TDNT engineering

IT’S LIKE MILK, BUT MADE FOR HUMANS.

НАПИТКИ НА РАСТИТЕЛЬНОЙ ОСНОВЕ – НОВЫЙ ВЫЗОВ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ.

Технология, рынок и будущая стратегия.

О СПИКЕРЕ

Артем Березуцкий

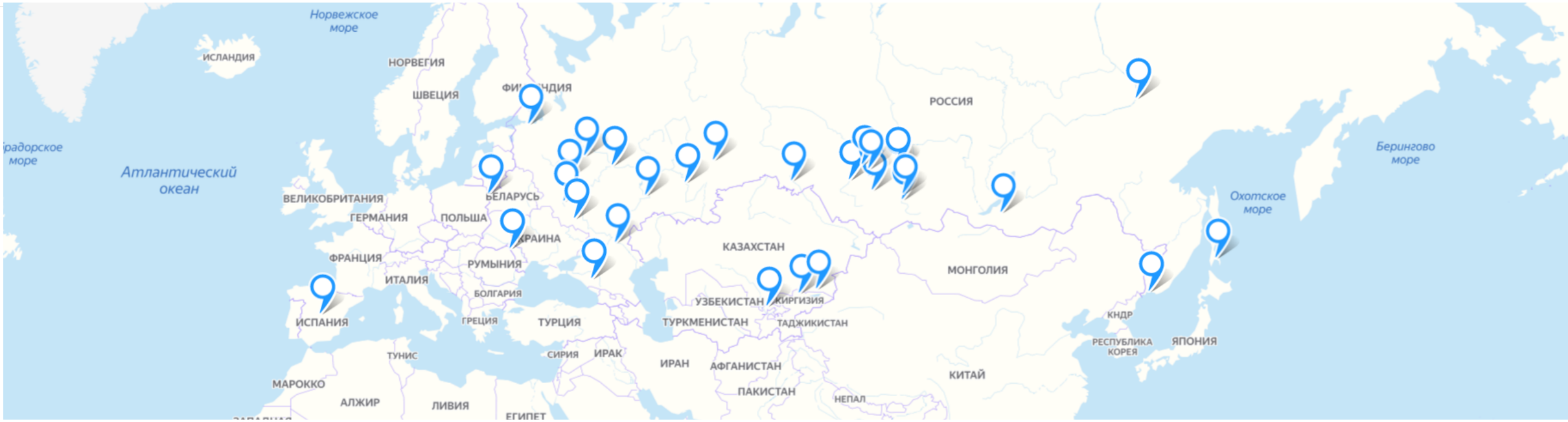
коммерческий директор

artem.b@tdnewtech.ru
+7 (905) 976-74-64

info@tdnewtech.ru
tdnewtech.ru
facebook.com/TDNTengineering
instagram.com/tdnt_engineering

Опыт управления продажами
и маркетингом – 20 лет.

Опыт работы в компаниях:



О КОМПАНИИ

Большая экспертиза в производстве асептических напитков

Представительства в России:

- Москва (проектный офис)
- Красноярск (центральный офис, производственная площадка №1)
- Краснодар (производственная площадка №2)
- Ростов-на-Дону
- Новосибирск

География реализованных проектов:

- Россия (все регионы)
- СНГ (Украина, Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Узбекистан)
- Европа (Испания)

РЕАЛИЗАЦИЯ НАШЕЙ КОМПАНИЕЙ ПРОЕКТА ДЛЯ DANONE

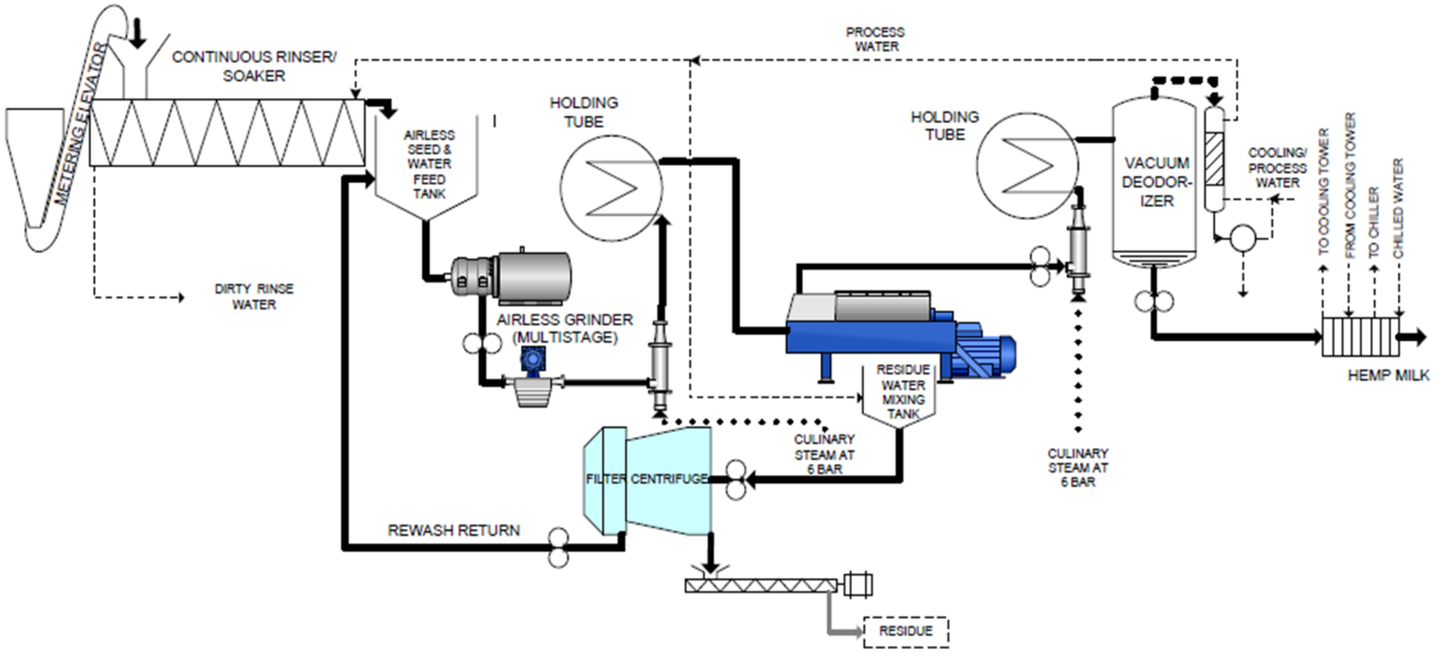
Мы участвовали в локализации бренда Alpro в России.

МЫ СЕЙЧАС РЕАЛИЗУЕМ КОМПЛЕКСНЫЙ ПРОЕКТ В РОССИИ

Технологическая и упаковочная линия.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА РАСТИТЕЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Три основных подхода в зависимости от сырья.

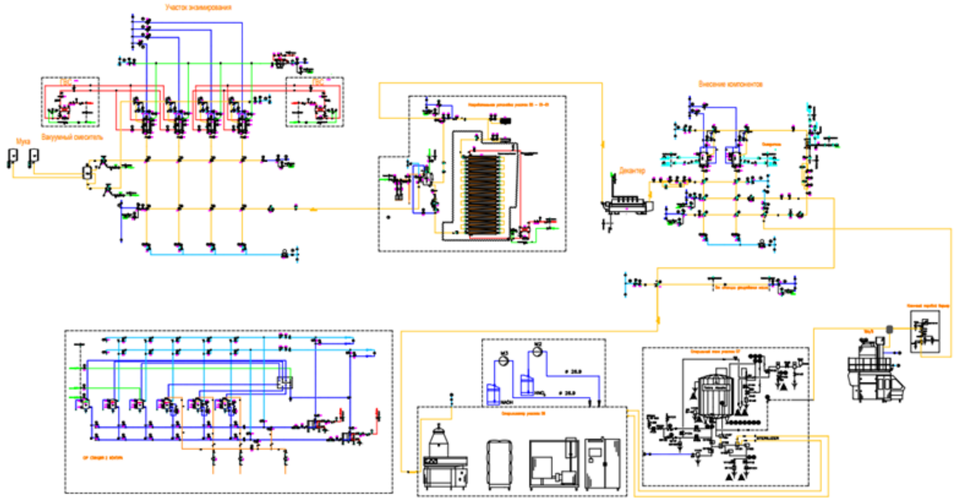


ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА РАСТИТЕЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Три основных подхода в зависимости от сырья.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА РАСТИТЕЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Три основных подхода в зависимости от сырья.



Овсяная мука
(20-30% дозировка)

Вода
t=30c

медленное повышение температуры в теч. часа

Ингредиенты:
Сахар, соль, масло, стабилизаторы и т.п.

Вода
t=35c

Модуль смешения / Танк 15т
Наведение и циркуляция смеси.
t=45c / 1 x.

Танк 15т
Тепловая обработка для дезактивации энзимов 90c (Метод горячего фермент.)

Декантер 7000 л./ч
Декантирование
t=60-70c / вязкость 1000cCn

Танк 10 т
промежут. хранения

Диспергатор / Танк 15
Смешивание 45 с

охлаждение

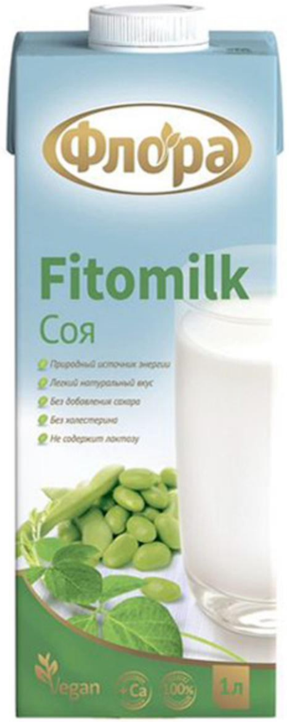
Гомогенизатор
200 бар.

Модуль ультрапастеризации
Ультрапастеризация
e= 5 - 75 - 137 - 25 c

Асептический танк 7 т.
Буфер t=25c

TBA 8 6000л/ч
Асепт. розлив

ПЕРВЫМИ «НЕМОЛОЧНИКАМИ» ДОЛЖНЫ БЫЛИ СТАТЬ МОЛОЧНИКИ



В ИТОГЕ NEMOLOKO

ноябрь 2017 г.

Старт производства

весна 2018 г.

Первая волна маркетинговой компании и выход на федеральную дистрибуцию

весна 2018 г.

Старт производства ТМ «Здоровое меню» и «Green Milk»

НОВЫЕ ЗАПУСКИ

Торговая Группа Союз молоко – сливки на растительной основе

Сады Придонья линейка Barista - HoReCa

МолПромКубань

Южная Соковая Компания

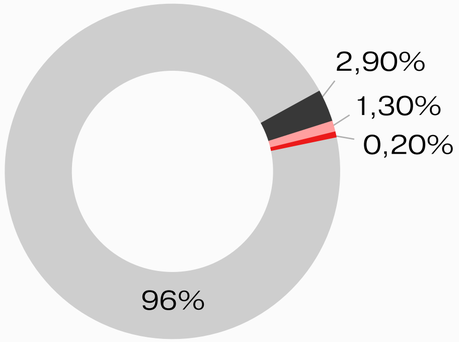
Локализация Alpro – Данон Россия

ПОРТРЕТ РЫНКА. БЫСТРЫЕ ФАКТЫ.

Топ брендов

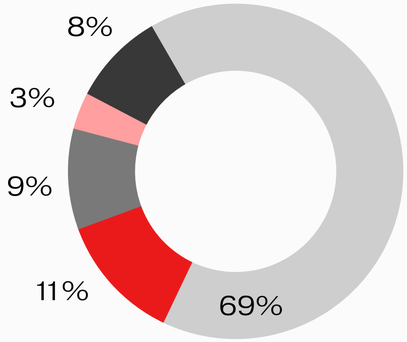
01 Nemoloko
02 Alpro (Данон)
03 Green Milk
04 Здоровое меню
05 AROY-D

Упаковочные решения в л. 2020



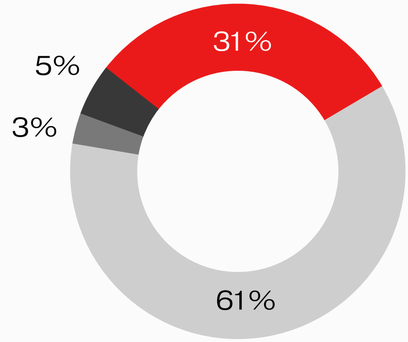
- 96% Асептический картон
- 2,90% Жестяная банка
- 1,30% Пластик
- 0,20% Стекло

Доля рынка в л. 2020 в разрезе производителей



- 69% Сады Придонья
- 11% СоюзПище Пром
- 9% Alpro (Данон)
- 3% AROY-D
- 8% Другие

Объемы упаковки в шт. 2020 г.

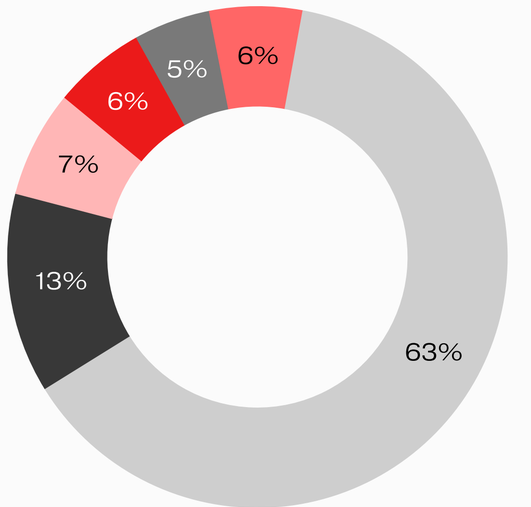


- 61% Семейный формат 1000-750 мл.
- 31% Порционный формат 250 мл.
- 3% 500 мл.
- 5% Другие

Источник: Nielsen 2020

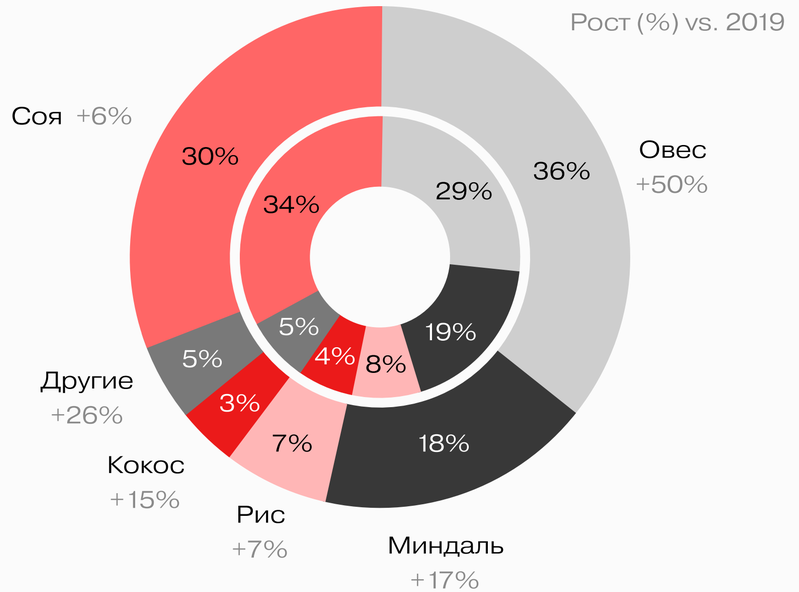
САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ ВКУС В РОССИИ И ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЕ - ОВСЯНКА.

Россия 2020



Овес Кокос Миндаль
Гречка Соя Другие вкусы

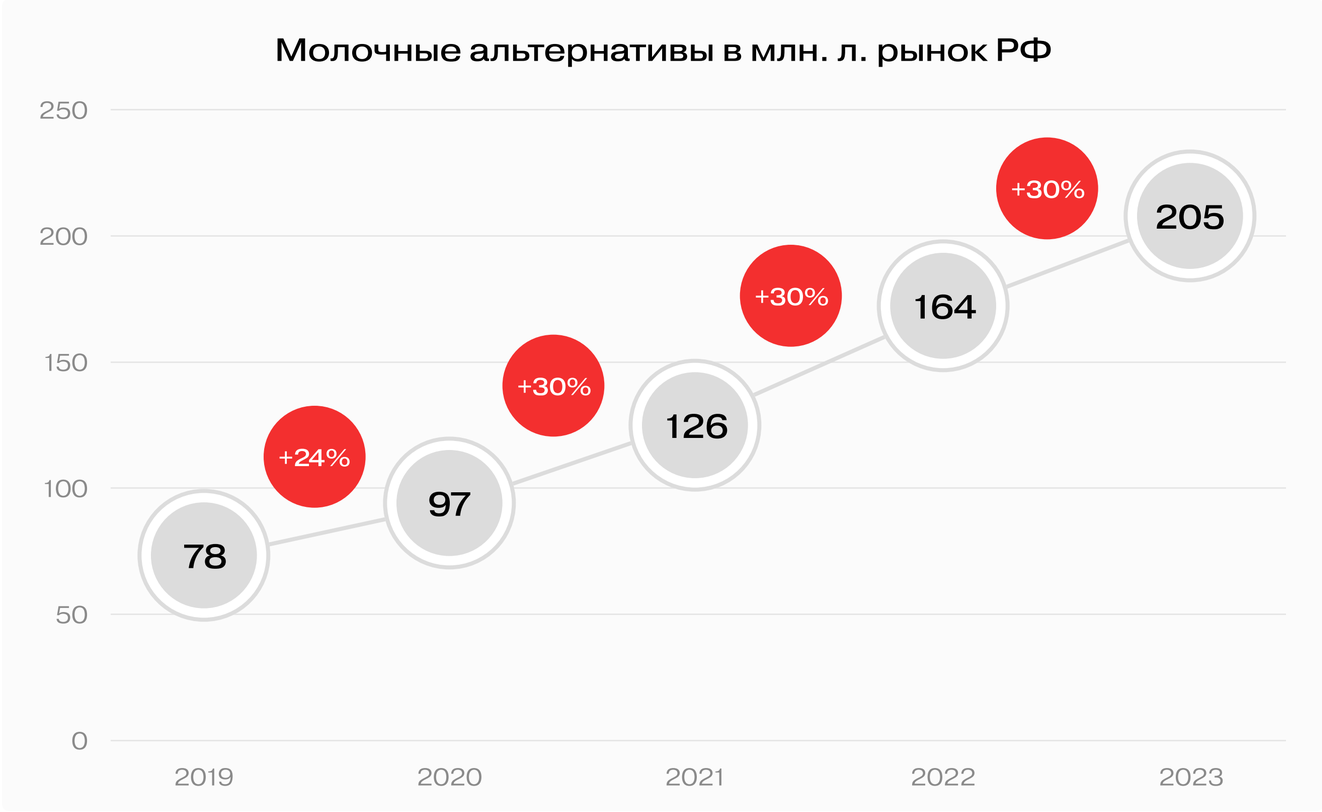
Западная Европа 2019-2020



Овес Соя Миндаль Рис Кокос Другие вкусы

Источник: Nielsen 2020

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕЗЮМЕ.
ОБЪЕМ РЫНКА И АКТИВНЫЙ ЕГО РОСТ.



На данный момент доля напитков на растительной основе еще очень мала, сравнивать долю с Молоком даже нет никакого смысла.

Но!

Категория имеет четкий долгосрочный прогноз роста и по нашей средней оценке к 2025 году объем рынка молочных альтернатив в России достигнет 250 млн литров.

* Оценка размера рынка на основе данных по наработке линий розлива + данные по импорту

ПОЧЕМУ БУДУТ РАСТИ НАПИТКИ НА РАСТИТЕЛЬНОЙ ОСНОВЕ:

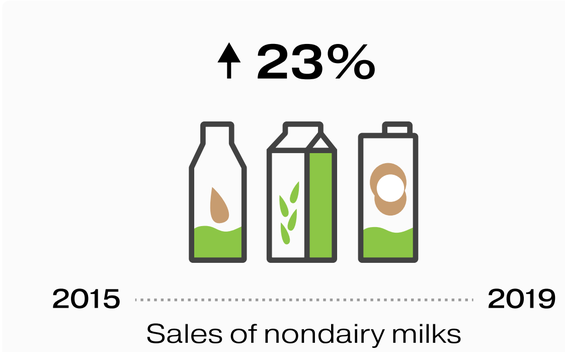
Рост категории напитков на растительной основе это мировой тренд.

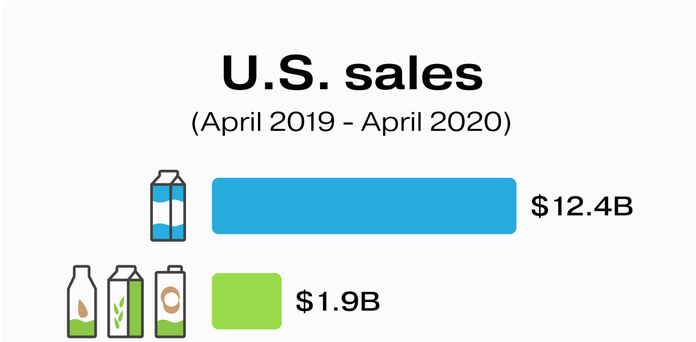
Пример рынок США. Доля в денежном эквиваленте 13,3%.

Рынок Северной Америки - 3,2 млрд.л.

Европа - 1,8 млрд.л.

Азия - 22,7 млрд.л.





ПОЧЕМУ БУДУТ РАСТИ НАПИТКИ НА РАСТИТЕЛЬНОЙ ОСНОВЕ:

01

Развитие новых вкусов: конопля, кешью, макадамия, кеноа, добавки суперфуды, активное внедрение миндаля и кокоса в миксы. Для России **традиционные вкусы** / растения (овес, гречка, рожь и т.д.) имеют большой потенциал, но нужны новые добавки, вкусы, функциональность.

02

Новые категории - **детское питание**.

03

Конкурентное давление на рынок приведет к **снижению розничной цены** и увеличению эластичности спроса по цене. Продукт будет более доступным.

04

Развитие **порционного формата** и потребления на ходу (on the going).

05

Новые категории: растительные сливки и асептические ферментированные напитки (йогурты и кефиры) с высоким сроком годности.

06

Вкус - основной аргумент, поэтому технологические возможности и сырье для приготовления вкусного продукта имеют важнейшее значение.

ПОЧЕМУ БУДУТ РАСТИ НАПИТКИ НА РАСТИТЕЛЬНОЙ ОСНОВЕ:

Данная категория является экономически привлекательной за счет высокой маржинальности.

Основные цифры (на примере овсяного напитка):

- Сырье - 20 р. без НДС на литр.
- Асептическая картонная упаковка (TBA 1000 Slim + Heli Cap 23) - 8 р. без НДС.
- Общие издержки (пром. среды, вторичная упаковка, ТО) - 4 р. без НДС

Итого: 32 р. без НДС.

Капитальные инвестиции (CAPEX), на примере указанного проекта - 2,9 млн. евро без НДС, по курсу 90 р.

Цена реализации - каждый производитель решает для себя. В данном примере 60 р. без НДС за 1 литр - низко ценовой сегмент.

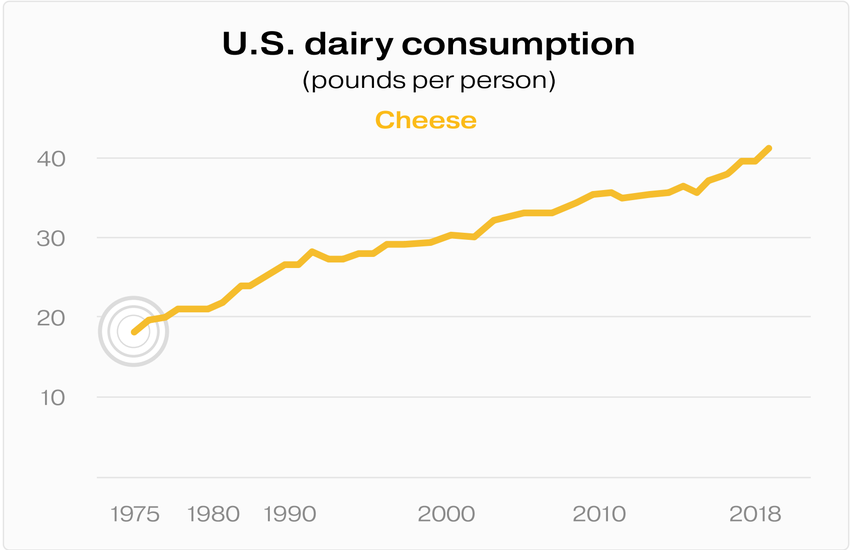
Если молочное предприятие обладает UHT производством, вход в эту категорию гораздо дешевле.

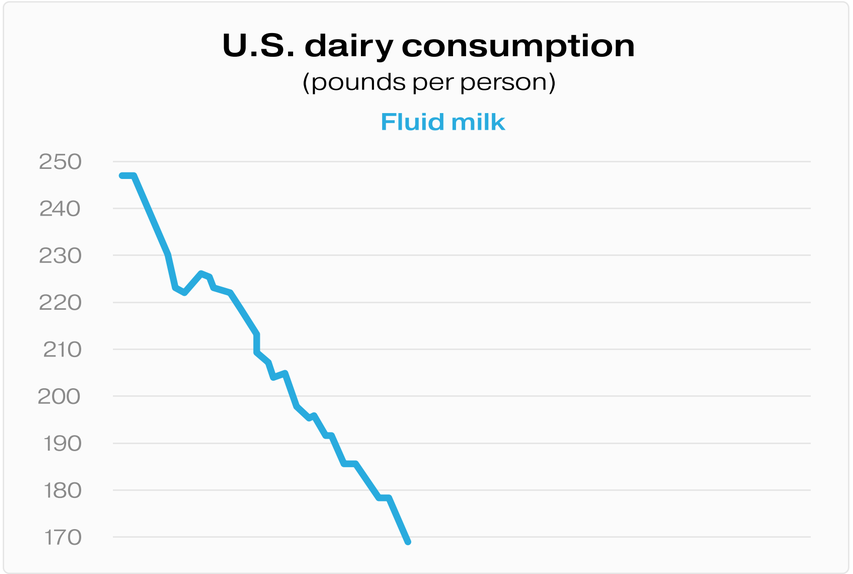
Себестоимость продукции	32 руб.
Цена реализации продукции	60 руб.
Маржинальный доход с 1 шт.	28 руб.
CAPEX	261 000 000 руб.
Объем продаж необходимый для возврата инвестиций в тоннах	9 321
Кол-во месяцев окупаемости проекта, если доля рынка составит 5%	18

СЛЕДУЮЩИЕ ШАГИ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ

Принять существование новой категории - растительные напитки:

1. **Конкурентно противостоять ей**. Предлагать новые молочные продукты: без лактозы, инновационные с добавлениями полезных веществ, суперфуды и пр. Развивать другие категории - ингредиенты, сыры, асептические йогурты и пр.
2. **Развивать иностранные рынки** - Юго-Восточная Азия, бум молочного потребления, обратный процесс.
3. **Программы популяризации** молока в рамках молочного сообщества.





СЛЕДУЮЩИЕ ШАГИ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ

Принять существование новой категории - растительные напитки:

4. **Войти в эту категорию и начать работать в ней.** Наша компания уже работает над технологией “Не кефира”, “не йогурта” и “не творога”.

   Совместно с компанией **“Chr. Hansen”** разрабатываем технологию данных продуктов и с использованием асептического розлива мы готовы дать возможность данным продуктам выйти на широкую дистрибуцию.

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ! ГОТОВ ОТВЕТИТЬ НА ВАШИ ВОПРОСЫ.