



# **ООО «НИДАН-ФУДС»**

**Итоги 2003 года и планы на 2004-2005 гг.**



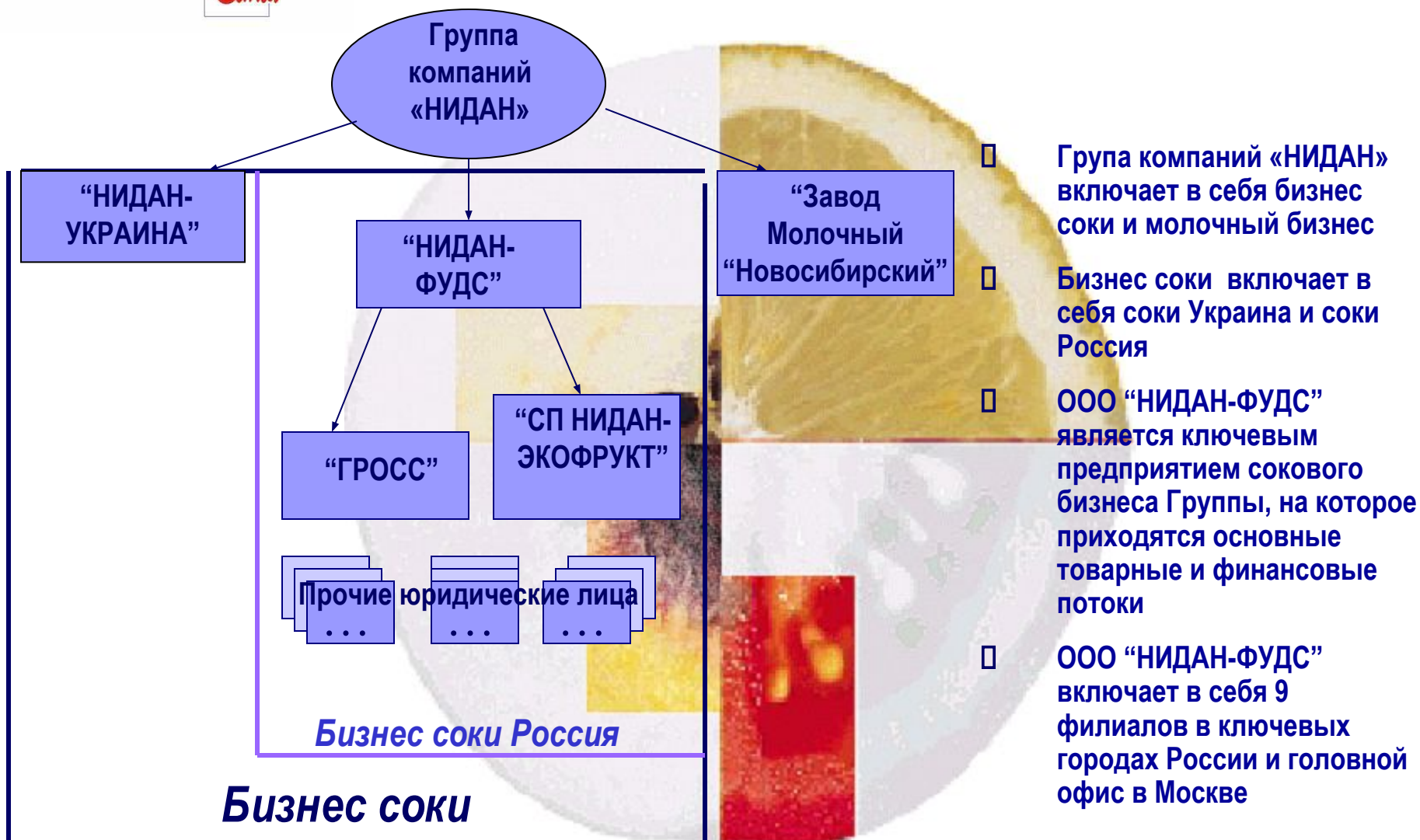
1	Общая информация о Группе Компаний «НИДАН» и компании «НИДАН-ФУДС»
2	Российский рынок соков и позиции НИДАН
3	Информация об успехах компании в 2004 году и планах на 2004-2005 гг.

# Группа Компаний «НИДАН» сегодня

- Группа Компаний «НИДАН» – один из самых динамично развивающихся холдингов на продовольственном рынке России
- «НИДАН-ФУДС» – один из четырех лидеров российского рынка соков, контролирующих в совокупности до 92% рынка. В 2002г. доля «НИДАН» по оценкам специалистов на рынке соков оценивалась в 13%, в 2003 г. - 15%, прогноз на 2004 – 18%
- Группа Компаний «НИДАН» также является лидером на молочном рынке Сибирского региона: ей принадлежит около 25 % рынка Новосибирска и соседних регионов



# Структура Группы Компаний «НИДАН»



Основные товарные и финансовые потоки Группы Компаний «НИДАН»  
приходятся на ООО «НИДАН-ФУДС»

# НИДАН – “Чемпион” рынка соков

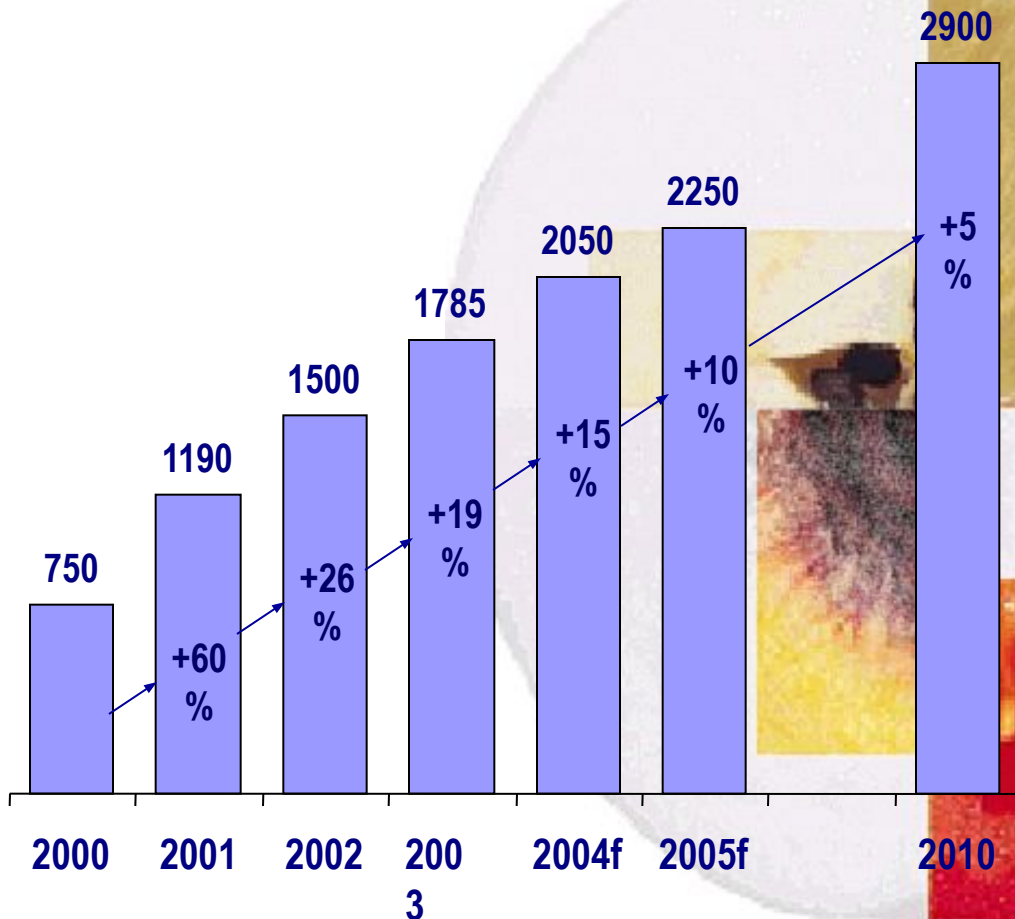
- “НИДАН-ФУДС” является ключевым предприятием сокового бизнеса Группы Компаний НИДАН
- В 2003г. «НИДАН-ФУДС» увеличила объем реализации соков по сравнению с предыдущим годом на 35% до 260 млн. л, в 2004г. планируется реализовать порядка 365 млн. л
- «НИДАН-ФУДС» выпускает соки и нектары “Чемпион”, соки и нектары для всей семьи “Моя семья”, напитки на основе 100% сока «Да!».
- “НИДАН-ФУДС” обладает современными мощностями по производству соков:
  - завод в Московской области – ООО «ГРОСС» - является самым крупным в России (360 млн. л в год) и самым современным в Европе. Инвестиции в проект составили примерно \$ 60 млн.
  - Компании также принадлежат заводы по производству соков в г. Новосибирск (ООО «СП Нидан-Экофрукт», 180 млн. л в год) и в г. Берегово (ООО «Нидан-Украина, 120 млн. л в год)



1	Общая информация о Группе Компаний «НИДАН»
2	Российский рынок соков и позиции НИДАН
3	Информация об успехах компании в 2004 году и планах на 2004-2005 гг.

# Перспективы российского рынка соков

Российский рынок соков 2000-2010П гг., млн. л



- Рост рынка в 2002г. - 26%, потребление - 1.5 млрд. л; в 2003 г. – 19%, потребление 1.8 млрд. л
- В 2004г. ожидаемый рост - 15%, потребление достигнет 2.0-2.2 млрд. л
- Существует значительный потенциал дальнейшего роста - уровень потребления на душу населения (11 л/год) значительно ниже, чем в других восточно-европейских странах
- Основные факторы роста:
  - рост потребления продуктов, ассоциирующихся со здоровым образом жизни
  - увеличение доходов населения, в первую очередь в регионах
  - смена потребительских предпочтений: сок замещает другие традиционные напитки

Источник: GFK, Canadien

Российский рынок соков сохраняет большой потенциал роста, в т.ч. благодаря росту доходов населения

# НИДАН – один из лидеров рынка соков

## Доли производителей соков на рынке России



□ Четыре игрока контролируют 92% рынка соков и соковой продукции

□ «НИДАН-ФУДС» контролирует 36% рынка Азиатской части страны и 7% - Европейской


□ В целом по России в 2003г. «НИДАН» контролирует 15% (данные компании) рынка (4-е место), в 2004г. планирует занять 18%

□ В первую очередь, рост доли должен произойти за счет Европейской части страны, где у «НИДАН-ФУДС» есть значительный потенциал увеличения доли рынка

Источник: Business Analitica

«НИДАН-ФУДС» занимает 4-е место на российском соковом рынке и продолжает последовательно увеличивать свою рыночную долю



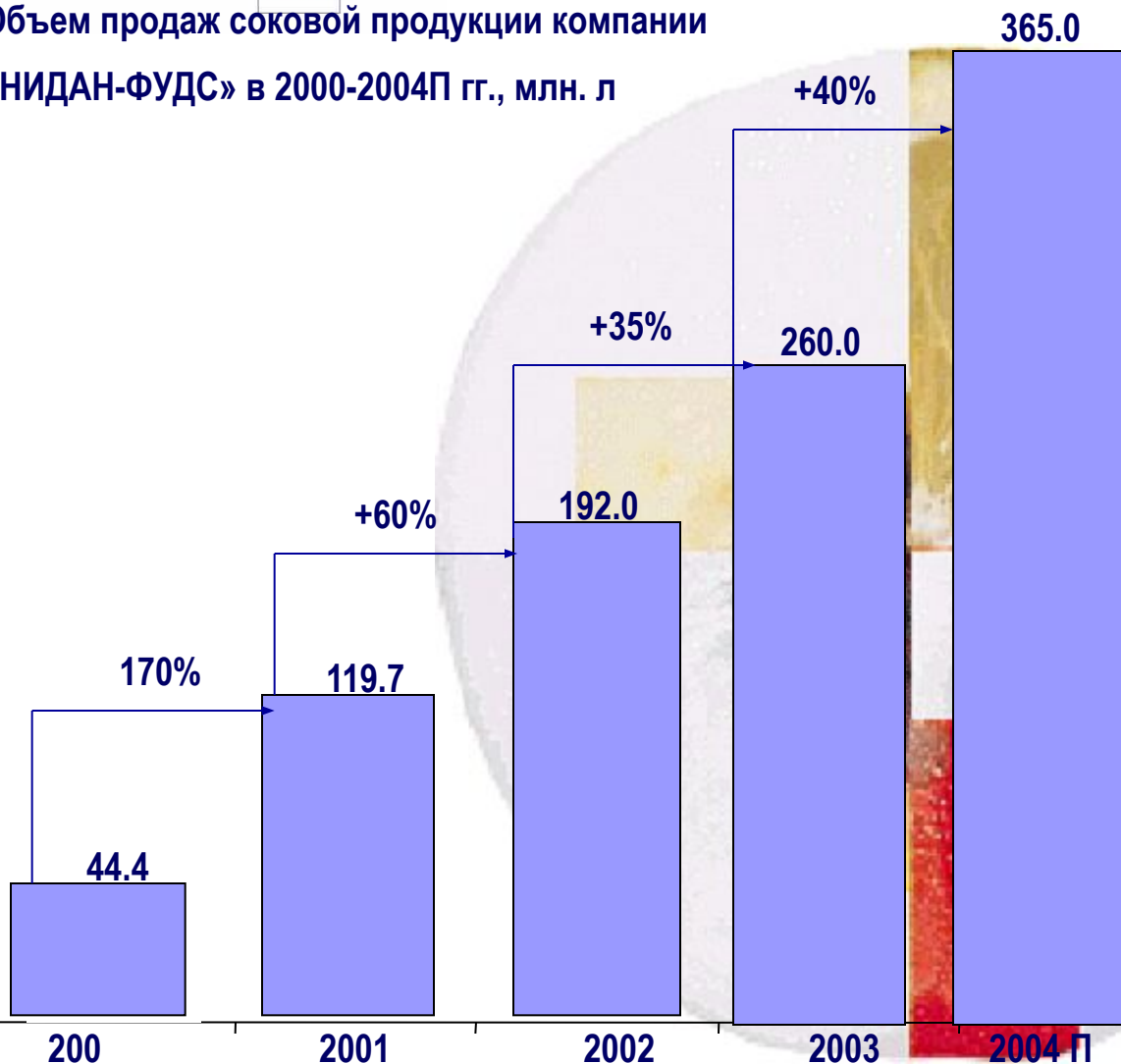


1	Общая информация о Группе Компаний «НИДАН»
2	Российский рынок соков и позиции НИДАН
3	Информация об успехах компании в 2004 году и планах на 2004-2005 гг.

# НИДАН: динамика продаж соков

Объем продаж соковой продукции компании

«НИДАН-ФУДС» в 2000-2004П гг., млн. л



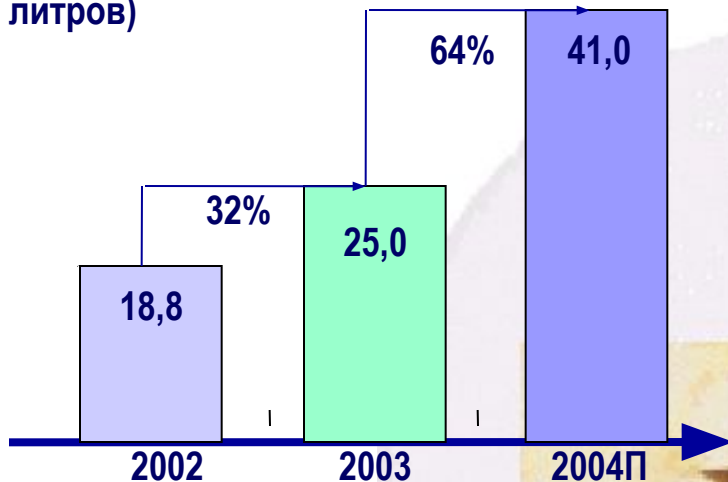
- Объем реализации соковой продукции компанией «НИДАН» в 2003г. достиг 260 млн. л, увеличившись в 5.9 раза по сравнению с 2000г.
- Планы на 2004г. предусматривают дальнейший рост реализации до 365 млн. л (рост на 40% по сравнению с 2003г.)
- Рост будет достигнут за счет:
  - введения новых брендов в 2004-2005 гг.
  - внедрения новых форматов
  - расширения дистрибьюторской сети и покрытия розничной торговли
  - партнерства с мировыми компаниями-производителями (PepsiCo);
  - увеличения рекламной поддержки

Источник: Данные компании

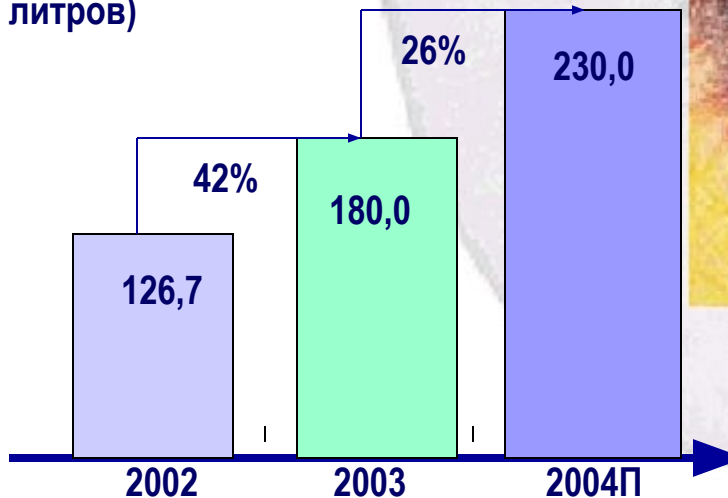
Рост рынка соков в сочетании с агрессивной маркетинговой политикой позволяют компании «НИДАН» увеличивать объемы реализации

# Бренды компании «НИДАН»

Продажи соков и нектаров «Чемпион» 2002-2004Пг.  
(млн. литров)



Продажи соков и нектаров «Моя Семья» 2002-2004Пг.  
(млн. литров)



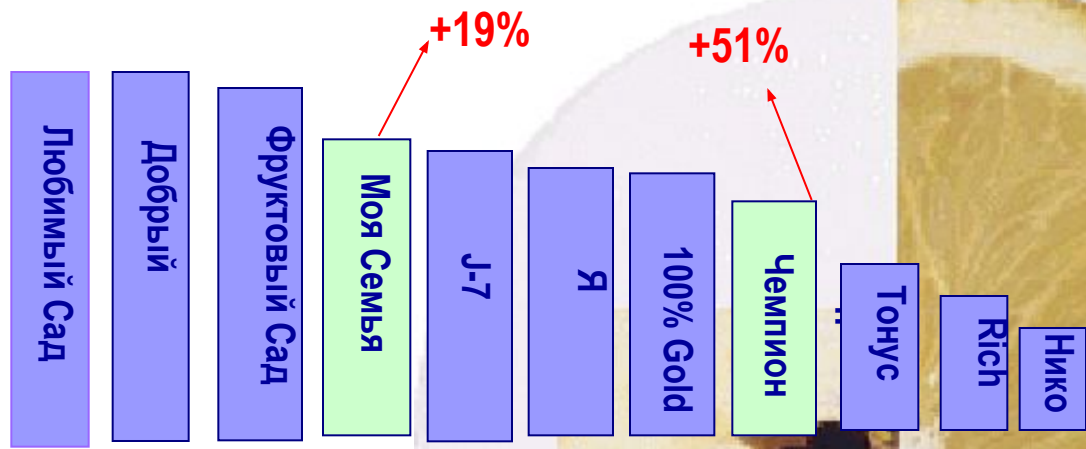
- Портфель “НИДАН-ФУДС” включает три основные брэнда: “Чемпион”, “Моя Семья” и “Да!”
- Бренды компании характеризуются высокими темпами роста.
- Продажи «Чемпиона» за 2003 год увеличились на 32% достигнув 25 млн. литров. Планы на 2004 г. – 41 млн. литров
- Продажи «Моей Семьи» увеличились на 42% достигнув 180 млн. литров. Планы на 2004 г. – 230 млн. литров
- «НИДАН» в 2003 году ввел новые форматы и упаковки:
  - вывела на рынок упаковку CombiFit с откручивающейся крышечкой CombiTwist для «Чемпиона»
  - Начала розлив соков и нектаров высшего среднего сегмента “Чемпион” в упаковке 0,5 и 1.5 л
  - Ввела порционную (0,2) упаковку Tetra Wedge для напитков «Да!»

Источник: Данные компании

Предпочтения потребителей подтверждают устойчивую тенденцию роста узнаваемости брендов компании «НИДАН»

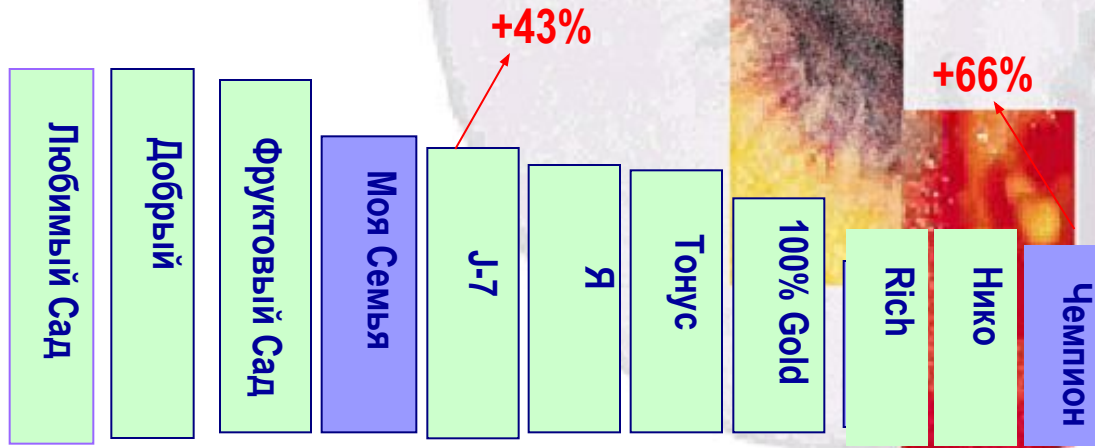
# Бренды Группы Компаний «НИДАН»

Знание основных соковых брендов (конец 2003г.)



- Портфель «НИДАН-ФУДС» включает три основные бренда: «Чемпион», «Моя Семья» и «Да!»
- Бренды компании характеризуются высоким уровнем узнаваемости и предпочтением потребителей:

Потребительские предпочтения соковых брендов (конец 2003 г.)



- Соки «Моя Семья» предпочли в конце 2003 г. на 43% потребителей больше, чем в начале 2003 г. На 66% увеличился коэффициент предпочтения соков «Чемпион».
- С начала 2003 года знание марок «Чемпион» и «Моя Семья» увеличилось на 51% и 19% соответственно

Источник: Комкон2, RTGI

Предпочтения потребителей подтверждают устойчивую тенденцию роста узнаваемости брендов «НИДАН»



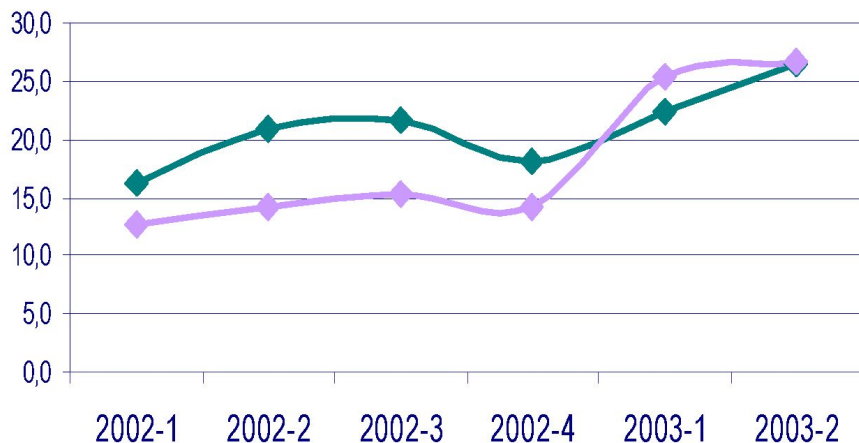
# Рекламная деятельность «НИДАН»

- В 2003 году была усилена рекламная поддержка брендов «Чемпион» и «Моя Семья»
- Снято продолжение рекламного сериала для соков и нектаров «Моя Семья».
- 2003 году был проведен конкурс среди потребителей «Моей Семьи» по названию «Пять штрихов к портрету». Участвовали жители все России. Победители конкурса получили крупную сумму на ремонт квартиры
- 2-ой год подряд рекламные ролики «Моей Семьи» являются победителями на Международном Фестивале Рекламы в Москве (2002 г. – ролик «Мам», 2003 г. – «2 литра»)
- Разработан и реализован проект для сока «Чемпион» с группой «Блестящие»
- В 2003 году в Украине компания «НИДАН» награждена дипломом за вклад в развитие культуры страны

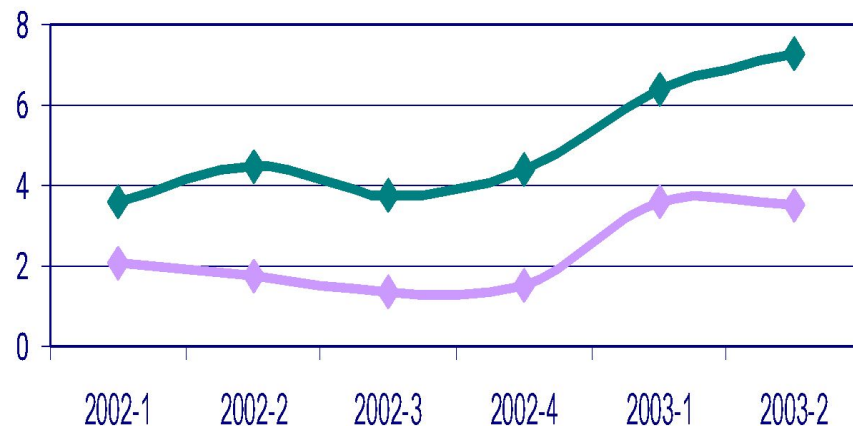


# Реклама и основные бренды

## Знание (% потребителей)



## Лояльность (% потребителей)



## Потребление (% потребителей)



Знание о бренде «Чемпион» увеличилась за первый квартал рекламной компании с 14,2% до 25,4%. Показатели потребления и лояльности так же в целом возросли;

Показатели потребления и лояльности к Бренду «Моя Семья» возросли, особенно это характерно для первого квартала 2003 года – периода рекламной кампании на ТВ. Осведомленность о бренде увеличилась очень значительно за первое полугодие 2003 года – с 18% до 26,4%.

Источник: Комкон2, RTGI

Показатели осведомленности, потребления и лояльности брендов «Чемпион» и «Моя Семья» динамично увеличиваются



- В 2003г. Группа Компаний «НИДАН» ввела в строй самый крупный в России завод по производству соков мощностью 360 млн. л.
- На конец 2003 года новый завод вышел на 60% от проектной мощности или 70% от эффективной; в январе 2004 года 75% от проектной мощности.
- К маю 2004 года завод планируем вывести на проектную мощность – 1 млн. литров в сутки

## Группа Компаний «НИДАН»

140053, Московская область, пос. Котельники,

1-й Покровский проезд, д.2

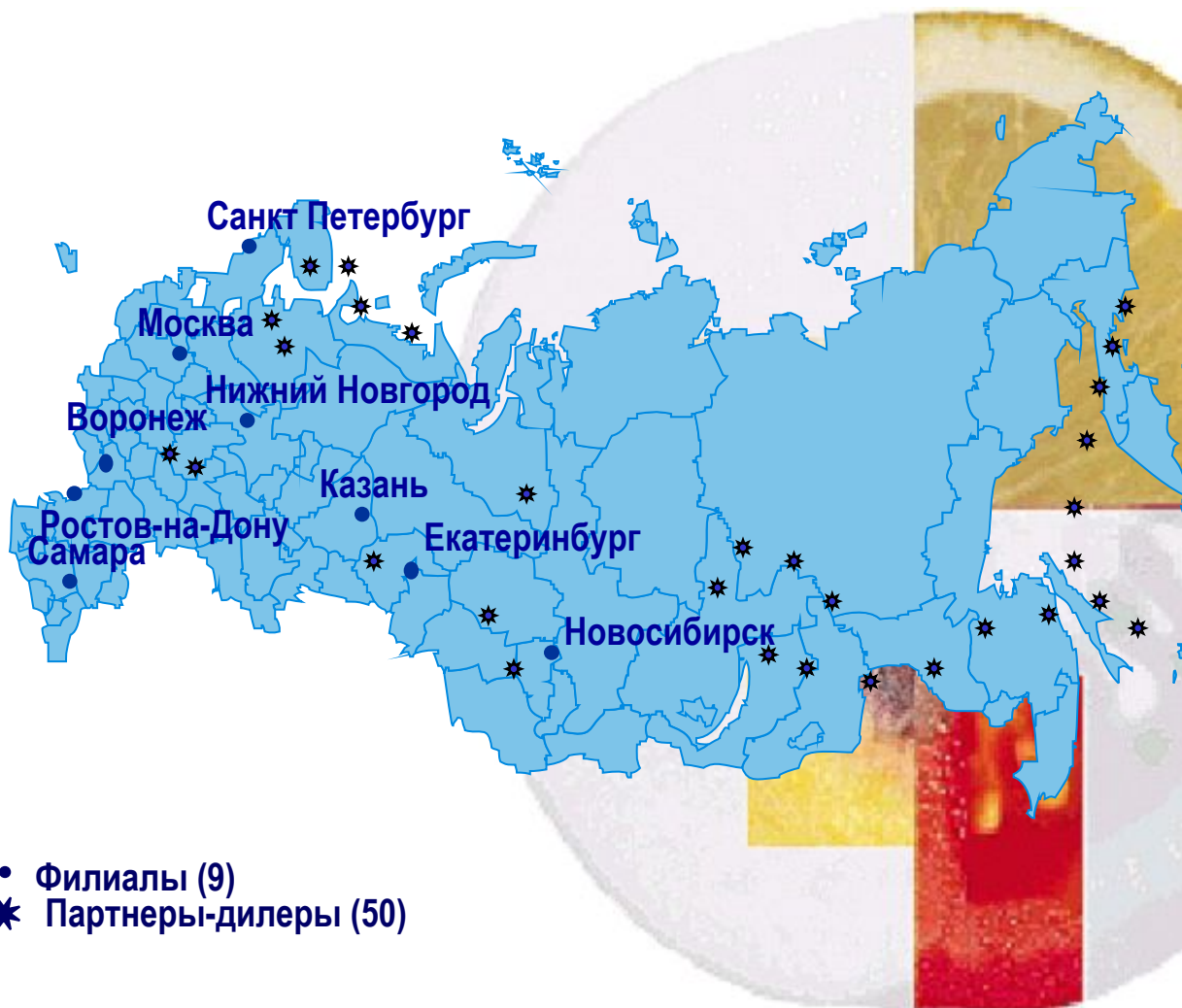
Тел.: (095) 782-17-65 Факс: (095) 782-17-64

[www.nidan.ru](http://www.nidan.ru)





# НИДАН: дистрибьюторская сеть



- Дистрибьюторская сеть компании «НИДАН» полностью покрывает территорию России
- Основу дистрибьюторской сети Группы составляют 9 филиалов и порядка 50 партнеров-дилеров
- Соковая продукция «НИДАН» также представлена на территории Украины, Казахстана, Киргизии, Беларуси и Монголии
- Продукция Компании «НИДАН» реализуется как через оптовые, так и через розничные каналы сбыта
- Охват розничной торговли в крупных городах достигает 50%
- «НИДАН» работает со всеми основными сетями в Москве и регионах

- Филиалы (9)
- ★ Партнеры-дилеры (50)

Источник: данные компании

Продукция компании «НИДАН» представлена во всех основных регионах РФ, а также на Украине, в Казахстане, Киргизии, Беларуси и Монголии