



MAPREX



2020 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ. ОСНОВНЫЕ ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ. МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТОВ.

3

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА.....	5
1.1. ОПИСАНИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКИ АНАЛИЗИРУЕМОЙ ПРОДУКЦИИ.....	5
1.2. СОСТОЯНИЕ РЫНКА В ЦЕЛОМ	6
1.3. ОБЪЁМ РЫНКА И ИМПОРТ	15
1.4. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛА ПРОДАЖ	30
1.5. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВЫХОДА НА НЕГО	35
2. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ.....	39
2.1. ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОВ.....	39
2.2. ЦЕНОВОЙ АНАЛИЗ	47
2.3. АНАЛИЗ ВАРИАТИВНОСТИ АССОРТИМЕНТА.....	53
3. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	59
3.1. ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	59
3.2. ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ.....	62
3.3. ПЕРЕЧЕНЬ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ	72
4. ОБЗОР КАНАЛОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ.....	75
ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ	84
ПРИЛОЖЕНИЯ	88
СВЕДЕНИЯ ОБ ИСПОЛНИТЕЛЯХ РАБОТ.....	121

Приведено Оглавление без действующих ссылок из оригинальной, не сокращенной версии
Отчета

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ. ОСНОВНЫЕ ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ. МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТОВ.

Цели исследования: провести комплексный анализ североамериканского рынка сублимированных ягод и грибов с целью оценки перспектив выхода на данный рынок, а также формирования общей стратегии такого выхода.

География исследования: страны Северной Америки - США и Канада.

Объект исследования: сублимированные ягодные и грибные порошки: мелкодисперсный порошок 0-0,5 мм и кусочки 2-5 мм.

Коды продукции:

ТН ВЭД:

- 1106309000 – Мука тонкого и грубого помола и порошок из продуктов группы 08 прочие (сублимированные ягодные порошки)
- 0712390000 – Прочие грибы сушеные, целые, нарезанные кусочками, ломтиками, измельченные или в виде порошка, но не подвергнутые дальнейшей обработке (сублимированные грибные порошки)

ОКПД2: 10.61.23 Мука тонкого и грубого помола из овощных и других растительных культур.

HTS:

- 1106.30.4000 – Мука тонкого и грубого помола и порошок из сушёных продуктов, классифицируемых в группе 08
- 0712.39 – Прочие грибы сушеные, целые, нарезанные кусочками, ломтиками, измельченные или в виде порошка, но не подвергнутые дальнейшей обработке

NAICS:

- 311211 – Мукомольная промышленность (фруктовая мука и производство порошков)
- 311423 – Производство сушёных и обезвоженных продуктов пищевой промышленности (в том числе сушёных фруктов и овощей)

Период данных для анализа: 2017-2019 гг.¹, прогноз на 2020-2022 гг.

МЕТОДОЛОГИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЁТОВ

1. Кабинетный анализ с использованием следующих источников информации:

- Базы данных органов статистики США и Канады, официальная информация министерств и ведомств

¹ 2019 г. по мере доступности информации в статистических базах данных

- Базы данных таможенных операций
- Данные аналитических центров
- Данные ООН, ВТО, Comtrade
- <...>
- <...>
- <...>
- <...>

2. Онлайн-опрос B2C потребителей ягодных и грибных порошков: 200 – США, 100 – Канада

3. Интервью с B2B потребителями ягодных и грибных порошков - 5

КАБИНЕТНЫЙ АНАЛИЗ. В процессе подготовки отчета был проанализирован массив официальной экономической и таможенной статистики, материалы из открытых источников. Основные используемые источники приведены в пункте 1 Методологии.

АНАЛИЗ ТАМОЖЕННЫХ ПОСТАВОК. <...>

АНАЛИЗ РЫНКА. <...>

ОБОСНОВАНИЕ РАЗМЕРА ВЫБОРКИ ОПРОСА. <...>

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ. <...>

ВАЛЮТА ИССЛЕДОВАНИЯ. Все расчёты приводятся в долларах США, если не указано иное.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. ОПИСАНИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКИ АНАЛИЗИРУЕМОЙ ПРОДУКЦИИ

ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ

Ягодные и грибные порошки представляют собой обезвоженные ягоды и грибы (доля влаги в них составляет менее 10%), перемолотые в пудру или мелкодисперсные кусочки размером до 5 мм.

Наиболее распространённые ягоды, из которых производятся порошки на североамериканском рынке:

- Голубика
- Клюква
- <...>
- <...>
- <...>
- <...>
- <...>
- <...>

Самые распространённые грибы, являющиеся сырьем для производства порошков на североамериканском рынке:

- Чага
- <...>
- <...>
- <...>
- <...>
- <...>
- <...>

ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА

Существует несколько основных способов получить высушенные и измельченные в порошок грибы и ягоды, в том числе следующие:

- **Сублимация (лиофилизация).** Сублимация – процесс высушивания пищевых продуктов в состоянии глубокой заморозки. Ягоды и грибы, прошедшие вакуумно-сублимационную сушку, сохраняют до 95% питательных веществ,

витаминов, минералов, микроэлементов, ферментов и других биологически активных веществ и обладают естественным вкусом, цветом и ароматом исходного сырья. Сублимированные ягоды и грибы характеризуются отличными микробиологическими показателями и высокой пищевой ценностью. Очевидное преимущество такого продукта – это удобство хранения, транспортировки и использования в производстве. Срок хранения сублимированных ягод и грибов в оригинальной упаковке составляет, в среднем, 18 месяцев, они производятся без искусственных красителей, консервантов и ГМО, содержат низкий процент влаги (менее 5%).

- <...>.
- <...>.
- <...>.

Большинство ягодных и грибных порошков на мировом рынке производится методом сублимации, который на момент проведения исследования признан наиболее прогрессивным методом консервирования. Поскольку в описании предлагаемой на рынке (и анализируемой) продукции, а также в статистических источниках не приводится информация о технологии производства, в рамках исследования были проанализированы и далее в отчете рассматриваются все ягодные и грибные порошки - без детализации по методу производства.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

Основное применение ягодных и грибных порошков – в качестве полуфабрикатов высокой степени готовности и биодобавок при производстве продуктов в различных отраслях пищевой промышленности (<...>), а также <...>.

Добавки в форме порошков используют при производстве <...>. Ягодные и грибные порошки часто позиционируются как <...>.

Среди других областей применения можно выделить производство добавок и кормов для домашних животных, а также производство органической косметики.

1.2. СОСТОЯНИЕ РЫНКА В ЦЕЛОМ

Североамериканский рынок ягодных и грибных порошков в целом² можно охарактеризовать как высококонкурентный, низкоконсолидированный рынок с высокими темпами роста (более XX% в год), потребителем которого является, главным образом, <...>. Основной объём потребления сосредоточен в <...>, большинство производителей располагаются в <...>. На момент проведения исследования самым большим сегментом рынка является сегмент <...>, сегментом с наибольшими темпами роста – <...>.

Рынок ягодных и грибных порошков Северной Америки сильно фрагментирован: <...>.

² Характеристики рынка могут значительно варьироваться в зависимости от сегмента

Следует отметить, что анализируемый рынок сегментирован на основе типа применения, то есть по отраслям, в которых ягодные и грибные порошки используются:

- пищевые продукты, такие как снеки, десерты и кондитерские изделия
- <...>
- <...>
- <...>
- <...>
- косметика
- корма/добавки для животных

КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

Основными чертами, характеризующими состояние североамериканского рынка ягодных и грибных порошков на момент проведения исследования, являются:

- стадия активного роста, на которой находится рынок: среднегодовые темпы прироста превышают XX%
- <...>
- <...>
- <...>

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА

К ключевым тенденциям развития североамериканского рынка ягодных и грибных порошков на момент проведения исследования следует отнести следующие:

- Рост спроса на органическую продукцию, в том числе на органические ягодные и грибные порошки
- <...>
- <...>
- <...>

РОСТ СПРОСА НА ОРГАНИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ. В 2018 году рынок органической продукции США впервые преодолел отметку в XX млрд долларов: продажи достигли рекордных XX млрд долларов, что, согласно опубликованному Ассоциацией органической торговли исследованию органической промышленности (2019), на XX% больше, чем в 2017 году. Новые рекорды были достигнуты как на рынке натуральных продуктов питания, так и на рынке непродовольственных товаров. Продажи органических продуктов достигли значения XX млрд долл., увеличившись на XX%, объем продаж органических непродовольственных товаров вырос на XX%, до XX

млрд долларов. Темпы роста производства органических продуктов по-прежнему немного опережали общий рынок: в 2018 году общий объем продаж продуктов питания в США вырос всего на XX%, а общий объем продаж непродовольственных товаров вырос на XX%.

Динамика объёма рынка органической продукции в США в 2009-2018 гг., млрд долл.



Источник – OTA (Organic Trade Association) В оригинале отчета значения на диаграмме (объем) есть

Рост доли органической продукции и, в том числе внимания к составу продуктов питания связывают с <...>. Большую привлекательность на рынке приобретает сертификация USDA Organic: потребители понимают, что органическая сертификация является не только проверкой и подтверждением официальных стандартов, но и единственной отметкой, которая охватывает спектр продукции без ГМО, токсичных пестицидов или химикатов, красителей или консервантов.

По состоянию на 2019 год экологически чистыми являются почти XX% продуктов питания, продаваемых в США. Потребители могут найти органические продукты - продукты питания и непродовольственные товары - в каждом продуктовом магазине. Они могут выбрать экологически чистые продукты в своём любимом оптовом магазине, в клубном магазине, даже в магазине по соседству, и всё чаще - в интернете. Органический сегмент больше не является нишевым рынком.

В 2018 году объем продаж органических фруктов и овощей в США вырос до XX млрд долл. при темпах роста в XX%, по сравнению с 2017 годом. Для сравнения: общая категория фруктов и овощей, включая органические и обычные продукты, выросла в 2018 году всего на XX%. На фрукты и овощи в настоящее время приходится XX% всех продаж органических продуктов питания. Органические фрукты и овощи занимают около XX% (XX%) всего рынка органической продукции, продаваемой в США, и они почти удвоили свою долю за последние десять лет.

Хотя по объёму рынок органических продуктов Канады значительно отстаёт от объёма рынка США, <...>. Так, за период 2012-2017 гг., ежегодные розничные продажи органических продуктов питания и напитков в Канаде выросли на XX%, превысив XX млрд долл. (XX млрд канадских долларов). В течение этого периода совокупный годовой темп роста оценивался в XX%, а доля рынка органических продуктов через основных розничных продавцов увеличилась с XX% до XX%. В 2017 году <...> канадцев покупали органические товары каждую неделю, тогда как в 2016 году таких было только XX%. На начало 2020 года Канада является 5-ым в мире по величине потребительским рынком органических продуктов питания.

Рынок органических продуктов Канады в 2005-2018 гг., млрд канадских долларов



Источник – Statista **В оригинале отчета значения на диаграмме (объем) есть**

<...>.Текст-описание тенденции развития рынка.

<...>.Текст-описание тенденции развития рынка.

<...>.Текст-описание тенденции развития рынка.

ФАКТОРЫ-ДРАЙВЕРЫ

В числе ключевых факторов, стимулирующих развитие рынка ягодных и грибных порошков Северной Америки на момент проведения исследования, следует назвать следующие:

- Стремительное развитие рынка суперфудов³, рост спроса на экологически чистые и натуральные продукты
- <...>
- <...>

СТРЕМИТЕЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА СУПЕРФУДОВ. РОСТ СПРОСА НА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫЕ И НАТУРАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ.

Потребители Северной Америки постепенно осознают пользу суперфудов: в 2019 году на мировом рынке этой продукции доминировали США. Причиной этого является растущий среди потребителей североамериканского региона спрос на питательные и здоровые продукты. Некоторые другие факторы, влияющие на этот рынок, включают в себя <...>, <...>. Одна из недавних тенденций в США, связанных с поддержанием здоровья, выражается в <...>. В 2019 году порядка XX% покупателей продуктов в США можно отнести к группе «заботящийся о своём здоровье потребитель». В результате магазины по всей стране отметили увеличение на XX% продаж продуктов, помеченных как «100% натуральные» и на XX% - продуктов, помеченных как «натуральные». В 2019 году компании США сообщили о наибольшем количестве запусков новых продуктов на этом рынке за всё время наблюдений.

В связи с <...>, в Северной Америке начался рост рынка натуральных и органических ингредиентов. Такая заинтересованность отдельных потребителей и общественности в целом связана с <...> Это приводит к тому, что в сегменте

³ Суперфуд (superfood, -s, в русском языке также суперпища, суперпродукты) - богатая питательными веществами пища, которая считается особенно полезной для здоровья.

суперфудов постоянно запускаются новые продукты, позиционирующиеся как экологически чистые и натуральные.

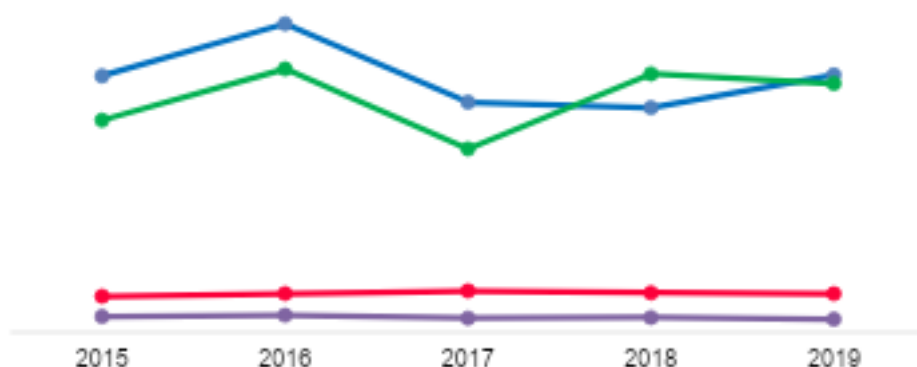
Североамериканский рынок суперфуд обладает огромным потенциалом. Продающие натуральные продукты сети, такие как <...>, <...> и <...> ищут новые, уникальные, аутентичные суперфуд продукты, чтобы удовлетворить растущий спрос потребителей.

<...>.Текст-описание фактора

Среднегодовые цены на неорганическую голубику в 2005-2019 гг., долл./кг

Источник - Agronometrics

<...>

Производство основных ягод в Канаде в 2015-2019 гг., тыс. тонн

Источник - Statistics Canada В оригинале отчета значения на диаграмме (объем производства) и легенда (виды ягод) есть

<...>

<...>.Текст-описание фактора

ФАКТОРЫ-ОГРАНИЧИТЕЛИ

Основными факторами, замедляющими развитие рынка ягодных и грибных порошков Северной Америки на момент проведения исследования, являются следующие:

- Торговая война и общая политическая и экономическая неопределённость отношений между США и Китаем, запрет на поставки ключевых канадских экспортных товаров в Китай и как следствие наращивание торговли между США и Канадой
- <...>

ТОРГОВАЯ ВОЙНА И ОБЩАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ США И КИТАЕМ. В начале 2018 года

президент США Дональд Трамп инициировал процесс ограничения импорта и инвестиций из Китая. Повышение американских импортных пошлин на китайскую продукцию затронуло ввоз преимущественно высокотехнологичных товаров. В ответ Китай ввёл импортные пошлины на более, чем 1000 видов продукции из США. В данный список продукции попали как непосредственно ягодные и грибные порошки, так и сушёные и замороженные ягоды, а также сушёные грибы.

Некоторые коды HTS, затронутые торговой войной между Китаем и США

Позиция	HTS код	Пошлина
Грибы сушёные на воздухе или под солнцем, прочие	0712.39.10	XX%
Грибы сушёные, иначе чем на воздухе или под солнцем, цельные, нарезанные кусочками, измельчённые или в порошке, но не подвергнутые дальнейшей обработке	0712.39.20	XX%
Трюфели сушёные, цельные, нарезанные кусочками, измельчённые или в порошке, но не подвергнутые дальнейшей обработке	0712.39.40	XX%
Мука тонкого и грубого помола и порошок из сушеных продуктов группы 08 (фрукты и ягоды, орехи), за исключением бананов и плантанов	1106.30.40	XX%
Сушёный барбарис	0813.40.15	XX%
Сушёные ягоды, кроме барбариса	0813.40.20	XX%
Сушёная вишня	0813.40.30	10%

Источник – qz.com

В связи с торговой войной и общей политической и экономической неопределённостью отношений между США и Китаем <...>.

Торговые отношения между Канадой и Китаем также значительно ухудшились в последние 2 года. Китай ввёл запрет на поставки важнейших канадских экспортных товаров, таких как рапс, соя и свинина – в качестве ответного удара за арест финансового директора Huawei Мэн Ваньчжоу. С другой стороны, <...>.

<...>.Текст-описание фактора

ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ МОГУТ ВЫСТУПАТЬ И ДРАЙВЕРАМИ, И ОГРАНИЧИТЕЛЯМИ

К основным факторам, определяющим развитие североамериканского рынка ягодных и грибных порошков в целом – при разных сценариях они могут выступать либо драйверами, либо ограничителями - можно отнести:

- Влияние погодных условий на урожай грибов и ягод
- <...>

ВЛИЯНИЕ ПОГОДНЫХ УСЛОВИЙ НА УРОЖАЙ ЯГОД И ГРИБОВ. Сезон (и урожай) североамериканской голубики длится с апреля до конца сентября. Затем с октября по март полки продуктовых магазинов заполняет импортная продукция из Южной

Америки. Сезон грибов обычно начинается в августе и длится до октября. Размер урожая лесных грибов полностью определяется природными явлениями. Именно погодные условия серьезно влияют на урожай органической ягоды и грибов, доля которых на рынке Северной Америки становится всё больше. Рынок ягодных и грибных порошков, в свою очередь, в значительной степени зависит от <...>. С другой стороны, потребители хотят видеть органические ягоды и грибы на своём столе круглый год, а лиофилизированные ягодные и грибные порошки являются хорошими заменителями свежей продукции благодаря сохранению всех полезных свойств и способны заместить её вне сезона.

<...>.Текст-описание фактора

Факторы, влияющие на развитие североамериканского рынка грибных и ягодных порошков

Драйверы рынка	Факторы, сдерживающие рост
▪ Стремительное развитие рынка суперфудов, рост спроса на экологически чистые и натуральные продукты ▪ <...> ▪ <...>	▪ Торговая война и общая политическая и экономическая неопределённость отношений между США и Китаем ▪ <...>
Факторы, которые могут выступать и драйверами, и ограничителями	
▪ Влияние погодных условий на урожай грибов и ягод ▪ <...>	

Источник - аналитика Maprex

1.3. ОБЪЁМ РЫНКА И ИМПОРТ

ИМПОРТ И ЭКСПОРТ ГРИБНЫХ ПОРОШКОВ В США

Импорт и экспорт грибных порошков на североамериканском рынке осуществляются по коду HTS 0712.39 - прочие грибы сушёные, целые, нарезанные кусочками, ломтиками, измельченные или в виде порошка, но не подвергнутые дальнейшей обработке.

США является нетто-импортёром сушёных грибов: по итогам 2019 года объём импорта по коду 0712.39 превысил объём экспорта примерно в XX раза как в денежном, так и в натуральном выражении.

Динамика импорта и экспорта сушёных грибов в США в 2017-2019 гг., млн долл. (слева) и тонн (справа)



Источник - USITC DataWeb В оригинале отчета значения на диаграммах (объем поставок в год) и легенда (импорт/экспорт) есть

Говоря о динамике внешнеторговых экономических потоков, следует отметить, что по итогам 2019 года объем импорта сушёных грибов снизился на XX% в денежном выражении и на XX% в натуральном (обусловлено, в основном, сокращением объемов импорта сушёных грибов из Китая), объем экспорта также снизился как в денежном (XX%), так и в натуральном выражении (XX%).

В связи с тем, что объёмы экспорта сушёных грибов и грибных порошков незначительны, далее проведён подробный анализ только импортных поставок.

В структуре импорта по коду 0712.39 преобладают поставки по подкоду 0712.39.10 - грибы сушёные на воздухе или под солнцем, прочие. По итогам 2019 года на эту группу пришлось XX% от общего объема импорта по коду 0712.39 в денежном выражении и XX% - в натуральном.

Необходимо отметить, что в 2019 году произошло снижение средневзвешенных цен импортных поставок по всем группам кода 0712.39. Особенно сильное снижение средневзвешенных импортных цен было зафиксировано в группе 0712.39.2000 - грибы сушёные, иначе чем на воздухе или под солнцем, цельные, нарезанные кусочками, измельчённые или в порошке, но не подвергнутые дальнейшей обработке, в которой поставляются в том числе и грибные порошки: цены упали с XX долл. за кг в 2018 году до XX долл. за кг в 2019 году (в основном за счёт значительного снижения цен на китайскую продукцию).

Динамика импорта сушёных грибов, в том числе грибных порошков, по кодам HTS в США в 2017-2019 гг., млн долл. и тонн, средневзвешенные цены, долл./кг

Код HTS / год	2017	2018	2019
---------------	------	------	------

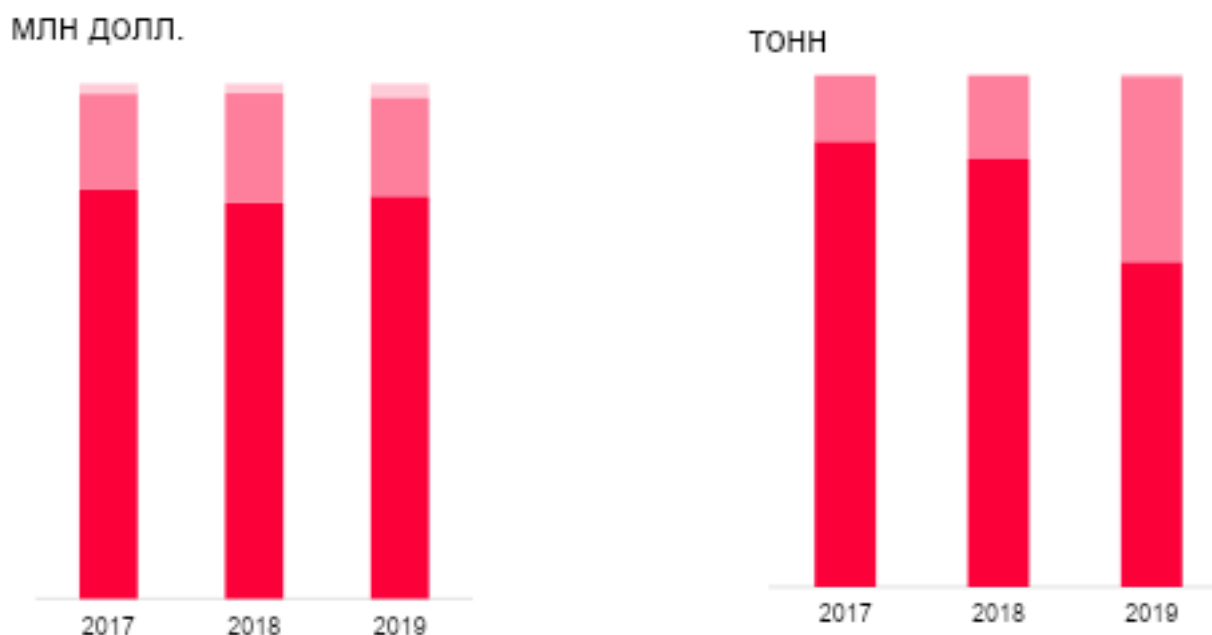
0712.39* всего, млн долл.	XX	XX	XX
0712.39.1000 - грибы сушёные на воздухе или под солнцем, прочие	XX	XX	XX
0712.39.2000 - грибы сушёные, иначе чем на воздухе или под солнцем, цельные, нарезанные кусочками, измельчённые или в порошке, но не подвергнутые дальнейшей обработке	XX	XX	XX
0712.39.4000 - трюфели сушёные, цельные, нарезанные кусочками, измельчённые или в порошке, но не подвергнутые дальнейшей обработке	XX	XX	XX
0712.39* всего, тонн	XX	XX	XX
0712.39.1000 - грибы сушёные на воздухе или под солнцем, прочие	XX	XX	XX
0712.39.2000 - грибы сушёные, иначе чем на воздухе или под солнцем, цельные, нарезанные кусочками, измельчённые или в порошке, но не подвергнутые дальнейшей обработке	XX	XX	XX
0712.39.4000 - трюфели сушёные, цельные, нарезанные кусочками, измельчённые или в порошке, но не подвергнутые дальнейшей обработке	XX	XX	XX
оценка импорта грибного порошка**, тонн	XX	XX	XX
0712.39*, долл. за кг	XX	XX	XX
0712.39.1000 - грибы сушёные на воздухе или под солнцем, прочие	XX	XX	XX
0712.39.2000 - грибы сушёные, иначе чем на воздухе или под солнцем, цельные, нарезанные кусочками, измельчённые или в порошке, но не подвергнутые дальнейшей обработке	XX	XX	XX
0712.39.4000 - трюфели сушёные, цельные, нарезанные кусочками, измельчённые или в порошке, но не подвергнутые дальнейшей обработке	XX	XX	XX

*анализ импорта проводился по коду HTS 0712.39 - Прочие грибы сушеные, целые, нарезанные кусочками, ломтиками, измельченные или в виде порошка, но не подвергнутые дальнейшей обработке

**импорт грибного порошка рассчитывался исходя из контекстного анализа сделок. Так как в некоторых сделках не указано подробное описание поставляемой продукции, а также грибные порошки часто поставляются в смешанных сделках вместе с сушёными грибами, объёмы могут быть занижены. Оценка приводится только в тоннах, так как в доступных таможенных базах с описаниями продукции указаны только натуральные объёмы поставок (вес).

Источник - USITC DataWeb

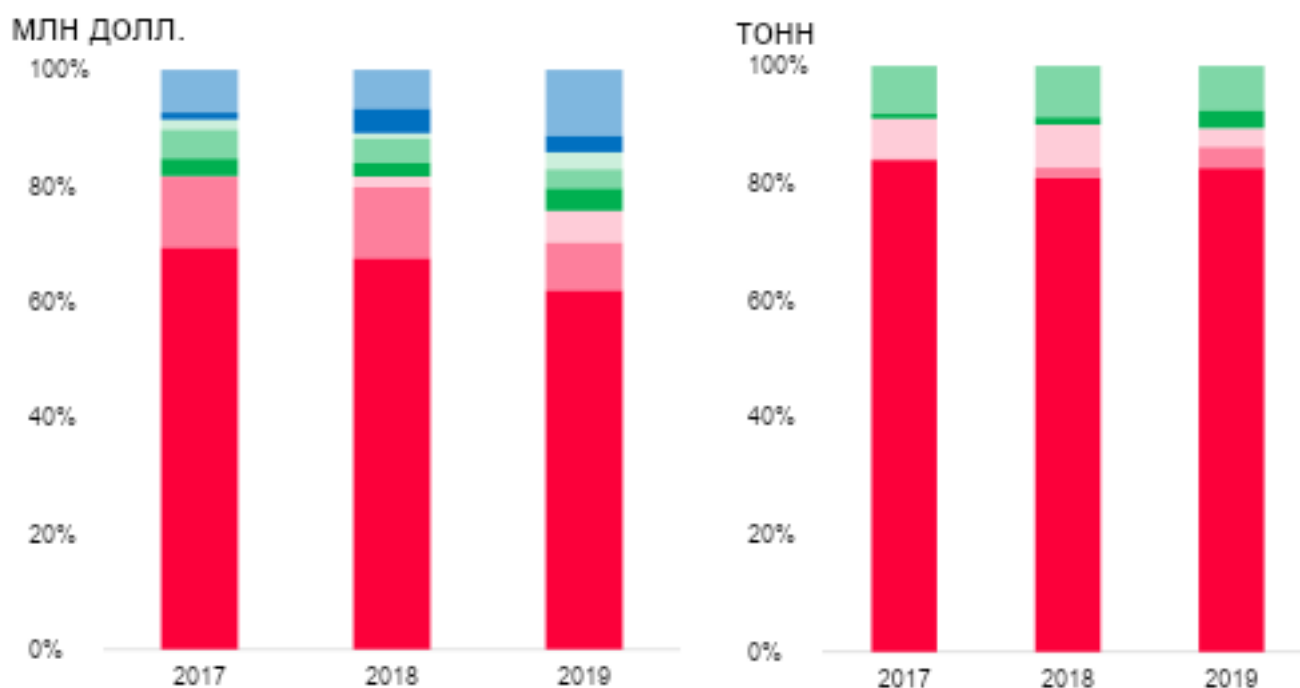
По итогам 2019 года в структуре импорта сушёных грибов в натуральном выражении значительно уменьшилась доля поставок по коду 0712.39.1000 в общем объёме импорта сушёных грибов (с XX% до XX%). Это, в основном, связано с уменьшением средней цены поставок китайской продукции – с XX долл. за кг в 2018 году до XX долл. за кг в 2019 году.

Структура импорта сушёных грибов в США в 2017-2019 гг. по кодам HTS, млн долл. (слева) и тонн (справа)

Источник - USITC DataWeb В оригинале отчета значения на диаграммах и легенда (коды ТН ВЭД) есть

В структуре импорта по коду 0712.39 преобладают поставки китайской продукции: по итогам 2019 года её доля в общем объеме поставок составила XX% в натуральном и XX% в денежном выражении. За последние 2 года доля китайской продукции в общем объеме поставок в натуральном выражении осталась на прежнем уровне, а в денежном выражении упала более чем на XX%, что обуславливается значительным снижением цен на китайскую продукцию.

Структура импорта сушёных грибов в США в 2017-2019 гг. по странам происхождения, млн долл. (слева) и тонн (справа)



Источник - USITC DataWeb В оригинале отчета значения на диаграммах и легенда (страны) есть

Основными получателями продукции по коду 0712.39 в США являются торговые компании: ми <...> - импортёры продуктов питания, поставщик продуктов для сферы общественного питания - <...> и производитель консервированных продуктов - <...>.

Основные получатели продукции по коду 0712.39 в США по итогам 2017-2019 гг., тонн

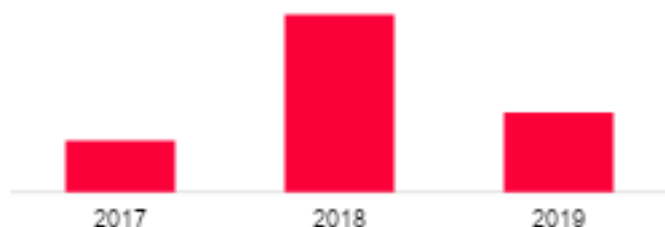
Получатель	Адрес	Тонн
<...>	1086 TEANECK RD SUITE 2E TEANECK NJ 07666 USA	471
Lfi Inc	<...>	XX
<...>	<...>	XX
<...>	<...>	XX
<...>	<...>	XX
<...>	<...>	XX
<...>	<...>	XX
<...>	<...>	XX
<...>	<...>	XX
<...>	<...>	XX

Источник – оценка Мапрекс на основе данных USITC DataWeb

ГРИБНЫЕ ПОРОШКИ. Сублимированные грибные порошки поставляются в США в рамках подкода 0712.39.20 - грибы сушёные, иначе чем на воздухе или под солнцем, цельные, нарезанные кусочками, измельчённые или в порошке, но не подвергнутые дальнейшей обработке. По оценкам Мапрекс, по итогам 2019 года объём импорта грибных порошков в США составил около XX тонн, что составляет порядка XX% от

общего объёма импорта по коду 0712.39. По сравнению с 2018 годом наблюдается значительное снижение объёма импорта грибных порошков - более чем в XX раза, в основном, за счёт значительного снижения числа поставок из Китая (это обусловлено торговой войной между Китаем и США, затронувшей в том числе код 0712.39, по которому была введена XX% импортная пошлина на поставки продукции из Китая).

Динамика импорта грибных порошков в США в 2017-2019 гг., тонн



Источник – расчёта Мапрекс на основе данных USITC DataWeb В оригинале отчета значения на диаграмме есть

В числе основных получателей грибных порошков в США – один из крупнейших поставщиков трюфелей на американский рынок <...>, поставщик ингредиентов для производителей нутрицевтиков <...>, производитель грибов <...> (производство расположено в <...>) и производитель пищевых продуктов <...>. Главным образом, в США поставляют грибной порошок из <...> и <...>. В основном поставки порошка идут из <...>.

Основные получатели грибных порошков в США по итогам 2017-2019 гг., тонн

Получатель	Адрес	Страна поставки	Продукция	кг
<...>	<...>	<...>	<...>	XX*
Aunutra Nutritional Llc	<...>	<...>	<...>	XX*
<...>	20 W 20TH STREET STE 303 NEW YORK NY 10011	Китай	Порошок из белых грибов	XX*
<...>	<...>	<...>	<...>	XX*
<...>	<...>	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX

*смешанные поставки

Источник – расчёта Мапрекс на основе данных USITC DataWeb

ИМПОРТ И ЭКСПОРТ ГРИБНЫХ ПОРОШКОВ В КАНАДЕ

Как и США, Канада является нетто-импортёром сушёных грибов: по итогам 2019 года объём импорта по коду 0712.39 в денежном выражении⁴ превысил объём экспорта более, чем в XX раз.

Динамика внешнеторговых потоков демонстрировала прирост: по итогам 2019 года объём импорта сушёных грибов вырос на XX% в денежном выражении (рост произошёл, в основном, из-за начала поставок больших объёмов сушёных грибов из <...> – на XX млн долл.), объём экспорта также вырос – на XX% в денежном выражении.

В связи с тем, что объёмы экспорта сушёных грибов и грибных порошков незначительны, далее приводится подробный анализ только импортных поставок.

Динамика импорта и экспорта сушёных грибов в Канаду в 2017-2019 гг. в денежном выражении, млн долл.

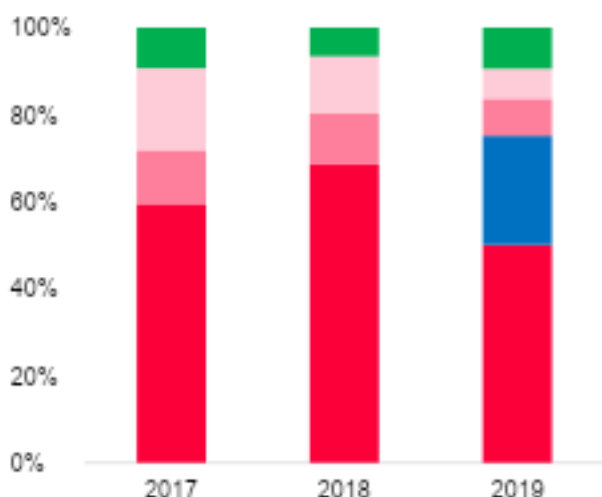


Источник – Trade Data Online В оригинале отчета значения на диаграмме есть

В структуре импорта сушёных грибов преобладают поставки <...> продукции: по итогам 2019 года её доля в общем объёме поставок в денежном выражении составила XX%. За последние 2 года доля <...> продукции в общем объёме поставок в денежном выражении упала более чем на XX%, что, как и в случае с импортом в США,

⁴ Здесь и далее в подразделе по Канаде приводятся только данные в денежном выражении, поскольку учет по данному коду в натуральном выражении статистическими службами Канады не ведётся.

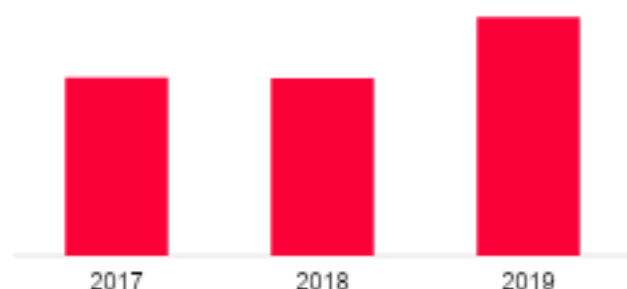
свидетельствует о снижении средней стоимости цен на ввозимую в страну <...> продукцию.

Структура импорта сушёных грибов в Канаду в денежном выражении в 2017-2019 гг. по странам происхождения, млн долл.

Источник - Trade Data Online В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (страны) есть

ГРИБНЫЕ ПОРОШКИ. Импорт грибных порошков в Канаду, по оценкам Мапрекс, составляет около XX% от общего объема импорта по коду 0712.39 и не превышает XX тыс. долларов в год.

Динамика импорта грибных порошков в Канаду в денежном выражении в 2017-2019 гг., тыс. долл.



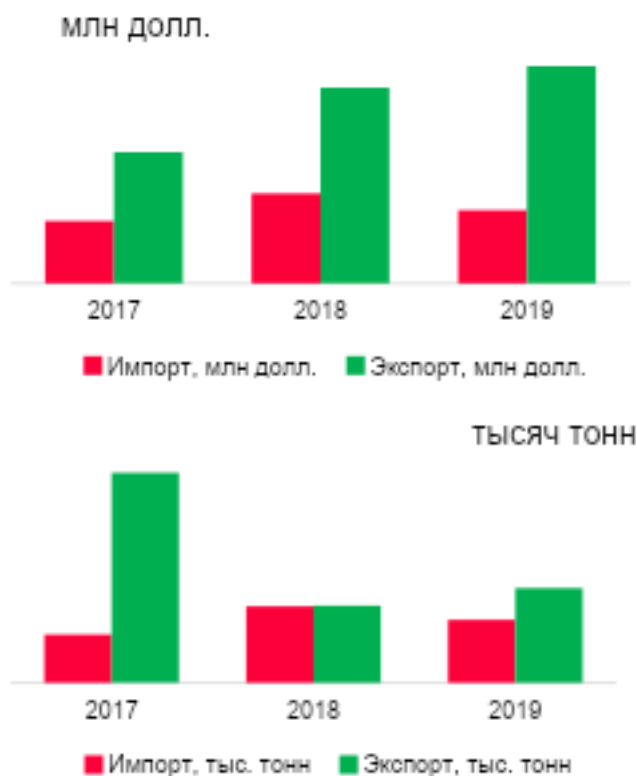
Источник – расчёты Мапрекс на основе данных Trade Data Online В оригинале отчета значения на диаграмме есть

ИМПОРТ И ЭКСПОРТ ФРУКТОВЫХ И ЯГОДНЫХ ПОРОШКОВ В США

Импорт и экспорт ягодных порошков на североамериканском рынке осуществляются по коду HTS 1106.30.40 - мука тонкого и грубого помола и порошок из сушеных продуктов группы 08 (фрукты и ягоды, орехи).

По итогам 2019 года объем импорта фруктовой муки и фруктовых, ягодных и ореховых порошков в США упал на XX% в денежном и на XX% в натуральном выражении (снижение произошло, в основном, из-за падения объемов поставок <...> порошка из <...>), объем экспорта, напротив, вырос как в денежном выражении (+XX%), так и в натуральном выражении (+XX%).

Динамика импорта и экспорта муки и фруктовых, ягодных и ореховых порошков в США в денежном (слева) и натуральном (справа) выражении в 2017-2019 гг., млн долл. и тыс. тонн



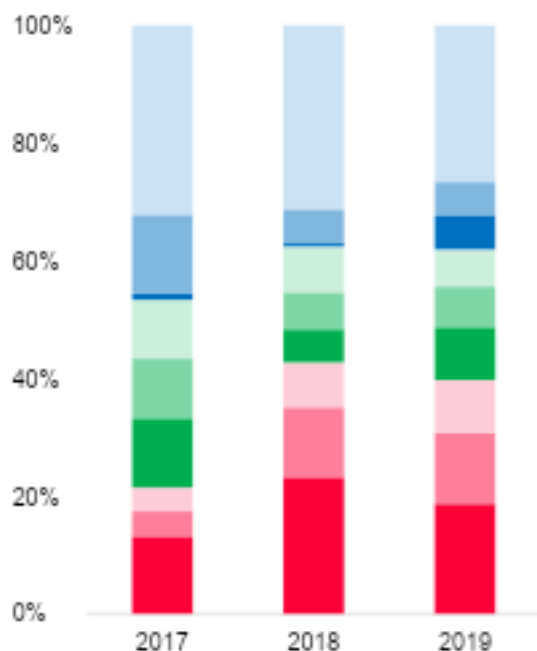
* Примечание. Импорт рассчитывался на основе данных по коду 1106.30.40 - мука тонкого и грубого помола и порошок из сушеных продуктов группы 08 (фрукты и ягоды, орехи), экспорт – на основе данных по более широкому коду 1106.30 (ввиду отсутствия данных по подкодам), который помимо подкода 1106.30.40 включает в себя также подкод 1106.30.20 - мука тонкого и грубого помола и порошок из бананов и плантанов, на долю которого приходится незначительный объем поставок в общем объеме экспорта, поэтому объем поставок по подкоду 1106.30.40 примерно равен объему поставок по коду 1106.30.

Источник – USITC DataWeb [В оригинале отчета значения на диаграммах есть](#)

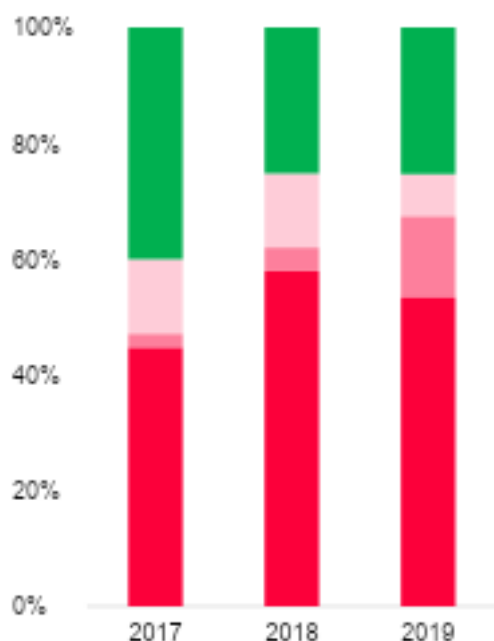
С точки зрения географии в структуре импорта в США по коду 1106.30.40 в натуральном выражении преобладают поставки продукции из <...> (это, главным образом, кокосовый порошок): по итогам 2019 года доля таких поставок в общем объеме составила XX% в натуральном и XX% в денежном выражении. За последние 2 года значительно возрос объем поставок продукции из Вьетнама (в основном, поставляется кокосовый порошок).

Структура импорта муки и фруктовых, ягодных и ореховых порошков в США в денежном (слева) и натуральном (справа) выражении в 2017-2019 гг. по странам происхождения, млн долл. и тыс. тонн

млн долл.



ТОНН

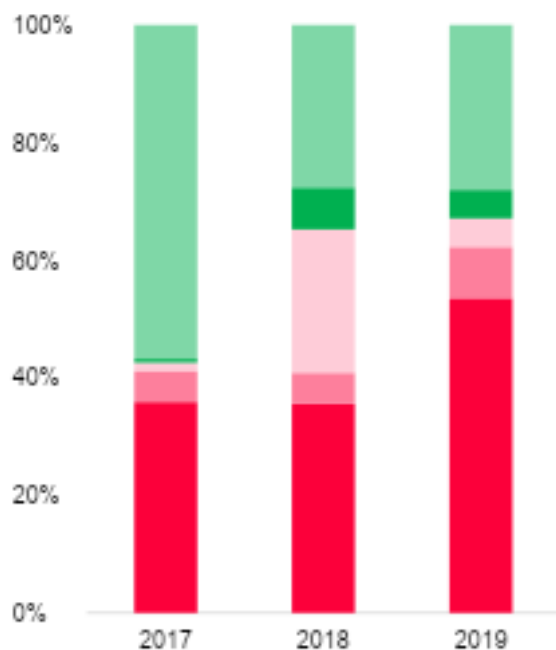


Источник – USITC DataWeb **В оригинале отчета значения на диаграммах и легенда (страны) есть**

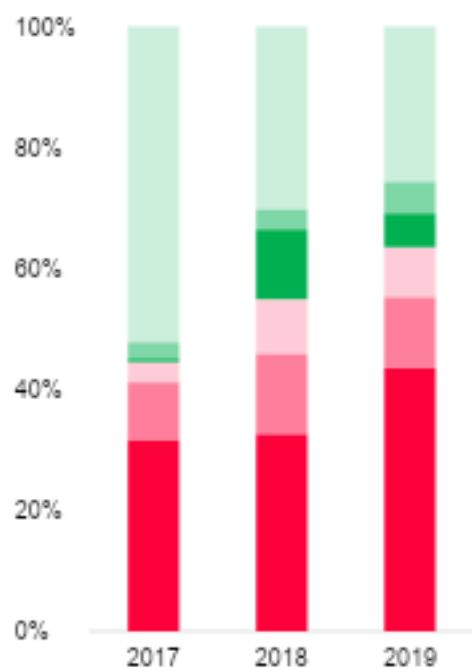
В структуре экспорта по коду 1106.30 - как в натуральном, так и в денежном выражении - преобладают поставки продукции в Канаду: по итогам 2019 года их доля в общем объеме поставок составила **XX%** в натуральном и **XX%** в денежном выражении. Причём за последние 2 года доля поставок продукции в Канаду в общем объеме экспорта значительно <...>.

Структура экспорта муки и фруктовых, ягодных и ореховых порошков из США в денежном (слева) и натуральном (справа) выражении в 2017-2019 гг. по странам-назначения, млн долл. и тыс. тонн

млн долл.

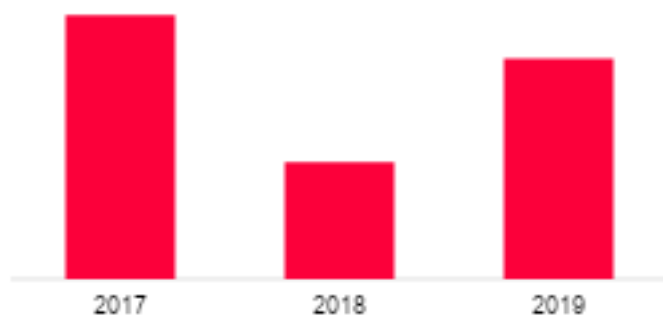


тонн



Источник – USITC DataWeb В оригинале отчета значения на диаграммах и легенда (страны) есть

ЯГОДНЫЕ ПОРОШКИ. Импорт ягодных порошков в США, по оценкам Мапрекс, составляет менее XX% от общего объема импорта по коду 1106.30.40 и не превышает XX тонн в год. Объем экспорта ягодных порошков из США не поддается оценке ввиду отсутствия описаний продукции в базах данных экспорта.

Динамика импорта ягодных порошков в США в натуральном выражении в 2017-2019 гг., тонн

Источник – расчёты Мапрекс на основе данных USITC DataWeb В оригинале отчета значения на диаграмме есть

Среди ключевых получателей ягодных порошков в США – торговая компания <...>, производитель пищевых продуктов <...> и поставщик функциональных ингредиентов <...>. В основном, в США поставляют <...> порошки и порошки из ягод <...>.

Основные получатели ягодных порошков в США по итогам 2017-2019 гг., тонн

Получатель	Адрес	Страна поставки	Продукция	кг
<...>	<...>	Тайвань	Клубника	XX*
Lollicup USA Inc	<...>	<...>	<...>	XX
<...>**	20 W 20TH STREET STE 303 NEW YORK NY 10011	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX
<...>	<...>	<...>	<...>	XX

* смешанная поставка

** производители ягодных порошков

Источник – расчёты Мапрекс на основе данных USITC DataWeb

ИМПОРТ И ЭКСПОРТ ФРУКТОВЫХ И ЯГОДНЫХ ПОРОШКОВ В КАНАДЕ

Канада является нетто-импортёром муки и фруктовых, ягодных и ореховых порошков: по итогам 2019 года объём импорта по коду 1106.30⁵ в денежном выражении⁶ превысил объём экспорта почти в XX раз.

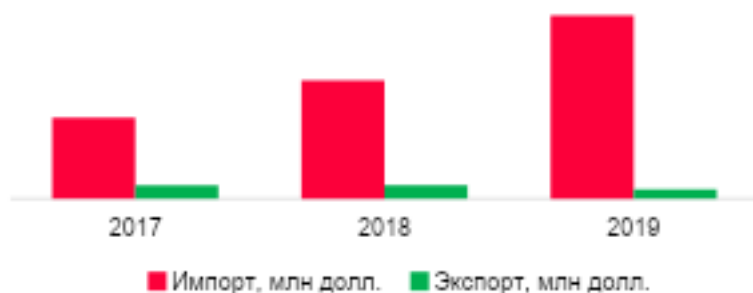
Говоря о динамике внешнеторговых потоков, следует отметить, что по итогам 2019 года объём импорта муки и фруктовых, ягодных и ореховых порошков вырос на XX% в денежном выражении (рост произошёл, в основном, из-за значительного роста поставок из США), объём экспорта снизился на XX% в денежном выражении.

Поскольку объёмы экспорта муки и фруктовых, ягодных и ореховых порошков из Канады незначительны, далее приведен подробный анализ только импортных поставок.

⁵ Детализация поставок по подкодам (в том числе по подкоду 1106.30.40) статистическими службами Канады не предоставляется.

⁶ Здесь и далее в подразделе по Канаде приводятся только данные в денежном выражении, поскольку учет по данному коду в натуральном выражении статистическими службами Канады не ведётся.

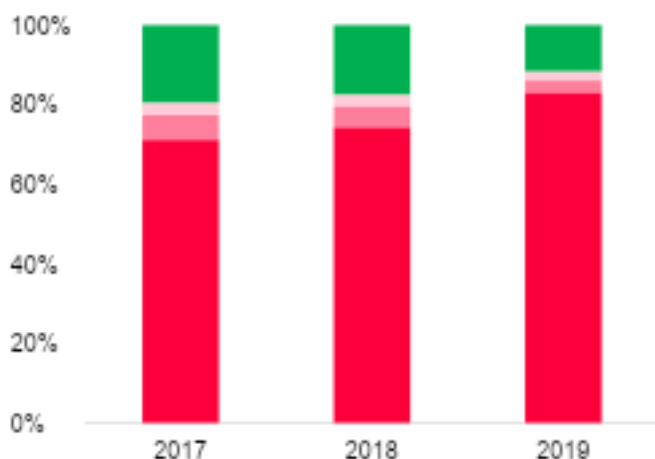
Динамика импорта и экспорта муки и фруктовых, ягодных и ореховых порошков в Канаду в денежном выражении в 2017-2019 гг., млн долл.



Источник – Trade Data Online В оригинале отчета значения на диаграмме есть

В страновом разрезе в структуре импорта муки и фруктовых, ягодных и ореховых порошков в Канаду преобладают поставки <...> продукции: по итогам 2019 года её доля в общем объёме поставок составила XX% в денежном выражении. За последние XX года доля американской продукции в общем объёме поставок в денежном выражении выросла более, чем на XX%.

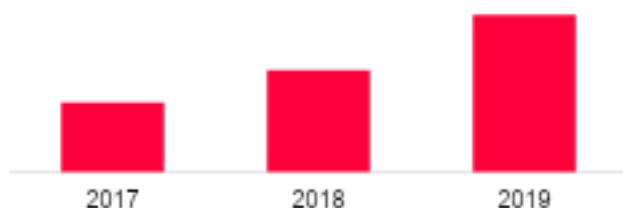
Структура импорта муки и фруктовых, ягодных и ореховых порошков в Канаду в денежном выражении в 2017-2019 гг. по странам происхождения, млн долл.



Источник - Trade Data Online В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (страны) есть

ЯГОДНЫЕ ПОРОШКИ. Импорт ягодных порошков в Канаду, по оценкам Мапрекс, составляет около XX% от общего объёма импорта по коду 1106.30, то есть порядка XX тыс. долларов по итогам 2019 года.

Динамика импорта ягодных порошков в Канаду в денежном выражении в 2017-2019 гг., тыс. долл.



Источник – расчёты Мапрекс на основе данных Trade Data Online В оригинале отчета значения на диаграмме есть

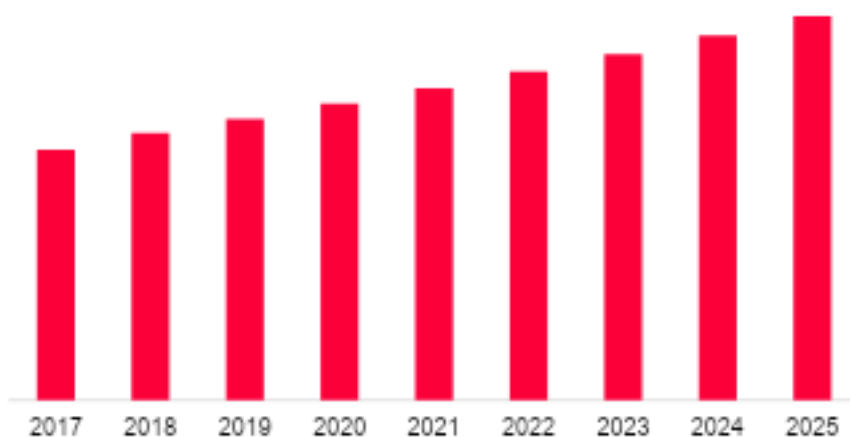
ОБЪЁМ РЫНКА ЯГОДНЫХ И ГРИБНЫХ ПОРОШКОВ

Рынок ягодных и грибных порошков не принято выделять в качестве отдельного рынка: он входит и анализируемая продукция традиционно рассматривается в составе нескольких более крупных рынков - например, рынка сушёных ягод и грибов, рынка суперфудов, рынка нутрицевтиков и т.д. В связи с этим в данном подразделе анализ рынка ягодных и грибных порошков осуществлён от общего к частному: от рынка нутрицевтиков к рынку суперфудов, до более мелких сегментов и подсегментов и в итоге дана оценка рынка ягодных и грибных порошков.

РЫНОК НУТРИЦЕВТИКОВ Северной Америки по итогам 2018 года составил XX млрд долл. и, как ожидается, он будет расти в среднем на XX% ежегодно в период 2019–2027 годов, достигнув к 2027 году XX млрд долл.

Рынок нутрицевтиков США в 2019 году оценивался в XX млрд долл. с прогнозируемым значением среднегодового прироста XX% в период до 2025 года. Рынок нутрицевтиков Канады примерно в XX раза меньше рынка США, по итогам 2018 года он оценивался в XX млрд долл.

Динамика объёма рынка нутрицевтиков США в денежном выражении в 2017-2025 гг., млрд долл.

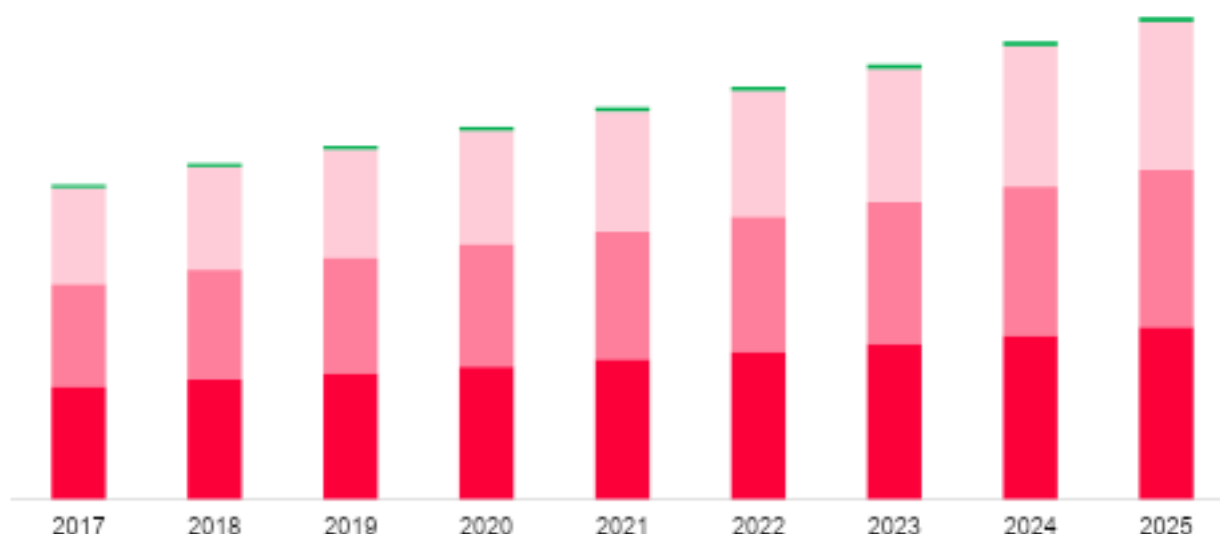


Источник – PMMI Business Intelligence “Nutraceutical Market Assessment” В оригинале отчета значения на диаграмме есть

Рынок нутрицевтиков подразделяется на ряд сегментов, а именно: функциональные⁷ продукты питания, функциональные напитки, биологически активные добавки (БАД), косметика и фармацевтические препараты. На рынке нутрицевтиков США в связи с растущим сознанием потребителей в отношении здоровья и ростом знания об использовании нутрицевтических продуктов доминирует сегмент функциональных продуктов питания. Данный сегмент занимает XX% рынка нутрицевтиков США, на него приходится наибольший объем потребления ягодных и грибных порошков.

⁷ Функциональные продукты для питания организма человека (ФП) — специальные пищевые продукты, позиционируемые производителями как пригодные/ необходимые для систематического употребления в составе пищевых рационов всеми возрастными группами здорового населения.

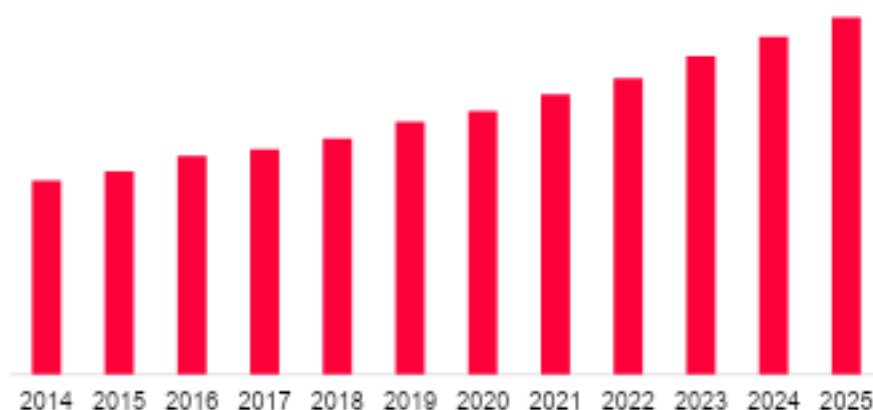
Динамика объёма рынка нутрицевтиков США по сегментам в денежном выражении в 2014-2025 гг., млрд долл.



Источник – расчёты Мапрекс на основе данных PMMI Business Intelligence “Nutraceutical Market Assessment” В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (сегменты) есть

Суперфуды - продукты с высокой концентрацией полезных веществ, чаще всего к ним относят пищу растительного происхождения. **РЫНОК СУПЕРФУДОВ** включает в себя как функциональные пищевые ингредиенты, изготовленные из природного растительного и (или) животного сырья путем его ферментации, так и некоторую пищу растительного происхождения - необработанную или с минимальной обработкой. В XX году рынок суперфудов Северной Америки достиг XX млрд долл., и, согласно оценкам, в течение прогнозируемого периода будет наблюдаться его <...> в связи с увеличением популярности продуктов с высоким содержанием питательных веществ и сниженным уровнем калорийности. Кроме того, обширные исследования и разработки и появление новых технологий мониторинга, как ожидается, будут стимулировать развитие рынка суперфудов в этом развитом регионе.

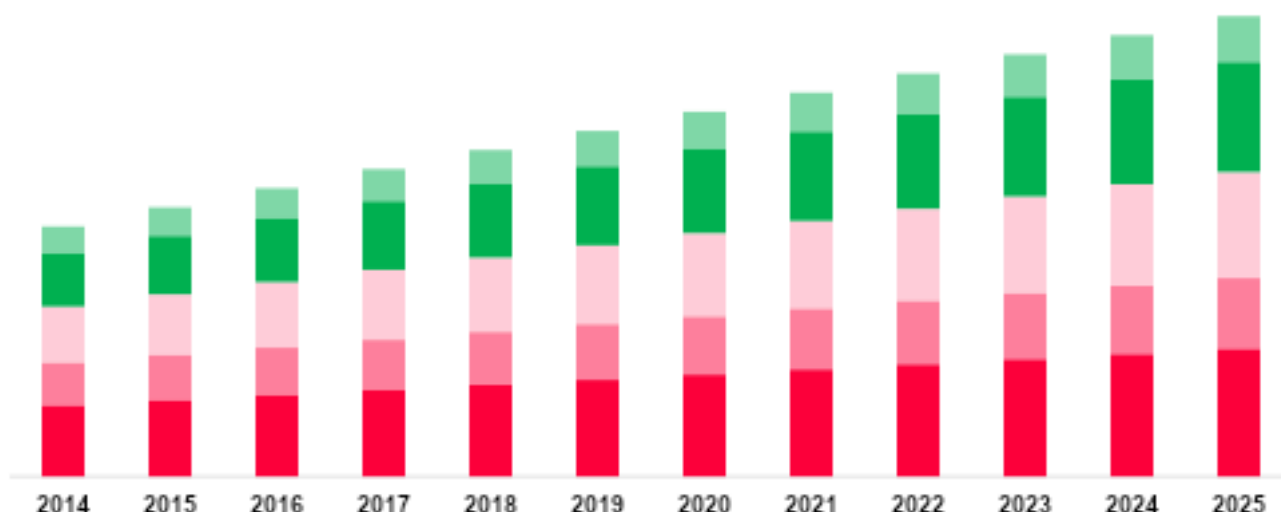
Динамика объёма рынка суперфудов в Северной Америке в денежном выражении в 2014-2025 гг., млрд долл.



Источник – Grand View Research В оригинале отчета значения на диаграмме есть

По типу продукции рынок суперфудов разделяется на фрукты и ягоды, овощи (в том числе грибы), зёрна и семена, травы и корни и прочее. В 2018 году сегмент фруктов и ягод составлял около XX% от общего объёма рынка суперфудов США. Ожидается, что в течение прогнозируемого периода сегмент <...> станет самым быстрорастущим сегментом рынка в плане динамики продаж.

Динамика объёма рынка суперфудов в США в денежном выражении по сегментам в 2014-2025 гг., млрд долл.



Источник – расчёты Мапрекс на основе данных Grand View Research В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (сегменты) есть

На основании сферы применения рынок суперфудов подразделяется на сегмент хлебобулочных и кондитерских изделий, снеков, напитков и прочего. Самую большую долю среди всех сегментов рынка в 2018 году занимал сегмент <...> - около XX% от общего объёма продаж суперфудов.

Различные натуральные порошки (фруктовые, ягодные, травяные и прочие), по оценкам экспертов, станут наиболее <...> сегментом рынка суперфудов. Согласно данным <...>, среднегодовой темп роста продаж порошков на мировом рынке суперфудов в период до XX года составит более XX%.

Основной объём продаж на рынке суперфуд порошков приходится на какао, фруктовые, травяные/растительные и овощные порошки, тогда как ягодные и грибные порошки занимают не более XX% от общего объёма продаж.

На североамериканском рынке суперфуда наибольшую долю составлял сегмент суперфруктов (включает также ягоды). Согласно <...>, дочерней компании <...>, XX% людей в США предпочитает продукты, обогащённые суперфруктами. В 2018 году на долю суперфруктов (включая ягоды) пришлось XX% рынка суперфудов США. Потребительский спрос на такие суперфуды, как <...> и ягоды <...> за последние несколько лет резко возрос, поскольку они не только добавляют вкус, но и питательны и универсальны, вне зависимости от того потребляются в свежем виде или используются в пикантных соусах, смузи и хлебобулочных изделиях (пирожные,

хлеб, кексы и пироги). <...> стали одним из самых популярных суперфуд продуктов на североамериканском рынке, так как они богаты витаминами, антиоксидантами, минералами, аминокислотами и белком. Растущий спрос на <...> привёл к увеличению продаж продуктов с их добавлением, в том числе порошка - в основном, через интернет-каналы.

Наиболее потребляемыми формами суперфуд продуктов на североамериканском рынке являются добавки в форме <...>. Среди ягодных суперфуд продуктов наиболее популярны продукты в виде <...>, а суперфуд грибы чаще всего присутствуют на рынке в виде <...>.

По оценкам Мапрекс, объём североамериканского рынка ягодных и грибных порошков по итогам 2019 года составил XX млн долларов. Около XX% продаж (XX млн долл.) приходится на рынок США.

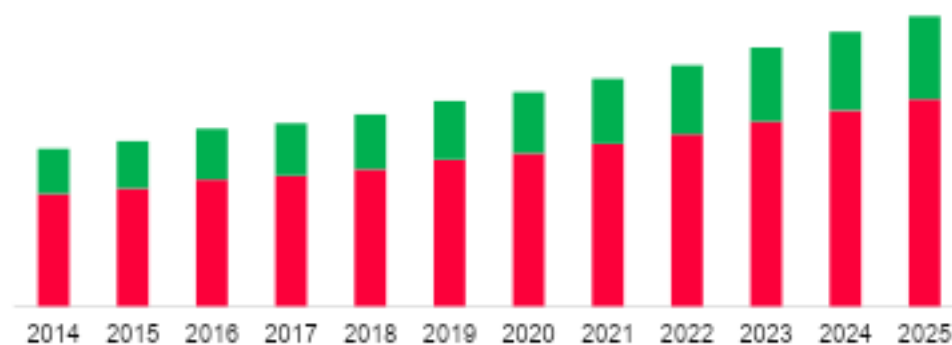
Динамика объёма рынка ягодных и грибных порошков в США и Канаде в денежном выражении в 2014-2025 гг., млн долл.



Источник – расчёты Мапрекс на основе информации о выручке производителей и данным по рынку суперфудов В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (страны) есть

На ягодные порошки приходится около XX% от общего объёма ягодных и грибных порошков. По итогам 2019 года объём продаж ягодных порошков превысил XX млн долл., а грибных составил около XX млн долл.

Динамика объёма рынка ягодных и грибных порошков в Северной Америке в денежном выражении в 2014-2025 гг. по типу порошка, млн долл.



Источник – расчёты Мапрекс на основе информации о выручке производителей и данным по рынку суперфудов В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (тип порошка) есть

Ожидается, что растущий интерес потребителей к продуктам здорового питания напрямую повлияет на <...> североамериканского рынка ягодных и грибных порошков. В последние годы рост осведомленности о здоровье наряду со склонностью потребителей к веганской диете в значительной степени способствовал <...> спроса на ягоды и грибы, в целом, и на ягодные и грибные порошки, в частности. Кроме того, прогнозируется, что появляющаяся в США и Канаде тенденция <...>, связанная с принятием традиционных восточных привычек питания и традиционных восточных лекарственных средств, окажет сильное влияние на расширение североамериканского рынка ягодных и грибных порошков.

В период до 2025 года североамериканский рынок ягодных и грибных порошков будет расти со среднегодовыми темпами прироста (CAGR) – XX%, опережая среднегодовой рост всего рынка суперфуд порошков, таким образом, в 2025 году объём рынка достигнет значения XX млн долл.

1.4. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛА ПРОДАЖ

ХАРАКТЕРИСТИКА СПРОСА И ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ НА РЫНКЕ B2C

В последние годы в Северной Америке наблюдается стабильный рост спроса на пищевые добавки, в том числе - на ягодные и грибные порошки. Опрос потребителей пищевых добавок, проведенный CRN (Совет по ответственному питанию) в США в 2019 году, показал рекордную за 20 лет наблюдений долю тех, кто потребляет пищевые добавки: XX% американцев сообщили, что они потребляют пищевые добавки, что на XX% больше, чем десятилетием ранее. Несмотря на то, что отрасль продолжает вводить новшества, нельзя отрицать, что пищевые добавки стали мейнстримом. Более XX американцев принимают диетические добавки - тенденция, которая служит индикатором жизненно важной роли, которую добавки играют в их общем состоянии здоровья и хорошего самочувствия.

Покупатели, особенно молодые семьи, всё чаще ищут продукты, изготовленные из высококачественных простых ингредиентов, от брендов, приверженных устойчивому сельскому хозяйству⁸ и его экологическим преимуществам.

Исследование <...> (компания по изучению рыночной конъюнктуры, предоставляет информацию о потребителях и розничных продажах изготовителям и розничным продавцам) показало, что около четверти взрослого населения США пытаются вести здоровый образ жизни и поддерживать здоровье, выбирая соответствующую еду и напитки. В употреблении продуктов для улучшения своего здоровья особенно заинтересованы молодые люди в возрасте от XX до XX лет. В 2018 году представители этой группы выбирали продукты и напитки со «здоровыми характеристиками» для XX% своих блюд и промежуточных закусок. Например, как отмечает <...>, только XX% более взрослых потребителей говорят о том, что главной целью питания является обеспечение здоровья мозга, и в случае, когда задаются вопросы о продуктах, которые способствуют здоровью мозга, молодые люди на XX%

⁸ Устойчивое сельское хозяйство — это ведение сельского хозяйства, при котором максимально используется ресурсный потенциал земель, но при этом обеспечивается экологическая безопасность и постоянное возобновление плодородия экосистемы.

чаще проявляют интерес к этим продуктам по сравнению с людьми в возрасте XX-XX лет.

Растущий интерес к пище как лекарству приводит к появлению на рынке новых типов суперфудов. Среди новых продуктов отмечается наибольший интерес потребителей к следующим ягодам: <...>, которая содержит антиоксиданты и, как считается, облегчает простуду, борется с гриппом и укрепляет иммунную систему, ягоды <...> и ягоды <...>. Кроме того, растёт спрос и на традиционные для североамериканского рынка ягоды – <...> и <...>. В качестве суперфуда также стали особенно популярны грибы <...> - азиатские грибы, которые, как считается, способствуют укреплению иммунной системы среди других преимуществ для здоровья.

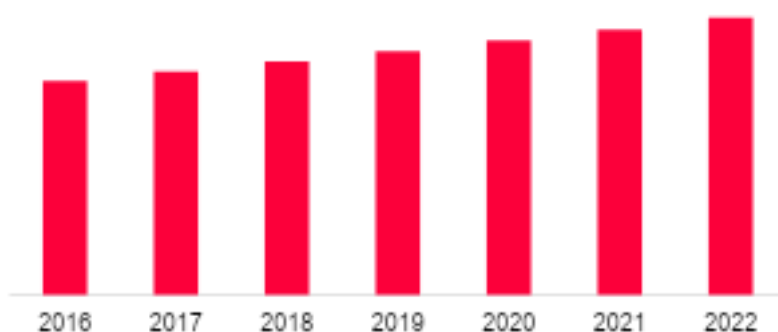
На рынок ягодных и грибных порошков, в особенности органических, влияет <...>. Как только продукт становится очень популярным, потребители ожидают, что он будет доступен постоянно. Тем не менее, большинство ягод грибов не могут быть доступны в необходимом объёме круглый год, в отличие от ягодных и грибных порошков, которые могут храниться в упаковке с модифицированно-газовой средой⁹ больше года.

Помимо применения в качестве пищевых добавок/нутрицевтиков/суперфуда, в ближайшие годы будет расти потребление ягодных и грибных порошков среди <...> и <...>.

РЫНОК КОРМОВ ДЛЯ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ

Североамериканский рынок кормов для домашних животных является самым большим на мировом рынке, занимая около XX% глобального рынка. Объём этого рынка в 2016 году оценивался в XX млрд долл. и, по прогнозам, он достигнет XX млрд долл. к 2022 году, при этом среднегодовой темп прироста рынка (CAGR) равен XX%. На рынок США приходится более XX% от общего объёма североамериканского рынка кормов для животных.

Динамика объёма североамериканского рынка кормов для домашних животных в денежном выражении в 2016-2022 гг., млрд долл.



⁹ МГС – упаковка в Модифицированной Газовой Среде – это процесс конечной стадии обработки пищи. В МГС воздух, находящийся внутри упаковки, замещён смесью инертных газов (как правило азота и углекислого газа), исключающей или замедляющей процесс окисления (порчи) пищи.

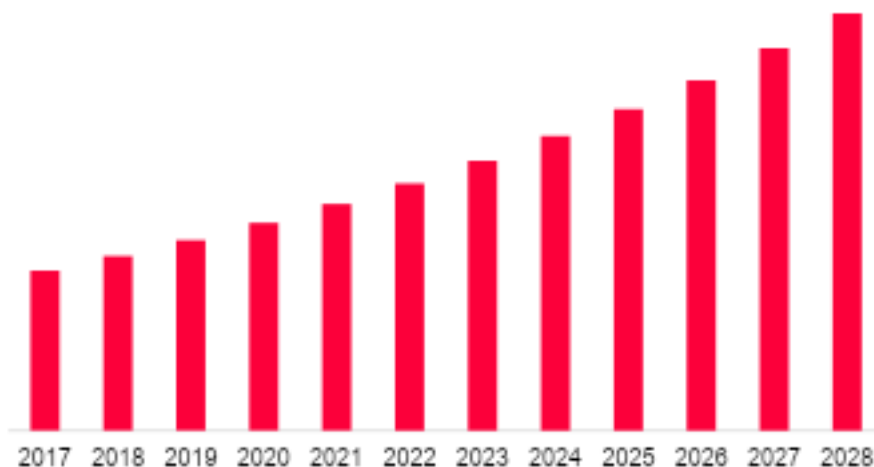
Источник – Statista **В оригинале отчета значения на диаграмме есть**

Многие проблемы со здоровьем, такие как кожные аллергии, старение мозга, артрит, расстройства пищеварения и ожирение, стали обычным явлением среди домашних животных, что вызывает серьёзную обеспокоенность у их владельцев. Повышение осведомлённости о проблемах со здоровьем и их возможных причинах стимулирует владельцев домашних животных покупать питательную и полезную пищу, тем самым увеличивая популярность экологически чистых кормов для домашних животных. Всё более важное место в рационах последних занимают продукты без добавок, такие как зерновые и соевые продукты. В целом, владельцы домашних животных все чаще предпочитают органические, а не обычные корма, из-за содержания в них витаминов и минералов. Кроме того, все ингредиенты в таких кормах являются натуральными и не содержат консервантов, искусственных красителей и ароматизаторов.

По мере того, как корма для домашних животных становятся специализированными, а производители удовлетворяют спрос потребителей на функциональные ингредиенты, органические корма для домашних животных и функциональные ингредиенты в их составе входят в моду. Например, в 2016 году **XX%** владельцев собак и **XX%** владельцев кошек в США покупали смеси с высоким содержанием омега-3 для домашних животных, около **XX%** владельцев собак и **XX%** владельцев кошек приобретали продукты с высоким содержанием антиоксидантов, а **XX%** владельцев собак и **XX%** владельцев кошек искали продукты, содержащие пробиотики/пребиотики. Ягодные и грибные порошки в качестве добавок в корма, а также снеки начали использовать в своём производстве такие компании как <...>, <...> и другие.

РЫНОК НАТУРАЛЬНОЙ И ОРГАНИЧЕСКОЙ КОСМЕТИКИ

Натуральные и экологически чистые средства личной гигиены продолжают завоёвывать популярность в Северной Америке, объём рынка такой продукции на момент проведения исследования превышает **XX** млрд долл. Рост рынка стимулируют потребительский спрос на «химически чистые» косметические средства и увеличение масштабов их распространения.

Динамика объёма североамериканского рынка органической и натуральной косметики в денежном выражении в 2017-2028 гг., млрд долл.

Источник – Statista **В оригинале отчета значения на диаграмме есть**

Потребители обращаются к натуральным и органическим продуктам из-за опасений по поводу присутствия синтетических химикатов в косметике и парфюмерии. Ритейлеры реагируют на это, расширяя ассортимент натуральных и органических продуктов личной гигиены, причём некоторые из них имеют специальные прилавки для таких продуктов. В данном сегменте большую часть продаж по-прежнему генерируют магазины натуральных продуктов, однако рыночная доля традиционных ритейлеров растёт.

Преимущества применения ягодных и грибных порошков в производстве натуральной и органической косметики в ближайшие годы оценит всё больше косметических компаний, в том числе крупные корпорации, которые уже сейчас вводят специальные линейки натуральных и органических продуктов в свои портфели.

ТЕНДЕНЦИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Решающее значение для удовлетворения спроса на ягоды и грибы, в том числе - ягодные и грибные порошки имеют <...>. Например, клубнику все чаще выращивают на столах, что означает более эффективное использование химикатов, снижение трудозатрат и улучшение условий труда. Следующим шагом станет механизация сбора ягод роботами, что уже частично используется для сбора клюквы и голубики, однако недостаток этого метода заключается в том, после сбора таким способом ягоды не могут быть проданы свежими.

По оценке экспертов, феномен суперфудов должен закрепиться на североамериканском рынке еды и напитков и, более того, он станет глобальным. Из-за того, что рынок только формируется, он во многом зависит от модных тенденций и трендов. Производители суперфудов не могут предсказать, какая ягода или гриб станут модными в ближайшее время и, соответственно, потребление какой продукции возрастет в разы, как это случилось, например, с ягодами асаи и годжи. Более того, популярность может вернуться даже к традиционным видам фруктов и

ягод (например, так случилось со сливой) и грибов. Кроме того, всегда есть риск того, что какой-то вид также внезапно потеряет свою популярность. В связи с этим большинство производителей основывают свою стратегию либо на поставке на рынок продукции из традиционных грибов и ягод, которые пользуются стабильным и устойчивым спросом (например, <...> и <...>), либо на диверсификации ассортимента продукции, предлагая новые виды ягод и грибов и необычные миксы в надежде на то, что тот или иной вид продукции получит взрывную популярность.

Важно отметить, что в последнее время в Северной Америке возрастает обеспокоенность покупателей тем, насколько производство того или иного продукта повлияло на экологическую среду. Так, свежая <...> вне сезона доставляется в США из <...> со значительным углеродным следом, потому что потребители хотят (и получают) ингредиенты для приготовления суперфуд смузи в декабре. Ягодные порошки могут стать экологичной альтернативой свежим ягодам, сокращая количество пищевых отходов и уменьшая углеродный след от воздушных перевозок, что является значительным преимуществом продукта для всё большего числа покупателей. Поэтому производители все чаще делают упор на позиционировании своей продукции как экологически чистой, произведённой в США, выращенной в дикой природе и 100% органической. На текущем оживленном рынке, при высоких средних ценах у предприятий должны быть достаточные финансовые возможности для инвестирования в повышение устойчивости производства: улучшение ирригационных систем, развитие сортов, требующих меньшего количества воды, а также различные инновационные методы производства будут играть всё большую роль в продажах продукции.

Рынок суперфуд порошков Северной Америки сильно <...>. Игроки «разводят» свои предложения за счет <...>, чтобы укрепить свои позиции на рынке. Несмотря на то, что польза суперфуд порошков для здоровья открывает огромные возможности для роста данного рынка, ожидается, что колебания спроса и цен будут препятствовать росту числа участников рынка. Чтобы максимально использовать возможности, поставщики рынка должны больше ориентироваться на перспективы роста в быстрорастущих сегментах, сохраняя при этом свои позиции в традиционных медленно растущих сегментах.

УГРОЗЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ

На момент проведения исследования основные ограничения развития североамериканского рынка ягодных и грибных порошков связаны с торговой войной между США и Китаем, высокой стоимостью продукции и низкой осведомлённостью покупателей и производителей относительно характеристик и преимуществ ягодных и грибных порошков (с сравнении с традиционными витаминами и БАД).

Средняя цена на ягодные порошки на рынке Северной Америки составляет XX долл. за 100 грамм продукции, а средняя цена грибного порошка ещё выше – XX долл. за 100 грамм продукции. Цены на аналогичные цельные лиофилизированные сушёные грибы и ягоды значительно ниже (в среднем, в XX раза).

Хотя XX% американцев сообщили, что они потребляют пищевые добавки, доля тех, кто регулярно потребляет ягодные и грибные порошки, значительно меньше: по

оценкам Maprex, не более XX%. Основной объём потребления пищевых добавок приходится на <...> (XX%) - в этом сегменте у покупателей уже сложилась устойчивая культура потребления. На потребление же ягодных и грибных порошков во многом влияют модные тенденции рынка суперфудов, как это случилось, например, с ягодами <...> и <...>. Что касается производителей, то пока лишь небольшое число производителей продуктов и напитков оценили преимущества использования ягодных и грибных порошков в своём производстве, что связано как с низким уровнем их осведомлённости о преимуществах данной продукции, так и с высокой ценой сырья относительно традиционных свежих, замороженных, сушёных ягод и грибов. Основное преимущество ягодных и грибных порошков связаны с их исключительной пищевой ценностью и удобством хранения. Поставки свежих грибов и ягод традиционно подвержены сезонным колебаниям, а ягодные и грибные порошки можно применять в производстве круглый год, при этом метод лиофилизации сохраняет все полезные свойства ягод и грибов.

Торговая война <...> и <...> влияет на рынок ягодных и грибных порошков как косвенно, так и прямо. Ограничение импорта сырья из <...> – свежих и замороженных ягод и грибов, например, ягод годжи, влияет на производство ягодных и грибных порошков. Чтобы перераспределить поставки сырья и найти новых поставщиков, компаниям требуется время. Закрытие китайского рынка для американских производителей (импортные пошлины на некоторые виды продукции достигают XX%) заставляет их искать новые рынки сбыта, в том числе внутри <...> и <...>, тем самым ужесточая внутреннюю конкуренцию, а избыток продукции приводит к снижению цен.

Основные угрозы на рынке ягодных и грибных порошков связаны с <...> вследствие общего спада экономики и покупательной способности из-за пандемии коронавируса. Закрытие границ и карантинные меры могут также повлиять на работу предприятий и производство ягодных и грибных порошков. Ограничение контактов и перемещений особенно сильно коснётся тех производителей, которые работают с зарубежными партнёрами, поставляют сырьё из-за рубежа или имеют производственные мощности в других странах (например, <...>, <...>, <...>, <...> и прочие).

Основное ограничение для производителя, который выходит на североамериканский рынок ягодных и грибных порошков, связано с <...>: потребители работают в подавляющем большинстве напрямую с местными производителями ягодных и грибных порошков и, в связи с неопределённостью экономической ситуации и импортных поставок в ближайшем будущем, они не намерены переходить к сотрудничеству с новыми поставщиками, тем более - зарубежными. Представители опрошенных в рамках данного исследования компаний-потребителей ягодных и грибных порошков выразили сомнение в <...> в связи с их <...>. Североамериканский рынок характеризуется <...> и <...>.

Ограничения, угрозы и возможности при выходе на североамериканский рынок ягодных и грибных порошков

Ограничения

Угрозы

Высокая цена на ягодные и грибные порошки относительно продуктов-заменителей

Снижение потребительского спроса вследствие общего спада экономики и покупательной способности

<...>

<...>

<...>

<...>

<...>

<...>

Возможности

Более глубокое проникновение в новые сегменты применения: косметика, корма для животных и т.д.

<...>

<...>

<...>

<...>

Источник – аналитика Мапрекс

1.5. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВЫХОДА НА НЕГО

Перспективы выхода производителя на зарубежные рынки, как правило, определяются следующими факторами:

- Уровень конкуренции на рынке
- Жизненный цикл продукта на рынке
- <...>
- <...>
- <...>

В данном разделе сначала подробно рассмотрены взимаемые пошлины, существующие на рынках США и Канады, а также стандарты и специфические требования к продукции, после чего в сводной таблице проанализирована совокупность остальных факторов.

Североамериканский рынок ягодных и грибных порошков характеризуются высоким уровнем конкуренции: на рынке присутствует более сотни местных игроков, которые полностью обеспечивают спрос на ягодные и грибные порошки, предлагая потребителям широкий ассортимент продукции. Как показал анализ импортных поставок, доля импорта в общем объеме рынка незначительна и составляет менее XX%. Зарубежные игроки имеют слабые позиции на североамериканском рынке и, в основном, продают свою продукцию через онлайн-каналы, например, эстонский производитель <...> и хорватский <...> распространяют свою продукцию через <...>.

Рынок находится на стадии XX и, характеризуясь XX, имеет XX и XX для европейских и российских игроков, которые складываются из высокой стоимости транспортировки продукции, импортных пошлин, сертификации и требований к

импортной продукции. Кроме того, местные производители имеют преференции перед иностранными игроками за счёт поддержки государства (например, <...> в США) и отраслевых организаций (например, гранты от региональных отраслевых организаций, направленные на продвижение продукции местных производителей).

ИМПОРТНЫЕ ПОШЛИНЫ

США. Импортная пошлина для стран, входящих в ВТО (режим наибольшего благоприятствования), в том числе России, составляет:

- по коду 0712.39.10 (Грибы, высушенные на воздухе или на солнце) - XX цента за килограмм + XX%
- по коду 0712.39.20 (Грибы, прочие) - XX цента за килограмм + XX%
- по коду 1106.30.4000 (Мука и порошок, сделанные из сушёной продукции главы 8: прочее) - XX%.

Данные коды были затронуты торговой войной Китая и США – Китай увеличил импортные пошлины для продукции из США, для китайской продукции ставка осталась прежняя, режим наибольшего благоприятствования.

КАНАДА. Импортная пошлина для стран, входящих в ВТО (режим наибольшего благоприятствования), в том числе России, составляет:

- по коду 0712.39 (Сушеные грибы в различных видах) - XX%, исключение составляют белые грибы, шиитаке и трюфели – для них импортная пошлина отсутствует
- по коду 1106.30 (Мука и порошок, сделанные из сушёных овощей и продукции главы 8) - XX.

СЕРТИФИКАЦИЯ И ТРЕБОВАНИЯ К ИМПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ

США. Правила производства, проведения инспекций и сертификации органической продукции в соответствии со стандартами США определены в <...>. Данный стандарт имеет силу на территории США и, кроме того, устанавливает критерии для импорта и экспорта органических продуктов в Соединенные Штаты Америки.

В соответствии с <...>, сертификации подлежат, за исключением указанных в <...>, все производственные или перерабатывающие операции или отдельные этапы таких операций, результатом которых являются растения, животные, продукты животного происхождения или другие сельскохозяйственные продукты, предназначенные для продажи, маркировки или представления в качестве «100% органических», «органических» или «включающих органические ингредиенты».

В США «органический» - это термин, маркировка продуктов питания или сельскохозяйственной продукции (продукты питания, корм или волокна), которые были произведены в соответствии с правилами <...>.

Сертификат <...> разработан <...>, чтобы ввести общие критерии для выращивания и использования органического сырья. Это объёмная система, включающая в себя контроль за обработкой продукции, её изготовлением, транспортировкой и многим другим. Министерство сельского хозяйства США имеет право сертифицировать всю сельскохозяйственную продукцию, растения, хлопок и табак, семена, животных и натуральные органические средства.

Сертификация <...> имеет 3 уровня:

1. Уровень «<...>». Это значит, что продукт был произведен только из натурального органического сырья. В этом случае знак <...> указывается на упаковке.
2. Уровень «<...>». Это означает, что как минимум XX% используемого сырья имеет органическое происхождение. При этом оставшаяся часть приходится на строго сертифицированные компоненты. В этом случае знак USDA также указывается.
3. Уровень «<...>». Это значит, что в формуле продукта используется как минимум XX% органического сырья. Знак <...> на упаковке не ставится, но производитель должен точно указать массовую долю используемого органического сырья.

Товары, содержащие в себе меньше XX% органических компонентов, не считаются органическими и не сертифицируются.

В настоящее время обрабатывающие компании, которые занимаются реализацией упакованных органических продуктов или являются брокерами, не нуждаются в сертификации. Министерство сельского хозяйства США в ближайшее время предложит изменить данное правило: Конгресс США попросил <...> закрыть лазейку для несертифицированных обработчиков и предоставлять электронные сертификаты для всего импорта.

Производители медицинских изделий, кормов для животных, косметических средств, лекарств и продуктов питания, поставляющие продукцию в Соединенные Штаты, должны быть зарегистрированы в <...>. В ряде случаев товары должны быть зарегистрированы и соответствовать установленным требованиям.

<...> регулирует оборот как готовых продуктов для пищевых добавок, так и пищевых ингредиентов, требования к которым прописаны в <...>. <...> предоставляет руководство по производству, информацию для потребителей и новые процессы уведомления о пищевых ингредиентах. Руководство <...> также включает в себя все ингредиенты с благоприятным питательным эффектом, такие как витамины, минералы, растительные препараты и их экстракты, а также аминокислоты. Производителям и дистрибьюторам пищевых добавок и пищевых ингредиентов запрещено продавать продукты, которые являются фальсифицированными или неправильно маркированными. Это означает, что эти фирмы несут ответственность за оценку безопасности и маркировку своей продукции перед началом маркетинговой активности и обязаны убедиться, что они отвечают всем требованиям норм <...> и <...>. <...> отвечает за принятие мер в отношении любого фальсифицированного или неправильно маркированного пищевого продукта после его поступления на рынок.

Производителям, занимающимся продажами нутрицевтиков на рынке США и Европы, необходимо соблюдать строгие руководящие принципы, изложенные в <...>. Эта директива устанавливает определение пищевых добавок, список допустимых витаминов и минералов, описывает требования к маркировке.

КАНАДА. В Канаде органические продукты должны быть сертифицированы. «Сертифицированный органический» означает, что пищевой продукт был выращен и

произведён без использования ГМО или нанотехнологий, искусственных консервантов и красителей, синтетических химикатов, гербицидов, пестицидов, удобрений, осадка сточных вод или облучения. Только продукты с органическим содержанием не менее XX% могут быть помечены как «органические» или иметь канадский логотип «органика». Эти продукты должны иметь сертификацию, а название органа по сертификации должно быть указано на этикетке.

XX года вступили в действие <...>, которые фактически прописывают политику в сфере производства и реализации пищевых продуктов. Это новый документ, объединяющий регулирование пищевого сектора. Вопросы производства, импорта и экспорта органики регулирует раздел <...>. Согласно ему, любые товары пищевого назначения, семена или корм для животных, заявленные как органические, подпадают под надзор регуляторного органа <...>. Вместе с тем, <...> не контролирует оборот органического канабиса, косметики, еды для домашних животных и биологически активных добавок.

Регуляторные изменения в сфере органического производства вступят в силу не сразу, а постепенно в течение следующих XX месяцев (до XX года). Очевидно, это сделано для плавного перехода органического сектора Канады на новые «регуляторные рельсы».

Производство органической продукции, которая имеет право продаваться в Канаде, регулируется следующими канадскими органическими стандартами: <...>; <...>. Но их также планируют пересмотреть в XX году.

Кроме того, органические товары будут отдельно вынесены в рамках <...>. Это ресурс для получения информации об условиях импорта в Канаду отдельных категорий с/х продукции. В XX году органические свежие фрукты и овощи стали первыми категориями, к которым применен такой подход. Это облегчит жизнь импортерам в Канаду: они будут иметь доступ к детальным регуляторным инструкциям для отдельных категорий органических продуктов.

Сводная таблица оценки перспективности регионов для поставщиков ягодных и грибных порошков из России*

Регион	Динамика рынка	Уровень конкуренции	Уровень проникновения ягодных и грибных порошков	Открытость рынка, спрос на импортные порошки*	Строгость нормативного регулирования отрасли	Географическая близость к поставщикам из РФ (центр)
<...>	Высокая	<...>	<...>	Низкая	Средняя	<...>
<...>	<...>	Высокий	Средний	<...>	<...>	Отдалённое размещение

* как противоположный показатель самообеспеченности рынка

Источник - оценка Maprex

2. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

2.1. ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОВ

На момент проведения исследования на североамериканском рынке ягодных и грибных порошков присутствует около сотни производителей. Говоря об их разделении по размеру, стоит отметить, что порошки из ягод и грибов могут производить как небольшие семейные предприятия и фермы, используя своё сырьё, так и средние и крупные компании из собственного и закупаемого сырья.

Ключевые игроки североамериканского рынка ягодных и грибных порошков - <...>, <...>, <...>, <...>, <...>, <...>, <...>, <...>, The Synergy Company.

Крупнейшим игроком на североамериканском рынке ягодных порошков является канадская компания <...>, которая перерабатывает и поставляет сушёную клюкву, голубику и органические клюквенные и голубичные порошки, предлагая их под марками <...> и <...>. Свою продукцию компания поставляет только B2B - производителям капсульных бадов и т.д, при этом в розничной продаже фасованную продукцию на основе порошков <...> предлагает, например, компания <...>. Объём продаж компании <...> составляет около XX млн долл.

Самым крупным производителем на североамериканском рынке грибов на момент проведения исследования выступает американская компания Monterey Mushrooms, выращивающая на своих фермах более XX млн фунтов (XX млн кг) свежих грибов и перерабатывающая их на своих производственных мощностях, предлагая рынку порошки под маркой <...>. Однако, по оценкам Мапрекс, доля продаж грибного порошка в общей выручке компании очень мала. Лидером по объёму продаж на североамериканском рынке именно грибных порошков, по оценкам Мапрекс, является компания <...>: этот игрок предлагает грибные порошки для людей под маркой <...>, а также для лошадей под маркой <...> и для домашних животных под маркой <...>. Объём продаж компании составляет около XX млн долл.

ПРОФИЛИ КЛЮЧЕВЫХ ИГРОКОВ РЫНКА



Fruit d'Or Nutraceuticals¹⁰
Канада

fruit-dornutraceuticals.ca

Год основания: 1999 год.

Головной офис расположен в Виллерой, Канада.

Численность сотрудников: 150.

Годовой оборот: XX млн долл. (2019).

Позиционирование. Fruit d'Or Nutraceuticals - крупнейший в мире переработчик и поставщик органических клюквенных и голубичных порошков. Компания использует передовые технологии и исследования, предоставляет инновационные и высококачественные ингредиенты партнерам в более чем 50 странах.

¹⁰ Подразделение компании Fruit d'Or (мировой лидер по переработке клюквы и голубики).

Fruit d'Or Nutraceuticals стремится к высшему качеству. Она отличается от конкурентов, контролируя процесс производства от выращивания растений до сбора урожая и переработки сырья. На заводе в Квебеке производятся не содержащие ГМО органические порошки клюквы и черники, имеющие сертификаты контроля качества.

Fruit D'Or признана одной из самых быстрорастущих компаний Квебека, наука и инновации в области качества помогают ей стать признанным мировым лидером в производстве продуктов питания, напитков и нутрицевтиков.

Производимая продукция. Две линейки ингредиентов - оригинальный Cran/Blue d'Or и полностью органический бренд под названием Cran/Blue Naturelle. Cran/Blue Naturelle – самый чистый, полностью натуральный, высококачественный клюквенный/голубичный порошок из цельной ягоды на рынке, представленный в следующем ассортименте:

- Порошок из семян клюквы
- Клюквенный порошок из цельной ягоды
- Клюквенный чай на основе порошка
- Порошок из цельной ягоды голубики для сока
- Порошок из цельной дикой голубики

Слияния и поглощения. В августе 2018 года Fruit d'Or и Bleuets Mistassini Group (четвертый по величине в мире переработчик замороженной дикой голубики (IQF)) объявили о соглашении, согласно которому Fruit d'Or приобретает контрольный пакет акций в Bleuets Mistassini и Bleuets Nordic. Fruit d'Or считает, что слияние переработчиков ягод ускорит развитие обеих компаний, особенно на международном рынке. Эти две группы будут использовать свой дополнительный опыт для развития синергетического эффекта и создания новых возможностей для роста за счёт увеличения мощностей и сохранения передовых технологий на международной арене.

В оригинале отчета аналогичным образом даны профили еще 9 компаний

Ниже представлены некоторые другие игроки североамериканского рынка ягодных и грибных порошков.

Производители ягодных и грибных порошков в США и Канаде

Страна	Компания	Тип продукции	Продукция
<...>	Ethical Naturals Inc. (ENI)	Ягодные и грибные порошки	<...>
США	<...>	<...>	Порошки на основе фруктового пюре
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>

[illegible]

<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>

Источник – сайты производителей

2.2. ЦЕНОВОЙ АНАЛИЗ

В результате анализа розничных цен в открытых источниках (на сайтах производителей, Amazon) и запроса прайсов под легендой были собраны цены 52 производителей ягодных и грибных порошков из США и Канады. Данная информация стала основой для ценового и ассортиментного анализа.

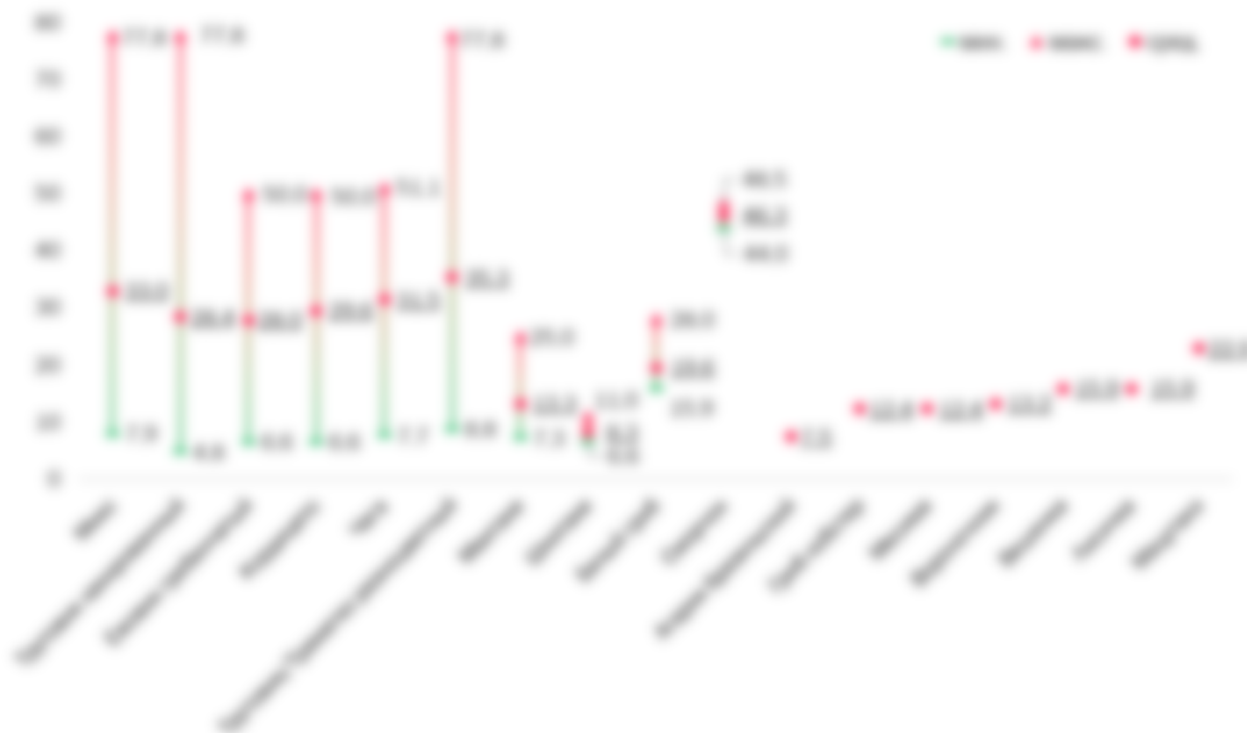
На значение цен в большой степени влияет производитель (бренд), вид грибов, технология производства и объём поставки/упаковки. Так как технология производства, с помощью которой был произведён порошок, указывается в описании продукции лишь в некоторых случаях, в анализе учитывались все виды порошков, в том числе экстракты с коэффициентом влажности менее XX%.

На момент проведения исследования на североамериканском рынке цены на грибные порошки колеблются в диапазоне от XX до XX долл. за 100 грамм, средняя цена составляет XX долл. за 100 грамм.

Средние цены на XX видов самых популярных грибов (трутовик лакированный (Reishi), <...>, <...>, <...> и трутовик/траметес разноцветный (Turkey Tail)) находятся в небольшом диапазоне – от XX долл. за 100 грамм за ежевик гребенчатый до XX долл. за 100 грамм за трутовик/траметес разноцветный (Turkey Tail). Маитаке и шиитаке продаются по значительно более низкой средней цене, которая составляет XX и XX долл. за 100 грамм, соответственно. Самая высокая средняя цена отмечена для порошка из сморчка (XX долл. за 100 грамм).

Средняя цена на миксы из порошков разных грибов составляет XX долл. за 100 грамм, средние цены на разные миксы колеблются в диапазоне от XX долл. за 100 грамм смеси <...> производства <...> (США) (объём от 1 фунта) до XX долл. за 100 грамм порошка <...> производства <...> (Канада) (45-граммовая баночка порошка или капсул).

Диапазон цен на грибные порошки на североамериканском рынке в 2020 году по видам грибов: минимальная, средняя и максимальная цены в долл. за 100 грамм



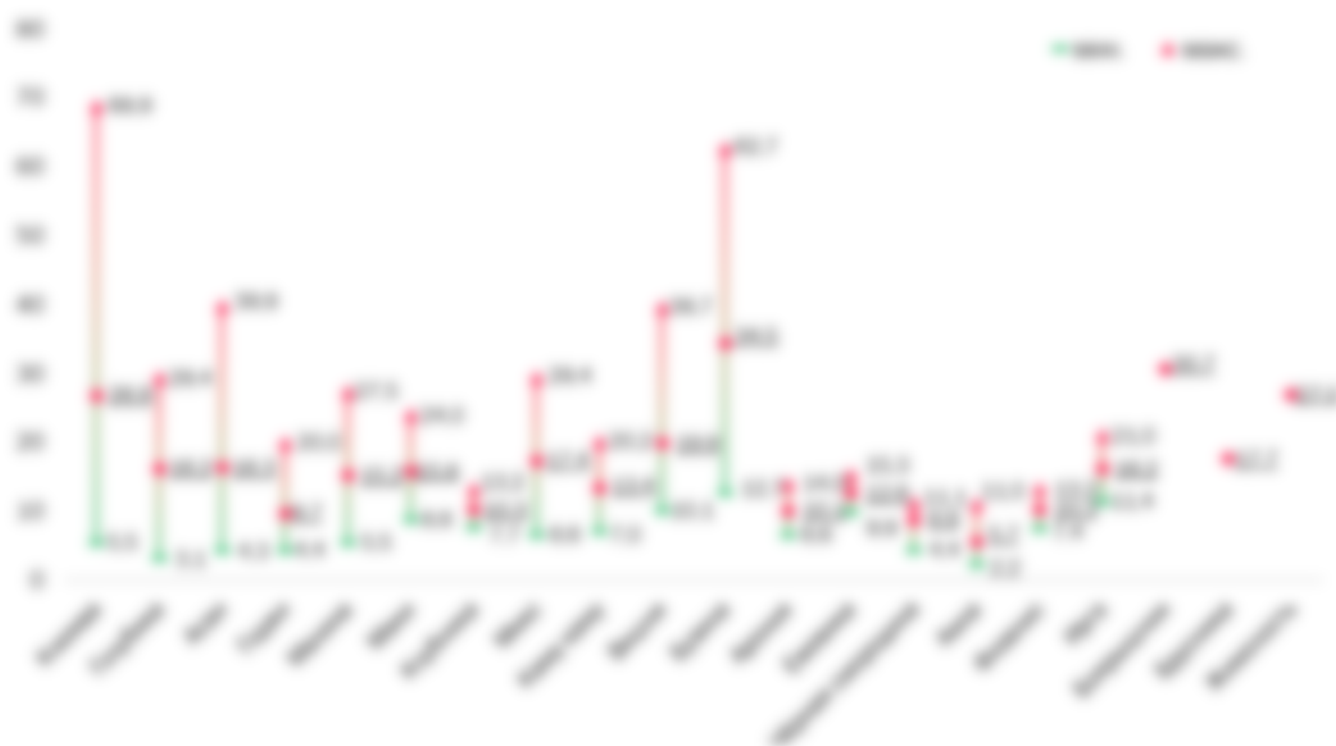
Источник – аналитика Мапрекс на основании данных компаний (сайты производителей, Amazon, запросы цен под легендой)

Аналогично грибным порошкам, в описании продукции из ягод технология производства, с помощью которой был произведён порошок, указывается лишь в некоторых случаях, в связи с этим при проведении анализа учитывались все виды порошков, в том числе порошки, полученные из сока ягод, с помощью лиофилизации и прочих процессов. Цены на ягодные порошки на рынке Северной Америки на момент проведения исследования находятся в диапазоне от XX до XX долл. за 100 грамм, средняя цена составляет XX долл. за 100 грамм. Как в случае с грибной продукцией, на цены в значительной степени влияет производитель (бренд), вид ягод, технология производства и объём поставки/упаковки.

Цены на 2 вида самых популярных ягодных порошков – клюквенного и голубичного - находятся в диапазоне от XX до XX долл. за 100 грамм клюквенного порошка (среднее – XX долл. за 100 грамм) и от XX до XX долл. за 100 грамм голубичного порошка (среднее – XX долл. за 100 грамм). Порошок из ягод годжи продается по значительно более низкой средней цене, которая составляет XX долл. за 100 грамм. Самая высокая средняя цена отмечена для порошка из ягод бузины (XX долл. за 100 грамм).

Средняя цена на миксы из порошков разных ягод составляет XX долл. за 100 грамм, средние цены на разные миксы находятся в диапазоне от XX долл. за 100 грамм микса <...> производства <...> (Канада) (объём – 1 фунт) до XX долл. за 100 грамм порошка <...> производства <...> (США) (баночка 6 унций).

Диапазон цен на ягодные порошки на североамериканском рынке в 2020 году по видам ягод: минимальная, средняя и максимальная цены в долл. за 100 грамм



Источник – аналитика Мапрекс на основании данных компаний (сайты производителей, Amazon, запросы цен под легендой)

На примере цен на ягодные порошки из <...> производства <...> (США) можно увидеть зависимость цены от технологии производства порошка: ягодные порошки, полученные методом лиофилизации, в среднем, дороже порошков, полученных другими способами. Так, порошок ягод <...> <...> (США), полученный методом сушки сока, продаётся по цене XX долл. за фунт, порошок экстракта¹¹ <...> имеет цену XX долл. за 1 фунт, наиболее дорогой – лиофилизированный порошок ягод годжи: XX долл. за 1 фунт. Разница между ценой на клюквенный порошок той же компании, полученный из сока и методом лиофилизации, составляет XX%.

Средние цены на ягодные порошки на североамериканском рынке в 2020 году в зависимости от технологии получения порошка, цена в долл. за 100 грамм



* Информация по ценам на порошки, полученные из сока ягод, основана на данных только 2 компаний
 Источник – аналитика Мапрекс на основании данных компаний (сайты производителей, Amazon, запросы цен под легендой) В оригинале отчета значения на диаграмме есть

¹¹ концентрированные вытяжки из ягод, с содержанием влаги не выше 5%

Также стоит отметить, что продукция с пометкой «organic» (органическая)¹² значительно дороже продукции, не имеющей такой пометки: например, клубничный порошок производства <...> (США), полученный методом лиофилизации, без пометки organic имеет цену XX долл. за 1 фунт, а органический лиофилизированный порошок клубники стоит XX долл. за 1 фунт (на XX% дороже).

Большинство представленных на рынке голубичных порошков являются натуральной продукцией: идут с пометкой «organic» - органическая (XX%) или «wild» - дикая (XX%). Причём цены на порошки из дикой голубики в среднем почти в XX раза выше цен на органические порошки и в XX раз выше цен на порошки из обычной (неорганик) ягоды.

Средние цены на голубичные порошки на североамериканском рынке в 2020 году в зависимости от того, является ли порошок органическим или с пометкой «дикая голубика», цена в долл. за 100 грамм



Источник – аналитика Maprex на основании данных компаний (сайты производителей, Amazon, запросы цен под легендой) В оригинале отчета значения на диаграмме есть

На диаграмме ниже справочно приведены цены на некоторые виды порошковой продукции с добавлением ягодного или грибного порошка. Цены находятся в диапазоне от XX долл. за 100 грамм грибного кофе производства <...> до XX долл. за 100 грамм иммунного чая на основе грибного порошка производства <...>.

Средние цены на продукцию в виде порошка, содержащую ягодные и грибные порошки, по производителям и составу на североамериканском рынке в 2020 году, долл. за 100 грамм

¹² Органические продукты должны быть изготовлены из сырья, которое получено без применения пестицидов и других средств защиты, химических удобрений, стимуляторов роста и откорма животных, антибиотиков, гормонов, ветеринарных препаратов, генно-модифицированных организмов, сырья, не подвергнутого обработке с использованием ионизирующего излучения. В США органическая продукция сертифицируется USDA и имеет пометку «USDA Organic».



*Om Organic Mushroom Nutrition (США)

Источник – аналитика Мапрекс на основании данных компаний (сайты производителей, Amazon, запросы цен под легендой)

Средняя скидка на грибные порошки при покупке больших партий (1 фунт – 454 грамма и более) составляет около XX%, на ягодные порошки – XX%.

Детальное описание ассортимента, упаковки и цен на продукцию ведущих игроков рынка приведено в **Приложении 1**. Ассортимент и цены на ягодные и грибные порошки.

ПРОГНОЗ ЦЕН

Благодаря снижению цен на основные ягоды и грибы, а также росту производства и конкуренции на североамериканском рынке ягодных и грибных порошков, ожидается снижение цен в среднем на XX% в год.

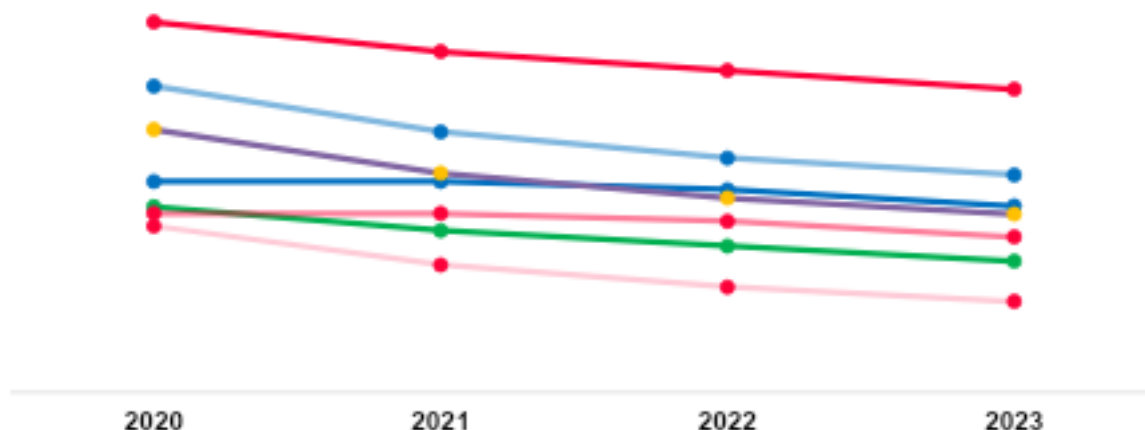
Из-за резкого роста спроса в последние годы на такие ягоды как <...>, а также <...>, цены на порошки из данного вида ягод и грибов могут даже незначительно вырасти.

В дополнение к крайне нестабильному положению экономики в марте 2020 года прогнозирование цен осложняется значительной фрагментированностью рынка

ягодных и грибных порошков и его зависимостью от трендов и спроса на отдельные ягоды и грибы.

В 2019 году цены на грибы в Северной Америке незначительно <...> (на XX%) ввиду сокращения объёмов их производства в США. Однако, по оценкам экспертов, это не скажется на общем тренде <...> цен на грибные порошки. Данный тренд обусловлен <...> и <...>, что стимулирует производителей <...> цены на свою продукцию. По прогнозам Мапрекс, среднегодовой темп <...> цен на грибные порошки на североамериканском рынке составит около XX% в ближайшие XX года.

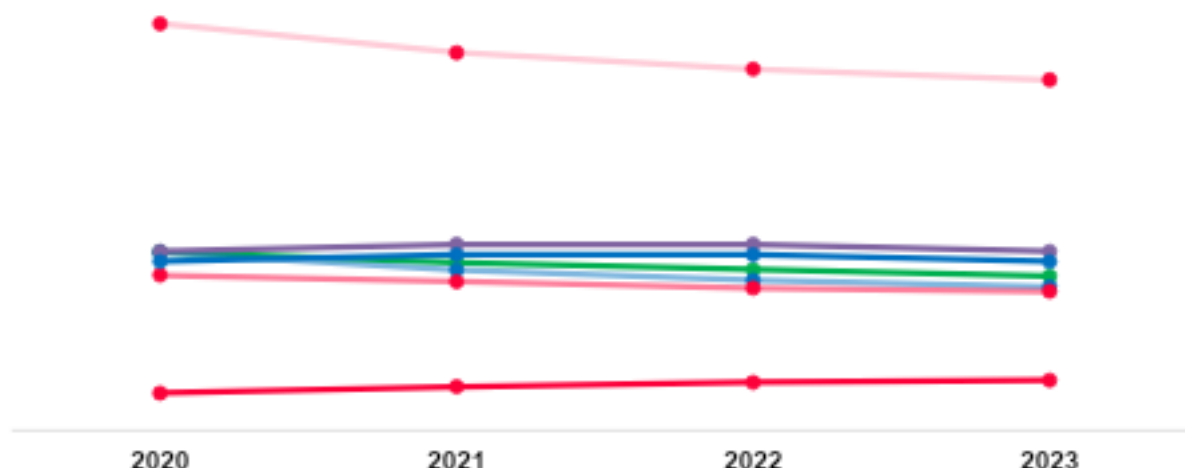
Розничные средние цены на грибные порошки в 2020-2023 гг. по видам, долл./100 грамм



Источник – расчёты Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (виды грибных порошков) есть

Если говорить о динамике цен на ягодные порошки, в 2019 году в Северной Америке цены на основное сырьё для ягодных порошков – <...> и <...> - значительно снизились (в среднем, на XX%) ввиду роста объёмов их производства в США и закрытия <...> рынка для импорта американской продукции. <...>, высокий уровень конкуренции и <...> на рынке стимулируют производителей, как и в случае с грибными порошками, <...> цены на свою продукцию. По оценке Мапрекс, в ближайшие XX года среднегодовой прирост цен на ягодные порошки будет иметь <...> значение и составит около XX%.

Розничные средние цены на ягодные порошки в 2020-2023 гг. по видам, долл./100 грамм



Источник – расчёты Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (виды ягодных порошков) есть

2.3. АНАЛИЗ ВАРИАТИВНОСТИ АССОРТИМЕНТА

ГРИБНЫЕ ПОРОШКИ

Наиболее популярные грибы, из которых производятся грибные порошки, были определены в результате анализа ассортимента продукции 24 производителей.

Самой популярной на североамериканском рынке продукцией из грибов в рамках проводимого анализа являются миксы из грибных порошков: XX из XX изученных производителей имеют их в ассортименте (в общей сложности XX миксов). Вторые по популярности - грибные порошки из Трутовика лакированного (линчжи или рейши): XX из XX производителей предлагают грибные порошки из данного вида гриба (XX позиций в общей сложности).

Грибные порошки на основе миксов и XX видов самых популярных грибов (<...>, <...>, <...>, <...>, <...>) составляют более XX% от общего ассортимента продукции, представленной на североамериканском рынке на момент проведения исследования.

Число ассортиментных позиций грибного порошка по виду грибов на рынке Северной Америки в 2020 году



*Анализ проведён на основе данных по 24 производителям

Источник – аналитика Мапрекс на основании данных компаний (сайты производителей) В оригинале отчета значения на диаграмме и подписи (виды грибов) есть

Имеющий в своём портфолио самый большой ассортимент грибных порошков производитель, <...> (США), предлагает потребителям XX видов грибных порошков и, помимо этого, различные смеси с грибными порошками (<...>, <...> и т.п.).

В среднем число ассортиментных позиций грибного порошка у одной компании составляет по исследуемым производителям XX позиций.

Число ассортиментных позиций грибного порошка на рынке Северной Америки в 2020 году по производителям



*В анализ включены производители, имеющие 5 и более позиций грибного порошка в ассортименте

Источник – аналитика Мапрекс на основании данных компаний (сайты производителей) В оригинале отчета значения на диаграмме есть

ЯГОДНЫЕ ПОРОШКИ

В результате анализа ассортимента продукции 38 производителей ягодных порошков, были определены наиболее популярные ягоды, из которых выпускается данная продукция. Самым популярным сырьем на североамериканском рынке на момент проведения исследования являются <...> и <...>: из XX изученных производителей XX и XX, соответственно, имеют в ассортименте по XX клюквенных и голубичных порошков. Третьи по популярности на рынке - порошки из ягод <...>: XX из XX производителей предлагают в общей сложности XX позиций порошков из данного вида ягод.

Ягодные порошки на основе XX видов самых популярных ягод (<...>, <...>, <...>, <...>, <...>) составляют более половины от общего ассортимента продукции, представленной на североамериканском рынке на момент проведения исследования.

Число ассортиментных позиций ягодного порошка на рынке Северной Америки в 2020 году по виду ягод



*Анализ проведён на основе данных по 38 производителям

Источник – аналитика Мапрекс на основании данных компаний (сайты производителей) В оригинале отчета значения на диаграмме и подписи (виды ягод) есть

<...> (США), производитель, имеющий в своём портфолио самый большой ассортимент ягодных порошков, предлагает потребителям XX видов ягодных порошков, а также, помимо этого, XX видов грибных порошков.

Число ассортиментных позиций ягодного порошка у одной компании, в среднем, по исследуемым производителям равно XX.

Число ассортиментных позиций ягодного порошка на рынке Северной Америки в 2020 году по производителям



* В анализ включены производители, имеющие 5 и более позиций ягодного порошка в ассортименте

Источник – аналитика Мапрекс на основании данных компаний (сайты производителей) В оригинале отчета значения на диаграмме и подписи (производители) есть

Крупнейший в мире производитель органической клюквы - <...> (под марками <...> и <...>) и дикой голубики (под марками <...> и <...>) имеет в своём ассортименте 2 линейки продукции: органическую и обычную. По мнению компании, ключевым преимуществом её клюквенного порошка является эффективное соотношение XX:1 (XX фунтов чистой свежей цельной клюквы для производства одного фунта клюквенного порошка), что обеспечивает высокую активность проантоцианидинов с минимум XX% РАС¹³. Помимо порошка из цельной ягоды клюквы и голубики производитель предлагает рынку также порошок из семян ягод. Еще одним ключевым преимуществом своей продукции перед конкурентной компания считает технологию производства: получение порошка при низкой температуре - в отличие от использования процесса сушки распылением сока, где происходит нагрев до высоких температур.

¹³ Проантоцианидины - класс полифенолов, встречающихся в различных растениях

В последние годы наметилась тенденция вывода производителями суперфудов и нутрицевтиков на рынок миксов и различной продукции с добавлением ягодных и грибных порошков. При этом наиболее популярным продуктом являются <...> и <...>/<...> с грибным порошком. Например, <...> (США) предлагает XX позиции с добавлением грибного порошка: кофе с <...>, кофе с <...>, какао с <...>, молотый грибной кофе. <...> (США) также имеет в ассортименте XX позиции с добавлением грибного порошка: чай <...> и грибы, <...> и грибы, корень <...> и грибы, <...> и грибы. <...> (США) предлагает порционные пакетики кофе латте с <...> и <...> с грибным порошком. <...> (США) вывела на рынок какао с добавлением порошка из ягод <...>, <...>, <...>, <...> и прочих растительных ингредиентов. <...> (США) - единственная компания, которая имеет в своём ассортименте смесь ягодного и грибного порошка - <...>.

УПАКОВКА И ФАСОВКА

Самые популярные виды упаковки, в которых продаются ягодные и грибные порошки на североамериканском рынке на момент проведения исследования, – металлизированные и бумажные пакеты дой-пак с зип-локом, а также баночки (пластмассовые и стеклянные), которые, в основном, используются для продажи порошков, позиционируемых в качестве нутрицевтиков – как в виде порошка в капсулах, так и в виде порошка в банке.

Компания <...> (США) предлагает ягодные и грибные порошки в картонных банках.

Такие производители, как <...> (США), <...> (США), <...> (Канада), <...> (США) предлагают свою продукцию в порционных пакетиках по XX грамм.

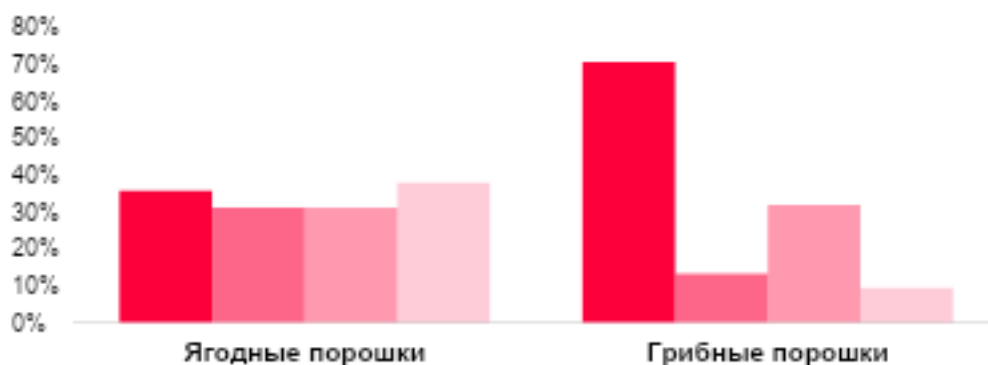
Компания <...> (Канада) предлагает грибные порошки в баночках для специй по XX грамм.

Самые распространённые размеры упаковки для грибных порошков – XX унций (XX грамм), а также 1 фунт (454 грамм). Размер баночек обычно не превышает XX унций, порошок в капсулах чаще всего поставляется в баночках по XX и XX грамм. Всего в рамках анализа на рынке было отмечено XX позиций грибного порошка, поставляемого в капсулах в баночках. Оптовые партии грибного порошка <...> (США) поставляет в упаковке по XX фунтов (XX кг).

Самые популярные виды фасовки для ягодных порошков – XX унций (XX грамм), XX унций (XX грамм) и 1 фунт (454 грамм). В виде капсул в баночках поставляются только 4 ассортиментные позиции ягодных порошков, что намного меньше, чем в случае с грибными порошками. Оптовые партии ягодного порошка компания <...>/<...> (Канада) поставляет в упаковках по 6,5 и 15 кг, <...>- в упаковке по XX кг, <...> (Канада) - в пакетах по XX кг, а <...> (США) предлагает упаковки по XX фунтов (XX кг).

Оптовые партии ягодных порошков чаще всего поставляются в бумажных пакетах, упакованных в полиэтилен: например, производитель <...> (Канада) поставляет порошки в XX кг полиэтиленовых пакетах высокой плотности, внутри которых располагается двухстенный бумажный пакет.

Доля ассортиментных позиций на североамериканском рынке ягодных и грибных порошков в 2020 году по виду порошка и размеру упаковки, % от общего числа позиций (129 – грибные порошки, 135 – ягодные порошки)



Источник – аналитика Мапрекс на основании данных компаний (сайты производителей, Amazon, запросы прайсов под легендой) В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (размер упаковки) есть

Что касается специальных предложений, чаще всего ими являются скидки, которые уже включены в стоимость и отображены на сайтах игроков, а также скидки за объём (при покупке XX и более товаров). Компания <...> (США) предлагает скидку XX% (XX долл.) за «подписку» (периодическую поставку товара – опция 1 раз в 1, 2 или 3 месяца), <...> (США) также предлагает скидку за подписку (XX% или XX долл. при подписке – опция доставки товара 1 раз в месяц или 1 раз в 2 месяца). Производитель <...> (США) предлагает при покупке двух пакетов XX бесплатно, а при покупке пяти - XX и бесплатно.

3. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

3.1. ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Ключевая и самая многочисленная группа потребителей ягодных и грибных порошков – сегмент B2C. Это, главным образом, люди среднего возраста (XX года), которые ведут активный образ жизни и потребляют пищевые добавки. Потенциальный объём данного сегмента оценивается в XX млн потребителей в США и около XX млн потребителей в Канаде.

В сегменте B2B ягодные и грибные порошки на момент проведения исследования потребляются, в основном, производителями <...>. В перспективе до 2024 года прогнозируется, что сегмент витаминов и лекарственных добавок будет расти с наибольшими среднегодовыми темпами прироста (CAGR) равными XX%.

Сегменты потребителей грибных и ягодных порошков на североамериканском рынке. Ключевые характеристики

Сегмент	Оценка объёма	Основные сферы применения	Прогноз роста рынка до 2024 года*
<...>	Около 37 млн человек – потенциальные потребители (31,5 млн – США, 5,5 млн – Канада) ¹⁴	<...>	<...>
B2B – Производители продуктов питания	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	В качестве натуральных красителей, добавок в мыло, маски для лица, спреи и скрабы	CAGR=5%
<...>	4037 компаний в США 419 компаний в Канаде	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>

* Прогнозы по рынкам сделаны до пандемии COVID-19

Источник – аналитика Maprex

ПРИМЕНЕНИЕ В КАЧЕСТВЕ ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК. Согласно данным <...>, ожидается, что с 2017 по 2025 годы рынок нутрицевтиков будет расти со среднегодовыми темпами прироста CAGR=XX%, по мере повышения осведомлённости потребителей о здоровье он будет увеличиваться. Также ожидается, что вырастет доля <...> и антиоксидантных ингредиентов, например,

¹⁴ Расчёт производился исходя из того, что население США в возрасте от XX до XX лет составляет XX млн человек, население Канады в той же возрастной группе – около XX млн человек, потребляют пищевые добавки XX% населения, из них растительные добавки (в том числе ягодные и грибные порошки) – XX%.

продукции, полученной из <...>, которая позиционируется как необходимая для усиления иммунитета.

ПРИМЕНЕНИЕ В ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ. Рынок ягодных и грибных порошков сегментирован на основе сфер применения: порошки используются в производстве таких пищевых продуктов как <...>, <...>, <...>, смузи, <...>, ягодные напитки, энергетические напитки и газированные напитки, кондитерские изделия (шоколадные конфеты и печенье), хлебобулочные изделия (пирожные, хлеб и прочие изделия), а также молочные продукты (йогурт, ароматизированное молоко, сыр и масло).

В 2017 году на долю <...> приходилось XX% доли североамериканского рынка ягодных порошков. Ожидается, что росту рынка в ближайшем будущем будет способствовать их использование в производстве <...> в качестве <...>, а также увеличение расходов на исследования и разработки, направленные на обогащение натуральных ингредиентов для придания им текстуры, улучшения цветовых характеристик. Позитивный вклад в рост рынка вносит индустрия напитков – за счет увеличения склонности потребителей к аутентичным ароматам, таким как <...>.

ЯГОДНЫЕ И ГРИБНЫЕ ПОРОШКИ В КОСМЕТИКЕ. Поскольку потребители все больше проявляют интерес к полезной для здоровья продукции и стремятся к «прозрачности» состава своих косметических продуктов, в последние годы можно увидеть, что некоторые косметические компании начинают следовать тенденциям, повторяющим тенденции в сфере производства натуральных продуктов питания. Как и пищевые бренды, косметические компании начинают интегрировать в свою продукцию <...>.

Согласно данным <...>, грибы входят в список 15 трендовых ингредиентов, применяемых в косметике. Стартапы в области натуральной косметики используют различные свойства грибов (в зависимости от содержания витаминов и антиоксидантов). Например, компания <...>, получившая в апреле 2017 года финансирование от венчурной компании <...>, использует <...> в основе для макияжа, которая, как утверждается, повышает упругость и влажность кожи, а <...> использует экстракт гриба в своём увлажняющем креме. <...> и <...> от <...> интегрируют экстракты грибов суны в свои продукты антивозрастного действия.

Особой популярностью в отрасли пользуется <...>. <...> можно найти в таких продуктах, как линия активных ботанических масел <...> и увлажняющий крем <...>, в модных масках, например <...>.

Гриб <...> используется в линии <...> и восстанавливающем креме для глаз <...>.

<...> не входит в состав актуальных продуктов, он применяется довольно редко: например, используется в оригинальной линии косметики <...>. В форме дополнения кордицепс можно найти в <...> - иммунном пакете для предотвращения проблем со здоровьем и проблем кожи, связанных с путешествиями, а также в ванильном протеиновом порошке <...>, который <...> рекомендует спортсменам и людям, работающим на ногах.

Гриб шиитакэ используется в продукте <...> и праймере <...> - SPF увлажняющий крем.

Чага входит в состав восстанавливающей сыворотки <...> и <...>, одного из продуктов <...>.

Среди ягодных порошков заметную популярность в косметической промышленности набирают клубничные порошки.

ПРИМЕНЕНИЕ ЯГОДНЫХ И ГРИБНЫХ ПОРОШКОВ В КОРМАХ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ.

Фруктовые и, в частности, ягодные ингредиенты - это относительно новая категория пищевых ингредиентов для домашних животных, которая воплощает концепцию здоровья. Исследования показали, что питательные вещества и клетчатка во фруктах и ягодах могут быть успешно включены в корм для домашних животных для того, чтобы повысить общую питательную ценность и, в некоторых случаях, вкус и цвет корма.

Больше всего производителей заинтересовали исследования здоровья и потребительских предпочтений, показавшие, что потребители идентифицируют чернику с антиоксидантами и благополучием. Идея включения ягод в корм для домашних животных вызвала интерес, и некоторые производители начали использовать ягодные порошки при производстве кормов.

В последние годы в данном сегменте особенно возросло потребление <...> и <...>. Цельная обезвоженная голубика, а также порошок и клетчатка используются в снеках для животных. Ягодный порошок содержит клетчатку, которая помогает связывать воду, что делает его полезным добавлением к влажным кормам для домашних животных.

Ягодные ингредиенты также могут улучшить текстуру продукта, добавить цвет и помочь контролировать влажность. Они также дают разработчикам возможность использовать природные нутрицевтические или фитонутриентные качества сырья, например, ягоды с высоким содержанием антиоксидантов (<...>), борющихся со свободными радикалами, могут помочь при ряде проблем со здоровьем у домашних животных.

Примером использования ягод в кормах для собак является микс <...> от <...>. Этот продукт представляет собой комбинацию фруктов и ягод, смешанных с бульоном. Он разработан как добавка к другим кормам для собак <...>, а не как самостоятельный корм.

Специализирующаяся на кормах для домашних животных, приготовленных из органических ингредиентов, компания <...> также включает в состав своих продуктов ягоды. Компания делает акцент на том, что <...> предлагают широкий спектр фитонутриентов и известны своими противовоспалительными свойствами. Они богаты марганцем, необходимым для роста, обмена веществ и антиоксидантной системы организма. Кроме того, <...> укрепляют здоровье мочевыводящих путей.

Одним из основных поставщиков фруктового и ягодного сырья для кормов для домашних животных является компания <...>.

Разнообразные пищевые ингредиенты для кормов для домашних животных, включая сушеные в барабане и лиофилизированные фрукты и ягоды, а также индивидуально быстрозамороженные овощи предлагает <...>.

Компания <...> реализует на рынке грибные порошки для лошадей под маркой <...> и для домашних животных под маркой <...>.

ПРИМЕНЕНИЕ ЯГОДНЫХ И ГРИБНЫХ ПОРОШКОВ В КАЧЕСТВЕ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ДОБАВОК. Доля диетических и травяных добавок в рационе человека увеличивается благодаря растущей осведомлённости потребителей о преимуществах регулярного потребления питательных веществ. Спрос на различные растительные средства, в том числе на ягодные и грибные порошки растёт, так как многие люди выбирают натуральные, экологически чистые продукты. Растущее потребление растительных добавок и лекарственных средств с растительными порошками в составе, как ожидается, увеличит спрос на ягодные и грибные порошки.

В список топ-30 натуральных растительных добавок по объёму продаж в США входят средства из ягод <...>, <...>, <...> и <...>.

Согласно отчёту <...> от исследовательской компании <...>, наибольшие темпы роста продаж в сегменте натуральных и растительных добавок по итогам 2018 года показали добавки из ягод <...> - XX% и XX млн долл. в абсолютных значениях. В списке самых продаваемых растительных добавок добавки из <...> вышли на XX-е место. Согласно последнему отчёту <...>, мировой рынок ягод <...> будет расти в среднем на XX% в период 2018-2022 гг. В документе отмечается, что растущий спрос на суперфуды и функциональные ингредиенты является одной из ключевых тенденций на мировом рынке <...>. <...> классифицирует данную тенденцию как основной фактор, который может оказать существенное влияние на рынок и способствовать его росту или снижению.

В качестве ключевых игроков на рынке растительных добавок с применением ягодных и грибных порошков можно назвать <...>, <...>, <...>, <...> и <...>, причём сегмент лекарственных добавок составляет наибольшую долю рынка всех растительных добавок по итогам 2017 года. С точки зрения предложения сырья ключевые игроки включают <...> и <...>.

3.2. ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Согласно информации канадской торговой ассоциации (<...>), основными потребителями органической продукции и натуральных пищевых добавок в Канаде являются мужчины и женщины (закупками традиционно в Канаде занимаются оба члена семьи) в возрасте XX года, городские жители, наибольший интерес в органических продуктах проявляют жители провинций <...>. Наблюдается корреляция между уровнем достатка, образованностью и активностью на органическом рынке — люди с большим заработком, соответственно, больше знают о пользе органики и готовы за это платить. Также семьи, имеющие детей, с большей готовностью отдают деньги за органические продукты.

Проведённый <...>¹⁵ в США в 2019 году опрос потребителей пищевых добавок показал рекордную за 20 лет наблюдений долю американцев, которые потребляют пищевые добавки - XX% респондентов.

¹⁵ Совет по ответственному питанию США

Согласно результатам опроса, большинство мужчин и женщин в возрасте от XX лет принимают пищевые добавки, причём среди потребителей в возрасте от XX до XX лет доля тех, кто употребляет пищевые добавки, самая высокая – XX%.

Доля потребителей пищевых добавок в США в 2019 году по возрастным группам, %



Источник – опрос CRN В оригинале отчета значения на диаграмме есть

Женщины в среднем потребляют пищевые добавки <...>, чем мужчины (XX% против XX%).

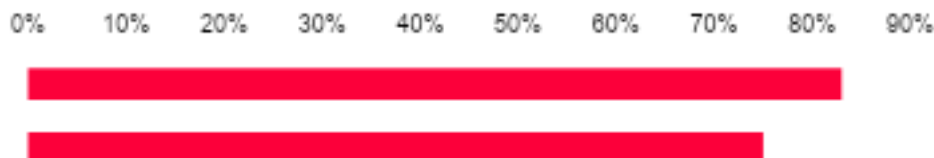
Доля потребителей пищевых добавок в США в 2019 году по полу, %



Источник – опрос CRN В оригинале отчета значения на диаграмме есть

При этом доля потребителей пищевых добавок среди взрослых с детьми больше, чем среди взрослых без детей (XX% против XX%). Кроме того, пищевые добавки потребляет XX% людей, состоящих в браке.

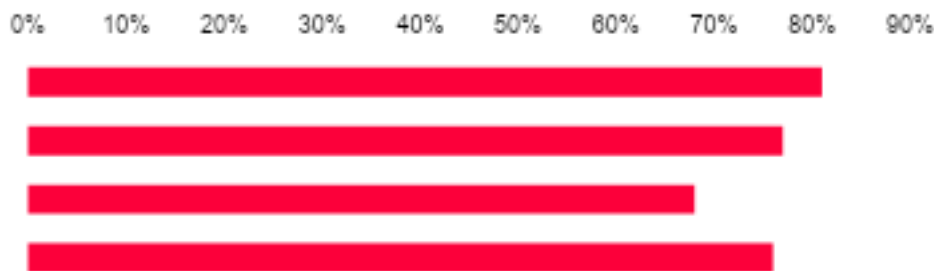
Доля потребителей пищевых добавок в США в 2019 году по наличию детей, %



Источник – опрос CRN В оригинале отчета значения на диаграмме есть

Те, кто работают полный день, потребляют пищевые добавки чаще остальных категорий граждан (работают неполный рабочий день, безработные и пенсионеры).

Доля потребителей пищевых добавок в США в 2019 году по занятости, %



Источник – опрос CRN [В оригинале отчета значения на диаграмме есть](#)

Доля потребителей пищевых добавок на Юге и Западе США выше, чем на Северо-Востоке и Среднем Западе.

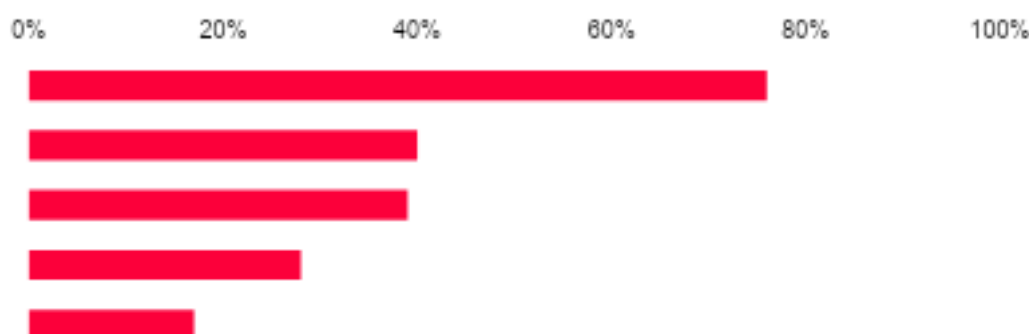
Доля потребителей пищевых добавок в США в 2019 году по региону, %



Источник – опрос CRN [В оригинале отчета значения на диаграмме есть](#)

Что касается типов принимаемых добавок, опрос CRN 2019 года показал, что наиболее часто потребляемой категорией добавок по-прежнему являются витамины и минералы, причем **XX%** американцев принимали эти продукты в течение последних двенадцати месяцев. Вторая по популярности категория - это <...> (**XX%**), далее следуют травяные и растительные средства (**XX%**), добавки для спортивного питания (**XX%**) и добавки для контроля веса (**XX%**).

Доля потребителей пищевых добавок в США в 2019 году по типам добавок, %



Источник – опрос CRN [В оригинале отчета значения на диаграмме есть](#)

Как было указано выше, XX% американцев потребляют пищевые добавки, среди жителей Канады таковых незначительно меньше. Опрос респондентов, проведённый Мапрекс среди тех, кто потребляет суперфуды/пищевые добавки в виде порошков хотя бы XX раз в месяц, показал, что более половины опрошенных (XX%) в США и XX опрошенных в Канаде потребляют порошковые пищевые добавки 1 или несколько раз в месяц. Соответственно, XX% в США и XX% в Канаде (среди потребителей суперфуд/пищевых добавок) потребляют порошковые нутрицевтики каждый или почти каждый день.

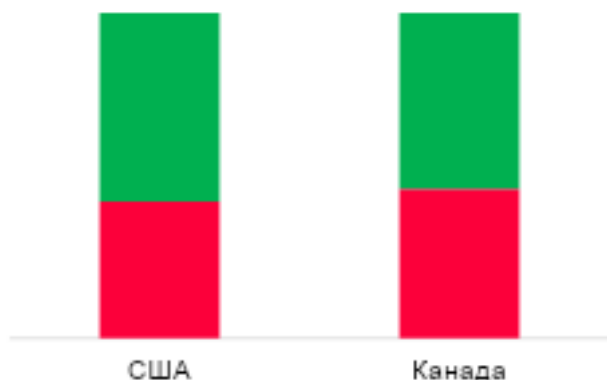
Частота потребления суперфудов/пищевых добавок в виде порошков в США и Канаде среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом, %¹⁶



Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (потребляют или нет добавки) есть

Суперфуды/пищевые добавки в виде порошков как в США, так и в Канаде в целом чаще, потребляют <...>, чем <...>.

Потребление суперфудов/пищевых добавок в виде порошков в США и Канаде среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом по полу респондентов, %

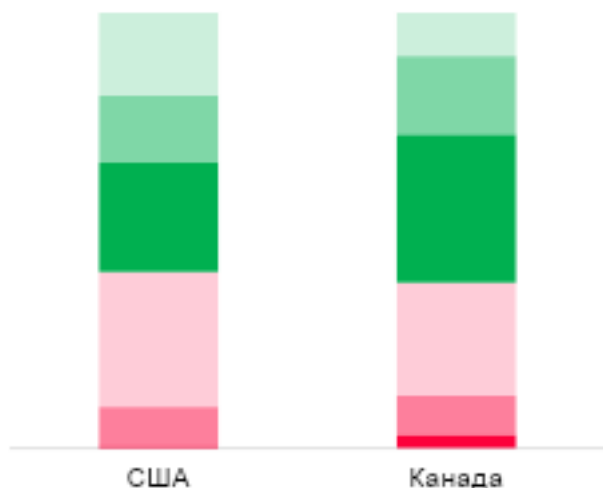


Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (потребляют или нет добавки) есть

¹⁶ Здесь и далее до конца раздела 3.2 (если не оговорено иное): 100% в США=XX, 100% в Канаде=XX

Основная возрастная группа потребителей суперфудов/пищевых добавок в виде порошков в США и Канаде – люди в возрасте XX года: на них приходится более половины от общего объёма потребления продукции среди тех, кто имеет в своем рационе какие-либо суперфуды или пищевые добавки. В США суперфуды/пищевые добавки в виде порошков гораздо <...> по сравнению с Канадой потребляет пожилое население.

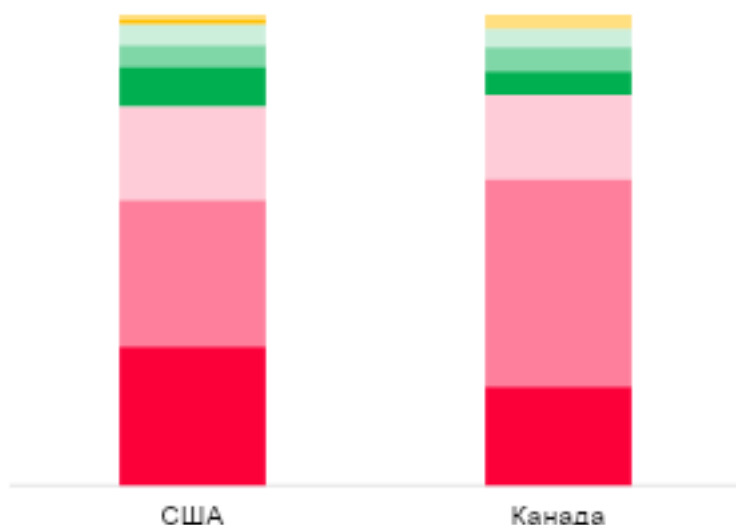
Потребление суперфудов/пищевых добавок в виде порошков в США и Канаде среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом по возрастным группам респондентов, %



Источник – опрос респондентов, проведенный Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (возрастные группы) есть

С точки зрения потребительских расходов наибольшую долю как в США (XX%), так и в Канаде (XX%) составляют респонденты, которые ежемесячно тратят на пищевые добавки XX долл. (в среднем – 1 пакет/банка). Второй по популярности ответ – до XX долларов. XX долларов и более тратят на добавки в виде порошка только XX% респондентов в США и XX % в Канаде.

Среднемесячный объём затрат на суперфуды/пищевые добавки в виде порошков в США и Канаде среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом по диапазонам в долларах, %



Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (объём затрат) есть

Наиболее предпочтительный способ употребления суперфудов/пищевых добавок в виде порошков как в США (XX%), так и в Канаде (XX%) - в качестве добавки или основы для напитков. В качестве добавки в еду порошки используют XX% респондентов в США и XX% в Канаде.

Предпочитаемый способ употребления суперфудов/пищевых порошков в США и Канаде среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом, %



Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (способ употребления) есть

Таким образом, можно сделать вывод о том, что **типичный потребитель¹⁷** суперфудов/пищевых добавок в виде порошков **в США** – женщина XX лет, которая потребляет суперфуды/пищевые добавки в виде порошков XX или несколько раз в месяц, в первую очередь, в качестве добавки или основы для напитков и тратит на них в среднем XX долларов ежемесячно. Типичный потребитель суперфудов/пищевых добавок в виде порошков **в Канаде** – женщина XX лет, которая потребляет суперфуды/пищевые добавки в виде порошков 1 или несколько раз в месяц, в первую очередь, в качестве добавки или основы для <...> и тратит на них в среднем XX долларов ежемесячно.

В США, как показал опрос, самыми популярными добавками являются фруктовые порошки (XX%), в Канаде наиболее популярны протеиновые порошки (XX%). Ягодные порошки потребляет более половина опрошенных в США (XX%) и менее половины респондентов (XX%) в Канаде. Грибные порошки покупают около XX% опрошенных как в США, так и в Канаде.

Потребление респондентами суперфудов/пищевых добавок в виде порошков в США и Канаде по видам добавок (среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом), %

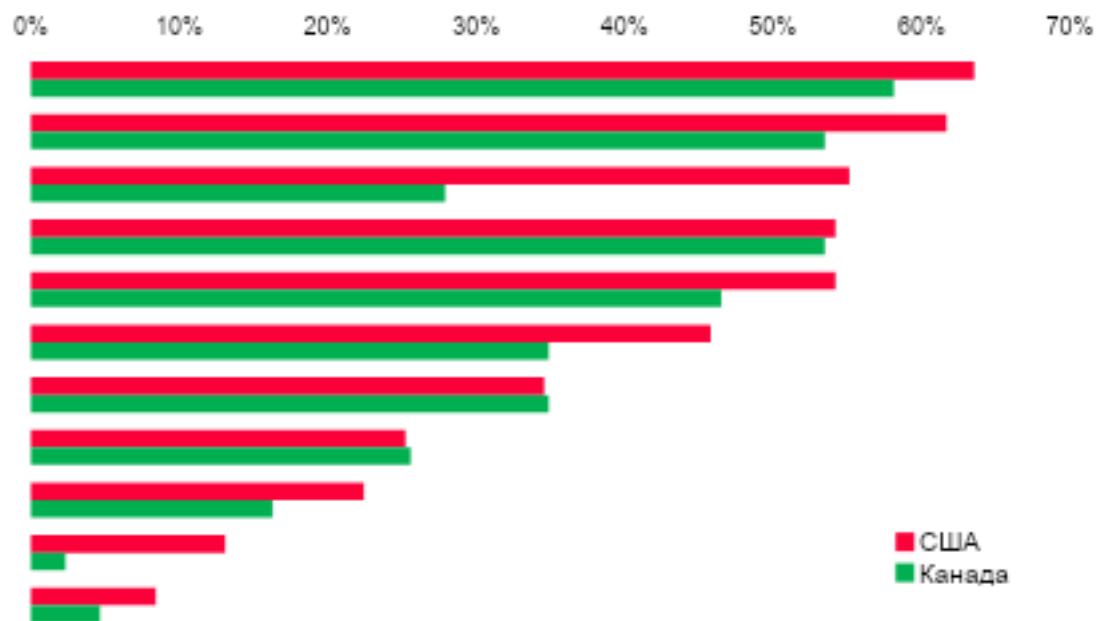
¹⁷ Это значит, что если из выборки случайным образом выбрать респондента, то он с наибольшей вероятностью окажется с такими характеристиками



Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (виды добавок) есть

Наиболее популярными ягодными порошками в США и Канаде, согласно опросу, являются голубичные порошки (XX% и XX%, соответственно) и порошки из ягод асаи (XX% и XX%). В США значительно популярнее, чем в Канаде, ежевичные (XX% против XX%), малиновые (XX% против XX%) и черничные порошки (XX% против XX%).

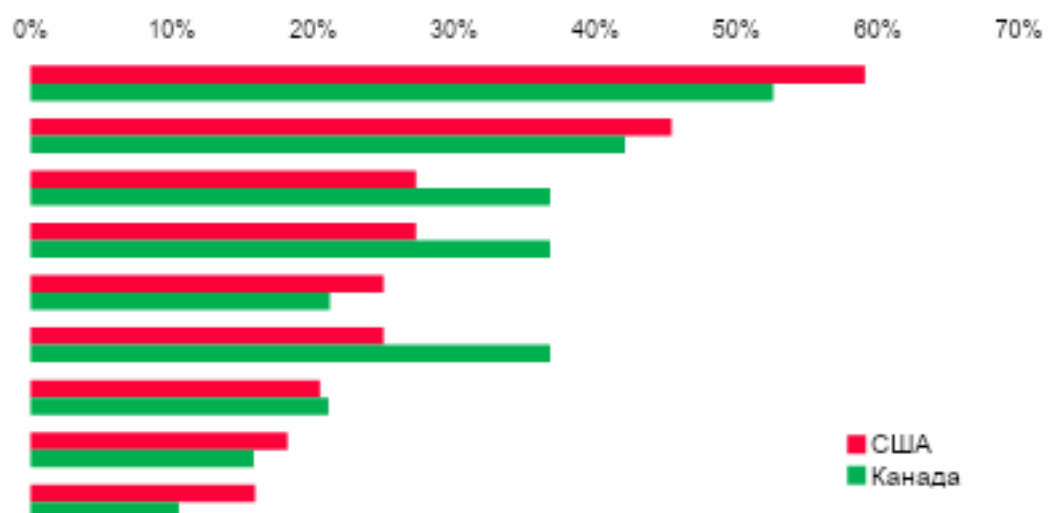
Потребление респондентами ягодных порошков в США и Канаде по видам ягод (среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом), %¹⁸



Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (виды ягод) есть

Наиболее популярные грибные порошки в США и Канаде, согласно опросу, — это миксы (XX% и XX%, соответственно) и порошки из <...> (XX% и XX%). В Канаде значительно популярнее, чем в США, порошки из ежевика гребенчатого (XX% против XX%), белого гриба (XX% против XX%) и трутовика лакированного (рейши) (XX% против XX%).

Потребление респондентами грибных порошков в США и Канаде по видам грибов (среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом), %¹⁹



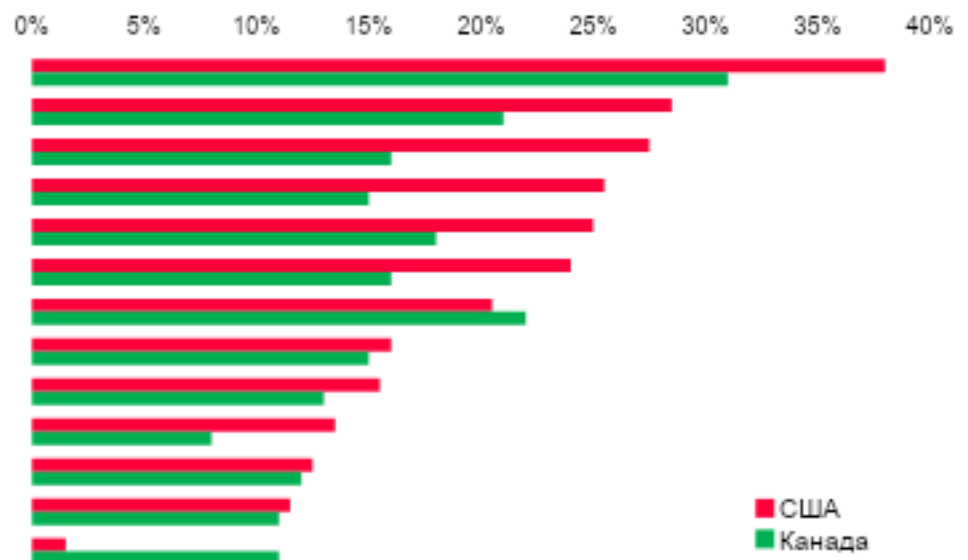
¹⁸ 100% в США=XX, 100% в Канаде=XX

¹⁹ 100% в США=XX, 100% в Канаде=XX

Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (виды грибов) есть

Среди XX предложенных респондентам марок ягодных и грибных порошков наиболее узнаваемая марка как в США, так и в Канаде – <...> (узнали XX% и XX%, соответственно). В целом по XX маркам из XX осведомлённость респондентов из США оказалась выше осведомлённости жителей Канады, исключение составляет <...>: в Канаде уровень её узнаваемости составил XX%, а в США – XX%.

Узнаваемость марок ягодных и грибных порошков по подсказке среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом в США и Канаде, %

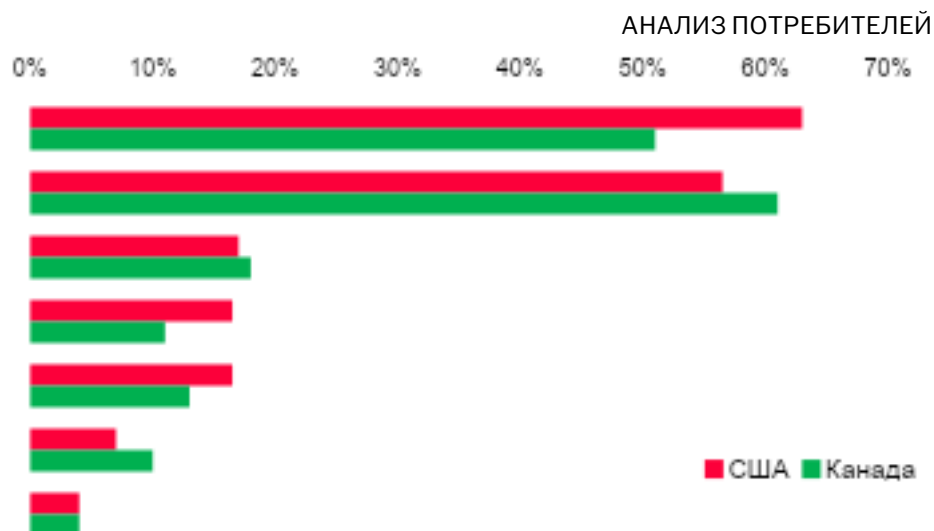


* Среди прочих ответов в Канаде XX ответа (4%) – не знают ни одной марки

Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (марки) есть

Говоря о каналах продаж, XX% респондентов из США покупают суперфуды/пищевые порошковые добавки через <...>. В Канаде наиболее популярным каналом (XX%) для покупки суперфудов/пищевых порошковых добавок является <...> и прочие супермаркеты и продуктовые магазины. На указанные выше 2 канала продаж приходится основной объём продаж суперфудов/пищевых добавок. Остальные каналы продаж совокупно не набрали более XX%.

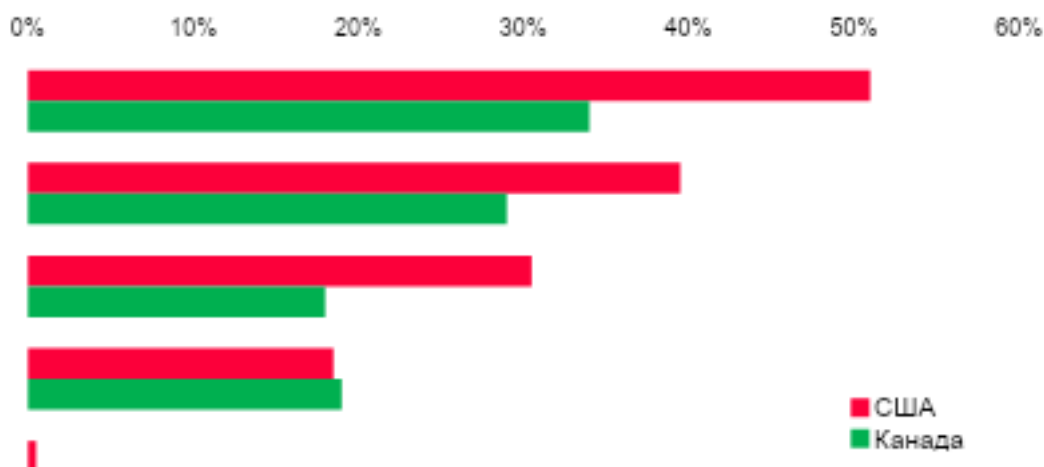
Места покупок суперфудов/пищевых порошков потребителями суперфудов и пищевых добавок в целом в США и Канаде, %



Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (места покупки) есть

Наиболее предпочтительная упаковка для порошковой продукции, по результатам опроса респондентов, – банка (XX% в США и XX% в Канаде), пакет (пауч) назвали XX% опрошенных в США и XX% в Канаде. Для XX респондентов как в США, так и в Канаде упаковка не имеет значения.

Предпочитаемая упаковка для суперфудов/пищевых порошков среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом в США и Канаде, %



Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (вид упаковки) есть

Больше всего потребителей суперфудов/пищевых порошков в США предпочитают упаковку весом XX унций (XX грамм), наиболее предпочтительная упаковка в Канаде – XX унций (XX грамм). Упаковку размером более XX фунта (от XX грамм) предпочитают XX% потребителей в США и XX% потребителей в Канаде.

Предпочитаемый размер упаковки для суперфудов/пищевых порошков среди потребителей суперфудов и пищевых добавок в целом в США и Канаде, %



Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (размер упаковки) есть

Основные критерии потребителей при выборе суперфудов/пищевых порошков в США и Канаде – это <...> и <...>. В меньшей степени на выбор влияет <...> и <...>. Наименее значимый критерий – <...> и <...>. Значимых различий в ответах респондентов в США и Канаде на данный вопрос отмечено не было.

Критерии потребителей при выборе суперфудов/пищевых порошков в США и Канаде, средний ранг (1 – очень важный критерий, 5 – совсем не важный критерий)



Источник – опрос респондентов, проведённый Мапрекс В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (критерии) есть

ТРЕБОВАНИЯ К ПРОДУКЦИИ СО СТОРОНЫ B2B СЕГМЕНТА

По результатам 5 интервью с B2B потребителями ягодных и грибных порошков были выявлены основные требования к поставке продукции и критерии при выборе поставщика продукции. Основное требование потребителей относится к организации поставок: большинство компаний предпочитает <...> и <...>. Другое важное требование – <...> и <...>. Необходимо наличие <...> и соответствие стандартам органического продукта. Наиболее предпочтительная упаковка – упаковка, <...>, <...> или <...>. XX из XX компаний также упомянули <...>, как важный фактор при выборе поставщика.

Большинство потребителей имеет отлаженные цепочки поставок и представляет определённых производителей или сотрудничает с определёнными фермами. Потребители готовы рассмотреть предложения, если поставка будет осуществляться с территории <...>, при этом потребителей больше всего интересуют <...>, а также ягоды <...>.

Требования к продукции и поставкам со стороны B2B потребителей ягодных и грибных порошков

Потребитель	Критерии выбора поставщика, требования к поставке
<...> (США) Производитель суперфудов	Ассортимент, цена, качество и экологичность товара, удобство поставок
<...>	<...>
<...>	<...>
<...>	<...>
<...>	<...>

Источник – результаты проведенного Maprex интервью

3.3. ПЕРЕЧЕНЬ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Перечень потенциальных покупателей грибных и ягодных порошков в Северной Америке

Название компании	Сайт	e-mail	телефон	адрес
Импортёры. Ягодные порошки				
<...>	<...>	usa.info@tradinorga nic.com	(905) 821-9669	2233 Argentia Road, Suite 401 Mississauga, Ontario L5N 2X7
POCANTICO RESOURCES INC	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
Импортёры. Грибные порошки				
<...>	<...>	mark@jakirsch.com	201-862-0100	1086 TEANECK RD SUITE 2E TEANECK NJ 07666
LFI INC	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>

Нутрицевтика

[illegible]

Pet food, Natural Pet Supplements

<...>	<...>	<...>	<...>	P. O. Box 2157 Secaucus, NJ 07096 – 2157
Primalpetfoods	<...>	support@primalpetf oods.com	(866) 566-4652	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>

Органическая и натуральная косметика

<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>	<...>

Суперфуды

[illegible]

Источник: аналитика Мапрекс

4. ОБЗОР КАНАЛОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАЖИ

В зависимости от позиционирования и вида продукции, ягодные и грибные порошки в рознице могут продаваться как в качестве БАДов на одной полке с лекарственными и медицинскими препаратами, так и в качестве пищевых добавок среди остальных продуктов питания.

Розничные каналы дистрибуции ягодных и грибных порошков и продукции на их основе можно разделить на 3 группы:

- <...> – включает в себя супермаркеты, аптеки и розничные продуктовые магазины, а также различные клубные магазины²⁰ и «долларовые магазины»²¹
- <...> - розничные магазины и сети, специализирующиеся на продаже натуральных и полезных для здоровья продуктов, витаминные сети, магазины спортивного питания
- Прямые продажи - включает в себя многоуровневые маркетинговые компании (также известные как компании сетевого маркетинга), компании, осуществляющие продажи через почту и интернет, прямые продажи через теле- и радиопередачи, а также продажи практикующими врачами.

Розничные каналы дистрибуции пищевых добавок (БАДов), ягодных и грибных порошков и продукции на их основе на североамериканском рынке

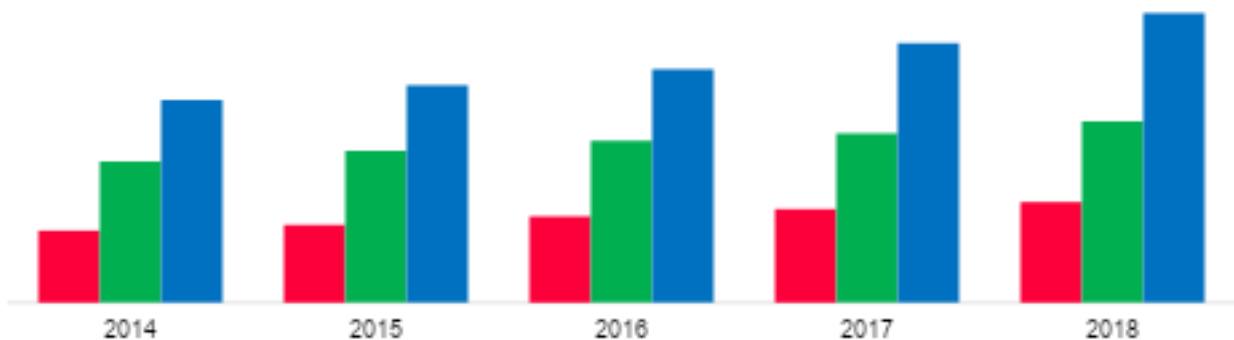
<...>	Канал включает в себя <...>
Канал продаж <...>	Включает <...>
<...>	Включают в себя продажи через интернет, заказы по почте (включая через каталоги), прямую почтовую рассылку, продажи в передачах на телевидении и радио; продажи через практикующих врачей, представляющих обычные и альтернативные продукты, продаваемые их пациентам; этнические и травяные магазины; многоуровневые и сетевые маркетинговые фирмы.

Источник – выпуск 123. Herbalgram.org

По итогам 2018 года больше половины (XX%) от общего объема продаж всех растительных добавок (БАДов) в США приходится на прямые продажи, при этом доля прямых продаж продолжает увеличиваться в последние годы. Канал продаж <...> занимает чуть менее трети (XX%), <...> - XX%.

²⁰ Магазины, для совершения покупок в которых необходимо быть членом клуба – иметь клубную карту (обычно присутствуют членские взносы)

²¹ Магазины с товарами за 1 доллар или другую небольшую фиксированную цену

Объём продаж растительных добавок по каналам дистрибуции в США в 2014-2018 гг., млрд долл.

Источник - Nutrition Business Journal В оригинале отчета значения на диаграмме и легенда (канал продаж) есть

Согласно данным журнала <...> за январь-февраль 2020 года, XX% от общего объёма продаж всех пищевых добавок в интернете осуществляется через <...>, оставшиеся XX% приходится на остальных онлайн-поставщиков - <...>, <...>, <...>, <...> и прочие.

Структура продаж и тренды в сегменте ритейла натуральных продуктов и органической еды на американском рынке в целом соответствуют структуре продаж и процессам, происходящим в ритейле продукции из ягодных и грибных порошков.

По оценкам исследования <...>, в 2019 году общий объём рынка натуральных органических продуктов в США увеличился на XX млрд долларов, достигнув XX млрд долларов, что составляет рекордные XX% от общего объёма продаж продовольственных магазинов в США (XX млрд долларов). Поскольку общие продажи ритейла в 2019 году снизились, натуральные и органические продукты стали важнейшим источником роста отрасли.

Средний объём продаж натуральных органических продуктов в магазине вырос на XX долл. до XX долл. (средняя арендная площадь - XX кв. футов/XX кв. метров), достигнув XX долл. в годовой выручке на квадратный фут/XX долл. за кв. метр.

В общей сложности в восьми розничных каналах США XX магазин закрылся и XX открылись. После добавления в базу данных XX магазинов <...> общее количество новых магазинов увеличилось на XX единицы - с XX в 2018 году до XX в 2019 году. Общая сумма площадей, продающих натуральные и органические продукты, увеличилась на XX% (XX млн квадратных футов/XX млн кв. метров) до XX млн квадратных футов/XX млн кв. метров. Доля таких площадей составляет XX% от XX млрд квадратных метров общей площади розничных магазинов США.

В структуре продаж органической еды преобладают продажи через сети супернатуральных продуктов (такие как <...>, <...>, <...> и прочие): на этот канал приходится чуть менее трети (XX%) от общего объёма продаж органических продуктов в США по итогам 2019 года.

Объём продаж и количество торговых точек в сегменте ритейла натуральных продуктов и органической еды в США в 2019-2018 гг.

Тип магазинов	Число точек	2019 г., продажи в млрд долл.	%	прирост с 2018 г., млрд долл.	% изм. продаж 2019/2018	изм. числа точек 2019/2018	% изм. точек 2019/2018
<...>	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
<...>	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
<...>	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
<...>	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
<...>	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
<...>	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
<...>	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Витаминные сети (например, GNC, Vitamin Shoppe)	4 766	2,8	3,2%	-0,265	-8,7%	-289	-5,7%
Всего	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX

Источник – Retail Insights

СУПЕРНАТУРАЛЬНЫЕ СЕТИ. Супернатуральные (Supernaturals) сети, такие как <...> и <...>, по-прежнему контролируют самую большую долю рынка натуральных продуктов и органической еды (XX%), однако рост данного канала в 2019 году замедлился до XX% с XX % в 2018 году, увеличившись всего на XX млн долл. против 2,4 млрд долл. годом ранее. Частично причина этого заключается в том, что в данном канале открылось только XX новых магазинов против XX в 2018 году.

<...>. Текст-описание канала продаж.

<...>. Текст-описание канала продаж.

<...>. Текст-описание канала продаж.

<...>. Текст-описание канала продаж.

<...>. Текст-описание канала продаж.

<...>. Текст-описание канала продаж.

<...>. Текст-описание канала продаж.

<...>. Текст-описание канала продаж.

КЛЮЧЕВЫЕ РИТЕЙЛЕРЫ

В топ-3 продуктовых ритейлеров США входят <...>, <...> и <...>.

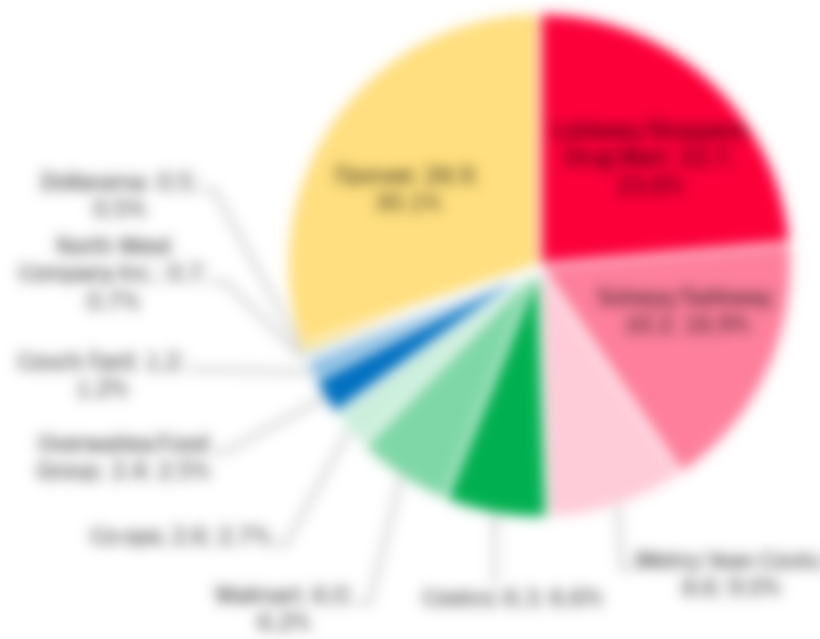
Топ-10 продуктовых ритейлеров в США:

- <...> (гипермаркеты/суперцентры/супермагазины), выручка - XX млрд долларов, XX точек
- <...> (супермаркеты), выручка - XX млрд долларов, XX точек
- <...> (cash&carry/клубные магазины), выручка - XX млрд долларов, XX точки

- <...> (дискаунтеры), выручка - XX млрд долларов, XX точек
- <...> (супермаркеты), выручка - XX млрд долларов, XX точек
- <...> (супермаркеты)
- <...> (супермаркеты)
- <...> (гипермаркеты/суперцентры/супермагазины)
- <...> (супернатуральные продукты)
- <...> (супермаркеты)

В топ-3 продуктовых ритейлеров Канады входят <...>, <...> и <...>.

Доля топ-10 продуктовых ритейлеров Канады на рынке продуктового ритейла в 2018 году, % и объём продаж (100%=\$96 млрд)



Источник - USDA

ОПТОВЫЕ ПРОДАЖИ

В результате интервью с производителями продукции, использующими ягодные и грибные порошки, было определено, что производители работают, в основном, напрямую с местными производителями сырья.

Анализ импортных поставок показал, что объёмы импорта ягодных и грибных порошков в США и Канаду совсем незначительны, кроме того, некоторые производители (<...>, <...>, <...>) поставляют зарубежное сырьё самостоятельно, без участия торговых компаний в цепочке поставок. Среди получателей импортных

ягодных и грибных порошков также присутствуют производители нутрицевтиков, такие как <...>, <...> и другие.

Часть производителей ягодных и грибных порошков (например, <...>, <...>, <...>-подразделение компании <...>) поставляют свою продукцию только B2B сегменту, напрямую.

Среди дистрибьюторов-крупнейших получателей импортных ягодных и грибных порошков можно выделить поставщика функциональных ингредиентов <...>, торговую компанию <...>, одного из крупнейших поставщиков трюфелей на американский рынок <...> и производителя и дистрибьютора пищевых продуктов <...>.

ОТРАСЛЕВЫЕ АССОЦИАЦИИ И ОБЪЕДИНЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

На момент проведения исследования в Северной Америке функционирует порядка 30 ассоциаций, связанных с рынком грибных и ягодных порошков (большинство - косвенно, например, ассоциации производителей ягод и грибов), некоторые из них приведены в таблице ниже.

С одной стороны, участие в ассоциациях и объединениях может являться одним из способов закрепления на рынке для североамериканской компании российского производителя, так как некоторые ассоциации поддерживают отрасль в целом, а также занимаются продвижением здоровой продукции и информированности о ней, некоторые являются международными. Однако в то же время следует понимать, что деятельность большинства таких ассоциаций направлена на поддержание именно местных производителей, так что <...>.

Особенно много ассоциаций производителей ягод (в основном производителей <...>) и грибов существует в Северной Америке, чаще всего они делятся по региональному признаку. Помимо этого, существует несколько ассоциаций, относящихся к сфере органических и натуральных продуктов.

Список отраслевых ассоциаций и некоммерческих объединений производителей изучаемой продукции в Северной Америке

Страна	Название и описание	Сайт
<...>	<...>	<...>
США/Канада	Wild Blueberry Association of North America – Североамериканская ассоциация производителей дикой голубики	wildblueberries.com
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>

<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>

Источник – аналитика Mapрекс

КРУПНЕЙШИЕ ВЫСТАВКИ И СОБЫТИЯ

Участие в выставках и событиях, посвященных натуральной и органической еде, нутрицевтикам и пищевым добавкам, является хорошей стратегией по поиску потребителей ягодных и грибных порошков среди B2B, налаживанию контактов на перспективу, а также оценке предложения других поставщиков. Крупнейшие выставки и события Северной Америки приведены в таблице ниже.

Крупнейшие выставки и события в сегменте натуральной и органической еды и нутрицевтиков в Северной Америке в 2020 году*

Название выставки/события	Цикличность	Место	Дата и длительность
<...>	<...>	<...>	<...>
HEALTHY FOOD EXPO - NEW YORK Выставка, посвящённая здоровой еде	н/д	Нью-Йорк, США	03/08/2020 3 дня
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>
<...>	<...>	<...>	<...>

* Необходимо учитывать, что в связи с мировой пандемией COVID-19, значительное количество событий в 2020 году уже или в ближайшее время может быть отменено, тем не менее почти все они проводятся регулярно и могут рассматриваться как канал продвижения в будущем.

Источник – EventsEye, сайты событий

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

ОБЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА И ЕГО ПЕРСПЕКТИВНОСТЬ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛА ПРОДАЖ.

Объём североамериканского рынка ягодных и грибных порошков по итогам 2019 года, по оценкам Мапрекс, составляет XX млн долл., при этом на сегмент ягодных порошков приходится XX% от общего объёма рынка. В страновом разрезе на североамериканском рынке ягодных и грибных порошков преобладают США: доля страны составляет чуть менее XX% от общего объёма рынка.

Движущим фактором североамериканского рынка ягодных и грибных порошков является <...>. По оценкам, этот рынок имеет высокий потенциал роста как в США, так и в Канаде за счет того, что все больше потребителей отдают предпочтение здоровой еде и напиткам, наряду с увеличением использования разнообразных ягодных и грибных добавок и ароматизаторов в косметической и прочей продукции. Ягодные порошки являются удобной и экономичной заменой свежим ягодам в различных областях применения. Грибные порошки используют, в первую очередь, благодаря их полезным и лекарственным свойствам.

Ожидается, что среднегодовые темпы прироста североамериканского рынка ягодных и грибных порошков в период до 2025 года составят XX%.

ОПИСАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И УГРОЗ, КОТОРЫЕ НЕОБХОДИМО УЧИТЫВАТЬ ПРИ ВЫХОДЕ НА РЫНОК.

Основные возможности на североамериканском рынке ягодных и грибных порошков связаны с <...>, так и за счёт более глубокого проникновения в новые сегменты применения: <...> и т.д.

Основные угрозы обусловлены риском <...>. В то же время вследствие пандемии повышается осведомлённость потребителей относительно продукции для здоровья и растёт спрос на продукты, которые позиционируются как укрепляющие иммунитет, в том числе – на некоторые ягодные и грибные порошки, то есть пандемия будет влиять на рынок двояко.

Основное ограничение для производителя, который выходит на североамериканский рынок ягодных и грибных порошков, связано с <...>. Североамериканский рынок характеризуется <...>. В цепочке поставок преобладают <...> и их доля только растёт. На рынке отсутствуют крупные дистрибьюторы ягодных и грибных порошков. В рамках проведенных интервью представители производителей выразили сомнение в целесообразности работы с <...> в связи с их удалённостью и высокой стоимостью доставки. Как только ситуация в мире нормализуется и станет ясно, как все работают дальше, в целом, потребители B2B сегмента не против рассматривать новые предложения, но всё же вопрос доставки будет оставаться слабым звеном.

КЛЮЧЕВЫЕ КОНКУРЕНТЫ, НА АКТИВНОСТЬ КОТОРЫХ СЛЕДУЕТ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ.

Ключевые игроки североамериканского рынка ягодных и грибных порошков - <...>, <...>, <...>, <...>, <...>, <...>, Sunfood Corp., <...>, <...>, <...>.

Крупнейшим игроком на североамериканском рынке ягодных порошков является канадская компания <...>, которая перерабатывает и поставляет сушёную клюкву,

голубику и органические клюквенные и голубичные порошки, предлагая их под марками <...> и <...>.

Лидером по объёму продаж на североамериканском рынке грибных порошков и производителем, продажи которого растут наиболее динамично, по оценкам Мапрекс, является компания <...>: этот игрок предлагает грибные порошки для людей под маркой <...>, а также для лошадей под маркой <...> и для домашних животных под маркой <...>.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО АССОРТИМЕНТУ. Наиболее популярные грибные порошки в США и Канаде, согласно опросу потребителей B2C, — это миксы (XX% и XX%, соответственно) и порошки из грибов шиитаке (XX% и XX%).

Наиболее популярными ягодными порошками в США и Канаде, согласно опросу, являются голубичные порошки (XX% и XX%, соответственно) и порошки из ягод асаи (XX% и XX%).

При разработке ассортиментной стратегии рекомендуется разделить продукцию на два пула:

- пул <...> порошков, которые приносят наибольший объём продаж и наиболее популярны на рынке: <...> порошки, грибные порошки из <...> и т.д.
- пул порошков из <...> ягод и грибов, которые не присутствуют или редки для североамериканского рынка, в том числе - различные миксы. Стратегия заключается в продвижении <...>.

Что касается упаковки, то увеличение объёмов электронной коммерции, рост спроса на персонализацию продукции и популярности спортивных и энергетических напитков, диктует переход к новым функциональным стилям упаковки - от <...> к более эффективным конструкциям, таким как упаковка из <...>, а также <...> виды упаковок. Всё большую значимость приобретают экологические чистые виды упаковки – картонные и бумажные, а также биоразлагаемые.

Больше всего потребители суперфудов/пищевых порошков в США предпочитают упаковку весом XX унций (XX грамм), наиболее предпочтительная упаковка в Канаде – XX унций (XX грамм).

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКЕ. Как показал опрос потребителей B2C, основные критерии потребителей при выборе суперфудов/пищевых порошков в США и Канаде – это <...> и <...> продукта.

Учитывая устоявшиеся цепочки поставок порошков в сегменте B2B, основными критериями выбора нового поставщика станет <...> или <...>. Дисконт от цены на аналогичные ягодные и грибные порошки североамериканского производства должен составлять XX%.

На момент проведения исследования на североамериканском рынке средняя розничная цена на грибные порошки составляет XX долл. за 100 грамм. Средние цены на XX видов самых популярных грибов (<...>, <...>, <...>, <...>) находятся в небольшом диапазоне – от XX долл. за 100 грамм за <...> до XX долл. за 100 грамм за <...>. <...> и <...> продаются по значительно более низкой средней цене, которая

составляет XX и XX долл. за 100 грамм, соответственно. Средняя цена на миксы из порошков разных грибов составляет XX долл. за 100 грамм.

Средняя розничная цена на ягодные порошки на рынке Северной Америки на момент проведения исследования составляет XX долл. за 100 грамм. Как в случае с грибной продукцией, на цены в значительной степени влияет <...>, <...>, <...> и <...>. Средние цены на 2 вида самых популярных ягодных порошков – <...> и <...> - составляют XX долл. за 100 грамм и XX долл. за 100 грамм соответственно. Средняя цена на миксы из порошков разных ягод составляет XX долл. за 100 грамм.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ТОМУ, С КАКИМИ СЕГМЕНТАМИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЦЕЛЕСООБРАЗНО ВЫСТРАИВАТЬ РАБОТУ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ. Ключевая и самая многочисленная группа потребителей ягодных и грибных порошков на рынке Северной Америки – сегмент <...>. Это, главным образом, люди среднего возраста (XX года), которые ведут активный образ жизни и потребляют пищевые добавки. Потенциальный объём данного сегмента оценивается в XX млн потребителей в США и около XX млн потребителей в Канаде.

В сегменте B2B ягодные и грибные порошки на момент проведения исследования потребляются, в основном, производителями <...>, <...>, а также <...> и - в небольших объёмах - производителями <...>. В перспективе до 2024 года прогнозируется, что сегмент <...> будет расти с наибольшими среднегодовыми темпами прироста (CAGR), равными XX%.

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОБЩЕЙ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА НА РЫНОК С УЧЁТОМ ЕГО СПЕЦИФИКИ И ПУНКТОВ ВЫШЕ

В связи с указанными выше особенностями рынка, рекомендуется применить следующую стратегию выхода на североамериканский рынок ягодных и грибных порошков:

- Выход на рынок осуществляется через <...>
- При позиционировании продукции необходимо делать упор на <...>
- <...>
- <...>
- <...>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Ассортимент и цены на ягодные и грибные порошки

Ассортимент и цены на ягодные и грибные порошки на рынке Северной Америки в марте 2020 года по производителям и видам продукции

Производитель	Название продукции	Состав	Упаковка	Цены и скидки
Грибные порошки				
			Пластиковая банка	
BōKU® International, Inc. (США)	Shrooms	Микс		\$49,99 – 6 унций (\$42,49 – 6 унций при подписке)
Грибные порошки с добавками				
			Стеклянная баночка	
Eclectic Institute (США)	Mushroom Immuni Tea	Чай+грибной порошок		\$30,40 – 1,3 унций (36 грамм)
Ягодные порошки				
			Пластиковый зип-пакет	
BōKU® International, Inc. (США)	Super Fuel	Микс		\$49,99 – 10,6 унций (\$42,49 – 10,6 унций, при подписке), \$99,99 – 21,2 унций (\$84,99 – 21,2 унций, при подписке)
Ягодные порошки с грибными порошками				
			Пластиковый зип-пакет	
My Berry Organics (США)	Maine Chaga & Wild Blueberry Powder	Чага и голубика		\$18 - 1,5 унций

Представлено по 1 примеру на каждый вид порошка. В оригинале отчета аналогичным образом даны данные ещё более чем по 200 позициям

Источник – аналитика Мапрекс на основании данных компаний (сайты производителей, Amazon, запросы цен под легендой

СВЕДЕНИЯ ОБ ИСПОЛНИТЕЛЯХ РАБОТ

Предприятие: ООО «Мапрекс Групп»

Контакты: 236010. г. Калининград, ул. Воздушная, 43Б
т. 335-123, +79097753607
е-mail: ceo@maprex.ru
www.maprex.ru

Руководитель
предприятия: Генеральный директор -
Чернявская Елена Михайловна

30.03.2020 г.

_____/Чернявская Е.М./

М.П.