

# РЫНОК КОНСЕРВАЦИИ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ

ИНТЕРВЬЮ  
С ДИРЕКТОРОМ ПО  
РАЗВИТИЮ КОМПАНИИ  
«БУЛГАРКОНСЕРВ»  
ДИМИТЬРОМ  
АТАНАСОВЫМ



*Один из самых крупных игроков в сегменте болгарской консервации — компания «Булгаконсерв» – входит в пул лидеров российского рынка консервации. История компании неразрывно связана с историей рынка консервации РФ, так что, взглянув на основные вехи развития предприятия, можно увидеть все процессы, которые происходили в российской консервной отрасли. Димитър Атанасов, директор по развитию компании «Булгарконсерв», рассказывает об основных тенденциях сегмента плодоовощной консервации РФ, его настоящем и будущем*

— **Как повлиял финансово-экономический кризис на сегмент консервации в РФ?**

— Финансово-экономический кризис серьезно повлиял на объемы потребления продуктов питания в России. Причиной тому стало как сокращение платежеспособности населения, так и психологические факторы, связанные с неуверенностью в завтрашнем дне.

Наибольшее сокращение объемов потребления произошло в тех группах товаров, которые не входят в основную корзину потребителя, а приобретаются в основном с целью разнообразить стол. Продажи по таким категориям продуктов сокращаются из-за снижения регулярности потребления, полного отказа или замены их более дешевыми товарами.

Кроме того, рост курса евро и доллара привел к значительному повышению цен на импортные продукты. С одной стороны, это дало шанс российским производителям наполнить рынок отечественной продукцией, а с другой — на рынке РФ, кроме уже утвердившихся здесь Индии, Китая и Таиланда, стал активно продвигать свои продукты такой импортер, как Вьетнам.

— **Каковы основные тенденции сегмента плодоовощной консервации, в каком направлении сейчас идет его развитие?**

— Плодоовощная консервация — сезонный продукт. Ее продажи активизируются с октября по конец апреля, поскольку летом покупатели традиционно отдают предпочтение свежим овощам. Это одна из основных особенностей данного сегмента. Нужно отметить, что рынок свежих овощей, которые хорошо представлены в супермаркетах, оказывает серьезное влияние на сегмент плодоовощной консервации. Это направление очень быстро развивается и является одним из определяющих факторов, влияющим на развитие рынка плодоовощных консервированных продуктов.

Одна из ведущих тенденций рынка заключается в том, что многие владельцы или дистрибьюторы известных брендов организовали производство плодоовощной консервации под собственными торговыми марками на производственных мощностях в России. В РФ чрезвычайно развит рынок производства продукции, под торговой маркой заказчика, например, дистрибьюторской компании, хорошо наладившей продажу бакалейной группы товаров.

«Булгарконсерв» как успешный производитель качественной и недорогой продукции также развивает

данное направление: мы производим несколько групп консервации как под брендами дистрибьюторов, так и под *privat label* сетей.

— **Что можно сказать о сложившемся отношении российских потребителей к болгарской консервации?**

— Любовь российского потребителя к консервам из солнечной Болгарии известна давно, она складывалась десятилетиями. Однако в РФ не всегда был открыт «зеленый коридор» для прямых поставок из Болгарии. После кризиса 1998 года и в результате принятых заградительных пошлин для членов европейского союза, в который входит Болгария, нам пришлось искать другие пути насыщения российского рынка.

В 2001 году мы построили собственный завод в России, в Калужской области. Традиционные болгарские рецепты и применение опыта и знаний болгарских технологов позволило нам производить продукцию настоящего болгарского качества на территории России. А полувековая известность нашей торговой марки на российском рынке, гарантированное качество и традиционные рецептуры обеспечили доверие к этой продукции нескольких поколений покупателей в РФ.

Ассортимент нашего предприятия охватывает почти все сегменты: овощную, мясо-растительную и фруктовую консервации. Продукция, производимая компанией «Булгарконсерв», предназначена для людей с разным уровнем дохода и различными вкусовыми пристрастиями. Используемое в производстве высококачественное сырье, уникальная рецептура приготовления, удобная и узнаваемая упаковка, доступная цена для всех слоев населения — все это обеспечивает высокую лояльность потребителей к бренду «Булгарконсерв» по всей России.

— **Расскажите о своих прогнозах на развитие российского рынка консервации.**

— Рынок консервированной овощной продукции в России имеет большие возможности для роста, однако этот процесс развивается достаточно противоречиво: с одной стороны, большая часть населения страны традиционно обходится домашними заготовками и не испытывает острой потребности в аналогичной продукции, произведенной промышленным способом, что негативно влияет на развитие отрасли. С другой стороны, в больших городах спрос на овощные консервы с каждым годом возрастает, и основ-

ными факторами этого роста являются урбанизация, ускорение ритма жизни и т.д., что стимулирует увеличение потребления овощной и фруктовой продукции в целом.

Нужно отметить, что уровень потребления консервированной овощной продукции в России намного меньше, чем в западных странах, что обуславливает медленное развитие рынка при достаточно высоком его потенциале. Если говорить о соотношении сил на российском рынке, то иностранные компании с каждым годом уступают определенную долю сегментов отечественным производителям, - доля импорта заметно снижается.

С учетом успешной реализации инвестиционных проектов, направленных на модернизацию и запуск новых мощностей в консервных предприятиях, отечественные предприниматели смогут еще больше усилить собственные позиции на российском рынке овощной консервации.

По разным прогнозам, в ближайшие 3-5 лет темпы роста рынка консервации будут достигать 20-25% в год. При этом акцент делается на успешной стратегии развития дистрибьюторской сети в регионах России.

**— Каковы планы компании «Булрагконсерв» на 2011 год?**

— После успешного вывода на рынок осенью 2010 года новой линейки высококачественных паштетов производства Болгарии, в начале 2011-го мы планируем расширение ассортиментной линейки фруктовой группы. Мы предложим потребителям востребованный продукт – «Ананасы» (кусочки и шайбы). Также на подходе новинка овощной группы: широкий ассортимент оливок и маслин из Испании, традиционного поставщика этой овощной культуры. Отборные спелые плоды, удобный формат упаковки и наличие ключа easy-open – все это делает продукт желанным для каждого потребителя.

Кроме того, в 2010 году нами были запущены такие оригинальные продукты, как маринованный перец «Пепперони», а в 2011 мы собираемся расширить ассортимент и в традиционной болгарской баклажанной группе: представим рынку различные закуски из баклажанов и, конечно, вкуснейший печеный болгарский перец - просто объедение!