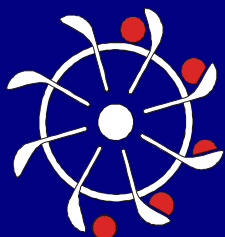


МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЯСНЫХ ДЕЛИКАТЕСОВ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
март 2008 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования	3
Полное содержание исследования	4
Список диаграмм	8
Список таблиц	9
Выдержки из исследования	10
Описание отрасли	11
Сегментирование продукции по основным наименованиям	13
Классификация по виду мяса	13
Классификация по технологии производства.....	14
Классификация по форме реализации в розничной торговле	14
Классификация по типу упаковки:.....	14
Сегментация мясных деликатесов по ценовому сегменту.....	14
Основные страны-импортеры.....	15
Основные страны-экспортеры.....	15
Соотношение экспорта и импорта.....	16
Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний	17
Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени.....	18
Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги.....	18

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: анализ российского рынка мясных деликатесов и выявление основных его тенденций.

Описание исследования

В ходе исследования были решены следующие задачи:

- Рассмотрена структура Рынка по основным видам продукции, ценовым диапазонам и игрокам
- Оценен объем и емкость российского рынка мясных деликатесов
- Выявлены сдерживающие факторы Рынка, а также наиболее перспективные ниши
- Определены тенденции развития российского рынка мясных деликатесов
- Проанализирована динамика российского рынка мясных деликатесов
- Проведен конкурентный анализ производителей мясных деликатесов
- Выявлены основные трудности рынка, их причины и способы возможного устранения
- Описана структура рынка мясных деликатесов и обрисован портрет типичного потребителя мясных деликатесов

Кол-во страниц: 107 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 18 диаграмм, 21 таблиц, 2 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Описание типа исследования

Объект исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

Целевая аудитория

Источники

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Валовый внутренний продукт

Уровень инфляции

Развитие внутреннего производства

Рост потребительского спроса

Законодательство, лицензирование и требования контролирующих органов

Описание отрасли

Источник: агентство «Бизнес аналитика»

Описание влияющих Рынков

Краткое описание рынка мясосырья

Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции

Сегментирование продукции по основным наименованиям

Классификация по виду мяса

Источник: Министерство сельского хозяйства

Классификация по технологии производства

Классификация по форме реализации в розничной торговле

Классификация по типу упаковки:

Классификация копченостей

Сегментация мясных деликатесов по ценовому сегменту

Тенденции в ценовых сегментах

Основные количественные характеристики Рынка

Объем и емкость Рынка

Темпы роста Рынка

Влияние сезонности на Рынок

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара

Источник: Институт экономики переходного периода

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители сырья

Дистрибьюторы продукции

Розничный сектор

Основные принципы ценообразования

Объемы импорта и экспорта

Импорт продукции

Объемы импорта

Основные страны-импортеры

Основные компании-импортеры

Экспорт продукции

Объемы экспорта

Основные страны-экспортеры

Основные компании-экспортеры

Соотношение экспорта и импорта

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции

Основные параметры конкуренции

Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

МИКОЯНОВСКИЙ МПК

Московский мясоперерабатывающий завод Вегус

Группа Черкизово

ЦАРИЦЫНО

ОСТАНКИНСКИЙ МПК

Клинский

ОАО КампоМос

ОАО Дымовское колбасное производство

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Стратегии продвижения товаров производителями

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями
Продукции

Конкуренция между крупнейшими сетевыми продуктовыми розничными сетями

Основные параметры конкуренции

Описание профилей крупнейших компаний

X5 Retail Group N.V.

Торговая сеть «Пятерочка»

Торговая сеть «Перекресток»

Сеть супермаркетов «Азбука вкуса»

ОАО «ТД «Копейка» (Торговая сеть «Копейка»)

ОАО «Седьмой континент» (Торговая сеть «Седьмой континент»)

ООО «Рамэнка» (Торговая сеть «Рамстор»)

ООО «Омега-97» (Торговая сеть «Патэрсон»)

ЗАО «Мосмарт» (Торговая сеть «Мосмарт»)

ГК «Виктория» (Торговая сеть «Виктория», «Квартал», «Дешево»)

Торговая сеть «Дикси»

Metro Group (Торговая сеть «Metro Cash&Carry», «Real»)

ООО «Лента» (Торговая сеть «Лента»)

ООО «Ашан» (Торговая сеть «Ашан»)

Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по
основным описательным параметрам

Анализ потребителей

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

Диаграмма 12. Основные потребители мясных деликатесов

Источник: данные компании «КИС»

B2C рынок

Источник: компания Бизнес Аналитика

B2B рынки

Источник: данные исследования компании «КИС»

Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции
потребляемого одним потребителем за единицу времени

Структура осведомленности потребителей о марках и поставщиках Продукции или
Услуг

Источник: компания TNS Gallup Media, 2007 год

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги

Источник: Комкон за 2007 год

Медиа- предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы
Продукции или Услуги)

Источник: данные исследования компании «КИС»

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, влияющие на развитие Рынка

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Динамика ВВП за 2002 - январь 2008 гг. , в %

Диаграмма 2. Уровень инфляции 2003-2008 гг., %

Диаграмма 3. Структура рынка мясной гастрономии, %

Диаграмма 4. Структура потребления мяса, %

Диаграмма 5. Структура розничного сбыта, %

Диаграмма 6. Основные страны-импортеры, объем в стоимостном выражении

Диаграмма 7. Основные страны-импортеры, объем в натуральном выражении

Диаграмма 8. Основные страны-экспортеры, объем в стоимостном выражении, в кг и \$

Диаграмма 9. Основные страны-экспортеры, объем в натуральном выражении, в кг и %

Диаграмма 10. Соотношение доли импорта и экспорта в натуральном и стоимостном выражении, %

Диаграмма 11. Доли крупнейших российских производителей колбасных изделий и мясных деликатесов, %

Диаграмма 12. Основные потребители мясных деликатесов

Диаграмма 13. Факторы выбора колбасных изделий и мясных деликатесов, % от числа покупателей, в %

Диаграмма 14. Предпочтения потребителя по упаковке, %

Диаграмма 15. Частота покупок мясных деликатесов в розничной торговле, % от числа покупателей, 2007 год

Диаграмма 16. Узнаваемость марок, в %

Диаграмма 17. Наиболее употребляемые виды мясных деликатесов, %

Диаграмма 18. Места совершения покупок, в %

Схема 1. Структура сбыта на рынке мясной гастрономии

Схема 2. Движение товара

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Основные макроэкономические показатели России за 2006 – начало 2008 г.г., в %

Таблица 2. Оценка потребительского спроса, в %, 2006-2007 гг.

Таблица 3. Утвержденный объем квот на импорт мяса на период до 2009 г.

Таблица 4. Динамика роста реальных доходов и объемов потребления мяса на душу населения

Таблица 5. Производство скота и птицы на убой в России в январе-сентябре 2006 - 2007 гг., тыс. тонн

Таблица 6. Численность скота в хозяйствах всех категорий, млн. голов 2006-2008 гг.

Таблица 7. Индексы цен на мясо и мясные продукты 2007 гг. (в % к декабрю 2006 года)

Таблица 8. Основные страны-импортеры в стоимостном выражении, в \$ и %

Таблица 9. Основные страны-импортеры в натуральном выражении, в кг и %

Таблица 10. Основные компании-импортеры продукции

Таблица 11. Основные страны-экспортеры в стоимостном выражении, в \$ и %

Таблица 12. Основные страны-экспортеры в натуральном выражении, в кг и %

Таблица 13. Основные компании-экспортеры

Таблица 14. Соотношение доли импорта и экспорта в % и кг

Таблица 15 . Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 16. Основные игроки рынка

Таблица 17. Потребители мясной продукции.

Таблица 18. Характеристики поставщика

Таблица 19. Источники информации для потребителя

Таблица 20. STEP-анализ рынка

Таблица 21. Возможные риски, связанные с Рынком

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Доля мясных деликатесов на рынке мясных изделий небольшая – порядка 5-10%, но специалисты рынка отмечают потенциал роста этого сегмента. Благоприятно воздействует на развитие рынка рост доходов и улучшения качества жизни населения.

Одним из негативных факторов, влияющих на рынок мясных деликатесов – проблемы развития рынка мясного сырья, который зависит от государственных квот мяса на импорт, ведущие к обострению дефицита мясного сырья. Кроме того, агропромышленный комплекс России требует модернизации и активного участия государства в его развитии.

При изготовлении мясных деликатесов производители обязаны придерживаться некоторых требований: разработана общая рецептура основных мясных деликатесов - нормы процентного соотношения компонентов, временные рамки изготовления. Все производители мясных деликатесов и колбас при их изготовлении обязаны руководствоваться ГОСТами и СНИПами. Производителям следует учитывать следующие документы:

1. ГОСТ 16594-85 Продукты из свинины сырокопченые Технические условия
2. ГОСТ 17482-85 Продукты из свинины запеченные и жареные Технические условия
3. ГОСТ 18236-85 Продукты из свинины вареные. Технические условия
4. ГОСТ 18255-85 Продукты из свинины копчено-вареные Технические условия
5. ГОСТ 18256-85 Продукты из свинины копчено-запеченные. Технические условия
6. ГОСТ 12600-67 Колбасы сырокопченые, поставляемые для экспорта. Технические условия.
7. ГОСТ 16131-86 Колбасы сырокопченые. Технические условия
8. ГОСТ 16290-86 Колбасы варено-копченые. Технические условия
9. ГОСТ 16351-86 Колбасы полукопченые. Технические условия



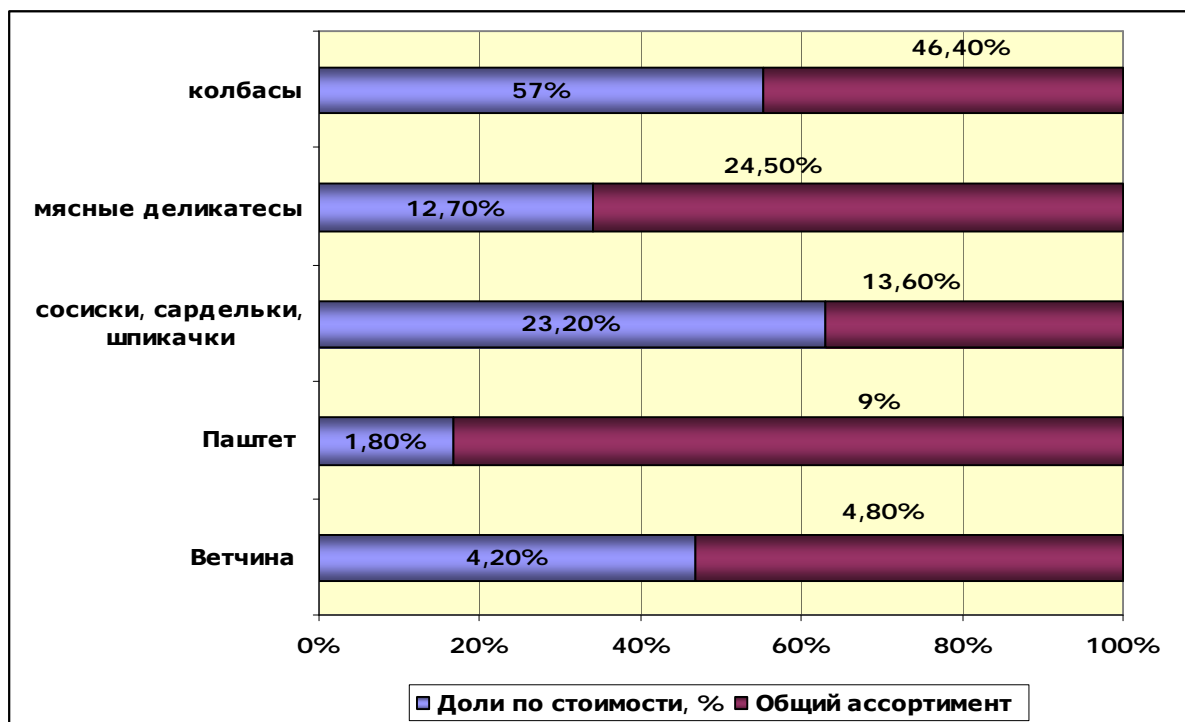
- 10.ГОСТ 16594-85 Продукты из свинины сырокопченые. Технические условия
- 11.ГОСТ 17482-85 Продукты из свинины запеченные и жареные. Технические условия.

В перечисленных документах даются основные условия производства, условия хранения, составы, основные продукты, которые необходимо использовать при производстве тех или иных мясных деликатесов. ГОСТы регламентируют также основные виды упаковок и режимы хранения мясных продуктов.

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Рынок мясных деликатесов является частью рынка мясных продуктов. Традиционно наиболее потребляемыми в структуре рынка мясной гастрономии являются вареные и копченые колбасы, сосиски, сардельки. На сегмент Мясные деликатесы приходится порядка 12% в ценовом выражении и 24,5% по общему ассортименту. По оценкам специалистов рынка, в среднем рынок мясных деликатесов прирастает на 4-5%

ДИАГРАММА 1. СТРУКТУРА РЫНКА МЯСНОЙ ГАСТРОНОМИИ, %



Источник: агентство «Бизнес аналитика»

Сегмент Колбасы лидирует в структуре рынка мясной гастрономии – 57% занимает доля по стоимости и 46,4% по общему ассортименту. Далее идут сардельки, сосиски, шпикачки – 23,2% в ценовом выражении и 13,6% по общему ассортименту. Согласно прогнозам доля мясных деликатесов имеет большой потенциал роста и будет со временем возрастать.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

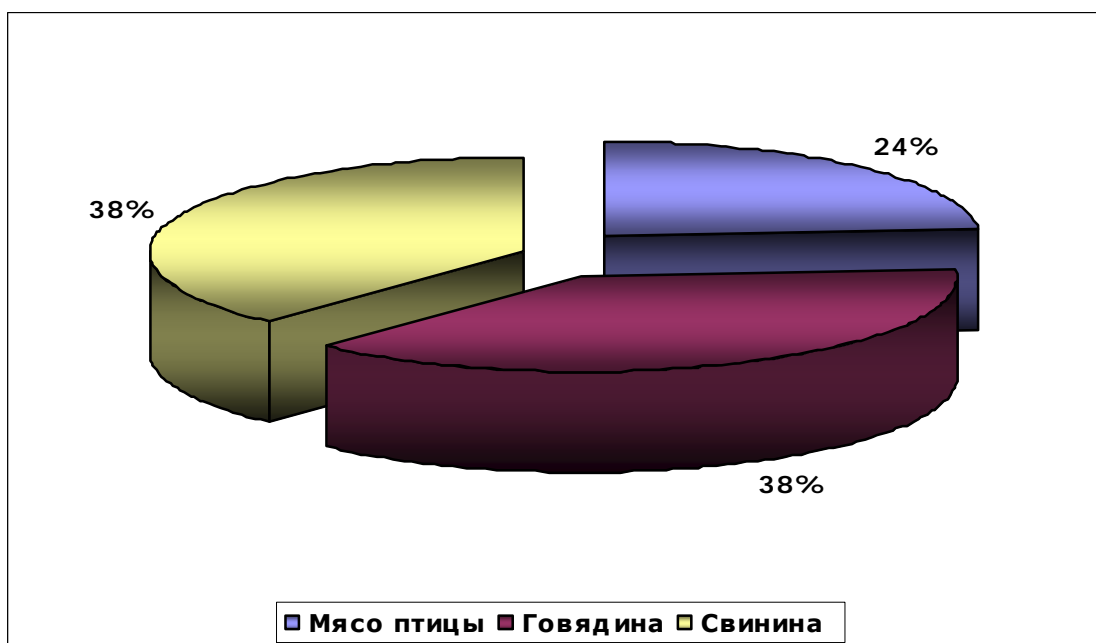
Классификация мясных продуктов достаточно сложная. Она включает в себя следующие основные мясные изделия:

1. Колбасные изделия.
2. Консервы из мяса и субпродуктов.
3. Копчености

КЛАССИФИКАЦИЯ ПО ВИДУ МЯСА

- изделия из мяса животных: свинины, баранины, говядины и других животных;
- изделия из мяса птицы: индейки, цыпленка и т. д.

ДИАГРАММА 2. СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ МЯСА, %



Источник: Министерство сельского хозяйства

Говядина и свинина являются самыми потребляемыми видами мяса среди россиян, и их совокупная доля составляет 76%. Однако по прогнозам Мясного союза России к 2012 году изменится структура потребления мяса: доля говядины снизится до 20-22%, птица поднимется до 40-45%, свинина - до 35-40% и еще 3-5% займет баранина.

КЛАССИФИКАЦИЯ ПО ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА

- из цельного куска (лопатка, окорок, грудинка, корейка, бекон)
- из крупных кусков мышечной ткани - около 5см (рулет, деликатесная ветчина)
- из мелких кусков мяса - до 1 см (обычная ветчина, колбаса)

КЛАССИФИКАЦИЯ ПО ФОРМЕ РЕАЛИЗАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

- нарезка
- куском порционным
- куском весовым

КЛАССИФИКАЦИЯ ПО ТИПУ УПАКОВКИ:

- негерметичная упаковка
- вакуумная упаковка
- упаковка флоупак
- газовая упаковка

СЕГМЕНТАЦИЯ МЯСНЫХ ДЕЛИКАТЕСОВ ПО ЦЕНОВОМУ СЕГМЕНТУ

Ценовая сегментация служит основанием для классификации рынка мясных деликатесов. Как правило, к сегменту премиум относятся изделия, цена которых от 360 рублей за килограмм, в производстве которых не используется соя и другие заменители мяса.

На рынке мясных изделий, в сегменте премиум отмечается самые высокие темпы роста. По данным экспертов ОАО Царицыно, к премиумному сегменту можно отнести 10 % всей колбасной продукции, представленной на российском рынке. На московском рынке доля «премиума» выше – порядка 50 %. Рынок колбасных изделий в целом ежегодно прирастает на 4 - 5 % в год. Рост в премиум сегменте составляет 10 -15 %.

На рынке мясных деликатесов условно можно выделить 4 ценовых сегмента:

- премиум сегмент (цена от 360 рублей)
- высокоценовой (цена от 220 до 360 рублей)
- среднеценовой (от 120 до 220 рублей)
- эконом (до 120 рублей)

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ

Основной страной-импортером в стоимостном выражении является Литва, на долю которой приходится 10%

ТАБЛИЦА 1. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ, В \$ И %

Страна-импортер	\$	\$ (%)
ЛИТВА	4237664	10%
АВСТРИЯ	3572877	8%
БРАЗИЛИЯ	2403476	6%
США	2869481	7%
ИСПАНИЯ	2063037	5%
ЭСТОНИЯ	1211423	3%
ИТАЛИЯ	1086388	3%
ДАНИЯ	911520	2%
ГЕРМАНИЯ	773773	2%
НИДЕРЛАНДЫ	722445	2%
Другие	22 311 563	53%
Итого	42 163 647	100%

Источник: Таможенная база за 2007 год

На 2-м месте по показателям в стоимостном выражении находится Австрия – 8%. Показательно, что доля других стран, среди которых ведущие европейские страны - Италия, Дания, Испания и т. д. составила 53% в стоимостном выражении.

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ

Основная доля экспортируемой продукции в стоимостном выражении приходится на Казахстан – 69%.

ТАБЛИЦА 2. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ, В \$ И %

Страна-экспортер	\$	\$ (%)
КАЗАХСТАН	34091400	69%
ГРУЗИЯ	4813497	10%
АЗЕРБАЙДЖАН	4592395	9%
АРМЕНИЯ	697938	1%
УКРАИНА	408064	1%
ТАДЖИКИСТАН	346040	1%
БЕЛАРУСЬ	172821	0%
КИРГИЗИЯ	32547	0%
ФРАНЦИЯ	32407	0%
УЗБЕКИСТАН	23360	0%
Другие	4 365 906	9%
Всего	49576375	100%

Источник: Таможенная база за 2007 год

Доля экспорта в Грузию составляет 10% в стоимостном выражении. За Грузией следует Азербайджан с долей в 9%.

СООТНОШЕНИЕ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА

В 2007 году объем экспорта незначительно превышает показатели импорта, как в стоимостном выражении, так и в натуральном. Разрыв в процентном соотношении между долей экспорта и импорта составляет порядка 8%.

ТАБЛИЦА 3. СООТНОШЕНИЕ ДОЛИ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА В % И КГ

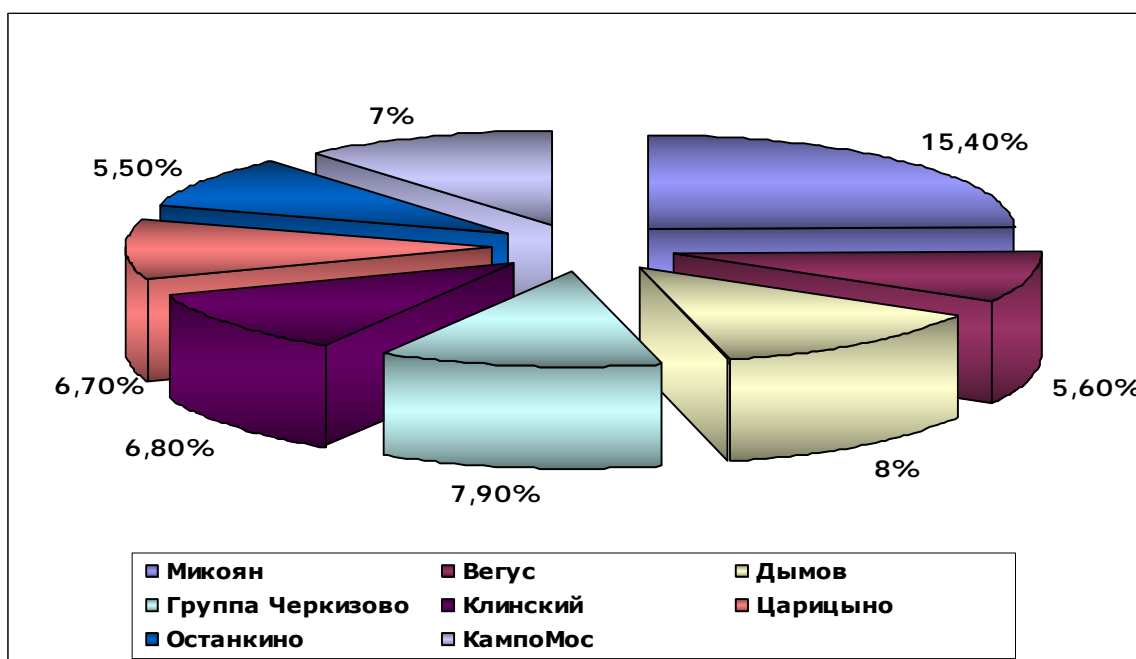
Направление	кг	кг (%)	\$	\$ (%)
Импорт	23 841	46%	42 163 647	46%
Экспорт	27 637	54%	49 576 375	54%
Итого	51 478	100%	91 740 022	100%

Источник: Таможенная база за 2007 год

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ РЫНКА. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

Основной объем рынка мясных изделий обеспечивает отечественный производитель - более 97% продукции. Традиционно, наибольшую долю в 15,4% занимает Микояновский мясокомбинат, на 2-м месте – ОАО Дымов, далее - группа Черкизово в 7,9%, 7% - КампоМос, 6,8% - завод Клинский. Долю менее 6% занимают ОАО Царицыно, ОАО Останкино и завод Вегус.

ДИАГРАММА 3. ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ И МЯСНЫХ ДЕЛИКАТЕСОВ, %



Источник: Бизнес аналитика

Кроме авторитетных заводов (Микоян, Черкизово), лидерами на рынке колбасных изделий и мясных деликатесов являются молодые производители (Дымов, КампоМос), продукция которых стабильно входит в рейтинг самых продаваемых. Эксперты мясного рынка считают, что крупные российские мясоперерабатывающие предприятия постепенно сдают лидирующие позиции, и уступают молодым и быстроразвивающимся компаниям. Прогнозируется, что лидирующие позиции на рынке уже через 5-7 лет займут молодые динамичные компании, способные выводить на рынок бренды, ориентированные на конкретные группы потребителей.

СТЕПЕНЬ АКТИВНОСТИ В ПОТРЕБЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ ИЛИ УСЛУГИ. КОЛИЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ ПОТРЕБЛЯЕМОГО ОДИМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ ЗА ЕДИНИЦУ ВРЕМЕНИ

Согласно рекомендациям Всесоюзной организации здоровья норма потребления колбасы и мясопродуктов для взрослого человека составляет 78 килограммов в год.

По оценкам агентства «Бизнес Аналитика», совокупное потребление продуктов мясной гастрономии, включая различные виды колбас, сосиски и сардельки, ветчины, мясные деликатесы, паштеты и другое, в расчете на одного жителя России составляет около 13-15 кг в год. Но по уровню потребления мясных продуктов Россия все-таки существенно уступает европейским странам и США. Тем не менее, в последние годы отмечается достаточно высокий спрос на продукцию мясной гастрономии, который к тому же постоянно растет. Рынок столицы характеризуется более высоким уровнем потребления (до 27-30 кг в год) по сравнению с регионами.

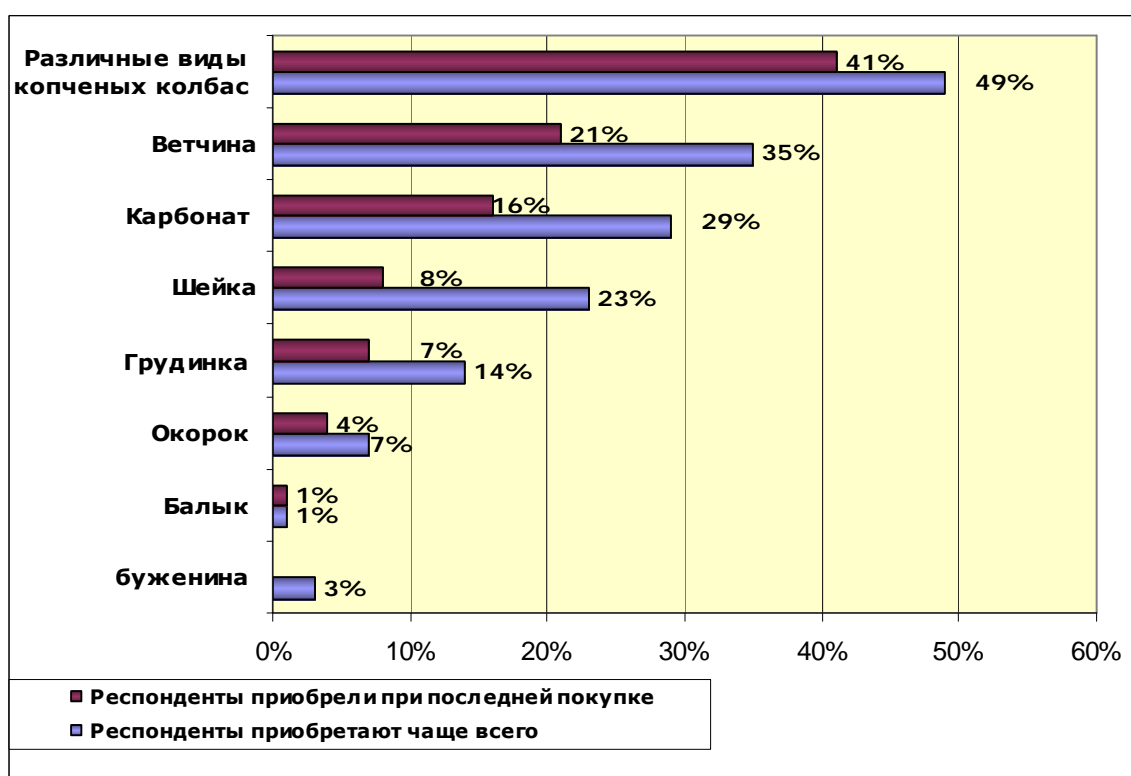
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО: ВИДАМ, МАРКАМ ПРОДУКЦИИ ИЛИ УСЛУГИ

В выборе мясных деликатесов, как и любого продукта питания в первую очередь играет свежесть. Чтобы сохранить свежесть продукта, производители используют специальную упаковку. На втором месте потребительских предпочтений

находится вкус. Россияне предпочитают покупать отечественные продукты питания. По данным Госкомстата, отечественные мясные продукты предпочитают иностранным 88% потребителей.

Наиболее популярными у населения среди мясных деликатесов являются копченые колбасы, ветчина, карбонат, шейка, грудинка.

ДИАГРАММА 4. НАИБОЛЕЕ УПОТРЕБЛЯЕМЫЕ ВИДЫ МЯСНЫХ ДЕЛИКАТЕСОВ, %



Источник: компания Дельфи за 2007 год

Как показывает Диаграмма 17, копченые колбасы потребляют чаще всего 49% респондентов, а доля среди респондентов, которые покупали ее при последней покупке составляет 41%. Наименее потребляемым является балык, который чаще всего покупает всего 1% от опрошенных и буженина – 3%. Низкий уровень потребления этих видов деликатесов связан с их дороговизной - цена продукции варьируется от 220 до 450 рублей за килограмм.

Рынок мясных изделий является одним из наиболее насыщенных рынков и эксперты указывают на его стагнирующее состояние. Однако рынок мясных деликатесов, содержит еще много свободных смежных ниш, образуемых за счет



менее развитых сегментов на отечественном рынке (например, сегмент мясных снеков). Производители используют тот факт, что покупательский спрос ориентирован в сторону новинок.

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД



"Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (АРЕХ), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.