

«КОНФЕКС. Кондитерская экспертиза»

23 марта т.г. в Москве в рамках выставки Modern Bakery прошел 1-й международный бизнес-форум «Конфекс. Кондитерская экспертиза»: 20 спикеров, более 30 актуальных отраслевых вопросов.



цен на сырье, пандемию, снижение покупательской способности, «объем российского производства кондитерских изделий за 2020 г. сократился всего на 2%», – рассказал **Вячеслав Лашманкин, исполнительный директор Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД»**. А продажи кондитерских изделий в натуральном выражении за период с января по декабрь 2020 года сократились всего лишь на 3,8%, согласно данным исследований Nielsen IQ. «При этом изменилось поведение потребителей: теперь 40% выбирают магазин у дома, 36% стараются

194 профессионала посетили мероприятие: на одной площадке встретились представители таких компаний, как Ferrero, Mondelez, MARS WRIGLEY, Konti, «ПОБЕДА», «Белевская кондитерская компания», Biennale Group, Объединенные кондитеры, КДВ, АККОНД, ESSEN, SOBRANIE, «Славконд», ГК «Сладкая сказка», «Акульчев», FOODCODE, Barry Callebaut, Orion International Euro и др. Крупнейшие российские и зарубежные производители кондитерской продукции обсудили влияние пандемии на отрасль, перспективы развития кондитерского рынка, успешный опыт игроков и государственные меры поддержки экспорта.

Первая сессия бизнес-форума была посвящена трендам кондитерского рынка – 2021. Модератором сессии выступила **Марина Татарская**, директор по институциональным вопросам и корпоративным коммуникациям Ferrero в России и странах СНГ. Несмотря на рост



посещать как можно меньше магазинов», – рассказала **Юлия Бычкова, директор по изучению покупательского поведения Ferrero в России и странах СНГ.**

Юрий Головатчик, директор по корпоративным вопросам ООО «Мон'дэлис Русь», отметил, что 9 взрослых респондентов из 10 в мире (88%) говорят, что перекусывают чаще (46%) или не реже (42%) во время пандемии по сравнению с предыдущими периодами. Говоря о трендах кондитерского рынка, нельзя не упомянуть про интерес потребителя к теме ЗОЖ: стремление снизить количество сахара и искусственных добавок в своем рационе.

Особое внимание спикеры бизнес-форума уделили взаимодействию производителей и ритейла, а также новым каналам продаж. По данным исследований Ferrero, +34% потребителей пришли в онлайн за период пандемии. Что делать производителю в связи с этим: развивать собственные онлайн-каналы или продажи на маркетплейсах? По мнению **Виталия Муравьева**, президента группы кондитерских фабрик «ПОБЕДА», продажи через интернет-магазин не конкурируют с продажами через маркетплейсы: можно параллельно работать со своим интернет-магазином и с маркетплейсами – одно дополняет другое, и все это хорошо работает на развитие бренда.

В рамках второй сессии бизнес-форума «Конфекс. Кондитерская экспертиза» **Александр Слуцкий**, Business Development AliExpress Россия, рассказал производителям кондитерских изделий о существующих моделях электронной коммерции и о том, с чего начать продажи на маркетплейсах. **Думитро Чаттерджи**, экс-начальник отдела развития продаж «Объединенные кондитеры», поделился своим опытом увеличения продаж кондитерских изделий на уровне магазина, а **Мария Смаль**, старший менеджер по развитию кондитерской категории MARS WRIGLEY, – видением будущего кондитерской полки и в целом магазина будущего. **Дмитрий Морозов**, экс-старший бренд-менеджер Orion International Euro, рассказал, как компании удалось заработать RUB101 млн в месяц благодаря эксклюзивным новинкам для розничных сетей. В частности, речь шла о знаменитой сладости Orion Choco-Pie, родившейся более 50 лет назад в Южной Карее.



– это идеальное сочетание бисквита, шоколада и начинки Marshmallow. Еще в 2000-х компания открыла два своих завода в Твери и Новосибирске. Сегодня в России в день производится ~3,6 млн «чокопаек». Показатель Brand power (Сила бренда) равен 2. **Виталий Муравьев**, президент группы кондитерских фабрик «ПОБЕДА», отметил, что новинки останутся основным драйвером роста продаж в категории.

Значительное влияние на продажи кондитерских изделий в ритейле оказывает упаковка. **Анна Луканина**, управляющий партнер Depot (в портфолио агентства работа с такими компаниями, как Nestle, Perfetti van Melle, ГК «Сладкая сказка», «Верность качеству», Biennale Group и др.), поделилась своим видением трендов на кондитерском рынке и примерами успешных сладких новинок со всего мира. (Читайте в следующем номере.)

Многие спикеры затронули такую важную тему, как **устойчивое развитие, ответственное производство и потребление**. На первый взгляд, во вре-

мя пандемии эти вопросы кажутся второстепенными, но спикеры опровергли эту точку зрения. **Юлия Бычкова**, директор по изучению покупательского поведения Ferrero в России и странах СНГ, рассказала, что по мнению 85% респондентов, компании не уделяют достаточного внимания устойчивому развитию. **Анна Луканина**, управляющий партнер Depot, отметила, что 69% профессионалов рынка считают, что их потребитель в будущем будет более чувствителен к вопросам устойчивого развития, чем до COVID-19, и показала наиболее интересные примеры перерабатываемой упаковки кондитерских изделий.

Третья сессия бизнес-форума была посвящена экспорту. (Читайте подробнее на стр. 42.) По данным **Федерального центра «Агроэкспорт»**, российский экспорт кондитерских изделий за последние четыре года вырос на 31% в стоимостном выражении, в 2021 году он может составить порядка \$1,5 млрд. Своим опытом выхода на зарубежные рынки поделились **Наталья Шавель**, заместитель генерального директор по ВЭД ООО «Белевская кондитерская компания» – компания последние 5 лет успешно продает свою продукцию на международных рынках: США, стран ЕС, Китая и имеет собственный склад и офис в Европе; а также **Елена Симаненко**, председатель совета директоров АО «КОНТИ-РУС» – компания является лидером среди производителей кондитерских изделий РФ по объемам экспорта и географии продаж, экспортирует свою продукцию в 35 стран мира.

Прогнозы экспертов внушают оптимизм: по мнению руководителя Федерального центра «Агроэкспорт» **Дмитрия Краснова**, мировой рынок кондитерских изделий продолжит рост со среднегодовыми темпами на уровне 4% и к 2024 году достигнет \$222 млрд.

Виталий Муравьев, президент группы кондитерских фабрик «ПОБЕДА»: «Открытость становится главным запросом современности, закрытые системы больше не демонстрируют конкурентоспособность, если они не являются монополистами. Форум создает пространство для диалога и обмена опытом. Я рад отметить не только высокий уровень информационного контента, но и качественную организацию, что тоже очень важно».

Ойген Аллес, генеральный директор «Мессе Франкфурт РУС» (компания является организатором выставки Modern Bakery Moscow и бизнес-форума «Конфекс. Кондитерская экспертиза»): «Первый международный бизнес-форум «Конфекс. Кондитерская экспертиза» вызвал живой интерес ключевых игроков кондитерского рынка и тем самым показал важность таких мероприятий для отрасли. В следующем году мы планируем не только насыщенную деловую программу, но и более масштабную экспозицию оборудования и ингредиентов для производства сахаристых кондитерских изделий».

До встречи на бизнес-форуме «Конфекс. Кондитерская экспертиза» 22 марта 2022 г.!