

BİLGİ NOTU

KONU	RUS ŞEKERLEME/PASTACILIK PİYASASI
HAZIRLAYAN KURUM	TC MOSKOVA BÜYÜKELÇİLİĞİ TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ
HAZIRLAYAN	MURAT H. ÖZTÜRK MOSKOVA TİCARET MÜŞAVİRİ

Hâlihazırda Rusya pazarında bulunan şekerleme ürünleri genel olarak üç gruba ayrılır;

- Çikolata,
- Şeker içeren pastacılık/şekerli ürünler,
- Un içeren şekerli ürünler (uzun ömürlü ve uzun ömürlü olmayan).

Rusya'nın şekerleme/çikolata üretimi ele alındığında, 2018 yılı verileri henüz net olarak duyurulmamakla birlikte; piyasadaki toplam üretimin;

- %50'sinin çikolata ve şekerli pastacılık ürünlerinden
 - %40'ının uzun kullanım ömürlü bisküvi, zencefilli kurabiye, gofretler ve diğer ürünlerden,
 - %10'unun ise kısa ömürlü un içerikli şekerlemelerden oluşacağı
- öngörülmektedir.

Ayrıca, 2018 yılı kesinleşmeyen verilerine göre, 2018'deki şekerleme tüketim hacminin 3.600.000 Ton olması beklenmektedir. Rusya'nın nüfusunun yaklaşık 143 milyon olduğu göz önüne alındığında, kişi başına şekerleme tüketiminin 2018 yılında yaklaşık 25 kg olacağını söylemek mümkündür.

2014-2015 döneminde, Rusya'da baş gören ekonomik gerileme/kriz sonucu hane halkının reel gelirler azalmasının etkisiyle, Rus halkı daha çok tasarruf etme eğilimine girmiştir. Bu durum, düşük fiyat segmentindeki şekerlemeler de dahil olmak üzere daha ucuz gıda ürünlerine yönelik talebin artmasına neden olmuştur. Bu çerçevede, Rus vatandaşlarının çikolata/şekerleme ürünlerindeki temel eğilimleri **raf ömrü daha uzun süreli ve daha ucuz ürünlere** doğru kaymış ve tercihler bu ürün gruplarında oluşmuştur.

Diğer taraftan, hanehalkı gelirlerinde herhangi bir artış olmamasına rağmen, orta fiyat bandında yer alan kaliteli şekerleme ürünleri ve üst segmentte yer alan yine kaliteli şekerleme ürünleri talebinde de bir artış kaydedilmiştir. Bu artışta özellikle, Rusya'da son yıllarda ciddi ilgi gören "sağlıklı yaşam formu"na göre hayatı sürdürme eğilimindeki tüketicilerin, **% 85'in üzerinde kakao içerikli şekersiz çikolatalara, bitter çikolatalara ve kaliteli ve daha pahalı ham maddelerden üretilen ürünlerine** yönelik talebinin etkili olduğu değerlendirilmektedir. Glütin içermeyen tatlılar ve tam tahıllı undan şekerlemeler de bu kapsamda düşünülmelidir. Ek olarak, acı biber, zencefil veya deniz tuzu gibi sıra dışı tatlara sahip çikolata ürünlerine de talebin arttığı görülmektedir.

Un içeren şekerli ürünler piyasasında ise, "*son dönemde*" marketlerden alınan ürünler- özellikle kekler- dışında, daha çok küçük pastane veya doğrudan kendi imkânlarıyla üretim yapan kişilerden özel sipariş yoluyla satın alınan ürünlere yönelik olarak da bir talebin ortaya çıktığı görülmektedir.

Rakamlar açısından incelendiğinde; Rusya'da 2013'ten 2018'e kadarki dönemde, şekerleme üretiminin yıllık ortalama%3'lük büyüme kaydettiği görülmektedir. 2015 yılında, üretim hacmi% 1,3 artarak 3495.8 bin tona ulaşmış, 2016 yılında% 2,1'lik büyüme ile üretim 3.568.9 bin tona ulaşmış ve son olarak 2017'de şekerleme üretimi önceki yıla göre % 3 daha yüksek bir orana ve 3.675.8 bin tona ulaşmıştır. 2018'de de 2017 yılına göre % 3 oranında bir büyüme öngörülmektedir. Halihazırda 2018 yılı net verileri Rus makamlarınca henüz paylaşılmamıştır.

Yine, şekerleme üretim hacimlerindeki büyümenin, yıllara göre değişiklik gösterdiğini söylemek mümkündür. Bununla birlikte, söz konusu süre zarfında talepte meydana gelen değişikliklere zamanında tepki veren ve üretim marjlarını buna göre genişleten/ayarlayan üreticilere bağlı olarak oldukça sabit bir büyüme yakalandığı görülmektedir.

Rusya'nın 2017 yılında **şekerleme ithalatı hacmi**, 2016 yılına göre yaklaşık % 25 artarak 241,5 bin ton olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu ithalattaki büyümenin en önemli nedeni olarak, 2015-2016 dönemindeki düşük baz etkisi gösterilmektedir. Keza, 2015-2016 döneminde ithalat hacmi, 2014 yılında rublede yaşanan devalüasyonun bir sonucu olarak 2014 yılına göre iki kat azalmıştır. Akabinde döviz kurunun olumlu dinamikleri, ithalatla ilgili durumu iyileştirerek bir nevi toparlayıcı etki görmüştür. Bir diğer önemli husus ise, "*ithal edilen ürün yelpazesinin tüketicilerin mevcut finansal fırsatlarına adapte olması*" ve bu durumun ithalat yapısında giderek daha ucuz ürünlerin bulunmasına imkan sağlamış olmasıdır. Bu durumun da etkisiyle, Ocak-Temmuz 2018 dönemindeki ithalat hacminin bir önceki yılın aynı dönemine göre % 30 daha yüksek olduğu görülmüştür.

2017 yılında Rusya'nın şekerleme ithalatının büyük bir kısmı Almanya ve Beyaz Rusya'dan yapılmıştır. Bu ülkelerin payları sırasıyla% 18,3 ve% 14,8'dir. Kazakistan ve İtalya'dan gelen şekerleme ürünleri toplamda sırasıyla % 10,7 ve% 10,3'tür.

2014–2015 döneminde, şekerleme ürünlerinin üretiminde kullanılan hammadde fiyatlarında yaşanan artış sebebiyle üretiminin daha pahalı hale gelmesi sonucunda, Rus şekerleme ihracatında düşüş yaşanmıştır. Bununla birlikte, 2017 yılında ülkede şekerleme üretiminde artış yaşanması ve Çin pazarının kapılarını Rus üreticilere açması sonucu, Rusya'nın şekerleme ürünleri ihracatında % 8.3 oranında bir artış yakalanmıştır. Ocak-Temmuz 2018'de, ihracat hacmi bir önceki yıla göre % 13 artarak 301.000 ton olarak gerçekleşmiştir.

2016 yılında Rusya Federasyonu'ndan ihraç edilen şekerleme ürünlerinin çoğu, fiziksel olarak sırasıyla% 24,6 ve% 15,3'lük paylarla Kazakistan ve Belarus'a ihraç edilmiştir. İki ülkeyi% 9,1 pay ile Çin takip etmiştir.

Halihazırda Rus şekerleme/pasta pazarında çok sayıda etkili firma mevcuttur. Pazar büyüklüklerine bakıldığında en büyük firmalar;

-Obyedinennye Konditery (Birleşik Şekerciler) Holdingi: Şirketin en ünlü ve bilinen markaları; Alyonka, Babayevskiy, Krasny Oktyabr ve Rotfront'tur.

-Mars Limited Şirketi: Şirketin markaları TM Bounty, Mars ve Snickers

-Nestle Rus Limited Şirketi

-Mondelis Rus Limited Şirketi: Şirketin markaları TM Alpen Gold ve Milka

Yukarıda bahsedilen 4 firma, Rus pazarının yaklaşık %63'ünü elinde bulundurmaktadır.

Bu firmalara ek olarak;

Konti ve Timi markalarıyla "**Konti Rus**" ve

Ferro, Rafaello, ve Kinder Surprise ticari markaları ile **“Ferrero Rusya”** firmaları da piyasanın önemli aktörleri arasında yer almaktadır.

Verilerden anlaşılacağı üzere, yukarıda zikredilen Mars, Nestle, Mondelis , Ferrero ve Konti firmaları esasen yabancı firmalardır. Ancak, bu firmalar faaliyetlerini Rusya’ya yerleşip ülkede Rus şirketi kurmak suretiyle yürütmektedirler. Dolayısıyla bahsedilen şirketlerin Rusya’da açmış oldukları birimlerin, Rus şirketi olduğunu dikkate almak gerekmektedir. Bu çerçevede, Rusya pazarında başarılı olunmasının en önemli esaslarının birisinin, Rusya’da yerleşik olarak bu ülkede şirket kurulması ve faaliyetlerin anılan ülkede takip edilmesi olduğu değerlendirilmektedir.

2017 yılında yabancı üreticilerin Rus pazarının % 9'unu elinde tuttuğu görülmektedir. Bu konuda önde gelen üreticiler, diğerlerinin yanı sıra, “Alfred Ritter GmbH Co Kg” (Almanya, “Ritter Sport” markası), “Unigra Srl” (İtalya, “Master Martini” markası), “Barry Callebaut” (İsviçre, “Barry Callebaut”) ticari marka) ve “Zentis GmbH & C® KG” (Almanya, TM “Belmanda”, “Belcoco”, “Marzipan”)dır. “Lindt & Spruengli AG” (“Lindt” ticari markası, İsviçre) de pazarda güçlü bir konuma sahiptir.

Sonuç olarak, üreticiler, ürün yelpazesini genişletmeye ve değişen tüketici menfaatlerine uyum sağlayarak yeni segmentleri araştırmaya devam ettiğini söylemek mümkündür. Orta vadede, Rusya şekerleme/ pastacılık ürünleri pazarında önemli bir değişikliğin olması beklenmemekte ve pazarın yıllık ortalama % 1-2 oranında büyümeye devam edeceği öngörülmektedir.