

МАГАЗИН-ПОРТ
Находка

Русская Рыбная Компания

Новые форматы продажи рыбы в Российской Федерации

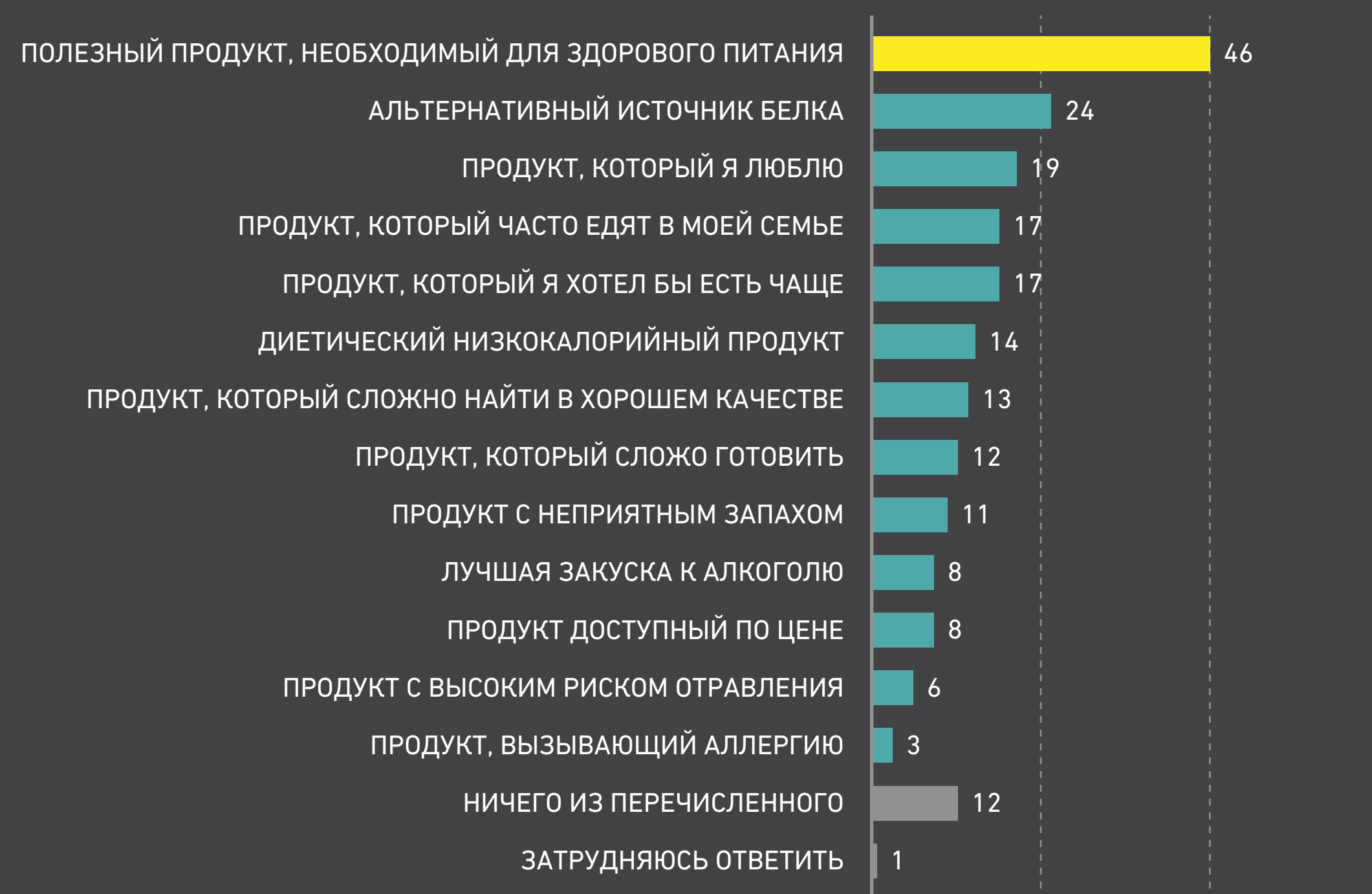


ПОЧЕМУ РОССИЯНЕ ПРИОБРЕТАЮТ РЫБУ И МОРЕПРОДУКТЫ?

ЛЮДИ ПО-РАЗНОМУ ОТНОСЯТСЯ К РЫБЕ И РЫБОПРОДУКТАМ. КОМУ-ТО РЫБА НРАВИТСЯ, КТО-ТО РЕДКО ДОБАВЛЯЕТ РЫБУ В СВОЕ МЕНЮ. А КАКИЕ УТВЕРЖДЕНИЯ ПОДХОДЯТ ДЛЯ ОПИСАНИЯ ВАШЕГО ОТНОШЕНИЯ? РЫБА ДЛЯ ВАС — ЭТО ...(ЛЮБОЕ КОЛИЧЕСТВО ОТВЕТОВ, % ОТ ВСЕХ ОПРОШЕННЫХ).

- ✓ Отношение к рыбе и морепродуктам как отличному к источнику не мясного **белка** (24%)
- ✓ **Food pairing** (например, хорошее сочетание с алкоголем) (3%)
- ✓ Продукт, который **просто приготовить** (только 12% считают, что рыбу и морепродукты готовить сложно)

Но основными драйверами остаются любовь ко вкусу, тяга к правильному (в том числе диетическому) питанию и стремление разнообразить рацион.



* ВЦИОМ, 2019

«Рыба — это здоровье и удовольствие, то есть забота о себе»

ПОТРЕБИТЕЛИ ХОТЕЛИ БЫ ПРИОБРЕТАТЬ РЫБУ И МОРЕПРОДУКТЫ ЧАЩЕ, НО...

56%

РОССИЯН ГОВОРЯТ, ЧТО ХОТЕЛИ БЫ
ЕСТЬ РЫБУ И МОРЕПРОДУКТЫ ЧАЩЕ*

Что же их останавливает?

* Институт «Центр развития» ВШЭ, 2021



«Находка — профессиональный рыбный ритейл»

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ НЕДОСТУПНОСТИ РЫБЫ



1

ЦЕНЫ НА РЫБУ РАСТУТ БЫСТРЕЕ, ЧЕМ НА МЯСО

За последние 5 лет **цены** на рыбу **увеличились более, чем на 20%***, тогда как на свинину — всего на 9,5%.

При этом ритейлеры сообщают, что производители предупредили их о **грядущем росте цен на их продукцию на 5–15%***.

* Независимая газета, июль 2021

2

ДЛИННАЯ ЦЕПОЧКА ОТ ВЫЛОВА РЫБЫ ДО ЕЕ ПОЯВЛЕНИЯ НА ПОЛКАХ МАГАЗИНОВ В УПАКОВКЕ ПРИВОДИТ К **2,5–3-Х КРАТНОМУ РОСТУ ЦЕНЫ**

От вылова до конечного потребителя рыба проходит через руки, как минимум, **четырёх игроков рынка**. Их обособленность друг от друга увеличивает наценку на каждом из этапов.**

* Независимая газета, июль 2021

3

ПОТРЕБЛЕНИЕ РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ **НИЖЕ, ЧЕМ РЕКОМЕНДУЕМЫЕ НОРМЫ**

Власти на федеральном и региональном уровне **стараятся стимулировать потребление** рыбной продукции, но пока эти меры недостаточно комплексные.***

* Независимая газета, июль 2021

«Рыба — это здоровье и удовольствие, то есть забота о себе»

ПОЭТОМУ РЫБА — ВСЁ ЕЩЁ НЕ СОВСЕМ ДОСТУПНЫЙ ПРОДУКТ



75%

РЕСПОНДЕНТОВ ЗАЯВИЛИ, ЧТО УВЕЛИЧИТЬ
ПОТРЕБЛЕНИЕ РЫБЫ ИМ МЕШАЕТ
ДОРОГОВИЗНА ЭТОГО ПРОДУКТА

Число россиян, которые могут купить всё, что пожелают из рыбной продукции, меньше, чем число россиян, которые периодически или регулярно отказывают себе в том или ином желаемом виде продукции из-за высокой стоимости.

* Из сети в сеть, Российская газета, апрель 2021
Анализ потребительских предпочтений на рынках рыбопродукции в России и Китае,
Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право, 2016 (БАК)

«Находка — профессиональный рыбный ритейл»

ЦЕНА, СОМНЕНИЯ В КАЧЕСТВЕ И ПРОСТО НЕЛЮБОВЬ

Как основные **барьеры** во всех исследованиях рынка фигурируют:

- ✗ **Стоимость**
- ✗ **Сомнения относительно качества**
- ✗ **И нелюбовь к вкусу / запаху рыбы в принципе**
- ✗ **А также незнание рыбы как продукта, в принципе (решение о покупке рыбы принимается импульсивно прямо у полки)**

ОГРАНИЧИВАЮЩИЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ФАКТОРЫ



* ВЦИОМ, 2019

«Рыба — это здоровье и удовольствие, то есть забота о себе»

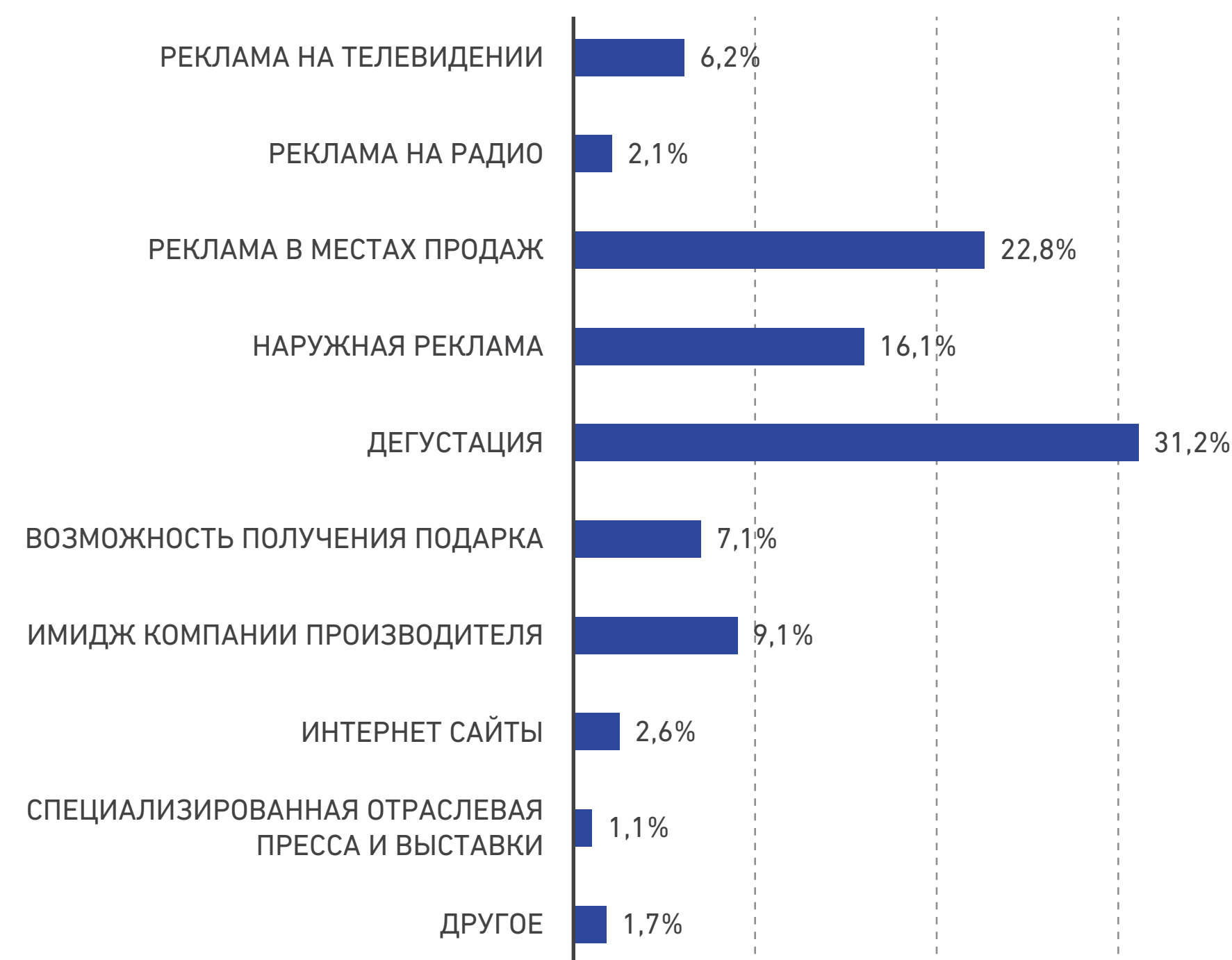
ВЛИЯНИЕ КОММУНИКАЦИИ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



Потребители признаются, что основное влияние на решение о покупке рыбы и морепродуктов оказывают **дегустации и промо в местах продаж**, что свидетельствует о том, что **решение о покупке** рыбной продукции потребитель часто **принимает «у полки»**.

И самое главное, что продавец у полки практически не может помочь покупателю с выбором, потому что сам не является экспертом.

* Исследование потребительских предпочтений потребителей рыбных полуфабрикатов, Вестник Академии знаний, 2017 (ВАК)



«Находка — профессиональный рыбный ритейл»

ПОЭТОМУ РЫБА — ВСЁ ЕЩЁ НЕ СОВСЕМ ДОСТУПНЫЙ ПРОДУКТ

67%

ОПРОШЕННЫХ
ЖАЛУЮТСЯ **НА НИЗКОЕ
КАЧЕСТВО ДОСТУПНОЙ
РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ,**
ХОТЯ ПРИ ЭТОМ

37%

ОПРОШЕННЫХ
ПРИЗНАЮТСЯ,
ЧТО **НЕ УМЕЮТ
ОПРЕДЕЛЯТЬ
КАЧЕСТВО РЫБЫ**



Но даже не экспертов отталкивают откровенно неприглядный внешний вид и неприятные запахи, которые часто царят в рыбных отделах

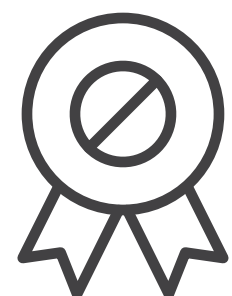
«Рыба — это здоровье и удовольствие, то есть забота о себе»

ВЫВОДЫ

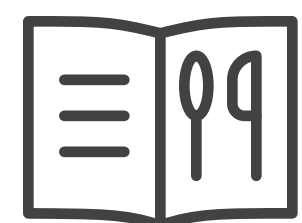
Итак:



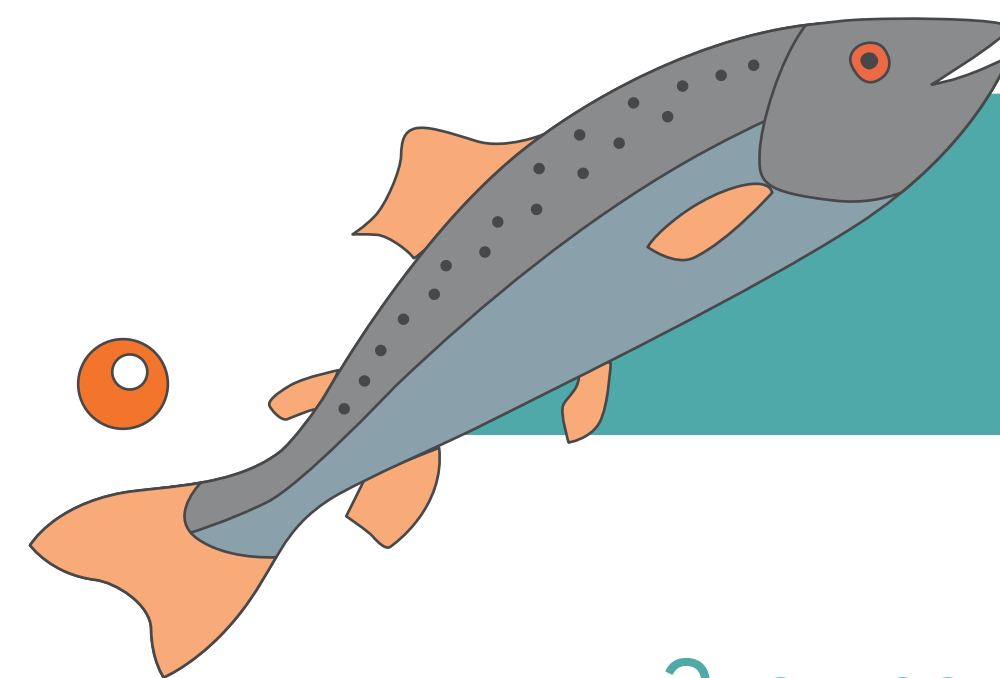
Высокая цена



Низкое качество



Незнание о рыбе практически ничего

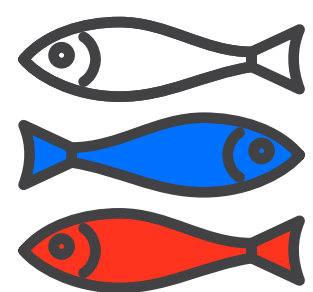


**НО! ЖЕЛАНИЕ
УПОТРЕБЛЯТЬ РЫБУ ЧАЩЕ!**

Это все заставило нас задуматься о собственной сети магазинов рыбного эксперта, так как покупатель ожидает получить свежесть и экспертизу (помощь в выборе).

«Находка — профессиональный рыбный ритейл»

НОВЫЙ ФОРМАТ РЫБНОГО РИТЕЙЛА КАК СПОСОБ УВЕЛИЧИТЬ ПОТРЕБЛЕНИЕ РЫБЫ



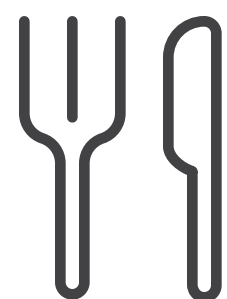
Возродить и развивать культуру потребления рыбной продукции, в первую очередь, российского производства



Обеспечить форматом «рыбный магазин у дома» как можно более широкие слои населения



«Зеленый» магазин (минимум отходов и вреда для экологии)



Дать возможность потреблять рыбную продукцию без дополнительных усилий и хлопот

НАШИ ЦЕННОСТИ:

- Доступность рыбной продукции (ближе чем гипермаркет, но с доступными ценовыми сегментами)
- Высокий стандарт качества продукции (качество выше чем в гипермаркетах)
- Ориентация сервисов на удобство и доступность потребления рыбной продукции покупателем (разделка, нарезка, приготовление-готовка, упаковка на вынос)
- Российская продукция на полках магазинов

«Рыба — это здоровье и удовольствие, то есть забота о себе»

МАГАЗИНЫ НОВОГО ФОРМАТА И ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ



СПЕЦИАЛИСТ №1 ПО РЫБЕ
80% ассортимента

FISH&GO
Морской фаст-фуд

**ОМНИКАНАЛЬНАЯ
МОДЕЛЬ**

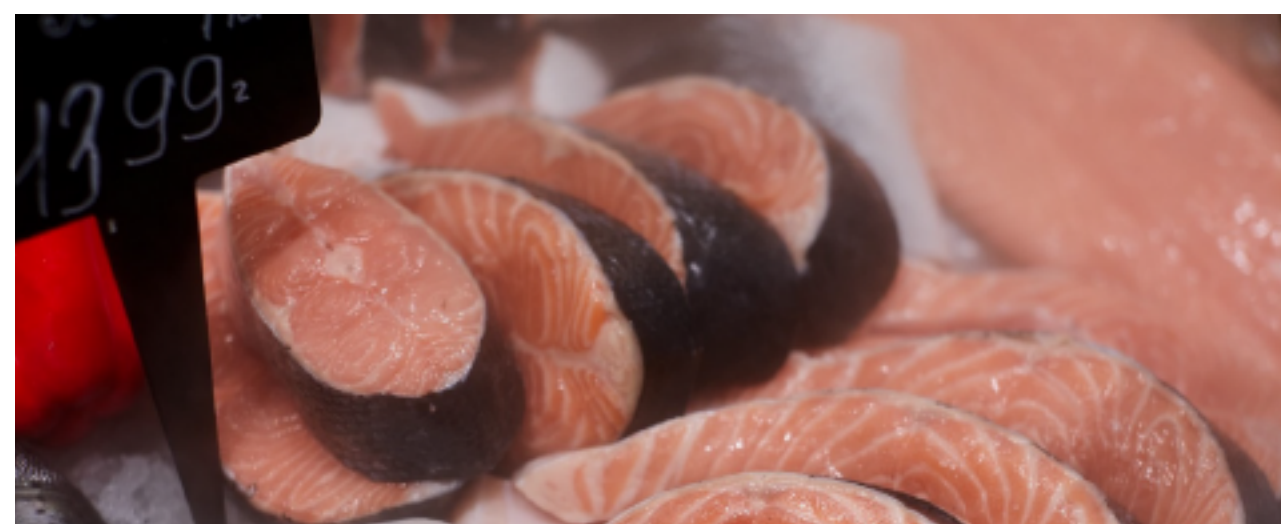
МУЛЬТИФОРМАТ
4 формата магазина-кафе

- Широкий ассортимент рыбы и морепродуктов
- Ключевой акцент — живая рыба&экзотика, «ультра фрэш», охлажденная рыба
- Максимально открытые витрины рыбной продукции, охлажденные полки
- Ассортимент продукции «на вынос», «ready-to-eat», «ready-to-cook»
- Сервис «мы приготовим рыбу вкусно за вас», Е-ком сервисы «click and collect»
- Инновационный формат офф-лайн ритейла с акцентом на потребителя
- Развитие Е-ком и электронных каналов общения с клиентами
- Развитие сети магазинов в 4-х основных форматах



«Находка — профессиональный рыбный ритейл»

>60% АССОРТИМЕНТА — ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПРОДУКЦИЯ



РОССИЙСКИЙ ЛОСОСЬ



ЦЕНЫ ПРИЯТНО РАДУЮТ



ОХЛАЖДЕННАЯ РЫБА РОССИЙСКИХ ПОСТАВЩИКОВ



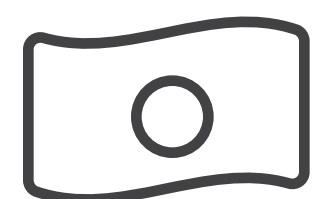
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЕ УСТРИЦЫ

«Рыба — это здоровье и удовольствие, то есть забота о себе»

СВЕЖАЯ РЫБА ДОСТУПНА КАЖДОМУ? — В НАХОДКЕ — ДА!



Проект ставит перед собой задачу решить проблему барьеров в росте потребления рыбной продукции:



Свежая рыба далеко не всегда доступна по цене



С рыбой хлопотно обращаться (разделка, готовка, запахи)



Дефицит знаний и опыта потребителей в выборе и готовке рыбы и морепродуктов (низкая рыбная культура)

РЕШЕНИЯ:

- Широкий ценовой сегмент ассортимента рыбной продукции (социальная линейка с рыбой < 100р/кг)
- Развитие формата «Ритейл-общепит»: ассортимент «на вынос», «ready-to-eat», сервисы «мы приготовим рыбу вкусно за вас» и «click and collect»
- Популяризация рыбы в РФ и воспитание потребление рыбы в молодежной среде (дегустации, мастер-классы, консультации от продавцов)

«Находка — профессиональный рыбный ритейл»