

ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ ЗАКРЫТОГО ГРУНТА



2020: Осваивай СММ

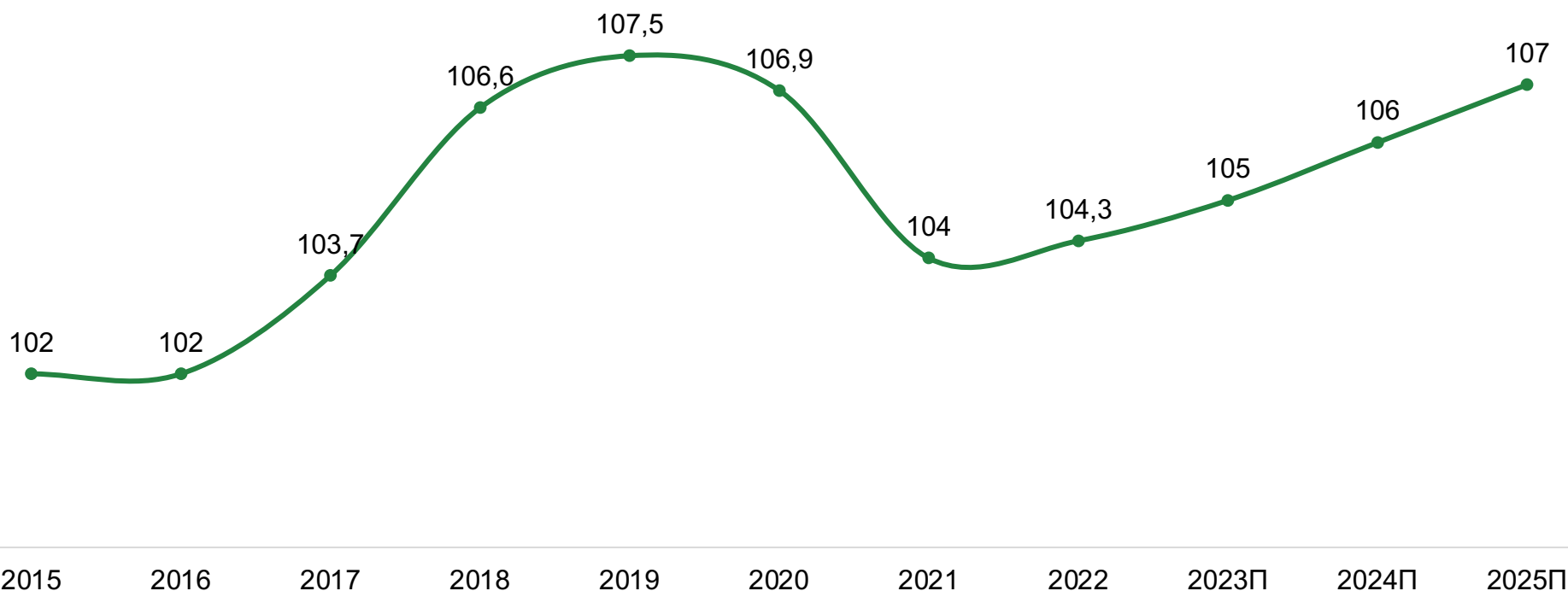
2021: Осваивай социальные сети

2022: Осваивай криптовалюту

2023: Осваивай огород и теплицы

ПОТРЕБЛЕНИЕ

- В период с 2020-2022 гг. потребление овощей стагнировало из-за форс-мажорных факторов.
- С 2023 г. мы ожидаем возобновление роста потребления.
- Следует признать, что пока еще далеко не во всех территориальных образованиях России платежеспособный спрос населения сопоставим с предложением овощей из местных теплиц. Больше всего проблем и нерешенных задач по самообеспеченности свежими овощами – в областях Дальнего Востока и Крайнего Севера.



- По данным Минсельхоза России в 2022 г. в защищенном грунте выращено порядка 1,2 млн тонн овощей (+8,3% к 2021 г.)

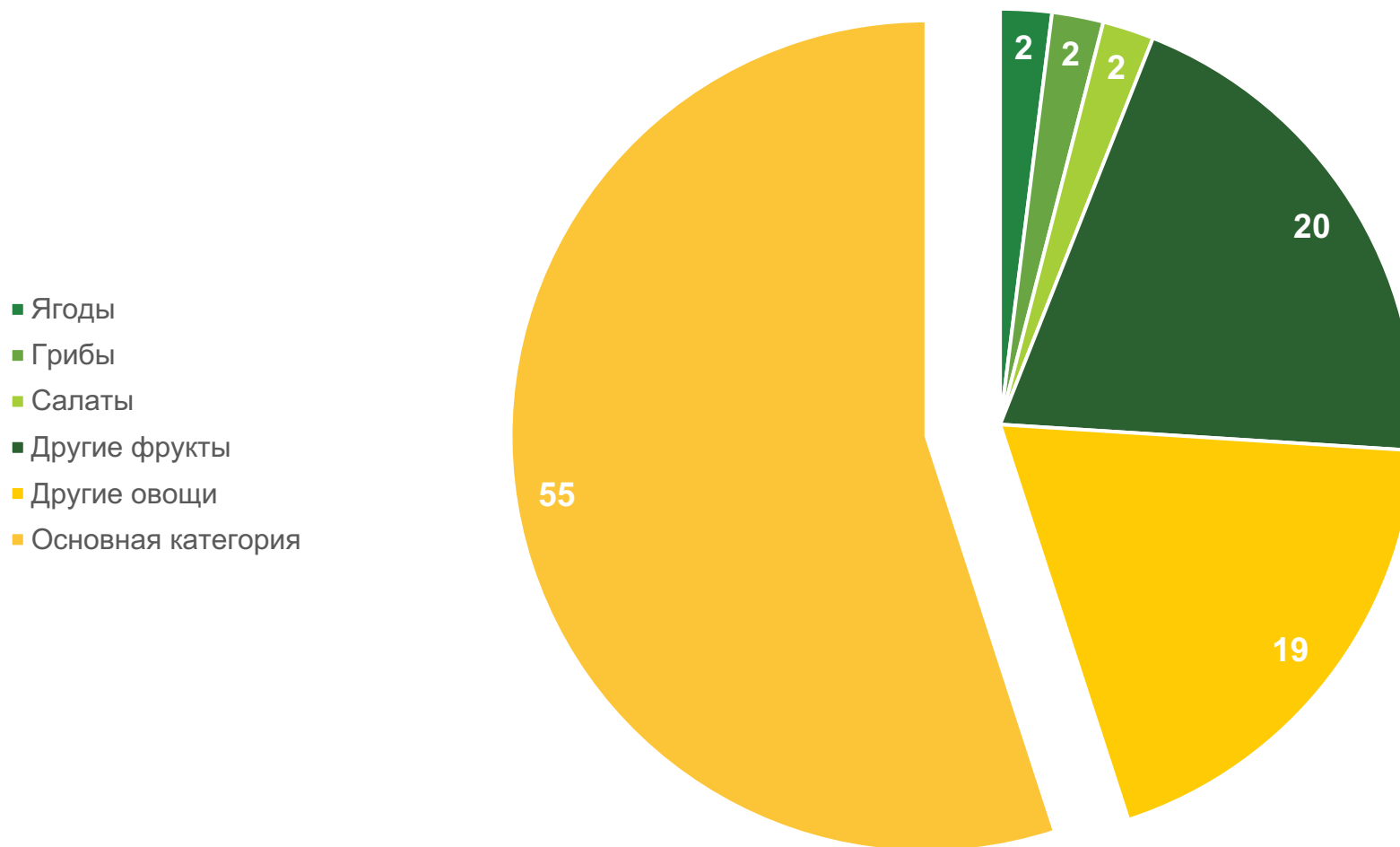
ПЛОЩАДЬ ЗАЩИЩЕННОГО ГРУНТА



- По оценке Минсельхоза России, площадь защищенного грунта в России в 2022 г. превысила 41 млн м²
- Наиболее активное расширение площадей зафиксировано в Центрально и Северо-Кавказском федеральных округах. Ввод новых производственных мощностей был простимулирован активным субсидированием отрасли.
- Потенциальная территория развития – Дальневосточный федеральный округ

СТРУКТУРА ПРОДАЖ 2022 Г. ФРОВ (данные продаж сетей)

- На 5 позиций (томаты, бананы, яблоки, картофель и огурцы) приходится свыше половины затрат потребителей в сетях.
- Доля наиболее дорогостоящих маргинальных групп (салаты, грибы и ягоды) остаётся весьма низкой.



ДЕТАЛИЗАЦИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПО ОТРАСЛЯМ РАСТЕНИЕВОДСТВА

Томаты ЗГ

Основные компоненты себестоимости

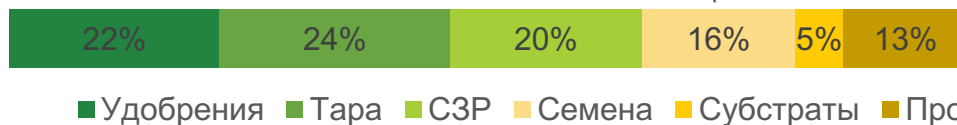


Огурцы ЗГ

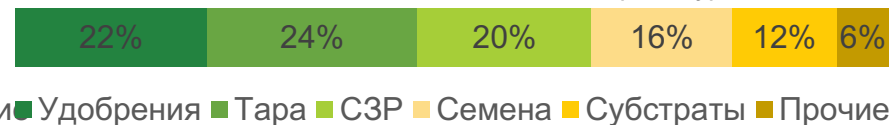
Основные компоненты себестоимости



Основные компоненты сырья



Детализация Сырья огурцы



Основные компоненты энергоресурсов



Основные компоненты энергоресурсов



■ Газ

■ Газ

Детализация себестоимости (томаты и огурцы, ЦФО, 5 поколение, досветка, своя генерация электричества)



■ Сырье

■ Энергоресурсы

ПРОБЛЕМАТИКА И СТРАТЕГИИ БИЗНЕСА

Рост себестоимости

- Рост тарифов на газ и электроэнергию, которые в структуре затрат составляют 40-50%: инвестиции в повышение энергоэффективности в т.ч. производство собственной электроэнергии при сохранении короткого плеча доставки; строительство новых мощностей на юге России, где ниже энергозатраты.
- Восточная Сибирь и ДФО привлекательны для инвестиций при условии получения дополнительной государственной поддержки.
- Снижение процента возвратов за счет роста качества продукции
- Еще одна статья расходов – ФОТ (20-30%). Решение проблемы через автоматизацию, сокращение числа работников на гектар с 12 до 5

Стагнация и волатильность цен

- Консолидация отрасли через процессы M&A (Долина овощей + Рост) и контрактацию небольших производителей (их включение в сбытовые процессы крупных производителей)
- Компенсация снижения цен через прирост урожайности (регулируется досветкой) и попаданием в «окна» высоких цен, которые возникают в зимние и весенние месяцы
- Координация производственной политики с сетями с целью избежать перепроизводства в отдельные периоды
- Брендирование продукции: кобрендинг или развитие собственного бренда
- «Длинные» контракты – фиксация цены поставок в сети на год
- Продуктовая диверсификация – уход в более маргинальные сегменты, такие как производство ягод. Включение цветов в с/х продукцию.

Снижение спроса

Популяризация потребления овощей (ЗОЖ)
Изменение стандартов приемки сетей и насыщения низкого и среднего ценового сегмента некалиброванной продукцией и продукцией с незначительными изъянами внешнего вида
Работа над вкусовыми качествами томатов через подбор сортов и ревизию условий хранения и приемку с сетями (томат теряет вкус при низкой температуре)
Переход на более экологичную упаковку (в высоком ценовом сегменте)

ЦЕНА, УДОБСТВО ПОКУПКИ И ФИЗИЧЕСКАЯ ДОСТУПНОСТЬ – СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ ХОЛДИНГОВ И СЛАБОСТИ ФЕРМЕРОВ В РИТЕЙЛЕ

ФАКТОР ПОКУПКИ	ПРОДУКТ ФЕРМЕРА	ПРОДУКТ ХОЛДИНГА
Низкая цена	■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
Вкус	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■
Свежесть	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■
Физическая доступность	■ ■	■ ■ ■ ■ ■
Удобство покупки	■ ■	■ ■ ■ ■ ■
Общение при покупке	■ ■ ■ ■ ■	■
Привязка к локации производства	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■
Привязка к личности производителя	■ ■ ■ ■ ■	■ ■
Срок хранения	■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
Удобство упаковки	■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■

■ ■ ■ ■ ■ соответствие запросу потребителя по шкале от 1 до 5

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ E-COMMERCE УРАВНИВАЕТ ФЕРМЕРОВ С ХОЛДИНГАМИ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ ДОСТУПНОСТИ И УДОБСТВУ ПОКУПКИ

ФАКТОР ПОКУПКИ	ПРОДУКТ ФЕРМЕРА	ПРОДУКТ ХОЛДИНГА
Низкая цена	■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
Вкус	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■
Свежесть	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■
Физическая доступность	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
Удобство покупки	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
Общение при покупке	■ ■ ■ ■ ■	■
Привязка к локации производства	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■
Привязка к личности производителя	■ ■ ■ ■ ■	■ ■
Срок хранения	■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
Удобство упаковки	■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■

■ ■ ■ ■ ■ соответствие запросу потребителя по шкале от 1 до 5

КЕЙС «ДОМИНО ПИЦЦА» В ИТАЛИИ: ДАВИДЫ И ГОЛИАФ

Хронология краха

- 2015** начало экспансии «Домино Пицца» в Милане с локальным франчайзи ePizza. Первоначальный план – 880 точек.
- 2016** - открытие точек в Турине, Болонье, Парме, Риме. Организация сервиса доставки
- 2020** начало распространения коронавируса в Италии. Количество точек составляет 29
- 2021** закрытие ресторанов. Небольшие пиццерии начинают вынужденное сотрудничество с агрегаторами заказов-сервисами доставки Glovo, Just Eat and Deliveroo
- 2022** в начале года ePizza объясняет удручающие финансовые результаты, ссылаясь на активное соперничество со стороны связи местных пиццерий и сервисов доставки
- 2022** в марте ePizza признает себя банкротом. В июле закрывается сервис доставки пицц Domino. Долги компании составляют порядка 10 млн евро.

Технологии нивелируют основные преимущества крупных компаний – эффект масштаба в производстве и логистике

По материалам [The Guardian](#), [Financial Times](#), [Bloomberg](#), [Telegram канала AgroInfoСми](#)



Domino's Pizza

крупнейшая глобальная сеть

3 000 000 пицц в день

90 стран

19 000 точек



Типичная итальянская пиццерия

50 пицц в день

1 деревня

1 точка



СВОЁ РОДНОЕ – ВКЛАД РОССЕЛЬХОЗБАНКА В ПРОДВИЖЕНИЕ ФЕРМЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ



> 9 500

Зарегистрированных фермеров

> 100 000

Уникальных пользователей
ежемесячно

около 75 000

Размещенных товаров

2020

- ▶ Полноценный интернет-магазин без издержек на создание и поддержку
- ▶ Быстрый старт: до трёх дней от заявки на подключение до размещения на платформе
- ▶ Загрузка каталога с подробным описанием товаров, ценами и фото
- ▶ Создание логотипа и бренда
- ▶ Интерфейс для работы с заказом, оповещение о новых заказах

2021

- ▶ Инновационный платежный сервис с интегрированной фискализацией, не требующий дополнительной покупки или аренды онлайн-кассы
- ▶ Подключение служб доставки: расширение географии продаж, затраты на доставку – больше не проблема фермера
- ▶ Продвижение фермера в медиа и соц. сетях
- ▶ Каталог агротуров: дегустации, проживание на ферме, мастер-классы и многое другое

2022

- ▶ Редизайн личного кабинета фермера
- ▶ Автообновление YML-каталогов
- ▶ Возможность выбора различных условий доставки для разных городов