

# КАЛУТВА

ПРОИЗВОДИТСЯ В РОССИИ

ВЧЕРА  
СЕГОДНЯ  
ЗАВТРА

# БЫЛО. Точка отсчета: стратегия 2020, принятая в январе 2020

## **Где мы сейчас:**

1. Игрок № 3 на переполненном и сжимающемся рынке алюминиевой посуды (данные 2018)
2. Производитель традиционных категорий алюминиевой посуды: накат и матовая
3. Основной объем реализации – через традиционный канал продаж (дистрибуция/опт)
4. Соотношение АПП/матовая в 2019: 20/80%

## **Мы хотим быть:**

Уверенный игрок с фокусом на сегментах средний/средний+, ориентированный на маржинальные нишевые продукты

## **Как мы хотим туда попасть: Через**

- системообразующие действия (организация, процессинг и администрирование)
- направленное и сегментированное предложение (широкий, но целевой ассортимент)
- выход на новые каналы продаж (современная торговля)

## **Что нас удерживает:**

1. Соответствие производимой продукции требованиям рынка
2. Снабжение/закупки
3. Логистика
4. Система продаж

# Тренды, которые появились в период карантина

В период самоизоляции появились тренды, которые будут сохраняться и дальше

Стали чаще готовить дома

**65%**

Стали оптимизировать бюджет на продукты и отказываться от лишнего

**56%**

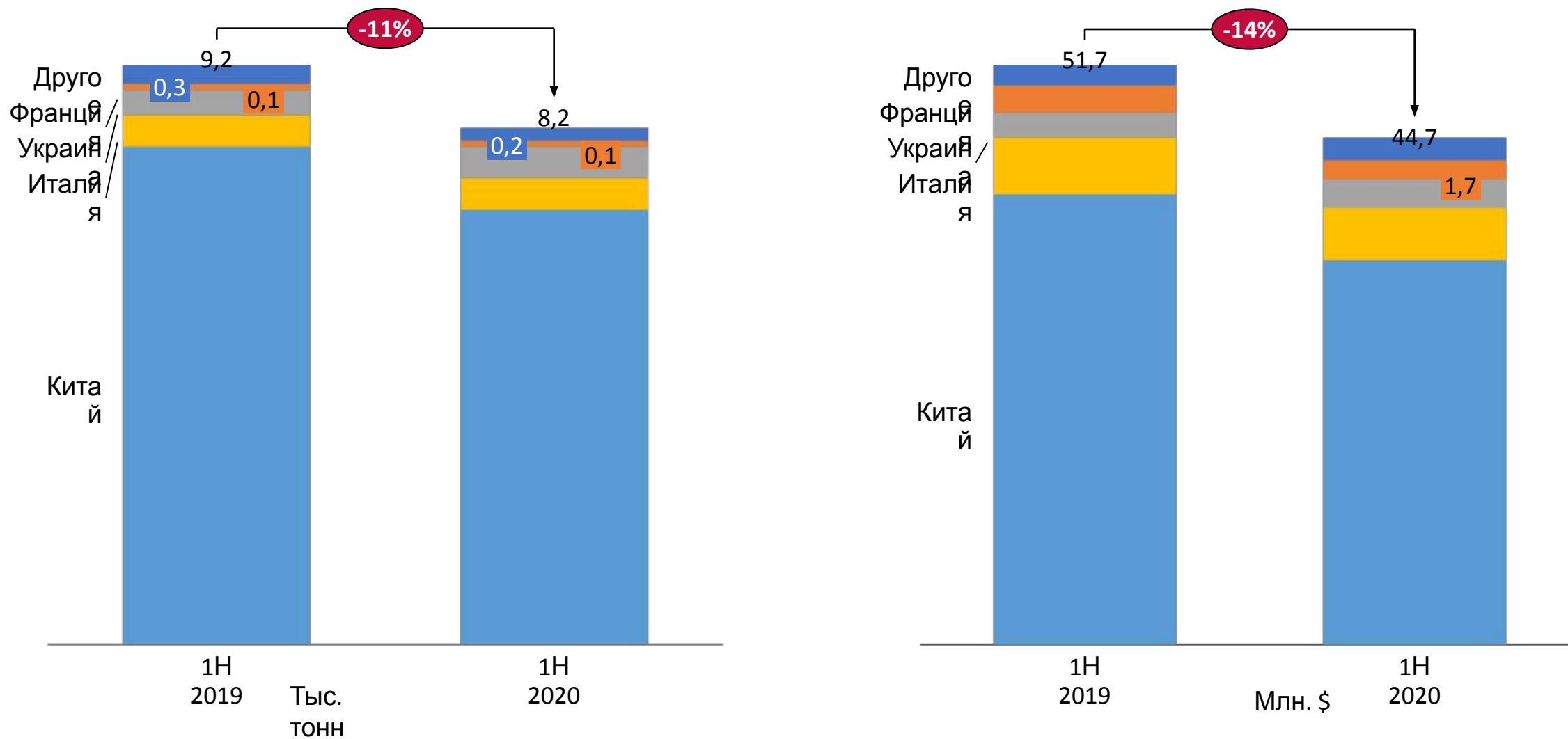
Стали чаще заказывать продукты онлайн (через сайт/приложение)

**13%**

Стали чаще заказывать домой еду из кафе/ресторанов

**11%**

# Рынок посуды: импорт посуды сократился незначительно в 1й половине 2020



- Фактически сокращение равно отсутствию поставок в течение 1 месяца

# Антидемпинговое расследование Лексгард:

Расследование начато 29.06.20 г.

По законодательству ЕАЭС, срок проведения антидемпингового расследования – 1 год, но м.б. продлен еще на полгода.

=> расследование должно завершиться не позднее конца июня 2021 г., но м.б. продлено до конца декабря 2021 г.

## Текущий статус:

- подано заявление,
- В процессе - ответы на вопросы ЕЭК по заявлению и заполнение вопросников (по различным аспектам операционной деятельности предприятия по товару-объекту расследования).
- Обработка полученных от ЕЭК запросов по уже отправленным им вопросникам.
- **Ответов** на отправленные китайским предприятиям-производителям/экспортерам вопросники, необходимые ЕЭК для расчета демпинговой маржи, **не получено**.

## Дальнейшие этапы расследования:

- Визит специалистов ЕЭК на 1 из предприятий-заявителей - 1 квартал 2021 г.  
Формат: (очная или заочная проверка)- уточняется. Предварительно выбраны предприятия группы "Сково".
- Предоставление данных о текущей ситуации в отрасли экономики ЕАЭС (ключевые производственно-экономические показатели за период, максимально приближенный к текущему и не входящий в анализируемый в ходе расследования период). В нашем случае, вероятнее всего, запросят данные за полный 2020 г.
- Публичные слушания. В текущей ситуации - обмен письменными комментариями. В случае улучшения обстановки - очный формат с последующим предоставлением письменных комментариев по итогам.
- Публикация доклада ЕЭК о результатах расследования с комментариями на него. С получением комментариев от потребителей объекта расследования и отдельных государств-членов ЕАЭС (например, негативной позиции в вопросах принятия решения о введении меры).

В рамках текущего расследования в Лексгард не видит явных предпосылок для таких возражений, но значительный риск появления таких вопросов в дальнейшем всё же есть, т.к. посуда - потребительский, социально значимый товар.

**По предварительным расчетам Лексгард, расчетный размер предлагаемой к введению антидемпинговой пошлины (указан в заявлении) составляет 83,2%. Расчеты ЕЭК – ниже. Размер пошлины в Докладе ЕЭК по итогам расследования не**

## План 2020 (к 2019):

1. Объем продаж категории: 3 100 тонн  
напыление : 30,729 т (1%): + 5%  
накат: 643,58 т (21%): + 5%  
матовая: 2235,050 т (72%): + 2.6%  
фляги 190,712 т (6%): +1.9%
2. Соотношение АПП/матовой:  
БП: 22%/78%  
Сети: 70% АПП/30% матовая
3. Соотношение каналов продаж (сети/дистрибьюторы): 11%/89%

## Факт 2020:

1. Объем продаж по категории: **3 418,86** тонн +14%/+10% (факт 2019/бизнес-план)  
напыление : **22,521** т (<1%): -25%/-27%  
накат: **811,731** т (24%): + 45%/+26%  
матовая: **2 414,321** т (71%): + 8%/+8%  
фляги **170,283** т (5%): -7%/-11%
2. Соотношение АПП/матовой к концу 2020: 25%/75%  
в сенях к концу 2020: 79% АПП/21% матовая
3. Соотношение каналов продаж (сети/дистрибьюторы) к концу 2020: 16%/84%

# Сетевой канал: Прорыв за счет начала продаж в сеть Светофор. Открытие онлайн канала

## 2019

- постоянные и разовые поставки в Магнит, ПЦС, Дикси и несколько региональных сетей

## 2020

- сокращение объемов поставки в федеральные и региональные сети
- начало поставок в Светофор с июня
- начало отгрузок в онлайн канал

## 2021

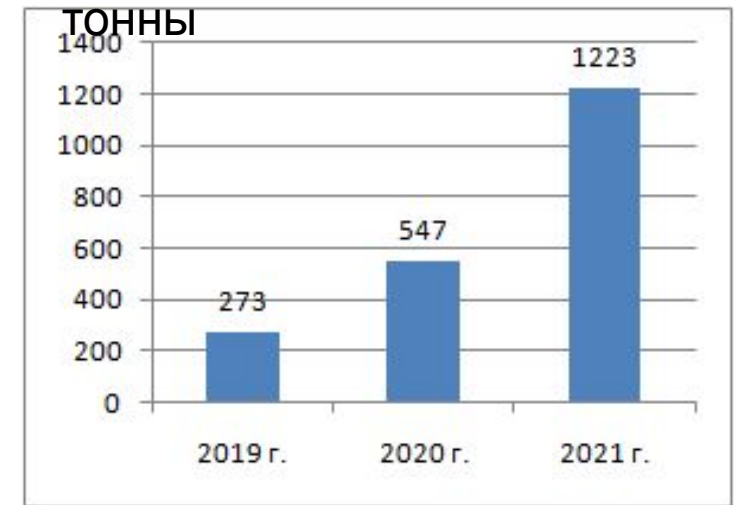
- фокус на поставки в сеть Светофор, как наиболее динамичного представителя формата Дискаунтеров
- расширение присутствия в онлайн канале (Утконос, Ситилинк и пр.)

!!!

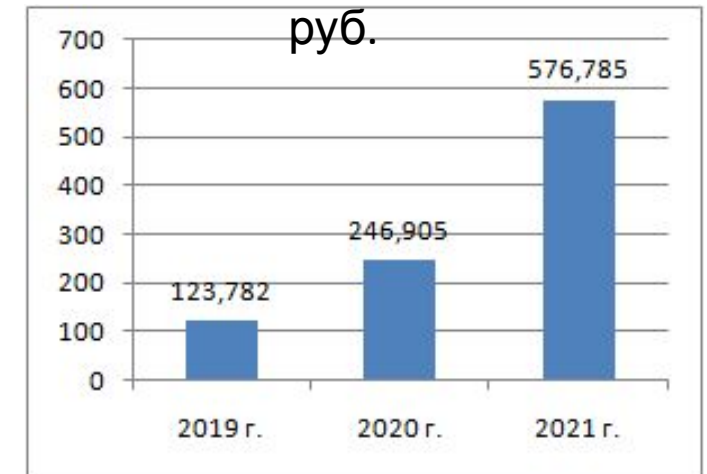
Объем сетевых поставок **МОГ БЫ БЫТЬ** больше при наличии

ТОЕ	Потенциальный дополнительный объем по накату в 2022	шт	т
	Дискаунтеры (фикс прайс, доброцен и др.)	2 700 000	540
	Федеральные и региональные Сети	2 000 000	400
	Интернет площадки (магазины и маркетплейсы)	180 000	60
	Развитее Казахстан	31 691	11
	Развитие Узбекистан	46 131	15
	Заготовки Украина	980 190	237
	<b>Всего накат</b>	<b>5 938 012</b>	<b>1 263</b>

Продажи сетевой канал,



Млн.  
руб.



# Светофор: основной драйвер роста 2020 и 2021

## !!! 2020

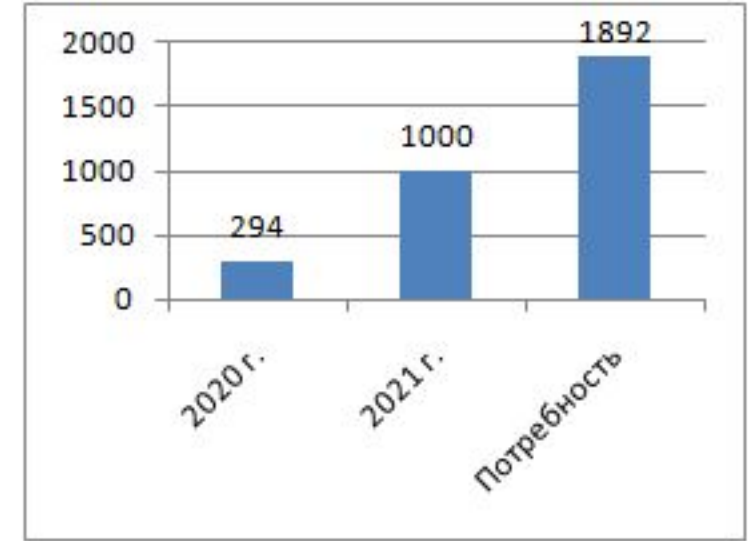
- На данный момент поставляется 10 артикулов.
- Поставки в 5 регионов из 13
- Накат: линейки Хит, Кружево

## !!! 2021

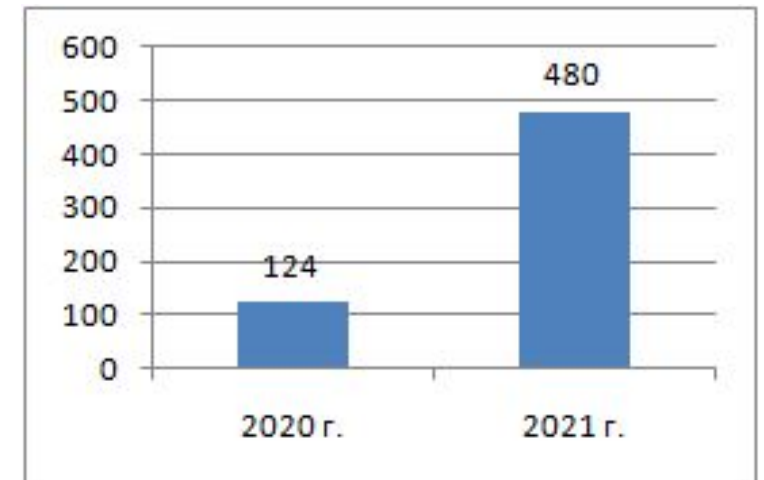
- объемы 70-80 тонн наката при производстве 120-130 тонн в месяц
- Количество покрываемых регионов не увеличится
- Прорабатывается возможность ввода матовой посуды во 2 полугодии 2021

Светофор	ШТ	Т
План продаж 2021	3 412 000	898
Текущая потребность	8 472 000	1 892
Возможный доп.объем	5 060 000	994

Продажи светофор, тонны



млн.руб.





## 2020

### **Напыление (- 8 тн):**

Падение продаж в связи с присутствием на рынке более привлекательных предложений литой/напыление посуды конкурентов по привлекательной цене.

**Фляги (- 6 тн):** продолжение снижения спроса ввиду сужения их области применения. Причина наличие более дешевых субститутов.

**Накат (- 39 тн):** в связи с поставками в Светофор, спрос дистрибьюторского канала в полной мере удовлетворен не был

**Матовая (+ 89 тн):** в связи с привлечением новых оптовых клиентов (в т.ч. 16 тонн для Коломенского молока)

## 2021

### **Статус:**

- Постоянный мониторинг цен
- Жесткая конкуренция со Scovo, Ландскроной в эконом сегменте
- Передел рынка, сокращение дистрибьюторского канала и смещение объемов продаж в сторону сетевого канала и интернет площадок.
- Продолжение падения продаж продукции линии фляг и напыления

### **Цели 2021:**

- удержать достигнутые в 2019 – 2020г объемы продаж с расширением ассортимента , представленного нашими дистрибьюторами в розничных каналах (собственные магазины, торговые сети, интернет каналы).

## СНГ: экспорт составляет 24% от всех оптовых продаж и потенциал роста канала сохраняется

- Казахстан: падение продаж, связанное с длительным карантином и перераспределением каналов продаж
- Узбекистан: экспансия на рынке, а также вызванные карантином перебои с поставками сырья у местных производителей
- Украина: поставки на прежнем уровне, но есть потенциал роста, т.к. в конце 2020 появился клиент, готовый поставлять в сети
- Белоруссия: резкий спад, вызванный рядом обстоятельств: карантин, политическая ситуация и сеть гипермаркетов Евроопт меняет формат магазинов, сокращая категорию нон-фуд
- Ю.Осетия: транзитный регион, через который поставки идут в т.ч. в ДНР и ЛНР. Рост продаж связан с появлением нового партнера, работающего с сетями.
- Киргизия: появление постоянного контрагента с началом прямых отгрузок

### Продажи

2020

Страна	Вес, тн.			Выручка, без НДС руб.		
	2019	2020	20vs.19	2019	2020	20vs.19
Казахстан	361	323	90%	124 076 923	117 303 269	95%
Узбекистан	78	206	264%	27 478 314	74 521 911	271%
Азербайджан	131	124	95%	32 004 190	40 637 043	127%
Украина	102	102	100%	36 369 433	35 278 222	97%
Беларусь	23	15	65%	12 569 634	8 102 737	64%
Армения	7	5	70%	2 682 375	1 795 084	67%
Грузия	24	20	85%	8 196 290	6 519 304	80%
Ю.Осетия	4	11	315%	1 624 816	5 481 343	337%
Киргизия	0	26			8 822 007	
<b>Всего СНГ</b>	<b>730</b>	<b>833</b>	<b>114%</b>	<b>245 001 974</b>	<b>298 460 921</b>	<b>122%</b>
<b>Всего продажи</b>	<b>3 006</b>	<b>3 419</b>	<b>114%</b>	<b>1 345 305 180</b>	<b>1 537 924 827</b>	<b>114%</b>

### Прогноз

2021

Страна	Вес, тн.			Выручка, без НДС руб.		
	2020	2021	21vs.20	2020	2021	21vs.20
Казахстан	323	361	112%	117 303 269	140 000 000	119%
Узбекистан	206	206	100%	74 521 911	82 000 000	110%
Азербайджан	124	135	109%	40 637 043	55 000 000	135%
Украина	102	140	137%	35 278 222	59 000 000	167%
Беларусь	15	20	131%	8 102 737	12 000 000	148%
Армения	5	10	203%	1 795 084	3 900 000	217%
Грузия	20	30	148%	6 519 304	11 000 000	169%
Ю.Осетия	11	12	108%	5 481 343	6 000 000	109%
Киргизия	26	32	123%	8 822 007	12 000 000	136%
<b>Всего СНГ</b>	<b>833</b>	<b>946</b>	<b>114%</b>	<b>298 460 921</b>	<b>380 900 000</b>	<b>128%</b>
<b>Всего продажи</b>	<b>3 419</b>	<b>3 850</b>		<b>1 537 924 827</b>	<b>1 734 899 350</b>	<b>113%</b>

## Склад МСК

### Итоги работы за 6 месяцев 2020 года:

- Запущен нужный комплекс услуг: ответственное хранение и доставка Москва, МО и РФ в сжатые сроки, автоматизирован документооборот;
- В короткие сроки запущены поставки товаров в ведущие маркетплейсы (OZON, Wildberries, Яндекс.Маркет) и в другие интернет-площадки;
- Возможна отгрузка всем категориям клиентов;
- Возможно производить отгрузку по любым требованиям клиентов.

По результатам на конец 2020, московский склад имеет положительный показатель финансовый результат операционной деятельности (704 161 руб.)

### Планы на 2021 год:

- Снизить стоимость доставки в сети, маркетплейсы со склада МСК;
- Разработать, внедрить алгоритм:
  - пополнения стока;
  - пополнения вспомогательными материалами;
  - пополнения индивидуальной упаковки;
- Разработать, внедрить показатель оборачиваемости.



## Снабжение, транспортная логистика

2020 год

### Оснастка для ТНП

- В 2020 году заключены договора с 3 подрядными организациями на поставку оснастки;
- В настоящий момент все 3 поставщика получили ТЗ от производства;
- От двух поставщиков получена готовая оснастка.

### Диверсификация комплектующих для ТНП, поставки из КНР

- Налажены поставки крышек всего ассортимента по цене ниже текущих поставщиков;
- Доработаны и согласованы первые образцы ручек под наши стандарты и требования, в декабре 2020 сформирован 1й заказ, поставка март 2021.

### Транспортная логистика

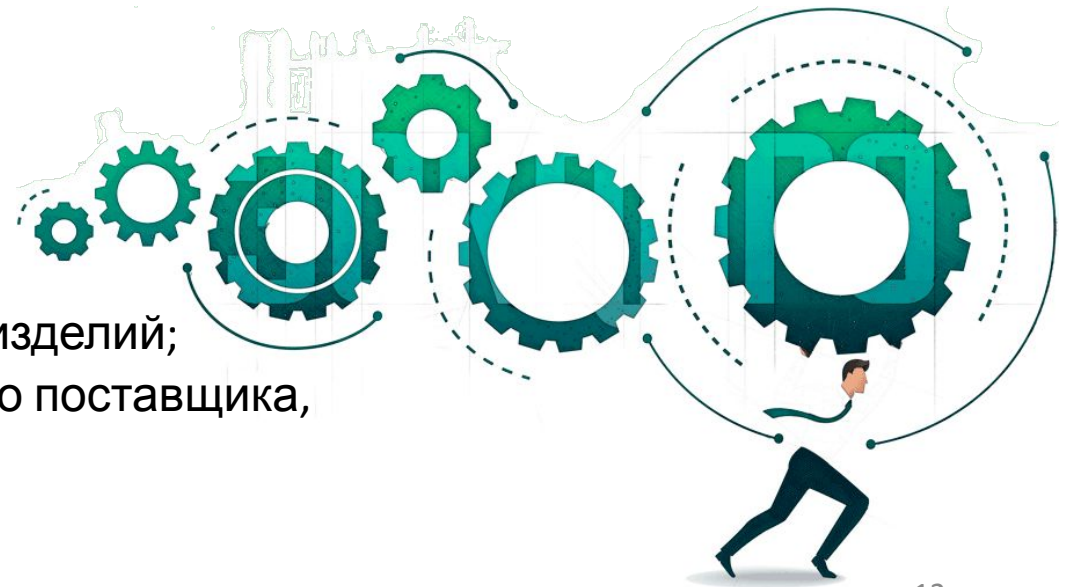
- Привлечены новые перевозчики FTL (ИТЕКО, ПЭК, Деловые Линии) для доставки из БК.

### Итоги:

- Максимально сдержан рост цен на комплектующие;
- Снижена зависимость от текущих поставщиков;
- Снижена стоимость транспортировки.

### Планы на 2021 год:

- Закрытие текущей необходимости в штампах для новых изделий;
- Доработать и согласовать оставшиеся ручки от китайского поставщика, наладить поставки требуемого ассортимента ручек;
- Провести оптимизацию упаковки;
- Провести оптимизацию раскладки на паллете.



# В течение года проводились активности как для партнеров, так и для конечных потребителей

! Контекстная реклама.

Посетители сайта за год:

Яндекс: 53 939, ср. время на сайте 2:16

мин.

Google: 52 772, ср время на сайте 2:09 мин.

! Ведение аккаунта Instagram

372 публикации;

Кол-во подписчиков: 7 474 чел. (с 3 013)

Визиты в профиль: 57 550 (с 10 012)

Охваты: 13 335 921 (с 76 166 в 2019 году)

Показы: 18 814 740 (с 208 265 в 2019)

• Контекстная реклама

• Продвижение аккаунта в Instagram

• Сотрудничество с блогерами Instagram

• Рекламные мероприятия

• Активности на интернет-площадках

• Активности в домашнем регионе

• Активности с дистрибьюторами

• Ведение аккаунтов в соц сетях ( Instagram, Facebook, Youtube)

! Продвижение в Instagram

Охват: 3 203 174 аккаунтов

Показы рекламы: 16 411 232 раз

Частота: 5,12 раз на каждого пользователя.

Общее кол-во кликов: 10 542 раз.

Ср.цена взаимодействия 5,5 руб.

! Сотрудничество с блогерами

3 волны (04/03-22/03, 04/08-25/09, 31/10-6/12)

8 блогеров; 30 постов + 30 сториз

Стоимость 100 показов: 247,19 руб

Доп.подписки на аккаунт: 4 190 чел

Переходы по ссылкам: 21 172

! Стенды (ДСП и металлические)  
Штендеры, Каталоги

! Активности с 4 интернет-площадками:

Wildberries: 2 акции/ Яндекс.Покупки: 3 акции

Mamsy.ru: 2 акции / Онлайнтрейд: 3 акции

В периоды активностей продажи увеличивались в 2-4 раза по сравнению с периодами до и после акций.

## МАРКЕТИНГОВЫЕ АКТИВНОСТИ

## 2020

## 2020

! В оптовом и розничном

сегментах

ИП Рыгалов: 7 акций (опт), 2

(розница)

Спецторг: 1 (опт)

Универсал: 1 (опт), 1(розница)

! Активности в магазинах БК

17.02 – 9.03: 3 магазина

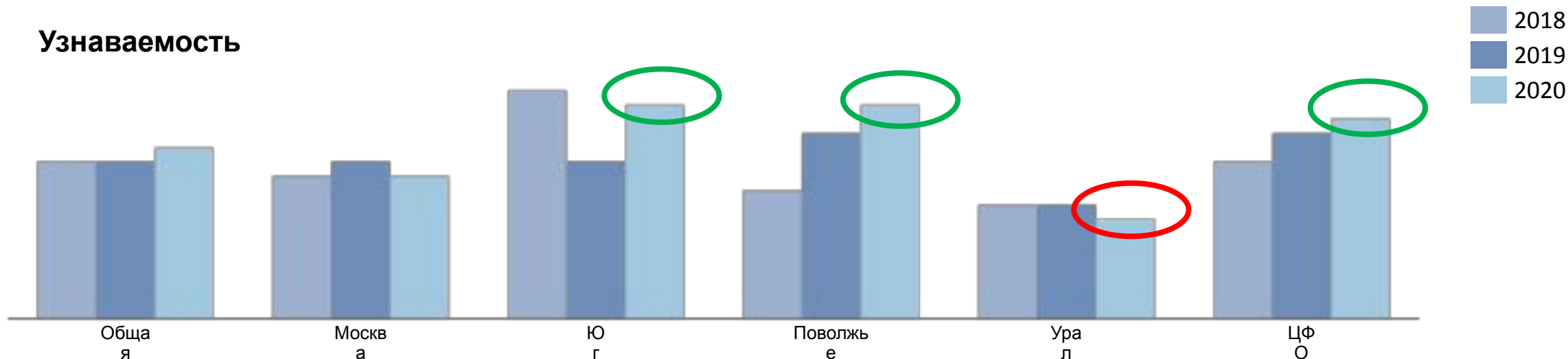
Продано 58% от отгруженного

01.10 – 18.10: 7 магазинов

Продан 81% от отгруженного

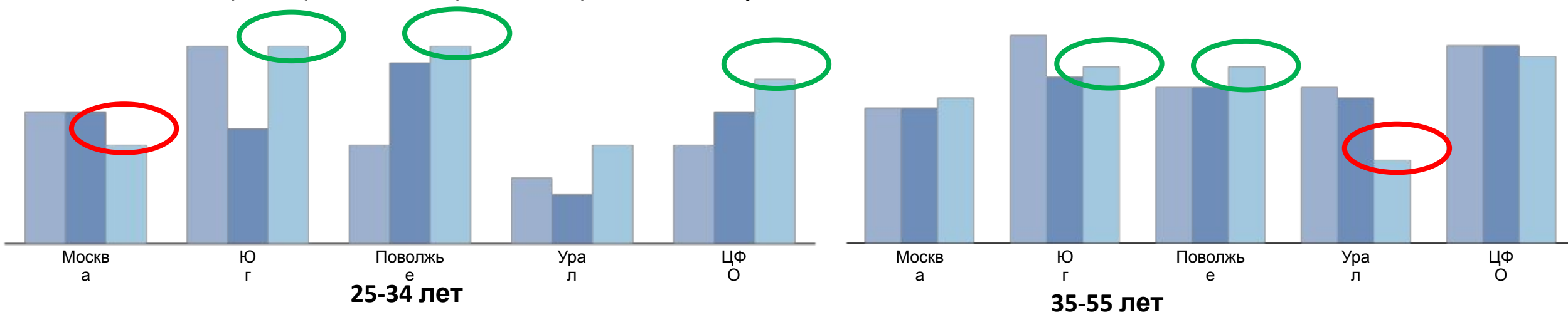
# В 2020 восстановлена узнаваемость марки в домашнем регионе

## Узнаваемость



! Узнаваемость по всем регионам выше у возрастной группы потребителей 35-55 лет, нежели у более молодой группы 25-34 лет, но динамика лучше у более молодой группы

! Рост узнаваемости среди всех возрастных групп на Юге и в Поволжье, а также среди молодой группы на Урале и в ЦФО (без Москвы), что говорит о правильно выбранном направлении коммуникации



**Стратегия посудного бизнеса  
2021: укрепить позиции в накате и  
матовой посуде.  
Напыление: производство только  
востребованных покупателями  
линеек**

## Цели маркетинга 2021

1. Узнаваемость марки по РФ: +2%
  - Юг : 18%: + 3%
  - Москва: 12%: + 2%
  - Поволжье: +18%: + 3%
2. Общее количество контактов через маркетинговые активности (онлайн продвижение + ) - 25 млн. человек (охват онлайн активностей 2020 – 7,5 млн. человек)
3. Выпуск запланированных новинок (согласно плану запуска)
  - накат: 3 новые линейки + 3 расширение (Violet, Sandy, Dream набор повторение)
  - матовая: 1 линейка (тур.посуда) + «утолщенная» мантоварка + кружка 0,25



# Планируемые Маркетинговые активности 2021

## Каналы поддержки

Контекстная реклама

Продвижение аккаунта в Instagram

Сотрудничество с блоггерами Instagram

Рекламные материалы

Партнерское мероприятие (?)

Активности в сетях

Активности на интернет-площадках

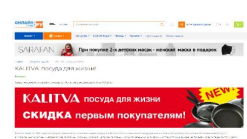
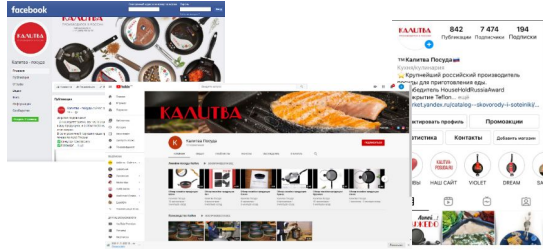
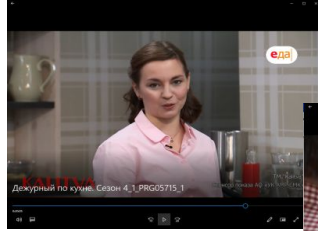
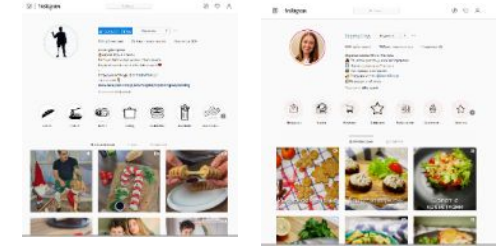
Активности в домашнем регионе

Активности с дистрибьюторами

Ведение аккаунтов в соц сетях (Instagram, Facebook, Youtube)

ТВ Еда (спонсорство)

Партнерство (ПМК, Гильдия Пекарей)



# Текущие проблемы, сдерживающие развитие

1. Недостаток производственных мощностей на линии наката
2. В текущей ситуации дефицита производственных мощностей нет возможности испытывать ни новые штампы, ни новые покрытия на линии наката

# Необходимые действия

## **Накат:**

- Увеличение мощностей текущей линии за счет закрытия существующих «узких» мест (клепка, укладчик)
- Изготовления посуды для индукционных плит для линии наката и напыления
- Закупка дополнительного модуля – нанесение покрытия «каменная крошка» для линии наката

**!!!**

Закупка 2й линии наката