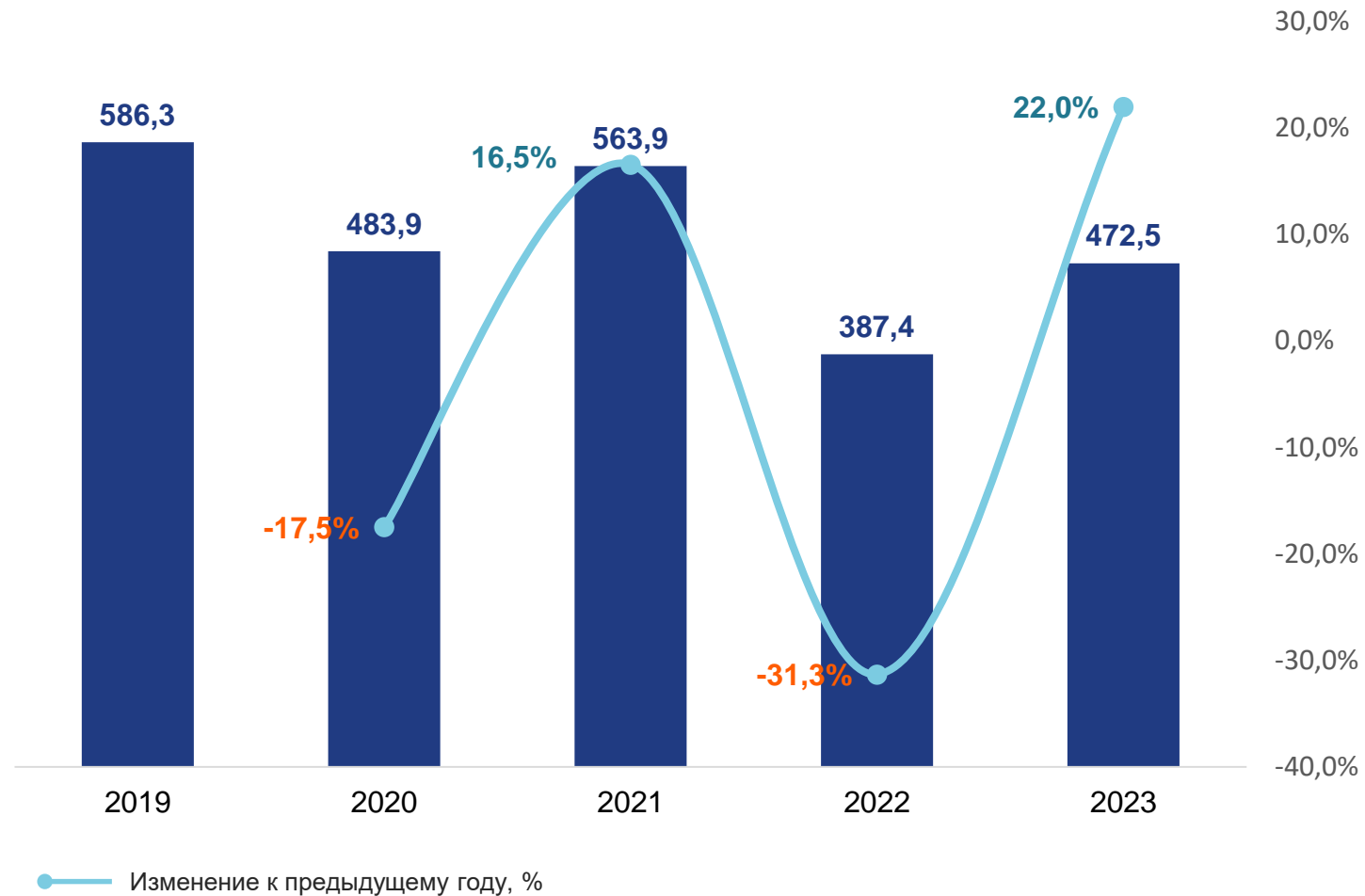




**Рыба и
морепродукты
заморозка: тренды и
перспективы**

Один из крупных импортёров рыбы и морепродуктов

Общий импорт в РФ, тыс. тонн



1

РЫБА И МОРЕПРОДУКТЫ ЗАМОРОЗКА



Барьеры потребителей

Китай – 35 кг/чел в год, Европа – 28 кг/чел, Япония – 45 кг/чел
Россия – 20 кг/чел
Рекомендуемая норма 28 кг в год

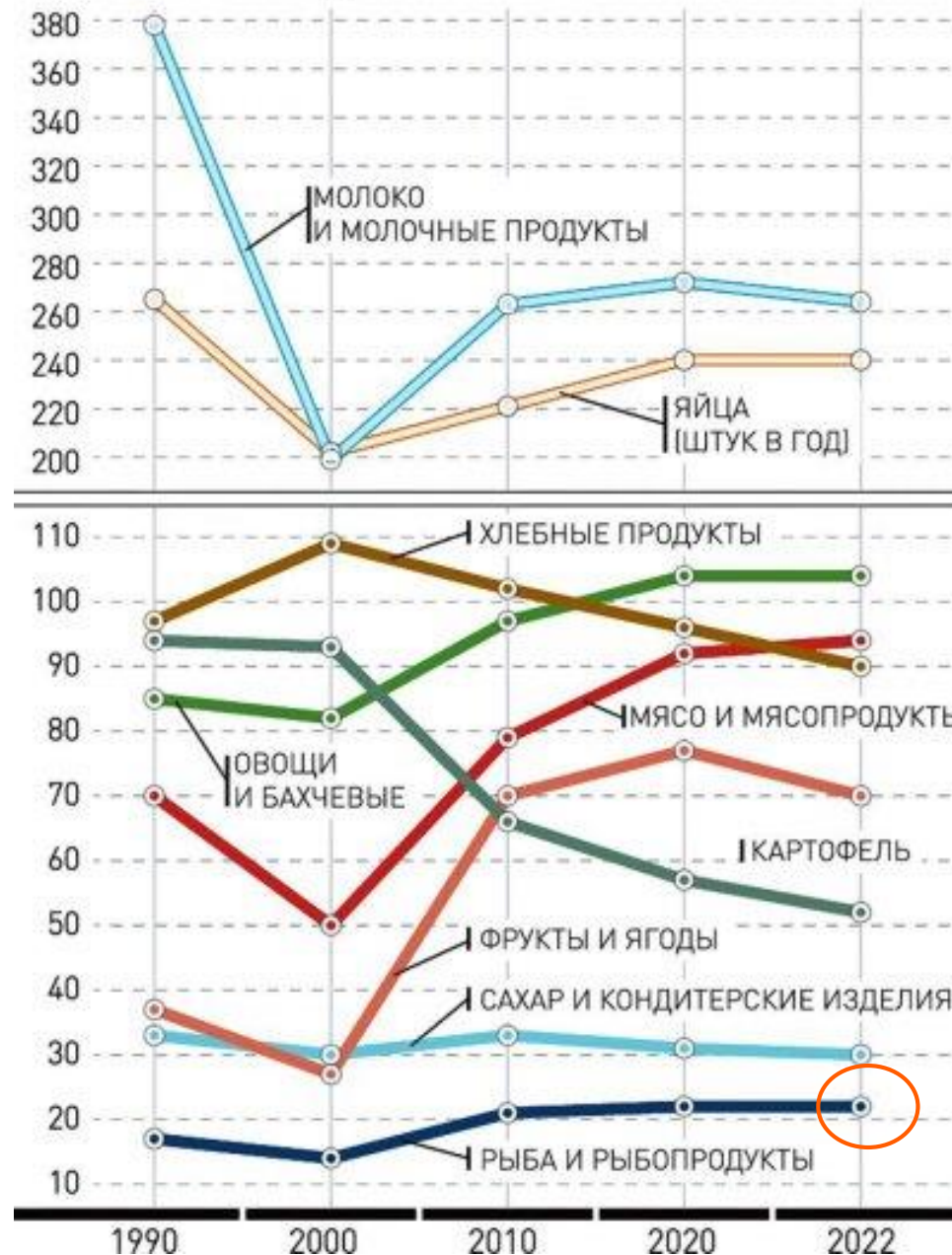
- Замороженная рыба воспринимается менее качественной. 36% считают, что найти рыбную продукцию хорошего качества сложно.
- Более молодое поколение не хочет чистить и разделывать рыбу. Часто вообще не знает, что с ней можно готовить
- Слабая информированность о разных видах морепродуктов и рыбы и о том, как их можно готовить и употреблять
- Высокая стоимость по сравнению с другими источниками белка

В среднем по стране затраты населения на рыбопродукты увеличились на **33%**, а их потребление по весу всего на **1%**.

По данным Росстата

СКОЛЬКО РОССИЯНЕ ЕДЯТ БАЗОВЫХ ПРОДУКТОВ, КГ НА ЧЕЛОВЕКА В ГОД

Источник: Росстат DEFA GROUP



2

ТРЕНДЫ

НЕЖНО ВЫЛОВЛЕНИ

FRESH & MORE

КРЕВЕТКИ
СЕВЕРНЫЕ
ВАРЁНО-МОРОЖЕННЫЕ

СВАРИЛИ, СВАРИЛИ
РОЗИЛИ
ОТРАБЕЛЕ



НЕ НАДО
ГОТОВИТЬ

ИЗ ЧИСТЫХ
ВОД АРКТИКИ

ЗАМОРОЖИЛИ
НА КОРАБЛЕ

ПОСЛЕДНИЙ
БЕЖОК



Потребительское поведение, тренды

Экономия времени

Время – основной ресурс, поэтому все больше популярными становятся продукты, **готовые к приготовлению и употреблению.**

Растущий потребитель поколение Z

Молодое поколение предпочитает то, что можно **быстро приготовить или снекинг**

Питание дома

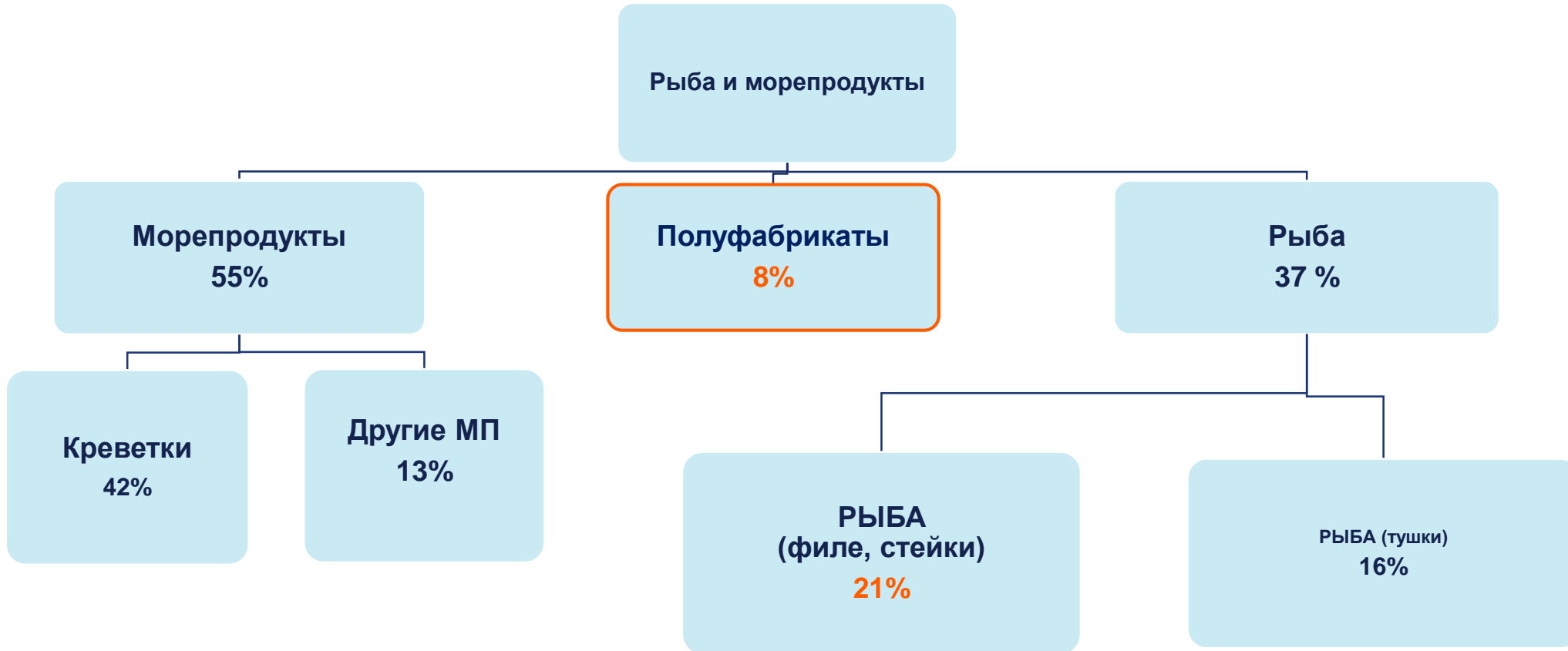
Возвращение потребителей к питанию дома **стимулирует тренд на полуфабрикаты.**

96%

россиян хотели бы потреблять **рыбу и морепродукты чаще**



Структура розничного рынка замороженной рыбы и морепродуктов



3

ПЕРСПЕКТИВЫ ПОЛУФАБРИКАТОВ



РЫНОК РФ

POLAR



FISH&MORE



VICI



CTM



Основной ассортимент – минтай и треска

Тренды на мировом рынке

«Я обожаю рыбу, **но никогда не готовлю её дома!**»

- Активное развитие Ready to Cook и Ready to Eat
- Су-вид, азиатская кухня
- На рынке Европы исторически популярным продуктом остаются – рыбные палочки и филе в панировке, изготовленные из минтая и трески.



Разнообразие на развитых рынках

Филе белой рыбы **в маринаде**



Филе белой рыбы **в панировке**



Креветки **су-вид**



Порции рыбы **в маринаде**



Спринг ролл **в панировке**



Рыба **в панировке с соусом тартар**



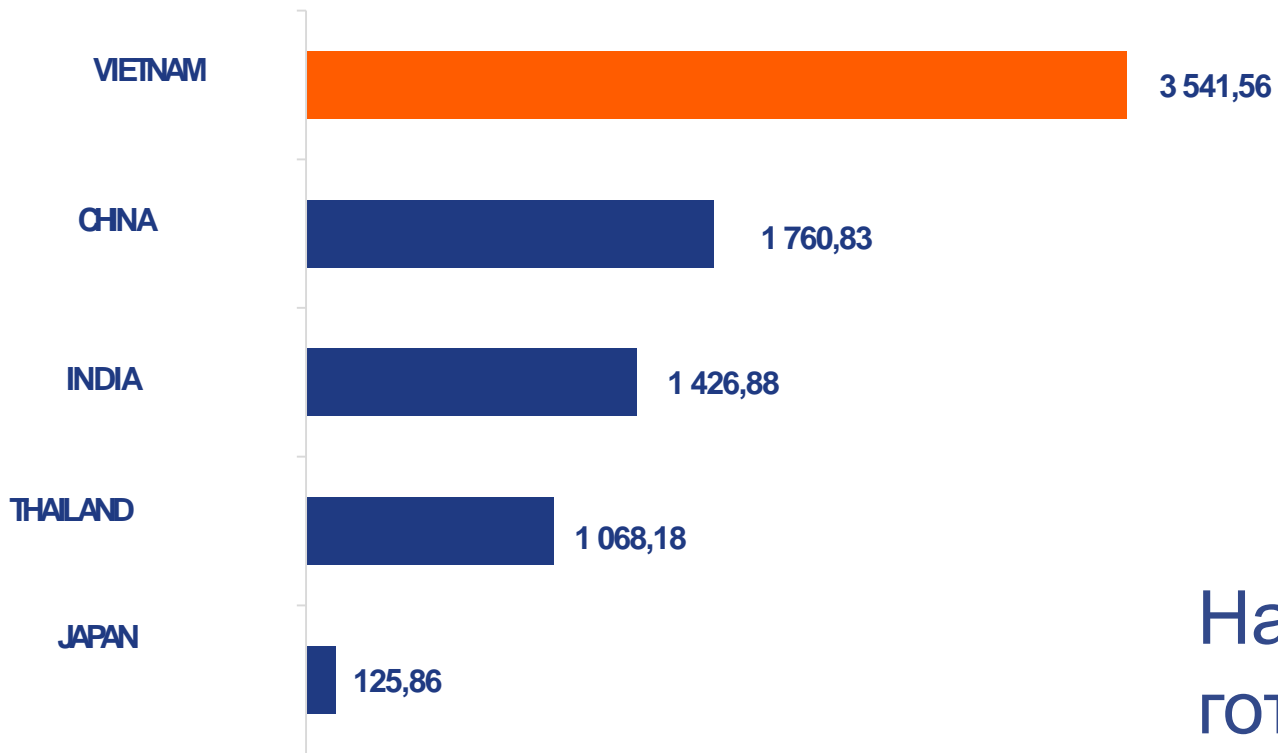
Уникальный ассортимент

Удобство потребления

Экономия времени

Производство на других рынках

VAP по стране происхождения, тыс. тонн



Крупнейшие импортеры готовой продукции из рыбы и морепродуктов:

США 18,6%

Япония 10,7%

Германия 6,1%

Наша стратегия – выпуск готовой продукции **в месте происхождения сырья.**

Страна – партнер Вьетнам

Почему мы верим в рост продаж

- Рост на всех мировых развитых рынках этой категории
- Формирование потребления через HoReCa: со стола в ресторане – готовим дома
- Молодое поколение выбирает креветки в панировке – «Вкусно и точка» и «Бургер Кинг» расширяют линейку

Давайте повышать культуру потребления рыбы и морепродуктов вместе!



defagroup.com

