

ОБЗОР РОССИЙСКОГО И МИРОВОГО РЫНКОВ МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ПО СОСТОЯНИЮ НА 29.04.2022 ГОДА

Правительство отсрочило на 1,5 года поэземплярный учет молочной продукции

Премьер-министр РФ Михаил Мишустин подписал постановление Правительства №741 от 21 апреля 2022 года, вносящее изменения в правила маркировки молочной продукции. Согласно документу, внедрение технологий поэземплярного учета молочной продукции в рамках перехода на обязательную маркировку переносится на полтора года – на 1 июня 2025 года. «Существовавший порядок предусматривал начало поэземплярного отслеживания молочной продукции с 1 декабря 2023 года. Эта технология должна была прийти на смену объемно-артикульному учету, который позволяет проследить путь партии продукции, тогда как поэземплярный учет дает возможность контролировать путь каждой упаковки молочной продукции от конвейера до полки магазина. Теперь сроки такого перехода перенесены на полтора года - с 1 июня 2025 года», - говорится в постановлении. В кабмине отметили, что отсрочка поможет участникам рынка успеть завершить подготовку к переходу в условиях ограничений, которые вызваны внешними санкциями, а также обеспечить устойчивость экономики. Помимо этого, документом предусматривается перенос вывода из оборота путем розничной продажи маркированного мороженого и сыра, а также продукции с несколькими сроками хранения, с 1 июня на 1 сентября 2022 года.

Власти РФ разрешат вдвое увеличить максимальную тару для детского питания - до 0,5 литра

Правительство РФ в качестве новой меры поддержки молочной отрасли намерено разрешить производителям использовать для детского молочного питания упаковку большего объема, следует из сообщения в официальном Telegram-канале вице-премьера РФ Виктории Абрамченко. "Предложили меру поддержки наших молочников (в контексте особенностей применения требований к упаковке): разрешить использовать упаковку объемом в два раза больше (0,5 литра вместо максимальных 0,25 литра) для отдельных категорий детского питания", - говорится в сообщении. Упаковку большего объема предлагается использовать, например, для детских смесей, питьевого молока, кисломолочных продуктов и других подобных продуктов детского питания. "Соответствующие предложения нормативных изменений представит Роспотребнадзор уже в ближайшее время. Это позволит ликвидировать риски дефицита упаковочных материалов", - сказала Абрамченко. Накануне вице-премьер уже дала министерствам ряд поручений, касающихся включения отечественных производителей упаковки в перечень системообразующих организаций. Российские власти неоднократно говорили о проблемах с упаковкой производителей продуктов, в том числе в связи с ростом цен на нее. Проблема обострилась в связи с уходом или изменением формата присутствия на российском рынке крупнейших иностранных производителей упаковки – норвежской компании Elopak (бренд Pure-Pak), Tetra Pak, а также американской Ball Corporation. В частности, в марте молочные предприятия уведомили Минпромторг о возможных перебоях с поставками из-за нехватки упаковки, создаваемой из импортных материалов. После глава Минсельхоза Дмитрий Патрушев отмечал, что российские власти вместе с бизнесом ищут возможности для замены иностранных поставщиков упаковки.

Доля производимой в России упаковки для молочной продукции составляет 95%

До 95% упаковки для российской молочной продукции производится внутри РФ. Об этом сообщил генеральный директор Национального союза производителей молока Артем Белов на агрофоруме "Западные санкции: крах российского рынка продовольствия или точка роста?" в пятницу. "Упаковка делается в России за очень редким исключением. Есть небольшие категории, которые просто в силу очень узкого, небольшого рынка у нас импортировались. Но в целом 95% упаковки в настоящее время производится в России. Проблема, с которой мы сталкиваемся, она такая же, как и везде. Заключается в том, что мы вписаны в глобальные цепочки поставок", - сказал Белов. Он отметил, что в результате разрыва цепочек поставок сырья формируются определенные риски. Однако эти вызовы не носят нерешаемого характера. Этот вопрос может быть решен "достаточно оперативно". По его словам, у производителей и поставщиков упаковки достаточно запасов, по ряду компонентов ведется поиск альтернативных поставщиков как внутри России, так и за рубежом. Ранее вице-премьер РФ Виктория Абрамченко поручила до 5 мая провести анализ роста цен в различных сегментах упаковки и подготовить предложения по сдерживанию роста цен на сырье для нее. Кроме того, вице-премьер поручила Минпромторгу, Минэкономразвития в рамках подкомиссии по таможенно-тарифному регулированию рассмотреть вопрос об обнулении ввозных таможенных пошлин на импортируемое сырье и оборудование, используемые при производстве различных видов упаковки.

Молочная продуктивность коров выросла почти на 6%

Надои молока на одну корову в сельхозорганизациях (кроме СМП) в январе-феврале 2022 года выросли в среднем на 5,9% (+72 кг), до 1 291 кг. Такие данные приводятся в отчете Аналитического центра Milknews. Как отмечают эксперты, повышение продуктивности стало следствием продолжения процесса восстановления рационов на фоне повышения цен на молоко и доходности в начале 2022 года. Вместе с тем из-за удешевления рационов в II-III кварталах 2021 года в целях снижения операционных затрат на фоне роста цен на корма в январе-феврале 2022 года отмечалось сокращение продуктивности в 16 регионах РФ. При этом в регионах из числа топ-25 производителей товарного молока снижение продуктивности в 2022 году не отмечается.

Производство сыров и сырных продуктов выросло на 3,6%

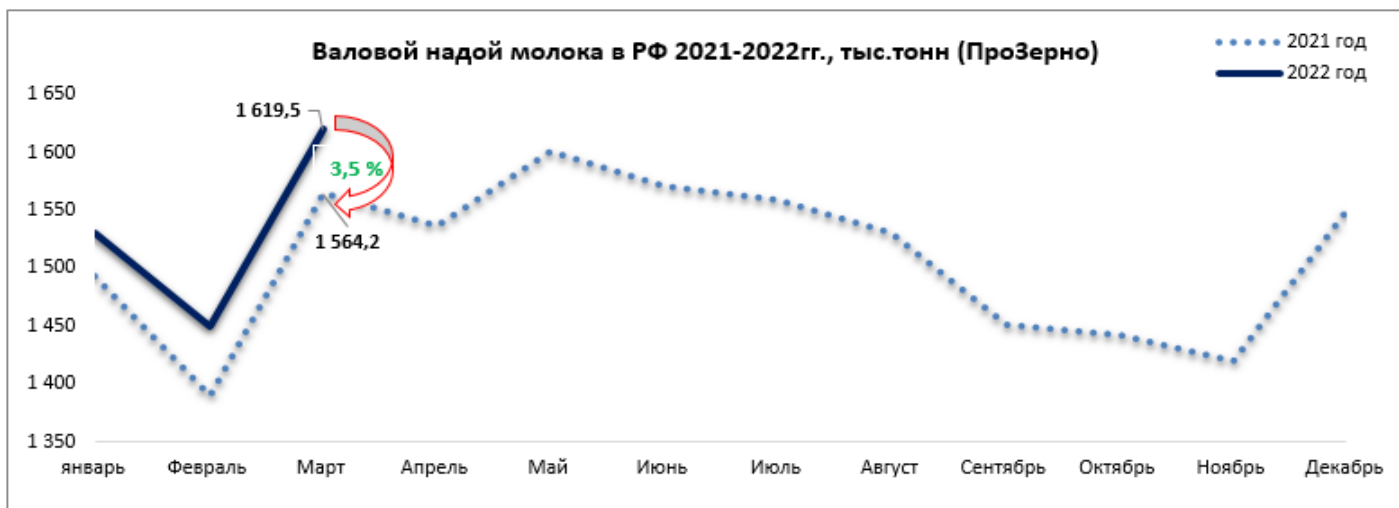
Производство сыров и сырных продуктов в январе-феврале 2022 года по сравнению с аналогичным периодом 2021 года выросло на 3,6% - до 125,9 тыс. т. Такие данные приводятся в отчете Аналитического центра Milknews. При этом производство сыров увеличилось на 6% - до 97 тыс. т. А выпуск сырных продуктов снизился на 3,9% - до 28,9 тыс. т. Потребление продуктов категории по итогам 2021 года по сравнению с 2020 годом выросло на 4,6% - с 1 млн т до 1,05 млн т, в том числе сыров – на 5,1%, а сырных продуктов – на 2,6%. Запасы сыров и сырных продуктов на складах молокоперерабатывающих предприятий к концу февраля этого года выросли на 4,8% (до 53,6 тыс. т), в том числе сыров – на 3,7% (до 40,2 тыс. т), сырных продуктов – на 8,4% (до 13,4 тыс. т).

Производство мороженого выросло на 21%

Производство мороженого в январе-феврале 2022 года по сравнению с аналогичным периодом 2020 года увеличилось на 21% до 62,1 тыс. т. Такие данные приводятся в отчете Аналитического центра Milknews. При этом потребление данной категории молочной продукции по итогам 2021 года выросло на 13,9%, до 502,4 тыс. т. Запасы мороженого на складах производителей к концу февраля 2022 года по сравнению с тем же периодом 2021 года увеличились на 27%, до 44,6 тыс. т.

Выпуск важнейших видов продукции в РФ (gks.ru)

Наименование продукции	1 квартал 2022 г.	март 2022 г. в % к		1 квартал 2022 г. в % к 1 кварталу 2021 г.
		марту 2021 г.	февралю 2022 г.	
Молоко, кроме сырого, млн. тонн	1,5	106,0	112,5	104,4
Масло сливочное, тыс.тонн	70,3	117,7	125,7	111,1
Сыры, тыс.тонн	150,0	105,7	112,8	105,9



Индекс потребительских цен в России (gks.ru)

	Изменения цен			
	22 апреля 2022 г.	15 апреля 2022 г.	22 апреля 2022 г. к концу	
	к предыдущей дате регистрации		марта 2022 г.	декабря 2021 г.
Масло сливочное	100,7	100,9	103,0	113,2
Молоко питьевое цельное пастеризованное	100,8	100,6	102,7	111,6
Молоко питьевое цельное стерилизованное	101,4	101,4	104,1	112,8
Сметана	100,6	100,9	103,1	112,3
Творог	100,5	100,4	102,1	109,6
Сыры сычужные твердые и мягкие	100,8	100,7	102,8	111,1

Средние потребительские цены на молоко и молочную продукцию в РФ на 22.04.22 г. (руб.), (Росстат)

	Сметана, кг	Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности, л	Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности, л	Творог, кг	Сыры сычужные твердые и мягкие, кг	Масло сливочное, кг
Российская Федерация	279,91	71,94	98,34	408,85	728,47	825,85
Центральный федеральный округ	301,76	74,24	100,18	431,83	778,76	900,56
Северо-Западный федеральный округ	271,06	74,56	101,93	428,91	722,49	957,73
Южный федеральный округ	285,62	72,64	93,76	382,05	702,09	739,77
Республика Адыгея	278,51	62,46	99,05	394,76	747,36	812,20
Республика Калмыкия	314,97	95,22	107,33	599,38	727,07	737,27
Республика Крым	308,74	88,73	101,03	439,13	752,55	958,90
Краснодарский край	279,08	68,62	98,21	351,22	715,17	696,27
Астраханская область	266,92	71,41	86,32	400,10	754,68	846,86
Волгоградская область	288,71	73,64	82,02	366,06	652,78	752,99
Ростовская область	287,98	69,80	94,01	388,61	681,38	688,53
Северо-Кавказский федеральный округ	275,23	83,77	96,46	366,80	602,50	802,97
Республика Дагестан	305,10	104,16	105,82	371,82	563,84	833,90
Республика Ингушетия	337,39	107,62	118,47	351,67	546,27	797,52
Кабардино-Балкарская Республика	315,24	68,17	94,70	341,85	572,31	756,26

Карачаево-Черкесская Республика	287,18	84,05	107,68	372,34	679,21	884,48
Республика Северная Осетия - Алания	263,80	68,70	100,03	357,35	630,64	697,92
Чеченская Республика	261,04	94,43	98,11	372,18	538,31	804,69
Ставропольский край	252,05	75,14	82,00	372,65	623,25	773,50
Приволжский федеральный округ	242,95	64,21	87,99	344,83	649,66	716,28
Уральский федеральный округ	280,60	70,24	105,39	431,40	759,86	796,48
Дальневосточный федеральный округ	372,18	91,62	105,34	519,41	858,87	985,36
Сибирский федеральный округ	270,24	74,09	101,70	400,64	675,06	777,75

Средние потребительские цены на молоко и молочную продукцию в России в 2021-2022 гг. (руб.)

Наименование	01.04.22	08.04.22	15.04.22	22.04.22	Изменение за месяц, %	Изменение к началу 2022 г., %	Изменение к аналогичной дате 2021 г., %
Сметана, кг	272,1	275,9	278,2	279,91	4,2	10,7	22,8
Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности, л	70,1	70,9	71,4	71,94	3,7	9,7	21,4
Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности, л	94,7	95,7	97,0	98,34	5,4	11,1	22,0
Творог, кг	401,5	405,5	407,0	408,85	3,1	8,6	
Сыры сычужные твердые и мягкие, кг	709,1	717,5	722,7	728,47	3,7	9,7	20,6
Масло сливочное, кг	803,3	812,6	820,4	825,85	4,2	11,2	26,8

Артем Белов назвал долю валютной составляющей в цене российского молока

Изменение цен на молоко в России происходит в том числе из-за колебаний курса рубля. Какой процент иностранной валюты заложен в стоимость этого продукта, рассказал в интервью радио Sputnik генеральный директор "Союзмолока" Артем Белов.

Санкции, логистические трудности и колебания курсов валют приводят к подорожанию продуктов питания. На молоке весь этот список проблем сказывается в меньшей степени, потому что его полностью производят и обрабатывают внутри страны, объяснил генеральный директор Национального союза производителей молока "Союзмолоко" Артем Белов. Только 10-20 процентов стоимости сырого молока приходится на импортные составляющие, пояснил он.

"Все молоко в России производится и перерабатывается на фермах и предприятиях внутри страны. Несмотря на это, в себестоимости этого продукта есть ряд импортных составляющих. В случае с сырым молоком речь идет об импортных ветеринарных препаратах и кормовых добавках для коров. Кроме этого, нашим фермам и предприятиям переработки нужно зарубежное оборудование, запасные части к нему и импортная упаковка для готовой продукции. В целом в себестоимости молока с фермы валютная составляющая варьируется от 10 до 20 процентов. Если мы говорим о молочных продуктах с предприятий по переработке, то там доля валютной составляющей составляет от 15 до 25 процентов", – уточнил Артем Белов в интервью радио Sputnik.

Таким образом, по словам эксперта, если молоко и будет дорожать в России, то значительно медленнее, чем остальные продукты питания.

"Курсы валют, конечно, влияют на себестоимость молока. Я думаю, что она будет расти. Но, с другой стороны, важно понимать, что молочная категория занимает порядка 20 процентов потребительской корзины, если мы говорим о продуктах питания. Это социально значимая категория. В этом смысле возможности у производителей по увеличению цен без серьезного влияния на объемы потребления довольно невелики. Мы сейчас видим, что цены на молоко растут медленнее, чем в среднем цены на продовольствие, что подтверждает этот тезис", – заключил Артем Белов.

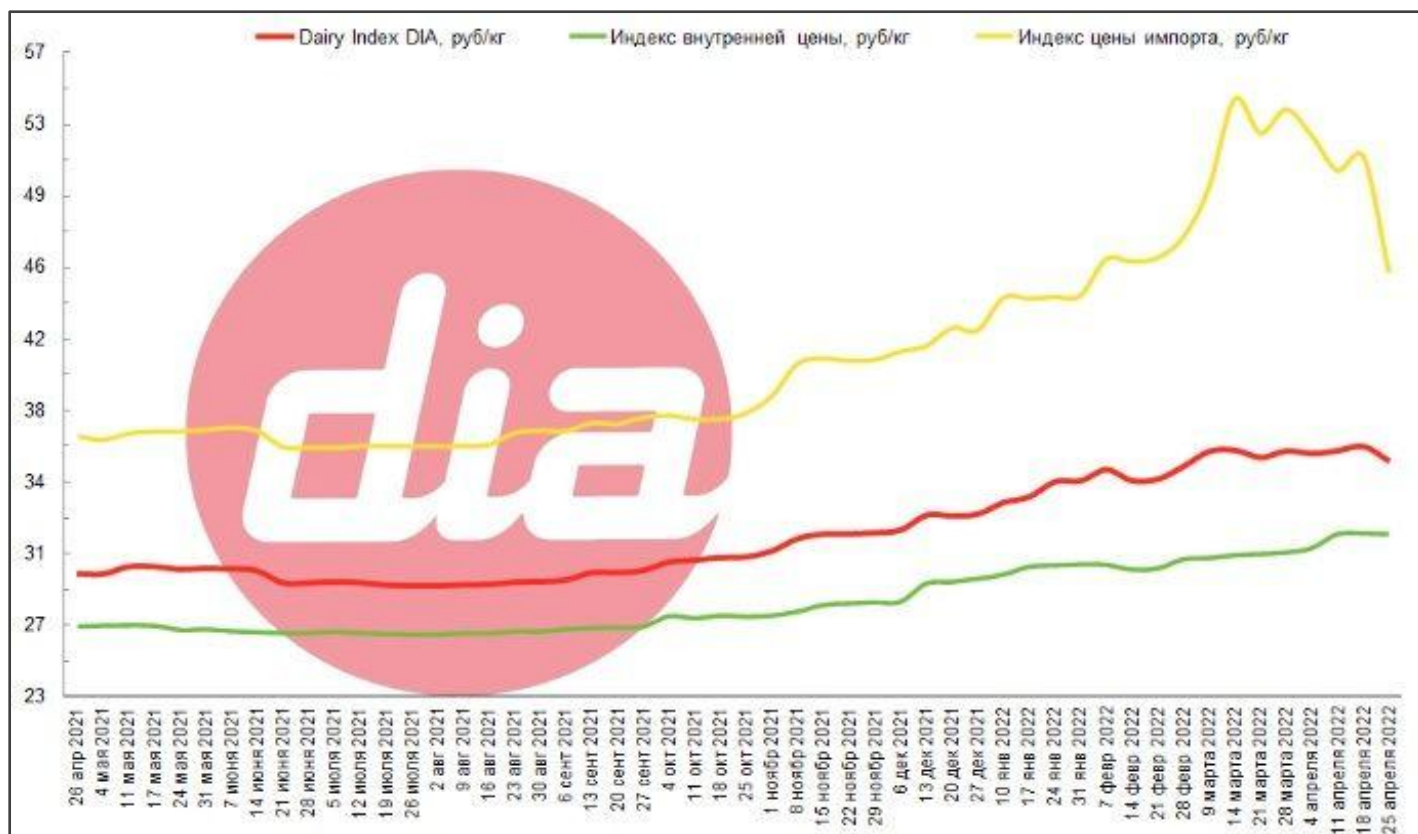
Монитор цен (источник Молинформ)

13.04.2022 г.	Средняя		Покупка		Продажа	
	от	до	от	до	от	до
СОМ	275,0	285,0	270,0	280,0	280,0	290,0
Масло 82%	557,5	572,5	550,0	565,0	565,0	580,0
Масло 72%	480,0	490,0	475,0	485,0	485,0	495,0
СЦМ	375,0	387,5	370,0	380,0	385,0	390,0
Сыворотка сухая	80,0	90,0	75,0	85,0	85,0	95,0

Цены указаны в рублях с учетом НДС 10%

Dairy Index DIA снизился на 2%

Dairy Index DIA на 25 апреля 2022 составил 35,33 руб/кг (без НДС, жир-3,6%, белок-3,0%), на 2% ниже прошлой недели и 19,9% выше конца апреля 2021 года. Ключевым фактором снижения индекса стало снижение цены импорта. Аналитики DIA обновили данные импорта молочной продукции, в расчете цены импорта снизилась доля самой дорогой пары СОМ+Масло, выросла доля пары Сыр+Сыворотка и СЦМ. Средневзвешенная цена на молоко в России по данным краудсорсингового приложения MILK PRICE INDEX DIA также начала снижаться.



По данным приложения Milk Price Index DIA средневзвешенная цена на молоко в России снизилась на 0,16% до 31,51 руб/кг, что на 18,1% выше цены конца апреля 2021 года. Цены на сырое молоко снизились в Московской области, Алтайском крае. Рост цен на молоко наблюдался в Краснодарском крае, Карачаево-Черкесской Республике и Ярославской области.

Аналитики DIA обновили данные импорта. Выросли объемы импорта всех биржевых молочных продуктов из Республики Беларусь, СМ, СЦМ, сухой сыворотки, сливочного масла и особенно сыров. В расчете цены импорта снизилась доля самой дорогой пары СМ+Масло и выросла доля СЦМ и пары Сыр+Сыворотка, что стало ключевым фактором снижения цены импорта. Индекс цены импорта снизился на 11,8% до 45,22 руб/кг, по сравнению с апрелем 2021 показатель выше на 23,35%

Цена импорта пары СМ+Масло снизилась на 5,2% до 59,77 руб/кг (1 кг в пересчете на молоко). Цена импорта пары Сыр+Сыворотка снизилась на 6,1% до 39,72 руб/кг. Цена импорта СЦМ снизилась на 1,3% до 40 руб/кг.

Что изменится на рынке молочных продуктов в 2022 году?

В 2021 рынок молочных продуктов в целом не показал ни роста, ни падения. По данным исследовательской компании N Tech, динамика продаж молочных продуктов в сетевом канале в прошлом году составила минус 0,1%. Стагнация на молочном рынке легко объяснима. Реальные доходы населения из-за пандемии упали, что помешало покупателям увеличить объем потребления, а резкого падения спроса не произошло, т.к. молочные продукты – товары первой необходимости и покидают потребительскую корзину в последнюю очередь.

Рост в 2021 году продемонстрировали всего две категории - сливки и сыры, они прибавили 8,4% и 2,4% соответственно, при этом положительную динамику сырной категории в основном обеспечили творожные сыры. Увеличение спроса на эти категории обусловлено тем, что в условиях удаленной работы, периодических закрытий ресторанов и кафе потребители начали активно готовить дома. Остальные молочные категории в 2021 году в лучшем случае повторили продажи 2020-го (йогурты, сметана, молоко, творог), в худшем - показали отрицательную динамику: масложировая группа упала на 5,6%, кисломолочная продукция - на 2,7%

В 2022 году в связи со сложившейся ситуацией, высоким уровнем инфляции и возможным ростом безработицы вероятно падение продаж на молочном рынке в целом. В первую очередь, снижение покажут более дорогие категории не первой необходимости - творожно-десертная группа и йогурты, во вторую - масло, творог, сметана и сыры. При этом вне зависимости от категории произойдет переориентация спроса на низкий ценовой сегмент. Особенно в регионах, где потребитель исторически более чувствителен к ценам на продукты питания. В этом году будет расти потребление молока в пленке, творога во флоупаке, возрастет спрос на продукцию с заменителями молочного жира.

Сокращению потребления молочных продуктов будет способствовать и ощутимый рост цен на них. Последнее будет происходить из-за существенного повышения стоимости сырья, упаковки, оборудования и комплектующих, их возможного дефицита, а также увеличения ставок по коммерческим кредитам. В 2021 году рост отпускных цен на молочную продукцию (7%, по данным N Tech) серьезно отставал от увеличения полной себестоимости их производства (25%, по оценке «Союзмолоко»). Происходило это по той причине, что сетевой ритейл ощущал сдерживав продуктовую инфляцию, ограничивая производителей в количестве и размере повышений цен на свою продукцию. Фактически это означало, что бремя возросших затрат несли в основном производители и в меньшей степени - покупатели. Из-за этого многим средним и мелким игрокам пришлось уйти с рынка или продать бизнес.

В 2022 году у производителей нет и не будет иного способа выжить, кроме как синхронизировать рост себестоимости с повышением отпускных цен. К счастью для отрасли, по итогам первого квартала 2022-го очевидно, что сетевой ритейл относится к ситуации с большим пониманием и лишь отчасти тормозит принятие новых цен.

Тем не менее, из-за длительного ухудшения рентабельности молочного производства консолидационные процессы в отрасли продолжатся. Крупные игроки будут поглощать средние и небольшие производства в регионах. И если в 2021 году, по данным исследовательской компании N Tech, на долю первых топ-10 производителей приходилось 53% продаж в сетевом канале, то к концу 2022 года уровень консолидации может достигнуть отметки 55-60%.

Примечательно, что из топ-10 игроков рынка только два в 2021 году показали рост: компания PepsiCo прибавила 0,54% и условно собирательный производитель СТМ (все производители, которые выпускали продукцию под собственными торговыми марками сетей в 2021 году) вырос на 4,74%. Эта печальная статистика означает, что основным драйвером роста на рынке является продукция СТМ, доля продаж которой в 2021 году составила 14% в целом, а в отдельных категориях от 5% до 38%.

Учитывая, что в планах Х5 и «Тандера» («Магнит») довести долю СТМ в своем портфеле до 25-30% к 2025 году, и то, что о старте проектов СТМ объявили хард-дискаунтеры, рынок брендированных продуктов будет сокращаться еще сильнее, а продажи СТМ расти. Эти тектонические сдвиги на рынке будут связаны не только с возможностями и желанием сетевого ритейла, сколько с удачно складывающейся конъюнктурой для развития СТМ: потребитель будет выбирать, прежде всего, по цене, его лояльность к известным брендам будет и дальше снижаться, а производители вместе с тем станут еще жестче конкурировать в тендерах на производство СТМ-продуктов, обеспечивая тем самым широту и дешевизну предложения.

Активное развитие СТМ крупным ритейлом имеет для него и другую, неочевидную на первый взгляд, выгоду - ускорение ухода с рынка локальных сетей. Если последним в 2020–2021 годах было сложно выдерживать ценовую конкуренцию даже в сегменте брендированных продуктов от производителей, то их борьба с СТМ «Пятерочки» или «Магнита» - это заранее проигранная битва. Крупные сделки по покупке «Тандером» сети «Дикси», а «Лентой» - сетей «Семья» и «Билла», прогремевшие на рынке в 2021 году, - первые сигналы начавшейся волны слияний, поглощений и банкротств региональных сетей. Пока российский рынок по степени консолидации отстает от развитых рынков Европы: на топ-10 сетей в 2021 году, по данным исследовательской компании N Tech, приходилось 38% рынка, но уже в 2022-м этот показатель может достичь отметки 50% и приблизить отечественный ритейл к общемировым стандартам.

Все вышеописанные тренды - консолидация рынков сбыта и производства, увеличение доли СТМ и замедление темпов роста рынка молочных продуктов - не новы, начало им было положено задолго до изменений, последовавших после введения внушительного пакета санкций против России. Санкции могут и ускорят их ход, но никак не поменяют вектор.

Гораздо любопытнее с коммерческой и маркетинговой точек зрения взглянуть на тренды, которые резко потеряли свою актуальность или изменили направленность после 24 февраля 2022 года. Среди таковых - три основных, активно муссируемых в кулуарах причастного к молочному рынку бизнес-сообщества. Главный - уход с иглы промоакций, сокращение промо-давления. На протяжении февраля и марта производители продуктов питания массово отзывали акции в сетях и меняли свои промо-календари. Многие эксперты пророчат закат эры бесконечных акций и переход рынка на продажи товаров по регулярной цене. Прекрасная, но явно несбыточная перспектива. Дело в том, что привычка потребителей покупать товар по акции складывалась не один год. Доля акционных продаж на молочном рынке к концу 2021 года, по данным исследовательской компании N Tech, достигла 32%, а наиболее промотируемыми категориями были йогурты, сметана, молоко и творожная группа.

Ценовые снижения давали все игроки без исключения, более того, от частоты и глубины их промо во многом зависела устойчивость товарных позиций в матрице сети. Цепочка «мало акций - немного продаж - вывод из сети» известна всем игрокам рынка и проверять свои продукты на возможность успешного сопротивления ей давно никто не пытался. Для того, чтобы сейчас рынок перестроился на новую реальность с малым количеством акций, производители всех продуктовых категорий должны договориться одновременно и существенно сократить свое акционное предложение. Подобное единодушие в условиях стремительного сокращения объемов потребления в целом и брендированных продуктов в частности вряд ли возможно. Уже к маю глубина и частота акций вернуться к прежним значениям, другой вопрос, что из-за резкого роста регулярных цен акционные цены в лучшем случае будут равны тем регулярным ценам, что были актуальны еще в начале февраля этого года.

Если за будущее промоакций можно не переживать, то переход двух других трендов из 2021 года в 2022-й действительно под вопросом. Eco friendly упаковка и продукты немолочного происхождения (так называемое растительное немолоко) - самые модные темы всех молочных конференций до 2022 года, что будет происходить с ними?

Справедливости ради стоит отметить, что несмотря на всю растиражированность этих тем, популярность альтернативных молочных продуктов и экологичной упаковки была сильно преувеличена той немногочисленной частью целевой аудитории и производителей, кто непосредственно приобретал и производил их. Да, по данным исследовательской компании N Tech, альтернативная «молочка» в 2022 году приросла на 33% в натуральном выражении, но такая динамика объясняется не только и не столько повсеместным интересом к данным продуктам, сколько эффектом низкой базы. Даже при увеличении потребления год к году на 33% доля этих продуктов занимает меньше 1% от рынка молочных продуктов в целом. В 2022 году мы, скорее всего, увидим замедление темпов роста альтернативных немолочных продуктов растительного происхождения. Это будет связано с тем, что потребители-новаторы с высоким уровнем достатка и так ввели в свой рацион модные аналоги молочной продукции, а консервативное большинство в этом году будет, в первую очередь, озабочено вопросом поиска и покупки традиционных продуктов для всей семьи, со справедливого, на их взгляд, соотношению цена-качество. Что касается биоразлагаемой и/или легко перерабатываемой упаковки, то на какое-то продолжительное время этот запрос от современного и осознанного потребителя и основных ритейлеров, спешивших удовлетворить его за счет производителей, точно потеряет свою актуальность. Сейчас вся молочная отрасль прежде всего озабочена вопросами обеспечения себя упаковкой в необходимом количестве и по всем товарным группам. Как стало известно в начале марта, зависимость от поставок из-за рубежа самой упаковки, сырья и комплектующих для ее производства в стране по-прежнему велика. Второй вопрос этой повестки – как удешевить резко возросшую из-за ослабления курса рубля стоимость упаковки. Только после успешного решения этих двух насущных задач мы сможем увидеть возврат фокуса на eco friendly упаковку. Подводя итоги, следует сказать, что закаленная вызовами 2021 года молочная отрасль справится и с новыми вызовами начала 2022-го, но их совокупность, ставшая рекордной за последние годы, а также усиление конкуренции за потребителя на фоне падения его реальных доходов приведут к тому, что 2023 год в отрасли встретят действительно сильнейшие: те производители, кто максимально диверсифицировал свой портфель в части продуктовых категорий и сегментов рынка, одновременно достигнув максимальной производственной и коммерческой эффективности, и те сети, чьи рыночные стратегии, размер бизнеса и операционная эффективность доказали свою состоятельность ранее и способны доказывать ее и впредь. (Источник: DairyNews.today)

ОБЗОР МИРОВОГО РЫНКА МОЛОКА

Индекс GDT показал максимальное падение за год

На торгах в середине апреля средний индекс цен на мировом молочном аукционе, организованном новозеландской Fonterra (специализированная торговая площадка GlobalDairyTrade – GDT), сохранил нисходящую динамику и показал наиболее существенное единовременное снижение более чем за последний год. При этом цены на все торгуемые товарные позиции продемонстрировали синхронное снижение. Значение индекса GDT опустилось до уровня 1 507 пт. (в середине апреля 2021 г. – 1 298 пт.), что на 3,6%, или 57 пунктов, ниже уровня предыдущих торгов.

Средневзвешенная индикативная цена на молокопродукты составила по итогам торгов 4 855 USD/т. Объем торгов (22,2 тыс. т) увеличился при этом на 3,1% в сравнении с объемом в начале апреля, но оставался на 11,4% ниже в сравнении с уровнем того же периода 2021 г.

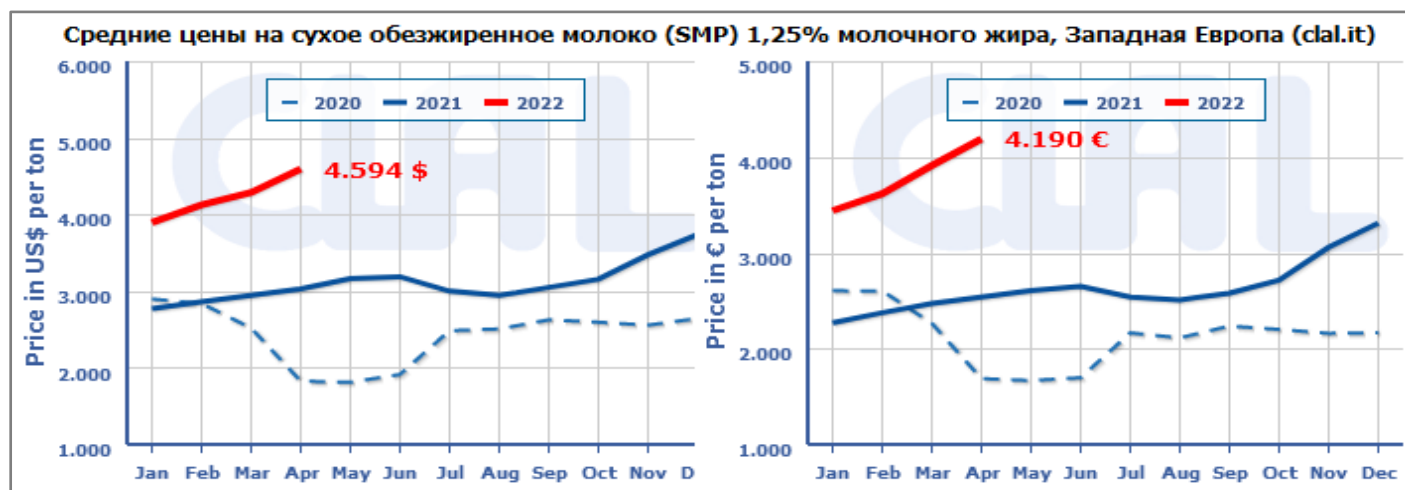
Сухое цельное молоко (СЦМ) – основной товар торговой площадки – подешевело наиболее существенно, потеряв сразу 4,4% (до 4 207 USD/т), и опустилось ниже цены на COM на 201 USD/т (наибольший разрыв в ценах в пользу COM с начала августа 2014 г.). В результате серии последовательных снижений цен в течение трех торговых событий цена на СЦМ опустилась до уровня второй половины января 2022 г. Понижение цен на последних торгах отмечено по всем контрактам, кроме сентябрьских (+33,1%, до 7 000 USD/т), сформировавших верхнюю границу обновленного ценового коридора. Максимальное снижение – по июльским (-7,0%, до 4 153 USD/т) и ближайшим майским (-6,9%, до 4 132 USD/т) поставкам (майские контракты сформировали нижнюю границу коридора цен).

Сухое обезжиренное молоко прервало практически девятимесячный растущий ценовой тренд и откатилось назад на 4,2%, до 4 408 USD/т, нивелировав динамику в марте – начале апреля. Снижение – по всем контрактам. Наибольшее падение цен – по сентябрьским поставкам (-5,3%, до 4 424 USD/т). Нижнюю границу обновленного ценового коридора сформировали июньские поставки (-4,5%, до 4 377 USD/т), верхняя граница ценового коридора обозначена ближайшими майскими поставками (-3,5%, до 4 507 USD/т).

Цены на молочный жир на прошедших торгах также продемонстрировали синхронную динамику, при этом динамика цен на сливочное масло была ориентирована на увеличение ценовой дельты с ОМЖ (до 162 USD/т) после достижения минимального разрыва (17 USD/т) на предшествующих торгах.

Средневзвешенная цена на обезвоженный молочный жир снизилась на 1,3%, до 6 802 USD/т. Снижение отмечено по всем контрактам, за исключением июльских (+0,3%, до 6 880 USD/т). Наибольшее снижение цены – на поставки в сентябре (-4,9%, до 7 147 USD/т), которые сформировали верхнюю границу коридора цен. Нижняя граница ценового коридора ОМЖ сформирована ближайшими майскими поставками (-1,5%, до 6 745 USD/т).

Цена на сливочное масло снижается третьи торги подряд (-3,7%, до 6 640 USD/т), в результате чего цены откатились до уровня первой половины февраля 2022 г. Снижение отмечено по всем контрактам, наибольшее – по августовским (-6,6%, до 6 650 USD/т). Новый ценовой коридор сформирован октябрьскими поставками (6 608 USD/т, -2,3%), схожими по цене с ближайшими майскими отгрузками (6 610 USD/т, -3,9%), и отгрузками в июле (6 675 USD/т, -2,3%). Снижению ценового индекса на прошедших торгах также способствовало снижение после практически девятимесячного роста цен на чеддер (-3,9%, до 6 185 USD/т), а также удешевление лактозы (-2,4%, до 1 565 USD/т). В сравнении с серединой апреля 2021 г. средняя цена контрактов (в долларовом эквиваленте) на поставку COM остается выше на 31,0%, СЦМ – на 2,7%, сливочного масла – на 15,8%, чеддера – на 39,4%. Значение среднего индекса GDT превышает уровень прошлого года на 16,1%.



**Западная Европа - международный рынок
Сухое обезжиренное молоко (SMP) 1,25% молочного жира (dal.it)**

Дата	\$ США за тонну			€ за тонну		
	Min	Max	Изменение, %	Min	Max	Изменение, %
15.04.2022	4.500	4.775	1,92%	4.137	4.390	3,55%
01.04.2022	4.400	4.700	4,30%	3.981	4.253	3,88%
18.03.2022	4.250	4.475	3,56%	3.861	4.065	2,82%
04.03.2022	4.100	4.325	0,00%	3.751	3.957	3,89%
18.02.2022	4.100	4.325	4,33%	3.611	3.809	5,35%
04.02.2022	3.925	4.150	1,89%	3.424	3.620	0,86%
21.01.2022	3.875	4.050	3,50%	3.415	3.569	3,14%
07.01.2022	3.750	3.900	1,32%	3.319	3.452	1,43%
24.12.2021	3.650	3.900	2,03%	3.227	3.448	1,69%
10.12.2021	3.600	3.800	2,42%	3.193	3.371	2,59%
26.11.2021	3.500	3.725	8,24%	3.100	3.299	9,74%
12.11.2021	2.925	3.750	2,69%	2.555	3.276	4,46%

Европа стала покупать в три раза больше сыра у США из-за нехватки молока

Европа стала покупать больше дешевого сыра у США из-за нехватки собственного молока. Об этом 13 апреля сообщил Bloomberg. Глобальный стратег по молочным продуктам в Rabobank Мэри Кио Ледман заявила, что производство молока и сыра стало более дорогим практически во всем мире, особенно цены выросли в Европе. «Возьмем, к примеру, Нидерланды, чей импорт сыра из США резко вырос, согласно последним правительственным данным. В основном они покупали товарный сыр, который нарезают ломтиками для гамбургеров. Это все из-за более низких цен на сыр в США, что может побудить к более крупным закупкам за границей», — заявила Кио Ледман. Директор по анализу молочного рынка в StoneX Group Inc. Нейт Донней пояснил, что засуха и спецоперация России на Украине привели к росту цен на кукурузу, что привело к повышению цен на корма для животных. Помимо этого выросла стоимость рабочей силы, энергии и оборудования, что привело к сокращению запасов молока. По данным Бюро переписи населения США, в феврале Европа импортировала из США 306 метрических тонн сыра, что более чем в три раза превышает средний показатель за месяц за последние пять лет. «Контакты в нашей сети продолжают сообщать об устойчивых экспортных продажах в США. Мы все еще слышим истории о том, что иностранные клиенты „впервые“ обращаются к производителям сыра и масла из-за нехватки молока в Океании и Европе», — добавил аналитик молочного рынка Мэтт Гулд. Отметим, экспорт сыра из США в ЕС пока невелик. Экспорт составляет менее двух тыс. метрических тонн в год, тогда как годовой объем производства сыра в ЕС превышает 10 млн метрических тонн. Напомним, ранее Совет по развитию сельского хозяйства и садоводства Британии (AHDB) заявил, что производство молока в Великобритании может упасть на 605 тыс. литров в сезоне 2022–2023 гг., что составляет снижение на 5,3%. Если стоимость кормов будет столь высока, что цены на молоко не поспеют за растущими производственными затратами, то высокая стоимость содержания животных зимой, вынудит фермеров сокращать стада.

AHDB: Великобритания завершила молочный год 2021-2022 со снижением производства на 1,5%

По данным AHDB, Великобритания завершила молочный год 2021-2022 со снижением производства на 1,5%. Поставки молока в Великобритании составили 12,36 млрд литров, что на 1,5% меньше, чем в сезоне 2020/21, пояснила налоговая комиссия, пишет The DairyNews со ссылкой на информацию farminguk.com.

Хотя сезон начался с относительно сильной весны, цифры начали отставать от показателей годичной давности примерно в июле, поскольку производство быстро упало с пика.

По словам AHDB, производство было снижено до конца сезона, поскольку быстро растущие затраты на производство ударили по марже фермеров и снизили урожайность.

В марте поставки составили 1072 млн литров, что на 3,1% меньше, чем в марте 2021 года.

В новом сезоне (2022/23) AHDB прогнозирует, что поставки достигнут 12,25 млрд литров, что еще на 0,9% меньше, чем в сезоне 21/22.

Молочная промышленность Германии предупреждает о росте цен летом

Молочная промышленность Германии предупреждает о росте цен летом. Также предприятия отмечают, что в этом отчасти вина потребителей, пишет The DairyNews со ссылкой на информацию watson.de.

Цена на молоко в Германии стремительно растет уже почти год. По данным FAZ, это связано с погодными условиями и ростом затрат на удобрения, корма и энергию, что в целом привело к снижению производства молока. Ситуация на Украине также спровоцировала рост стоимости молока.

В марте 2022 года Aldi уже повысила стоимость литра молока с 79 до 88 центов в самом низком ценовом диапазоне. Тем не менее, Экхард Хойзер, генеральный менеджер ассоциации молочной промышленности, сказал Handelsblatt, что потребители пока «добились только части повышения цен». Согласно этому, более высокие цены не должны дойти до потребителей раньше лета.

По словам Хойзера, цена за литр «определенно должна быть больше одного евро», и он также ожидает, что масло будет стоить на десять центов больше. Цены на йогурт могут вырасти в такой же степени. Ритм изменения цен также изменился, поскольку, как говорят, многие молочные заводы перешли на плавающие контракты, что должно автоматически приводить к росту и падению цены.

Есть много причин для более высоких цен, но, по словам Хойзера, они также связаны с поведением потребителей. Люди запасались молоком и замораживали масло. Производители делают то же самое, сохраняя запасы сыра, масла и молока, чтобы иметь возможность доставлять их.

«Потребители замораживают масло и запасаются ультрапастеризованным молоком. Но производители продуктов питания также их накапливают. Они хранят больше запасов молока, масла и сыра, чтобы всегда иметь возможность доставить их. Это привело к относительно резкому росту цен», - отметил Экхард Хойзер.

Хойзер также отметил, что Германия производит больше молока, чем потребляет. По его словам, на самом деле «молока там достаточно», но его все равно может не хватить на местном уровне из-за закупок.

Производство молочной продукции в Китае к 2031 году достигнет 54 млн т

Производство молочных продуктов в Китае в 2022 году достигнет 39,79 млн тонн на фоне резкого роста потребительского спроса, заявил эксперт Института развития продовольствия и питания при министерстве сельского хозяйства и сельских дел КНР Ян Чжэнни. Как передает его слова агентство «Синьхуа», в 2031 году выпуск молочной продукции вырастет примерно до 54 млн тонн.

По словам эксперта, потребительский спрос на молочные продукты рос в среднем на 3,6% в последние 10 лет. Потребление молочных продуктов в домашних хозяйствах выросло за последние два года, при этом потребление на душу населения увеличилось на 11,8% в годовом исчислении до 42,3 кг в 2021 году.

Чжэнни объясняет увеличение спроса растущим вниманием жителей страны к здоровью и питанию, при этом пандемия привела к росту потребления сыров и пастеризованного молока в Китае. По данным Государственного статистического управления, в первом квартале Китай произвел 7,68 млн тонн молока, что на 8,3% превышает показатель за аналогичный период прошлого года.

При написании обзора использовались материалы ресурсов dairynews.ru, mcx.gov.ru, milkbranch.ru, milknews.ru, clal.it, Министерства сельского хозяйства РФ и других открытых информационных источников.

Информация подготовлена отделом информационно-аналитическим ГКУ КК «Кубанский сельскохозяйственный информационно-консультационный центр»

Информация предоставляется «как есть» и только для информационных целей, не для торговых целей или консультаций, и публикуется с задержкой.

Все CFD (акции, индексы, фьючерсы) и цены предоставляются не биржами, поэтому цены могут быть неточными и могут отличаться от фактической рыночной цены, то есть цены являются ориентировочными и не подходят для торговых целей.