

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%

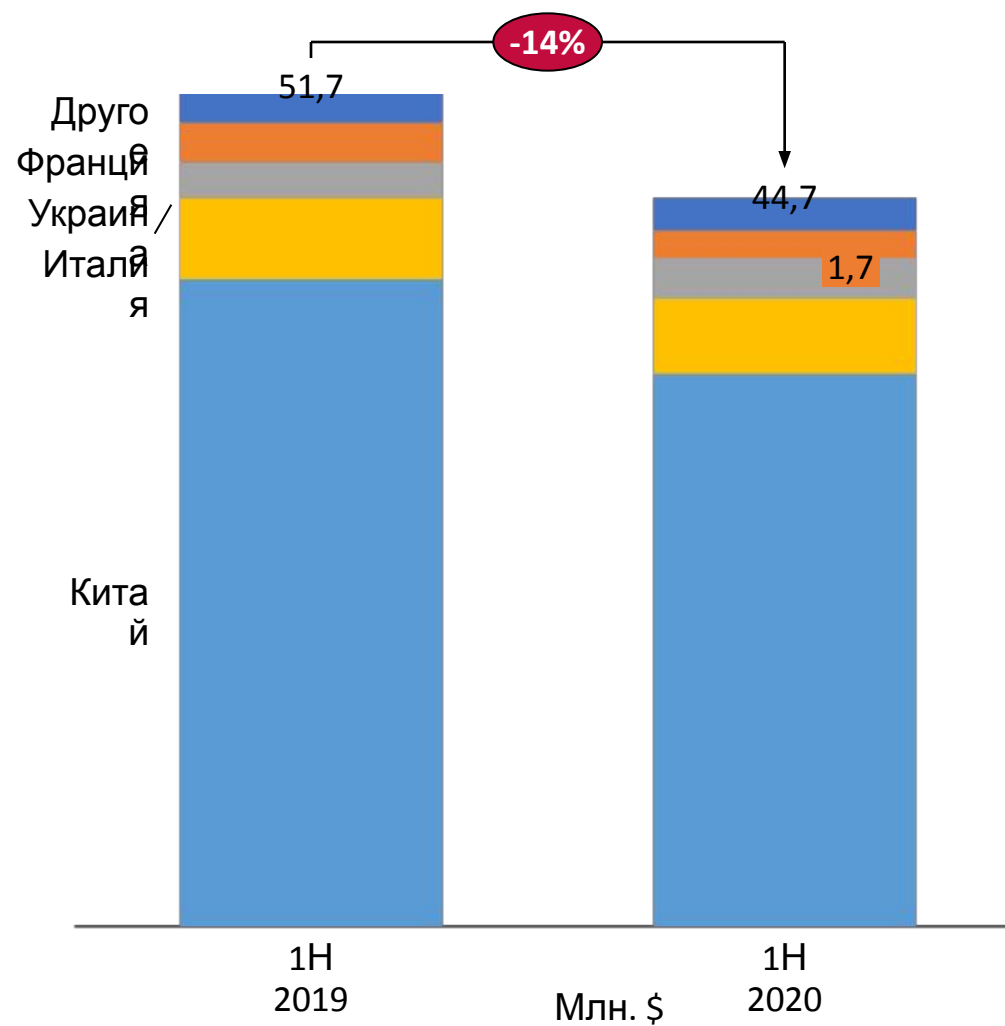
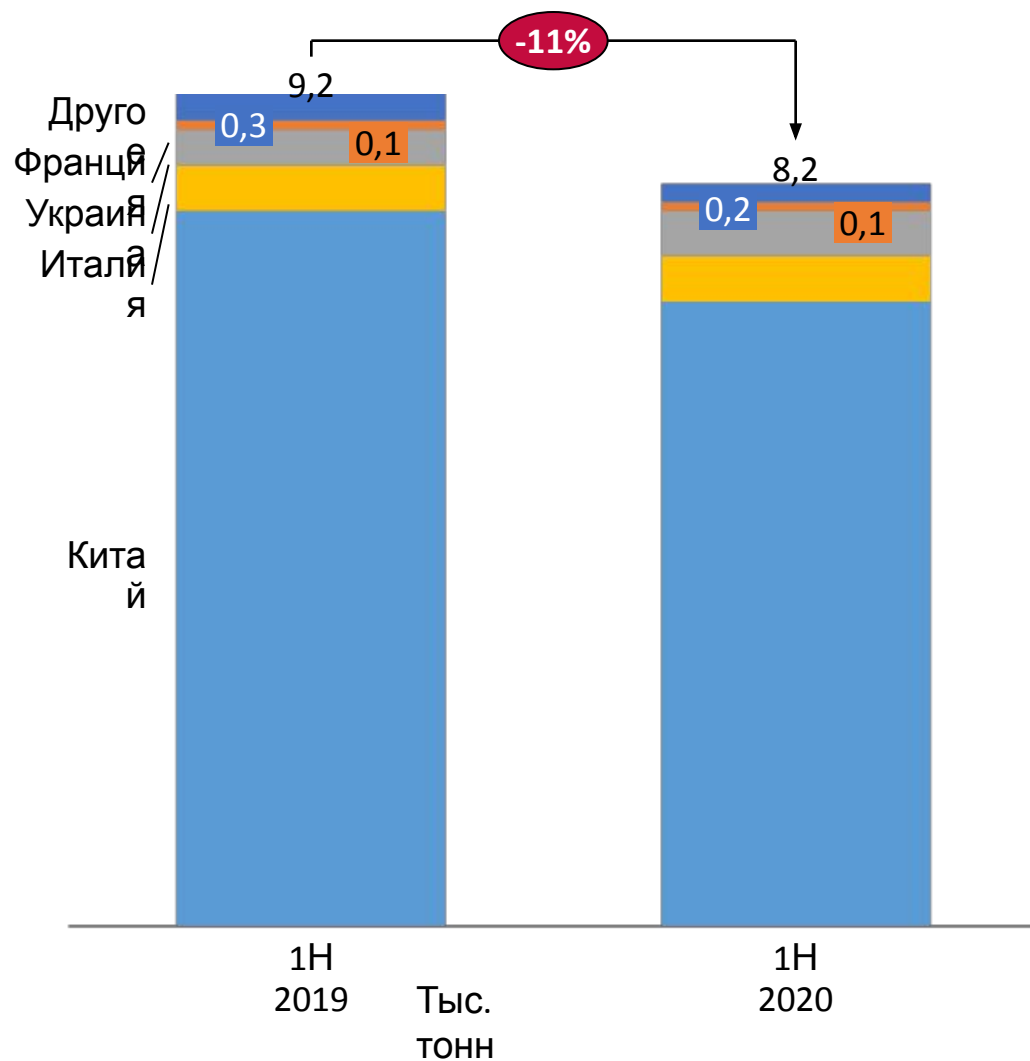
Стали чаще заказывать продукты онлайн (через сайт/приложение)

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 у 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

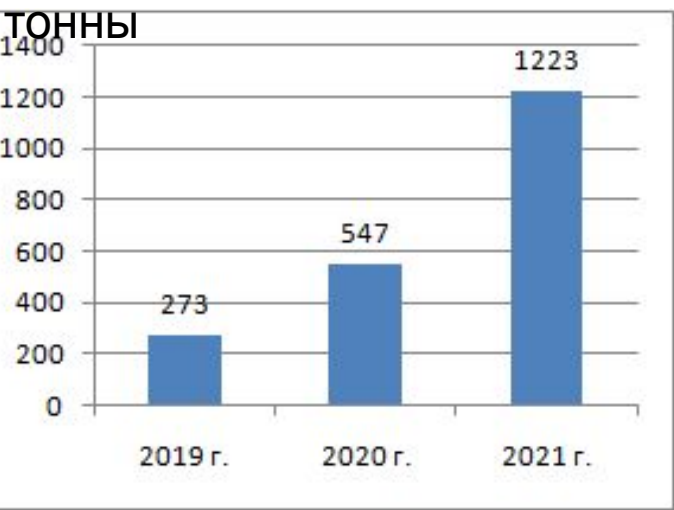
- фокус на поставки в сеть Светофор, как наиболее динамичного представителя формата Дискаунтеров
- расширение присутствия в онлайн канале (Утконос, Ситилинк и пр.)

!!!

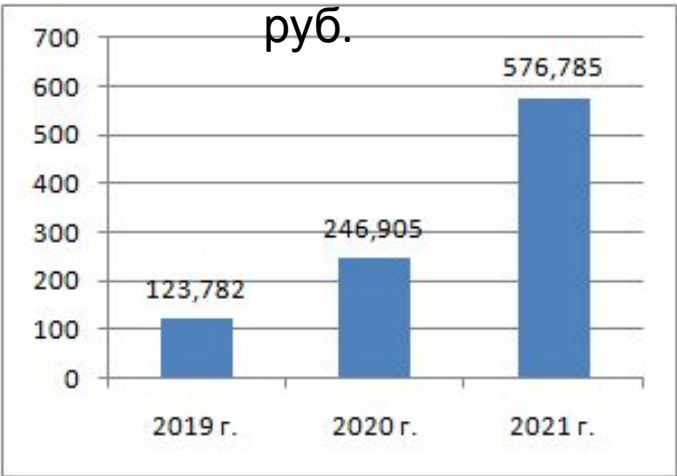
Объем сетевых поставок **МОГ БЫ БЫТЬ** больше при наличии

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
Развите Казахстан	31 691	11
Развитие Узбекистан	46 131	15
Заготовки Украина	980 190	237
Всего накат	5 938 012	1 263

Продажи сетевой канал,



Млн.
руб.



Светофор: основной драйвер роста 2020 и 2021

!!! 2020

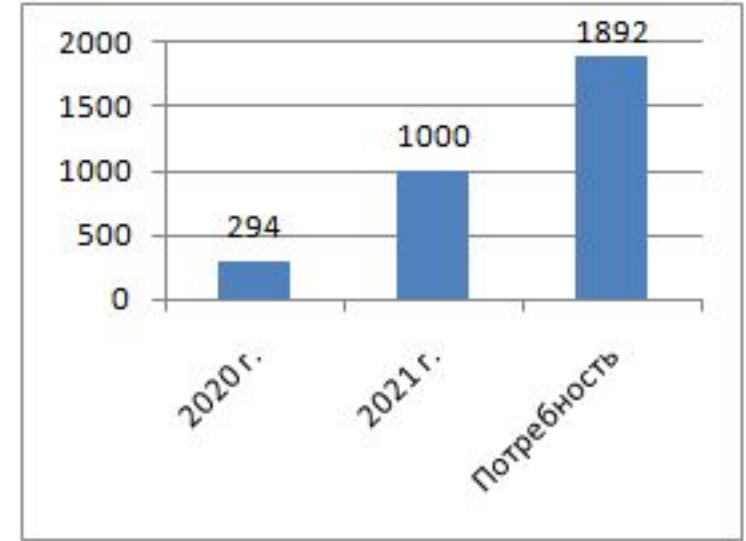
- На данный момент поставляется 10 артикулов.
- Поставки в 5 регионов из 13
- Накат: линейки Хит, Кружево

!!! 2021

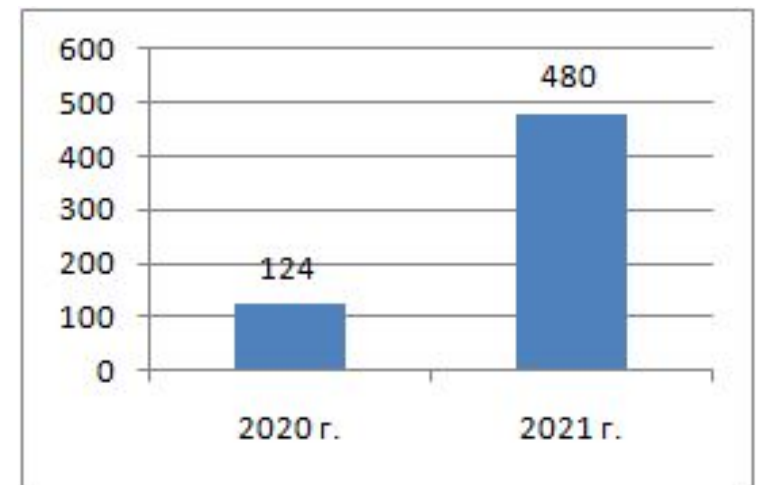
- объемы 70-80 тонн наката при производстве 120-130 тонн в месяц
- Количество покрываемых регионов не увеличится
- Прорабатывается возможность ввода матовой посуды во 2 полугодии 2021

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	
Всего СНГ	730	833	114%	245 001 974	298 460 921	122%
Всего продажи	3 006	3 419	114%	1 345 305 180	1 537 924 827	114%

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%
Всего СНГ	833	946	114%	298 460 921	380 900 000	128%
Всего продажи	3 419	3 850		1 537 924 827	1 734 899 350	113%

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

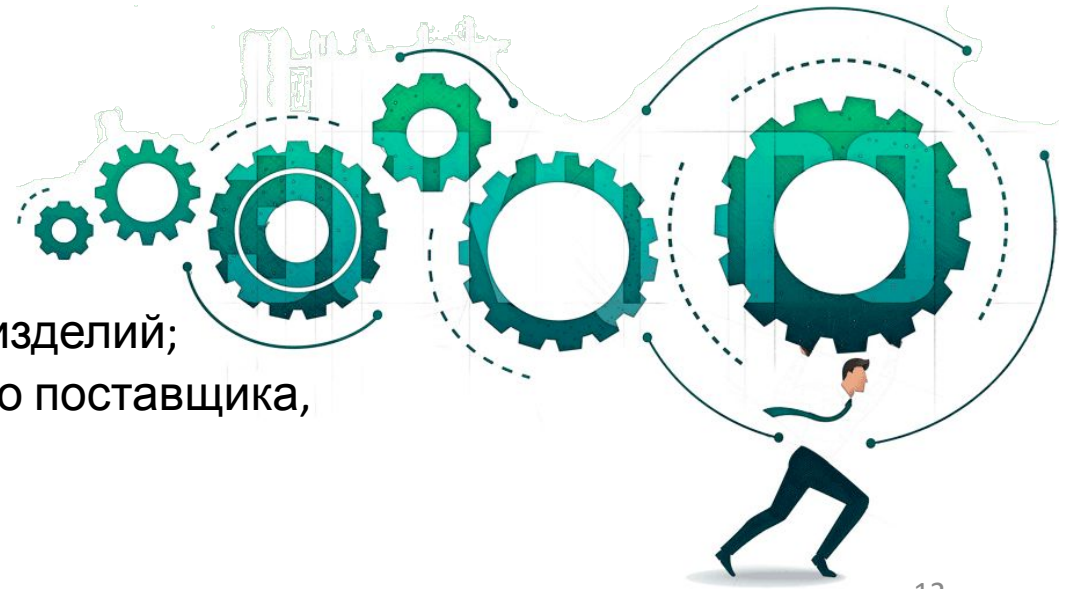
- Привлечены новые перевозчики FTL (ИТЕКО, ПЭК, Деловые Линии) для доставки из БК.

Итоги:

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

Планы на 2021 год:

- Заккрытие 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 материалы

• 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

! 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 оптовом и розничном

сегментах

ИП Рыгалов: 7 акций (опт), 2

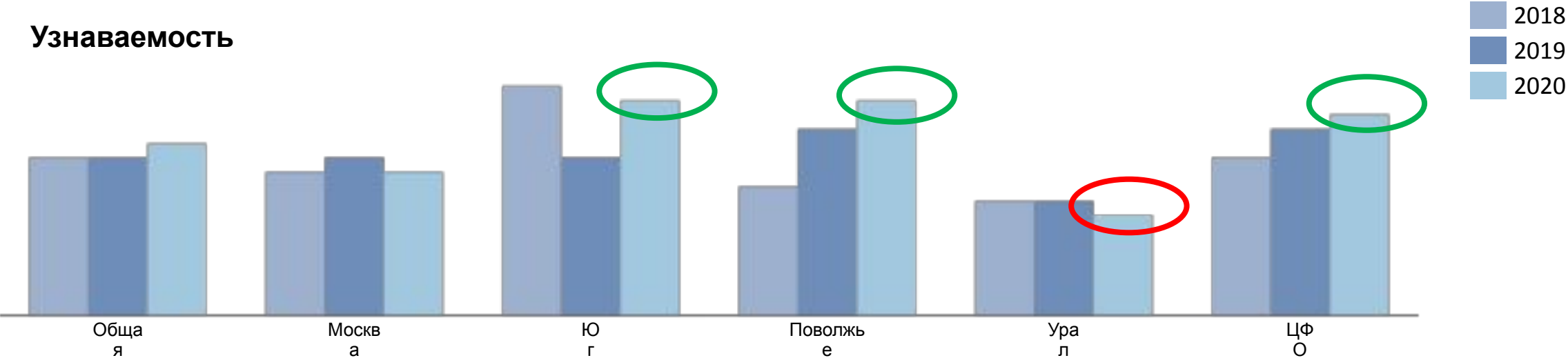
(розница)

Спецторг: 1 (опт)

Универсал: 1 (опт), 1(розница)

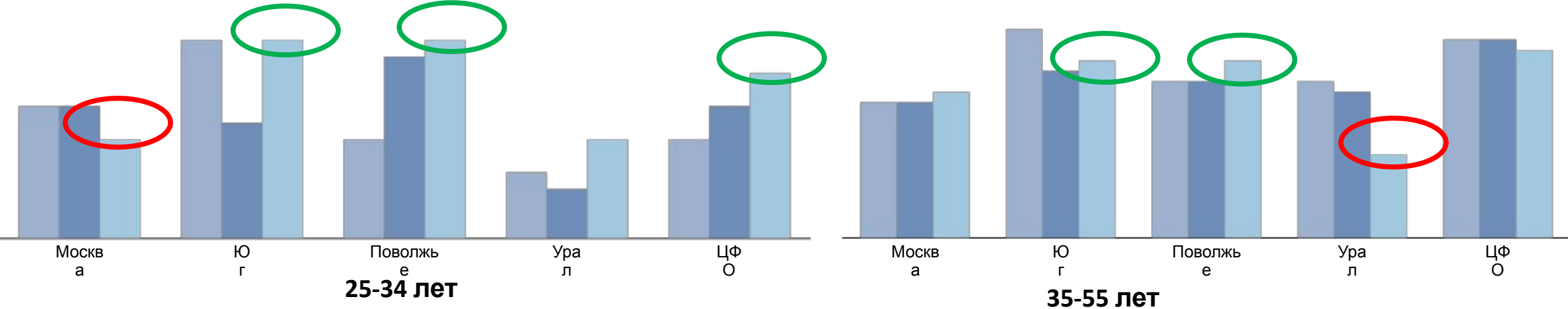
В 2020 восстановлена узнаваемость марки в домашнем регионе

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)

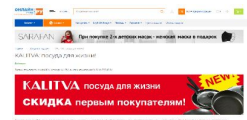
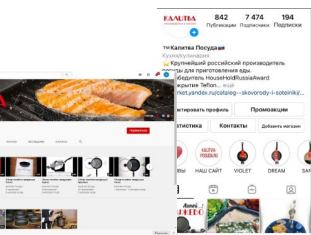
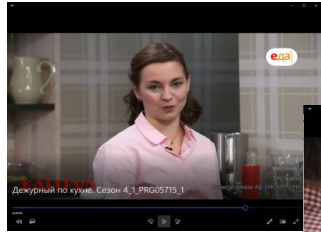
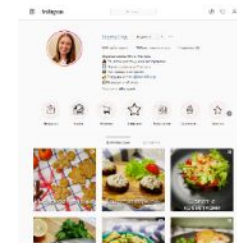
ТВ Еда (спонсорство)

Партнерство (ПМК, Гильдия Пекарей)



Поиск	Создание	Изменения	Удаление	Статус	Дата	Время	Платформа	Бюджет	Факт	Остаток	Средняя цена	Средняя конверсия	Средняя стоимость	Средняя конверсия	Средняя стоимость
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16

Поиск	Создание	Изменения	Удаление	Статус	Дата	Время	Платформа	Бюджет	Факт	Остаток	Средняя цена	Средняя конверсия	Средняя стоимость	Средняя конверсия	Средняя стоимость
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16



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