совместное планирование севооборота



Вводим оптимальные виды упаковки, обеспечивающие сохранность товара и доступность предложения для покупателя



Выделяем доп. товары, которые снижают потери производителя (шампиньоны мини, картофель черри, картофель беби, микс томатов сливовидных красные+жёлтые, и др.)



Ввели тайм-слот, что позволяет не ожидать приемку в очереди на РЦ сети



Иницилируем миксованные поставки с несколькими товарными позициями в одной машине

