

Добавим вкуса (рынок специй)

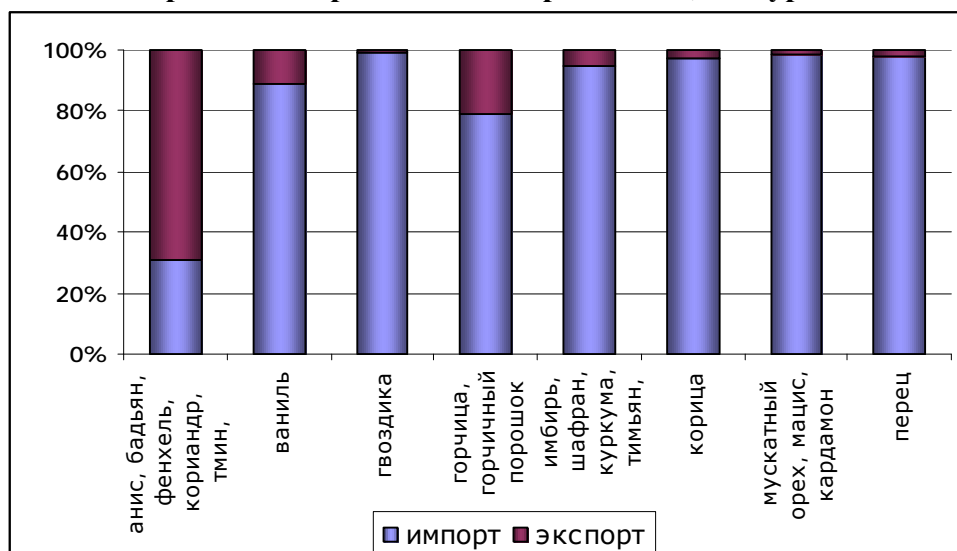
Российский рынок специй и пряностей существует уже около 15 лет и на данный момент включает в себя такие продукты, как: специи, пряности и приправы.

Почти 90% продукции на российском рынке специй – импортного производства.

Наибольший объем импорта специй в натуральном выражении приходится на Вьетнам, а самой популярной специей является чёрный перец. Значительные доли занимают также такие специи как горчица, имбирь, шафран, куркума, тимьян и лавровый лист.

Лидером по экспорту специй из России среди стран (в натуральном выражении) является Казахстан. На втором месте – Нидерланды. Больше всего из России вывозится таких видов специй как анис, бадьян, фенхель, кориандр, тмин, можжевельник, а также горчица и горчичный порошок.

Соотношение импорта и экспорта специй и пряностей (в натуральном выражении)



Источник: Таможенная статистика, 2006 г.

В настоящее время специи и пряности обширно используются как в сегменте B2B, так и в B2C.

Основными потребителями сегмента B2B являются различные пищевые производства, виды деятельности и спектр потребляемой продукции которых чрезвычайно разнообразен¹. Группа крупнейших игроков, снабжающих большинство российских производств, уже сформировалась и включает в себя не более 10 компаний (крупнейшие - ООО «Шаллер-Москва», ООО «Балтимпорт», ООО «Камис-приправы», ООО «Миратрейд», ООО «Фаргот», ООО «Полартис»). Для удержания своих позиций данным фирмам приходится значительно расширять свой ассортимент - включать красители, ароматизаторы, крахмалы, загустители, натуральные и синтетические оболочки (для колбас), сухие белки, готовые смеси специй под конкретную рецептуру и т.д.

В сегменте B2C клиентами рынка являются домохозяйства. Особенность данного сегмента заключается в специфике потребления людей живущих в различных климатических зонах РФ. Это связано с особенностями местной культуры и традиционной для каждого региона кухни. В данном сегменте товаром являются исключительно фасованные специи, причём в качестве фасовки могут выступать как элегантные стеклянные и фарфоровые ёмкости, так и простые бумажные пакетики.

Потребление специй и пряностей в различных Федеральных округах (в %)

¹ Подробно данный сегмент рассматривается в Исследовании Агентства

РЕГИОН	% от общего объема потребления
Центральный	48
Северо-западный	18
Уральский	10
Дальневосточный	10
Сибирский	9
Волжский	5

Источник: Russian Food & Drinks Market Magazine – №6, 2003.

Число компании, работающее на данном сегменте чрезвычайно велико, что объясняется относительно невысокими барьерами входа на рынок и высоким спросом на продукцию. Крупнейшими среди них являются: ООО «Аромадон, ООО «Проксима», ООО «Айдиго», «Kamis», «Новосибирский пищевой комбинат», ООО «Авалон», ООО «ТФ – «Анда-сервис», «Витэкс», «Интер-Релиш-М», концерн Paulig, торговая компания «Мистраль», АО «Подравка», ООО «Нестле Россия», ООО «Юнилевер СНГ», компания «Арикон», компания «Русский продукт», ООО «Колви» и компания «Проммикс». Качество товара, при этом, также весьма различно. Товар наивысшего качества продаётся, как правило, в цельном (не молотом) виде и упакован в достаточно дорогостоящую тару. Поставщиками такой продукции являются, в большинстве своём, крупные предприятия и иностранные компании. Качество продукции большинства российских фасовщиков пока оставляет желать лучшего.

Помимо самих специй, пряностей и приправ на данном рынке пользуются высоким спросом уже готовые смеси – для приготовления мяса, рыбы, птицы, маринадов или кондитерских изделий. Новые смеси активно предлагаются всеми фасовщиками и являются весьма популярными.