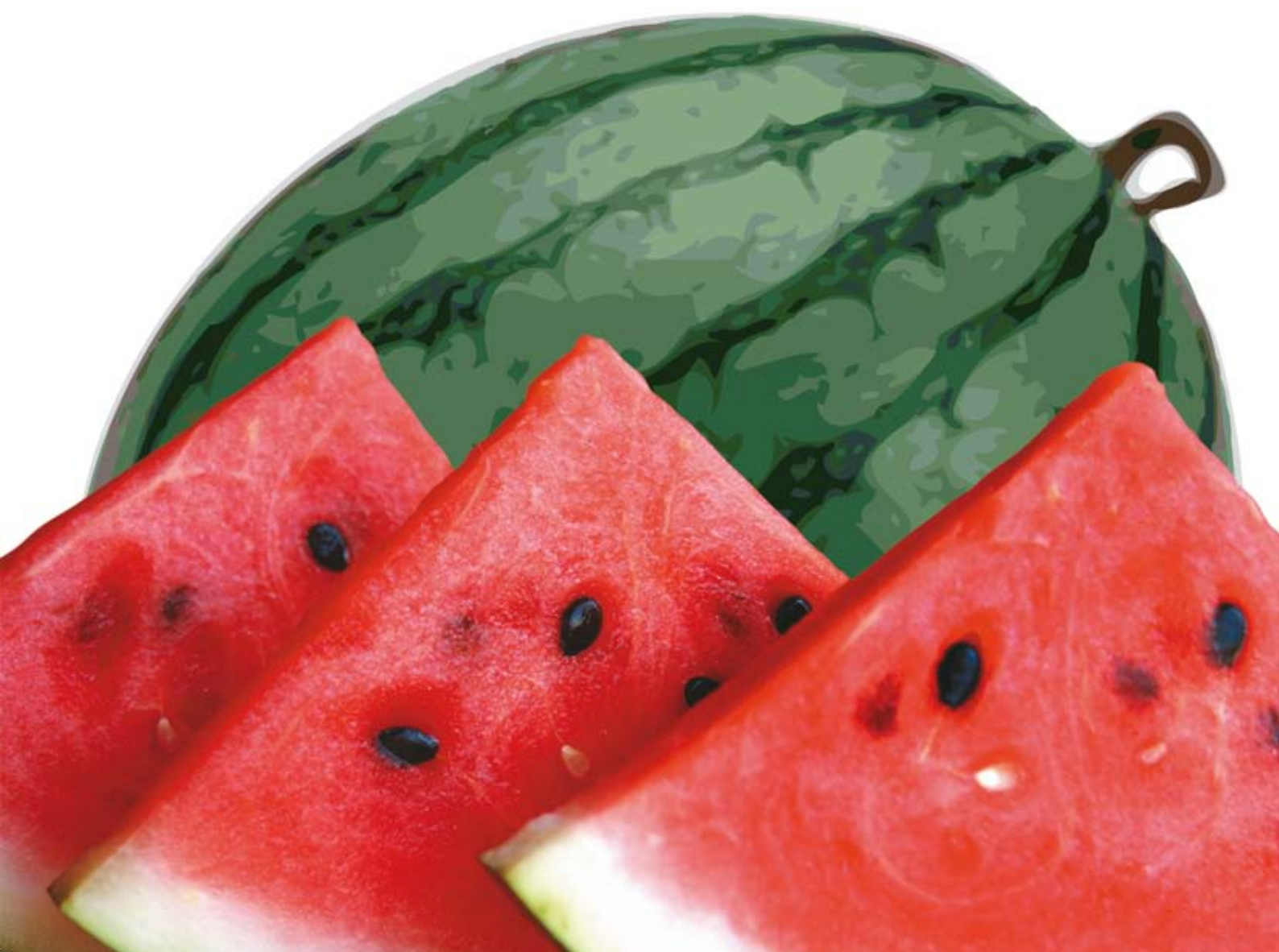


5

# Рынки компании

■ и сбытовая деятельность

# Фрукты В Доле





# Российский рынок

## ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА

Российский рынок является ключевым для нашей компании. Именно на этом рынке Группа JFC начала свою деятельность, на нем мы добились успеха.

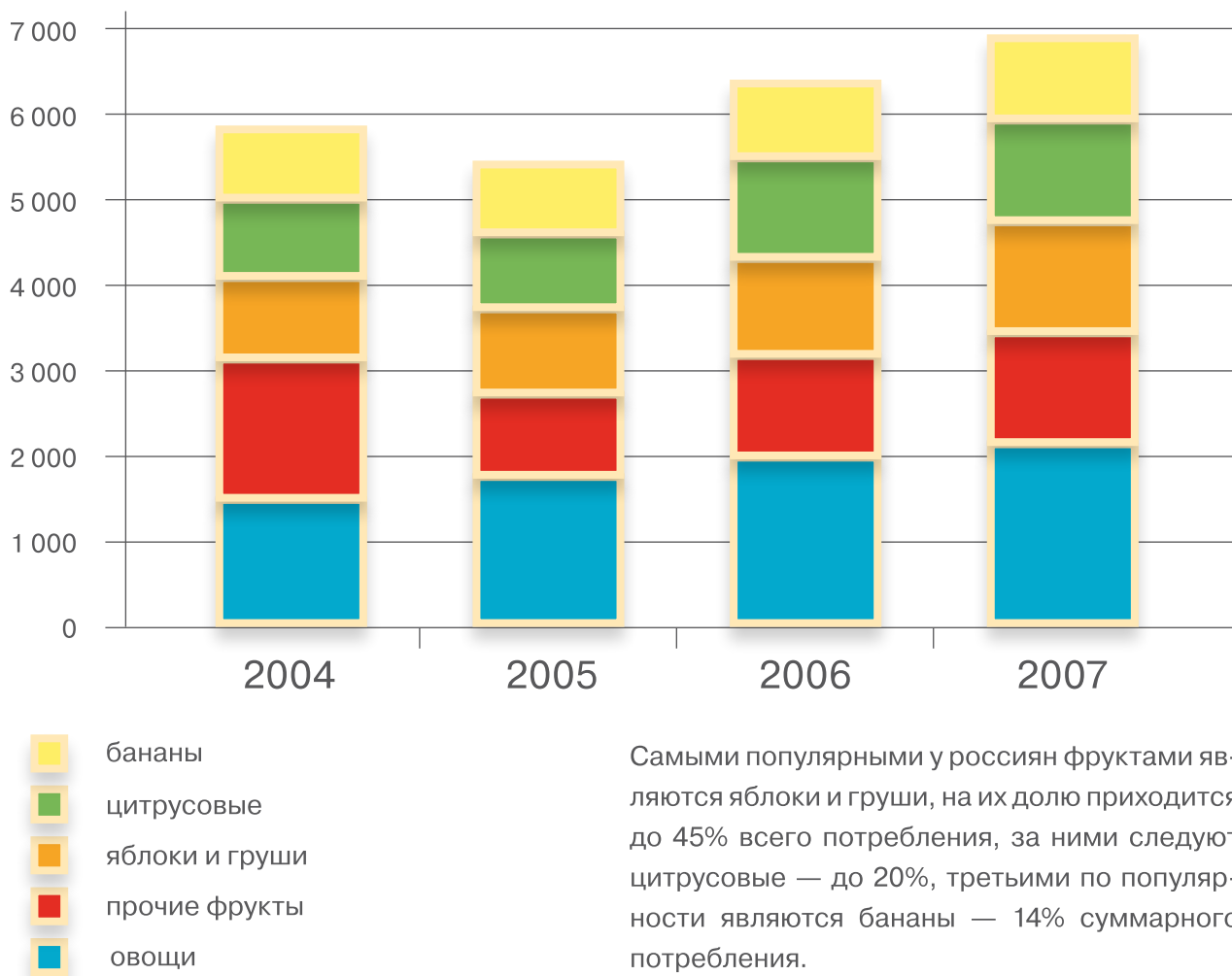
Потребление фруктов в России растет на протяжении последних десяти лет. В среднем темпы роста составляют 4–6%. В 2007 году суммарное потребление фруктов на душу населения составило около 57 кг. Природно-климатические условия России не позволяют выращивать на территории страны большую часть потребляемых фруктов, что определяет значительные объемы импорта свежей плодовоовощной продукции.

Рынок фруктов и овощей, значительно выросший с начала 90-х годов, как и все ориентированные на импорт отрасли, заметно пострадал в результате кризиса 1998 года. Однако он полностью восстановился в течение последующих лет и в 2007 году составил 6'880 тыс. тонн.

В настоящее время в стране наблюдается тенденция к долгосрочному росту потребления свежих фруктов и овощей. Это связано как с ростом благосостояния населения и возросшей доступностью фруктов, так и с трансформацией потребительских предпочтений, основанной на стремлении к здоровому образу жизни.

**В связи с этим мы ожидаем дальнейшего роста импорта плодовоовощной продукции.**

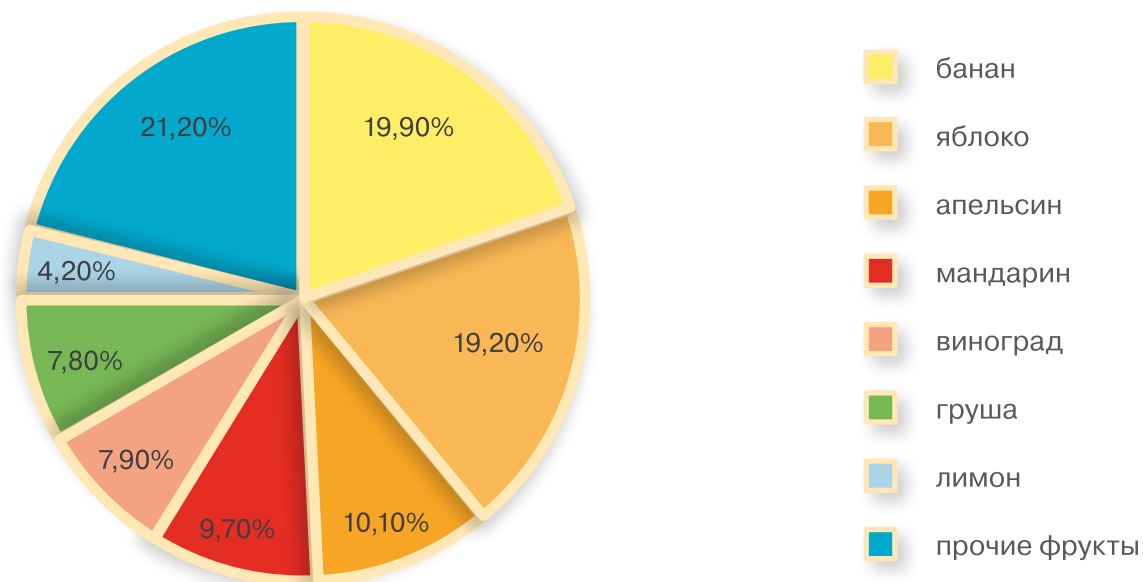
## ИМПОРТ ФРУКТОВ И ОВОЩЕЙ В РФ (в тыс. тонн)



**В ТО ВРЕМЯ КАК СПРОС НА ЯБЛОКИ И ГРУШИ МОЖЕТ БЫТЬ ЧАСТИЧНО УДОВЛЕТВОРЕН ВНУТРИРОССИЙСКИМ ПРОИЗВОДСТВОМ, БАНАНЫ — ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ИМПОРТИРУЕМЫЙ ПРОДУКТ.**

Этот факт вместе с популярностью фрукта в стране объясняет его доминирование в структуре импорта. По данным Федеральной службы государственной статистики РФ, в 2007 году бананы составили 19,9% от общего импорта свежих фруктов в Россию в 2007 году, яблоки — 19,2%, апельсины — 10,1%. Значительную долю рынка занимают также мандарины, виноград, груши и лимоны.

## СТРУКТУРА ИМПОРТА ФРУКТОВ В 2007 ГОДУ



## ГРУППА КОМПАНИЙ JFC ЗАНИМАЕТ КЛЮЧЕВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ В СФЕРЕ ИМПОРТА ФРУКТОВ В РОССИЮ.

По различным оценкам, доля свежих импортированных фруктов, приходящаяся на JFC, составляет от 12% до 15%. Специалисты JFC оценивают долю компании на рынке свежих импортных фруктов в 14%. Это самая значительная консолидированная доля одной компании среди всех участников рынка.

## БАНАНЫ

ИМПОРТ БАНАНОВ — КЛЮЧЕВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ НАШЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. В 2007 ГОДУ 63% ИМПОРТИРОВАННЫХ КОМПАНИЕЙ В РОССИЮ ФРУКТОВ СОСТАВИЛИ БАНАНЫ.

Во многом современный образ этого сектора фруктового рынка был сформирован благодаря усилиям специалистов компании. Основным барьером на пути распространения фруктов являлось отсутствие перегрузочных и складских мощностей. JFC одной из первых осознала необходимость строительства специализированных фруктовых терминалов, оснащенных камерами хранения и дозаривания. Гарантировав себе логистическую независимость, компания сконцентрировала свои усилия на увеличении объемов импорта и повышении качества фруктов.



Потребление бананов в России стабильно растет на протяжении последних лет. Так, среднечеловеческое потребление бананов увеличилось с 2,5 кг на душу населения в 2000 году до 6,63 кг в 2007 году. Согласно результатам исследования рынка фруктов России, проведенного компанией ACNielsen — мировым лидером маркетинговых исследований, Германия наиболее близка к России по культуре и структуре потребления фруктов, поэтому потенциалом потребления бананов в России можно считать текущее потребление в Германии — 10,6 кг/год.

**РОСТ ПОТРЕБЛЕНИЯ БАНАНОВ НА ФОНЕ ОБЩЕЙ ТЕНДЕНЦИИ К УВЕЛИЧЕНИЮ ПОТРЕБЛЕНИЯ СВЕЖИХ ФРУКТОВ И ОВОЩЕЙ ПОДДЕРЖИВАЕТСЯ ТАКЖЕ ТЕМ, ЧТО БАНАН ОСТАЕТСЯ САМЫМ ДЕШЕВЫМ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ ФРУКТОМ.**

В 2007 году объем импорта бананов в Россию составил 940,8 тыс. тонн, что на 6,3% больше, чем в прошлом году. Потенциал российского рынка бананов очень высок. Мы оцениваем его в 1,5 млн. тонн. Причем рост продаж будет обеспечиваться в основном регионами, так как крупные города уже приблизились к европейским уровням потребления.

## ЦИТРУСОВЫЕ

**ВТОРАЯ ПО ОБЪЕМУ ИМПОРТА В РФ, ОСУЩЕСТВЛЯЕМОМУ JFC, КАТЕГОРИЯ ФРУКТОВ — ЦИТРУСОВЫЕ. В 2007 ГОДУ ДОЛЯ ЭТОЙ КАТЕГОРИИ В ИМПОРТЕ КОМПАНИИ СОСТАВИЛА 26%.**

Всего же в 2007 году в Россию было импортировано 1 221 тыс. тонн этих фруктов. Рост рынка составил 4,7%. Потребительские предпочтения разделились следующим образом: апельсины — 39,0% (476 тыс. тонн), мандарины — 37,7% (461 тыс. тонн), лимоны — 16,4% (200 тыс. тонн), прочие цитрусовые — 6,9% (84 тыс. тонн).

Особенностью данного рынка является достаточно сильная позиция производителей фруктов, осуществляющих собственные программы поддержки спроса. При этом они не отдают предпочтения какому-то конкретному импортеру, а, наоборот, поддерживают всех своих партнеров. Наиболее сильные позиции у марокканских компаний, вследствие высокой концентрации экспортного рынка Марокко. В России их продукция реализуется под маркой «Magos». Следом идут турецкие, южноафриканские и южноамериканские компании. Примечательно, что в Россию продукция из этих стран попадает в разные сезоны, так что очевидного противостояния производителей мы не наблюдаем.

## ПРОЧИЕ ФРУКТЫ И ОВОЩИ

Для рынка прочих импортных фруктов и овощей характерны высокая конкуренция и большое количество игроков. На нем нельзя выделить очевидного лидера, равно как и невозможно определить четкие границы рынка. Во многом это обусловлено тем, что производство овощей в России достаточно развито, а экзотические фрукты еще не стали настолько популярными, как цитрусовые или бананы.

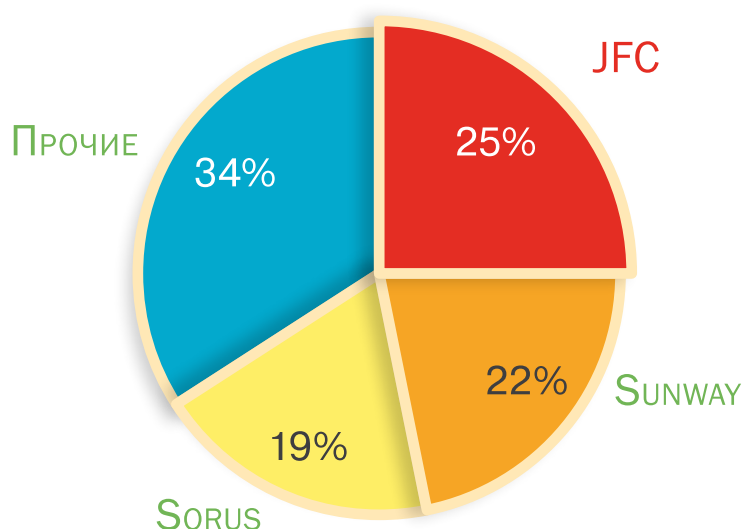
## КОНКУРЕНЦИЯ

В России исторически сложилась «БОЛЬШАЯ ТРОЙКА» БАНАНОВЫХ ИГРОКОВ, И НАМ ПРИЯТНО ПРИЗНАТЬ, ЧТО МЫ — ЛИДЕРЫ ЭТОЙ ТРОЙКИ.

В 2007 году доля рынка JFC увеличилась до 25%. Помимо JFC, крупными игроками на российском рынке бананов являются Sunway и Sorus (22% и 19% рынка соответственно). Оставшуюся часть рынка делят несколько малых компаний, которые не обладают достаточными логистическими мощностями для бесперебойных еженедельных поставок.

### РЫНОК БАНАНОВ РОССИИ, 2007

Конкуренция на рынке цитрусовых и прочих фруктов и овощей носит более совершенный характер, так как ни одна из компаний не имеет сколь либо существенных конкурентных преимуществ.



Существующее положение на рынке импортных фруктов и овощей является достаточно стабильным, передел рынка маловероятен. Возможность появления среди лидеров рынка новых отечественных или западных компаний ограничена необходимостью осуществления крупных инвестиционных вложений в создание инфраструктуры и клиентской базы.



## РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ

Розничные сети представляют собой наиболее быстро растущий сегмент розничного рынка. Ожидается, что доля сетевой розницы достигнет к 2015 году 40–50% розничного рынка России.

В 2007 году выручка Группы JFC от реализации продукции розничным сетям составила 33% от российского оборота компании. Основными партнерами JFC являются торговые сети «Магнит», «Дикси», «Перекресток», «Ашан», «Копейка», «Лента», «Метро Кэш&Кэрри», «ОКЕЙ».

При работе с розничными сетями мы обеспечиваем стабильность поставок, должный уровень качества продукции и широкий ассортимент.

**Важным конкурентным преимуществом JFC является предоставление сопутствующих услуг распределительного центра для розничных сетей.**

Группа имеет возможность удовлетворять потребности розничных сетей в комплексной логистике фруктов и овощей, благодаря наличию полного ассортимента фруктов и овощей, необходимого для розничных продаж, долгосрочных контрактов на поставки фруктов и овощей, а также специализированных мощностей по фасовке, упаковке и доставке продукции.

Данная услуга повышает лояльность розничных сетей и позволяет Группе увеличивать объемы реализации фруктов и овощей, развиваясь вместе с агрессивно растущими розничными сетями.

Помимо этого мы разрабатываем и проводим специальные программы поддержки спроса и оптимизации мерчандайзинга в сетевых магазинах. В ближайшие годы компания намерена увеличить оборот по данному каналу дистрибуции до 40%

# Зарубежные рынки

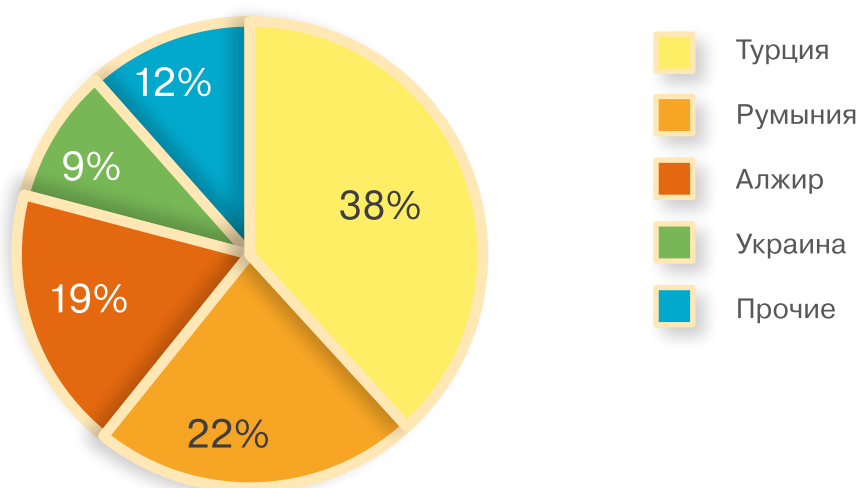
В сферу внимания компании JFC входит не только российский рынок. Мы активно расширяем поставки в страны Средиземноморья и Ближнего Востока.

Первые поставки бананов на зарубежные рынки компании JFC осуществила в январе 2005 года, выгрузив бананы в Турции и Болгарии. С тех пор мы активно расширяем поставки бананов в страны Средиземноморья и Ближнего Востока, поскольку эти регионы имеют большой потенциал роста потребления. К тому же расширение географии сбыта позволяет нам снизить риски колебания цен на банан.

Имея в управлении рефрижераторный флот, компания имеет возможность при неблагоприятной ситуации на российском рынке оперативно изменить маршрут судна и направить его в порты Средиземного или Черного морей.

В 2006 году объем поставок компании на зарубежные рынки составил 3'543 тыс. коробок бананов. В 2007 году компания JFC реализовала на внешних рынках уже 4'333 тыс. коробок бананов, что составило 28% общего объема реализации бананов Группы. Основными рынками сбыта для компании являются Турция, Румыния, Алжир и Украина, на которые приходится 88% зарубежных продаж бананов Группы JFC. Также в 2007 году компания осуществляла поставки в Узбекистан, Казахстан, Сирию, Тунис, Грузию и Черногорию.

## СТРУКТУРА ПРОДАЖИ БАНАНОВ КОМПАНИИ JFC НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ

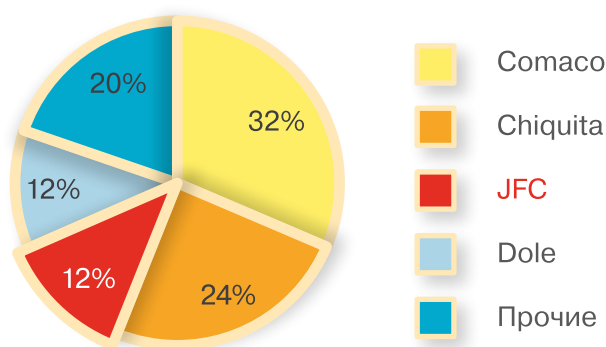


Среднедушевое потребление бананов в этих странах пока еще отстает даже от России, однако, большая плотность населения и традиции потребления свежих фруктов дают нам основания предполагать, что темпы роста потребления там в ближайшие несколько лет будут очень высокими. Так, если в России среднедушевое потребление в 2007 году составило 6,63 кг на душу населения, то для Турции этот же показатель составил 5,05 кг/чел., Румынии — 6,09 кг/чел., Алжире — 3,9 кг/чел., Украине — 6,56 кг/чел.

## ТУРЦИЯ

Объем рынка бананов Турции составил в 2007 году 14'494 тыс. коробок, продемонстрировав рост на 46% по сравнению с предыдущим годом. Позиции JFC на этом рынке достаточно сильны: компания входит в четверку крупнейших поставщиков. Относительная доля продукции JFC в 2007 году составила 12%.

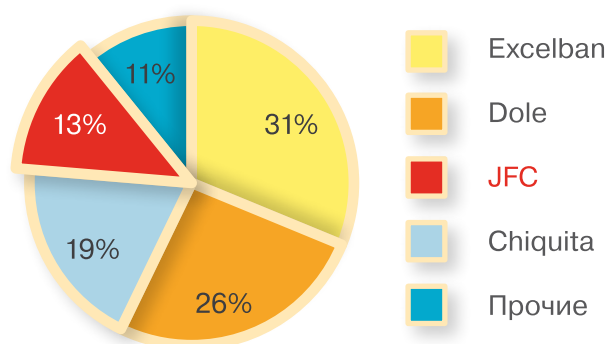
### РЫНОК БАНАНОВ ТУРЦИИ, 2007 ГОД



## РУМЫНИЯ

В 2007 году в Румынию было ввезено 7'479 тыс. коробок бананов. Доля JFC составила 13%, однако в абсолютном исчислении в Турции мы реализовали в два раза больше бананов, чем в Румынии.

### РЫНОК БАНАНОВ РУМЫНИИ, 2007 ГОД





Рынки Турции и Румынии интересны для нас не только сами по себе, но и как ворота в Азию и Восточную Европу. Портовая инфраструктура этих стран исторически очень сильна, сейчас порты могут крайне оперативно обеспечивать оборот навалочных и контейнерных грузов.

ПОМИМО КЛИЕНТОВ, РЕАЛИЗУЮЩИХ ПРОДУКЦИЮ JFC НА ТЕРРИТОРИИ ЭТИХ СТРАН, МЫ АКТИВНО РАБОТАЕМ С ТРАНЗИТНЫМИ ДИСТРИБУТОРАМИ, КОТОРЫЕ РАСПРОСТРАНЯЮТ НАШИ БАНАНЫ ДАЛЕЕ В ЕВРОПУ ИЛИ АЗИЮ.

## АЛЖИР

Объем рынка бананов Алжира в 2007 году составил 7'200 тыс. коробок бананов. Доля JFC составила 11%. В настоящий момент рынок бананов в Алжире ограничивается высокими импортными пошлинами. Как только таможенные пошлины, сдерживающие импорт и направленные на поддержку местных неэффективных производителей, будут снижены, потребление в этой стране значительно возрастет.

## УКРАИНА

В 2007 году в Украину было ввезено 16'773 тыс. коробок бананов, что на 10% выше, чем в 2006 году. В ближайшие годы ожидается дальнейший рост рынка. В 2007 году JFC заняла лишь 2% рынка. Для увеличения объема поставок и усиления позиций в регионе, компания рассматривает возможность строительства на территории Украины логистического центра, который будет обслуживать собственный грузооборот и позволит реализовывать продукцию с большей добавочной стоимостью.

МЫ ПОЛНЫ РЕШИМОСТИ СТАТЬ САМЫМ УСПЕШНЫМ ИГРОКОМ МИРОВОГО ФРУКТОВОГО РЫНКА И ПЛАНИРУЕМ В БУДУЩЕМ АКТИВНО РАСШИРЯТЬ СВОЕ ПРИСУТСТВИЕ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ.