

ТАЛИНА



КОЛБАСА КАК ЭМОЦИЯ

и

**Корректировка выпуска собственной продукции в условиях
существенного изменения потребительской корзины**

февраль 2009

Знаете ли Вы
кому
принадлежит
рекорд Книги
Гиннеса -
"самый
большой
бутерброд с
колбасой в
мире"?



А знаете ли Вы какую колбасу персонально заказывают к столу российские звезды шоу бизнеса?



АТЯШЕВО®



Или может быть Вы знаете
как заставить женщин
стоять три часа в
очереди , чтобы
попробовать ...вареную
колбасу?

Даже если Вы еще не
догадались об ответе - не
страшно:-)

Главное, что об этом знают
почти 6 000 000 покупателей
ежемесячно!



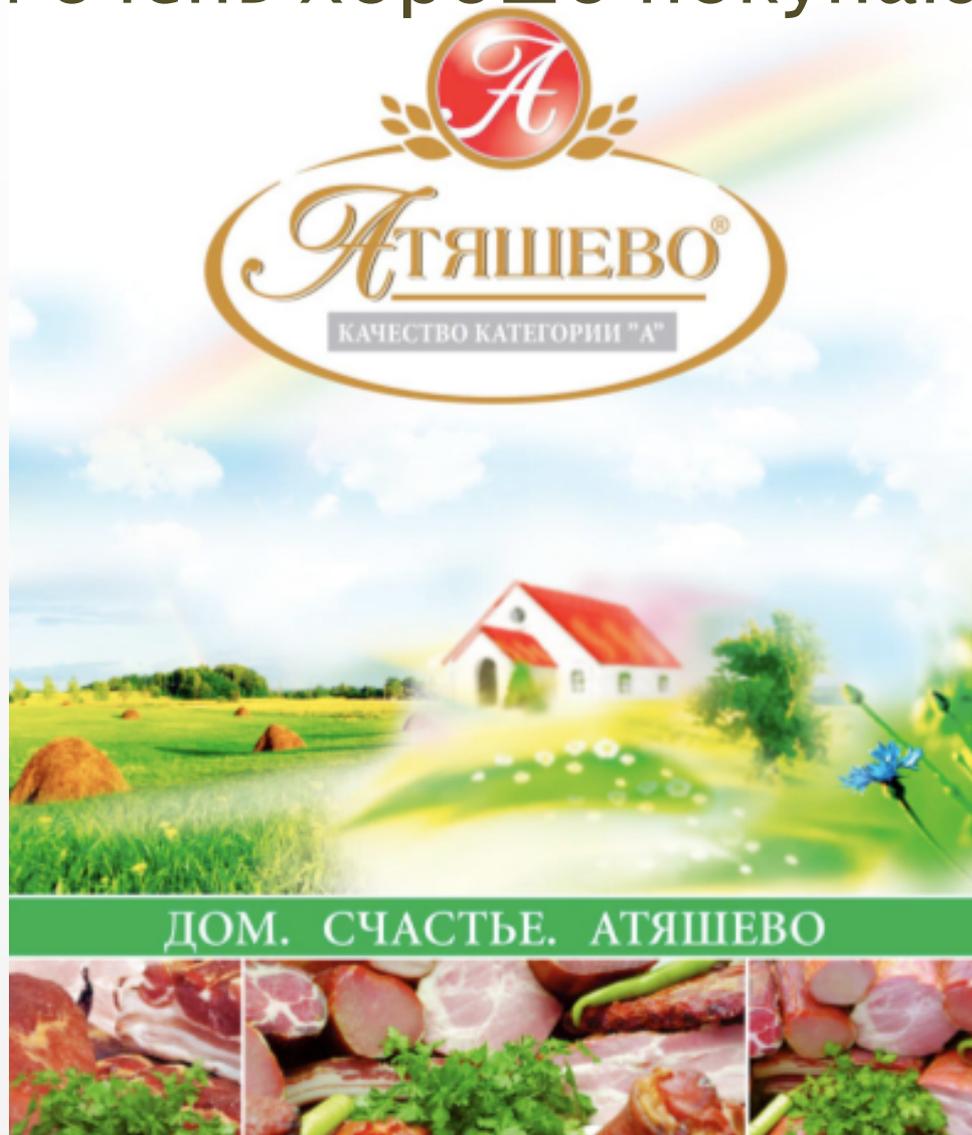
Всё чаще мы слышим

о том, что
разразившийся
кризис сметёт в
первую очередь
бренды...

Но как известно,
лишь сон разума
рождает чудовищ!

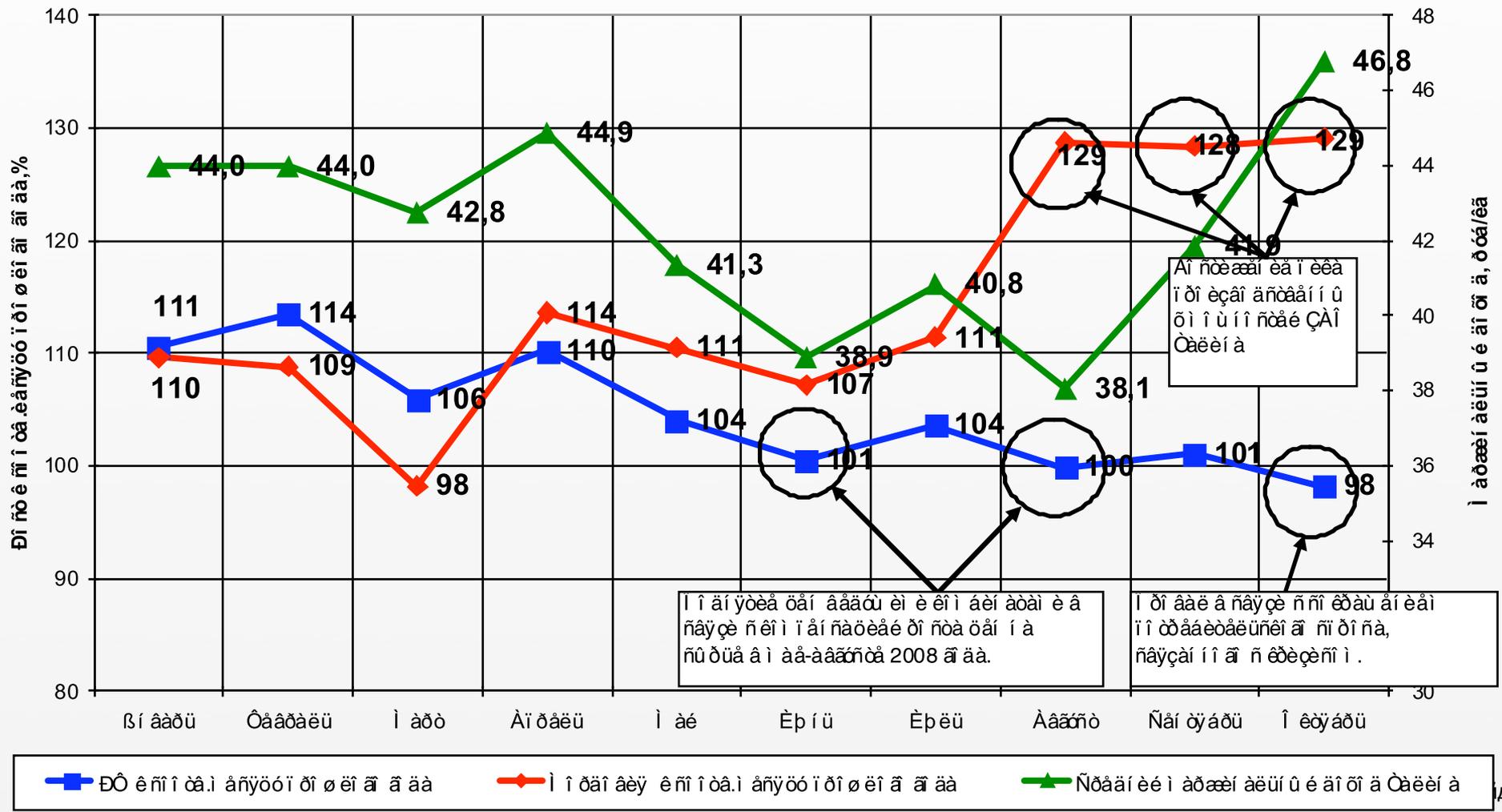


Продавайте эмоции!
Они очень хорошо покупаются!



Сравнение темпов прироста

Ī đī èçáĭ äñòáĭ ēĭ ēááñĭ ù ò èçääēēē ä ĐŌ è đāñĭ óáēēēá Ĩ ĭ đāĭ äēŷ ē ñĭ ĭ òááòñòáóř ù àĭ ó ĭ äñŷöó
 ĭ đĭ ø ēĭ ā ā āà è ñòááĭ èē ĭ àđæēĭ äēüĭ ù é äĭ ō ĭ ä ĭ ĭ ÇĀĬ Òæēĭ à, %
 Èñò ĭ ñĭ èē-Đĭ ññò àò , Äāĭ àđò àĭ äĭ ò ÝŌ



Ĭ ĭ äĭ ŷòèä òáĭ äáäü èĭ è ēĭ ĭ áēĭ àòàĭ è ä ñāŷçē ñ ēĭ ĭ ĭ äĭ ñàòèáē đĭ ñòà òáĭ ĭ à ñŷ òüà àĭ àä-äáäñòà 2008 ā āà.

Äĭ ñòæääĭ èä ĭ èèä ĭ đĭ èçáĭ äñòááĭ ĭ ù òĭ ĭ ĭ ĭ ĭ ñòæē ÇĀĬ Òæēĭ à

Ĭ đĭ äàē ä ñāŷçē ñ ñĭ èđàü äĭ èäĭ ĭ ĭ òđááèòäèüñēĭ ā ñĭ đĭ ñà, ñāŷçāĭ ĭ ĭ ā ñ èðèçēñĭ ĭ .

■ ĐŌ è ñĭ ĭ òááòñòáóř ĭ đĭ ø ēĭ ā ā āà ◆ Ĩ ĭ đāĭ äēŷ ē ñĭ ĭ òááòñòáóř ĭ đĭ ø ēĭ ā ā āà ▲ Ñòááĭ èē ĭ àđæēĭ äēüĭ ù é äĭ ō ĭ ä ĭ ĭ ÇĀĬ Òæēĭ à

мы не учили потребителя.

мы изучали потребителя!

А тот, кто говорит, что региональный бренд
всю жизнь обречен быть локальным - пусть
сменит профессию!



Исследовательские замеры последнего квартала 2008г. и первого квартала 2009 г. демонстрируют некое абстрактное снижение потребительского спроса на колбасу в якобы переходе на дисконтные категории, а желание сохранить “средний чек” при увеличении кол-ва покупок без смены лояльного отношения к ТМ:

женщины (25-35 лет), 25-35 тыс. руб. на чел. в сем/мес.
ноябрь 2008:
частота покупок колбасных изделий 2-3 раза в
неделю;
средневесовая покупка-450 гр.;

женщины (25-35 лет), 25-35 тыс. руб. на чел. в сем/мес.
февраль 2009:

частота покупок колбасных изделий 2-3 раза в неделю;
средневесовая покупка-350 гр.;

женщины (25-35 лет), 25-35 тыс. руб. на чел. в сем/мес.
февраль 2008:

частота покупок колбасных изделий 3-4 раза в неделю;
средневесовая покупка-450 гр.;

Однако самым примечательным изменением является:

февраль 2008г.-76%-весовая продукция

ноябрь 2008г.-62% - весовая продукция

февраль 2009г.-58%- весовая продукция

где под весовой продукцией определяется “разрезной вес”

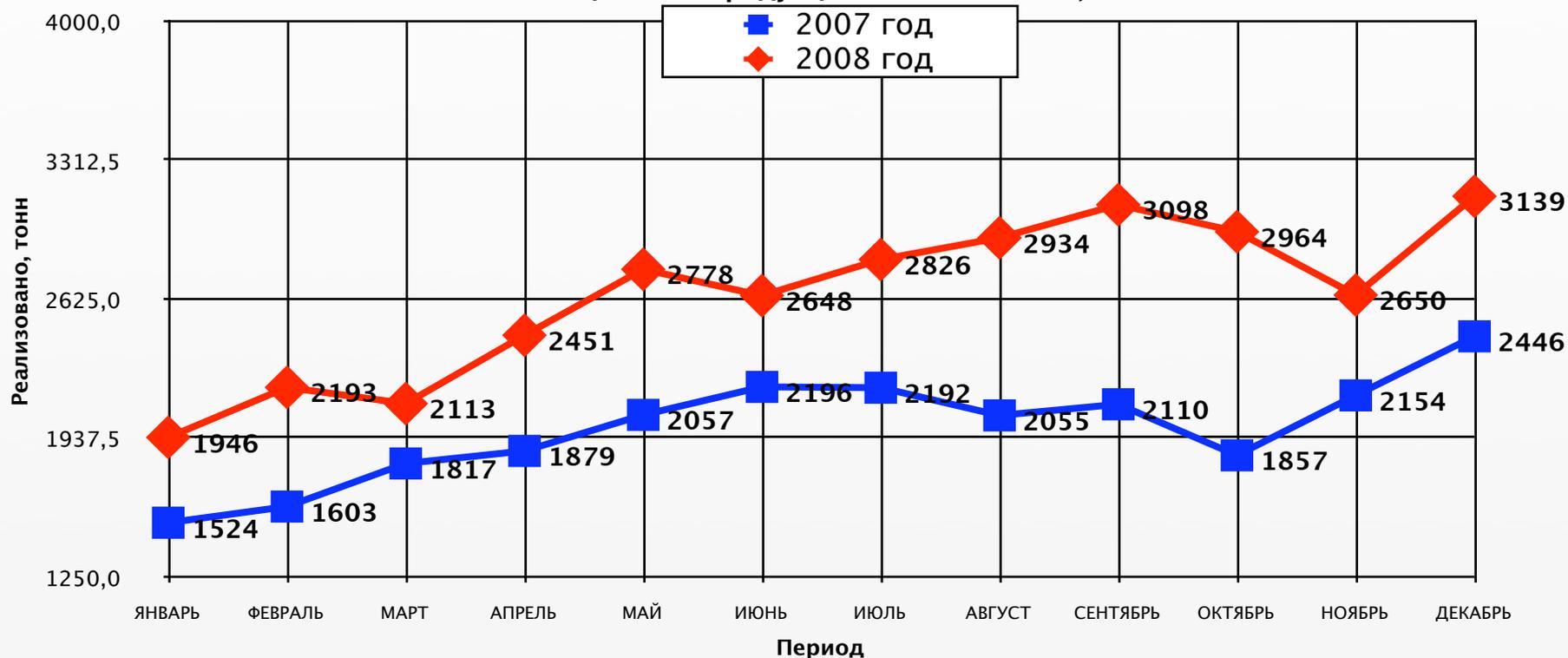
Объем продаж в денежном выражении ЗАО «Талина» в 2007-08 гг

Реализация всей продукции в 2007–2008 гг, тыс.руб.*



Объем продаж в натуральном выражении ЗАО «Талина» в 2007-08 гг

Реализация всей продукции в 2007-2008 гг, тонн*



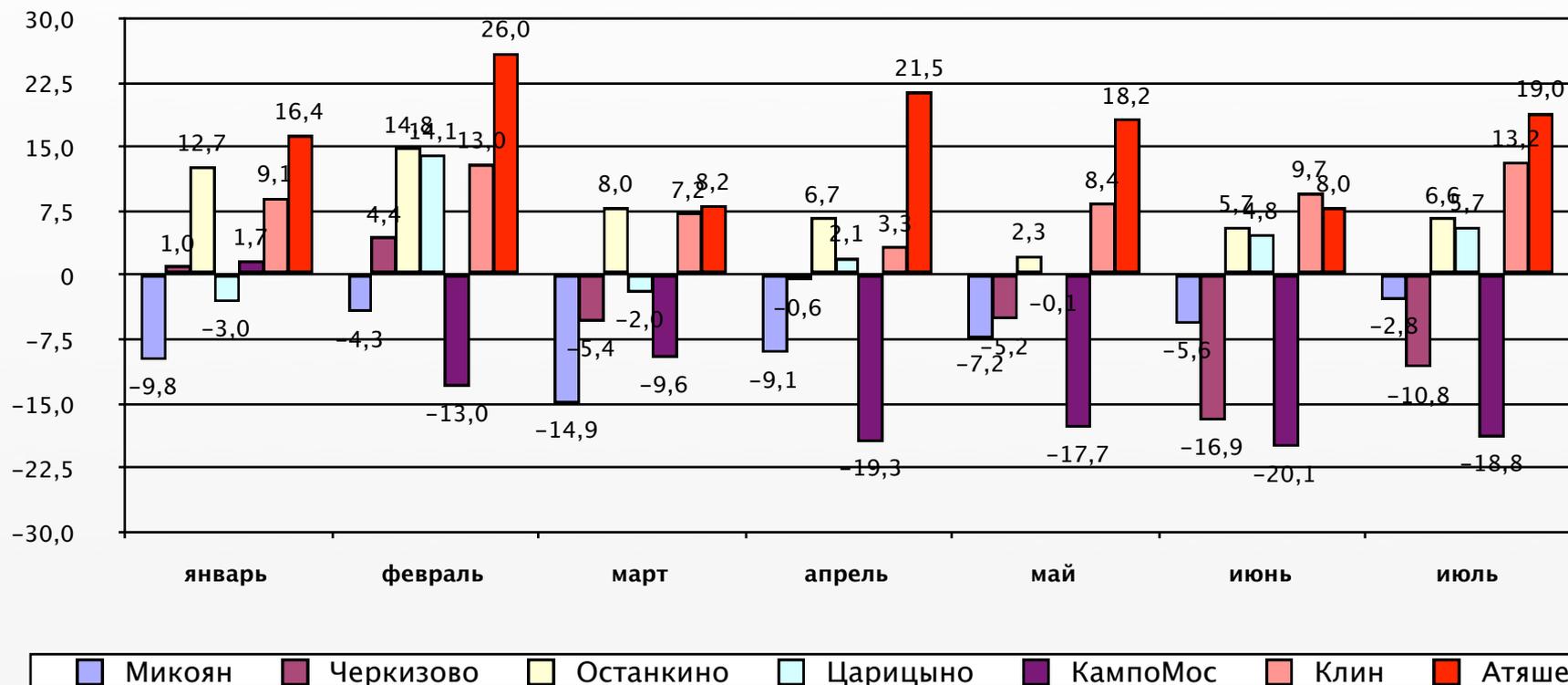
Рекордный рост продаж ЗАО «Талина» на рынке мясопродуктов, тонн

МЕСЯЦ	2007	2008	отклонение к прошлому году, %
ЯНВАРЬ	1 524	1 946	128%
ФЕВРАЛЬ	1 603	2 193	137%
МАРТ	1 817	2 113	116%
АПРЕЛЬ	1 879	2 451	130%
МАЙ	2 057	2 778	135%
ИЮНЬ	2 196	2 648	121%
ИЮЛЬ	2 192	2 826	129%
АВГУСТ	2 055	2 934	143%
СЕНТЯБРЬ	2 110	3 098	147%
ОКТАБРЬ	1 857	2 964	160%
НОЯБРЬ	2 154	2 650	123%
ДЕКАБРЬ	2 446	3 139	128%
ИТОГО	23 888	31 740	133%

Рост продаж в 2008 году в натуральном выражении составил 33%

Лучшие результаты по продажам в 1 и 2 кв. 2008 г

Прирост реализации в тоннах колбасны в 2008 к 2007 гг в аналогичных месяцах,



- ✓ По приросту продаж за первый квартал 2008 года «Талина» опередила таких крупнейших производителей, как Микоян, Черкизово, Останкино, Царицыно, Кампомос и Клинский МК.

Цели ЗАО «Талина» на 2009 год

Регионы Итого ТОНН	Янв	Фев	Март	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сент	Окт	Ноя	Дек	Итого
ВСЕГО	2 853	2 804	3 196	3 496	3 682	3 855	3 977	4 005	4 055	4 003	3 987	4 423	44 332
ЗАО "ТД "Талина"	1 636	1 557	1 721	1 899	2 011	2 123	2 209	2 208	2 231	2 252	2 248	2 483	24 575
НН филиал "ТД "Талина"	874	904	1 095	1 208	1 282	1 343	1 379	1 408	1 435	1 402	1 395	1 546	15 271
МСК филиал "ТД "Талина"	132	133	154	154	154	154	154	154	154	134	129	154	1 760
СПб филиал "ТД "Талина"	211	211	226	235	235	235	235	235	235	215	215	240	2 727
ВСЕГО	2 853	2 804	3 196	3 496	3 682	3 855	3 977	4 005	4 055	4 003	3 987	4 423	44 332

Задача на 2009 год – увеличить объем продаж в натуральном выражении на 39%.

Прогноз потребления мяса в странах – основных потребителях и России до 2016 года



Потребление мяса на душу населения, кг/чел. в год

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2016
ЕС	80,9	80,8	81,1	81,5	81,7	81,9	82	83,1
Китай	55,5	56,4	57,5	58,5	59,7	60,8	61,9	65,5
РОССИЯ	50,6	51,6	52,4	53,2	53,9	54,7	55,5	58,2
США	117,3	117	117,1	117,2	117,3	117,4	117,4	117,3

Структура потребления мяса в России в 2008 году

Говядина и телятина	Свинина	Мясо бройлеров
31%	36%	33%

Россия – один из основных импортеров мяса в мире

Крупнейшие мировые импортеры мяса в 2007 г, тыс тонн

Российская Федерация	2 814
Япония	2 812
Великобритания	2 143
США	2 126
Германия	1 879
Италия	1 592
Мексика	1 266
Франция	1 250
Голландия	1 061
Китай (включая Гонконг)	912



Гос. поддержка отечественной пищевой промышленности и сельского хозяйства

Перечень системообразующих организаций, утвержденный Правительством комиссией по повышению устойчивости развития российской экономики

Пищевая промышленность и агропромышленный комплекс	
ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания»	ОАО АПК «Стойленская нива»
ОАО Группа «Разгуляй»	ООО «Группа компаний «САХО»
ООО «Зерновая компания «Настюша»	ЗАО «Приосколье»
ОАО «Компания Юнимилк»	Русская агропромышленная корпорация («Оптифуд»)
Агропромышленный холдинг «Мираторг»	ООО «Белгранкорм» (агрохолдинг «БЭЗРК-Белгранкорм»)
ОАО «Группа Черкизово»	ЗАО «Талина»
ООО "Группа компаний "Доминант"	ЗАО фирма «Агрокомплекс»
ООО «УК Солнечные продукты»	ОАО «Красный Восток Агро»
ООО «Группа компаний «Русагро»	ООО «ГК Агро-Белогорье»
ООО «Продимекс-холдинг»	ЗАО «Сибирская Аграрная Группа»
ЗАО «Управляющая компания «ЭФКО»	ЗАО «Моссельпром»
ЗАО «Холдинговая компания «Золотой Колос»	ЗАО АВК «Эксима»
ОАО «Вамин Татарстан»	ЗАО «Птицефабрика Роскар»
ООО МЭЗ «Юг Руси»	ЗАО МК «Авида»
ОАО АПК «ОГО»	ООО «Управляющая компания Русские фермы»
Агрохолдинг «Продо»	ОАО «Группа компаний «Русское море»

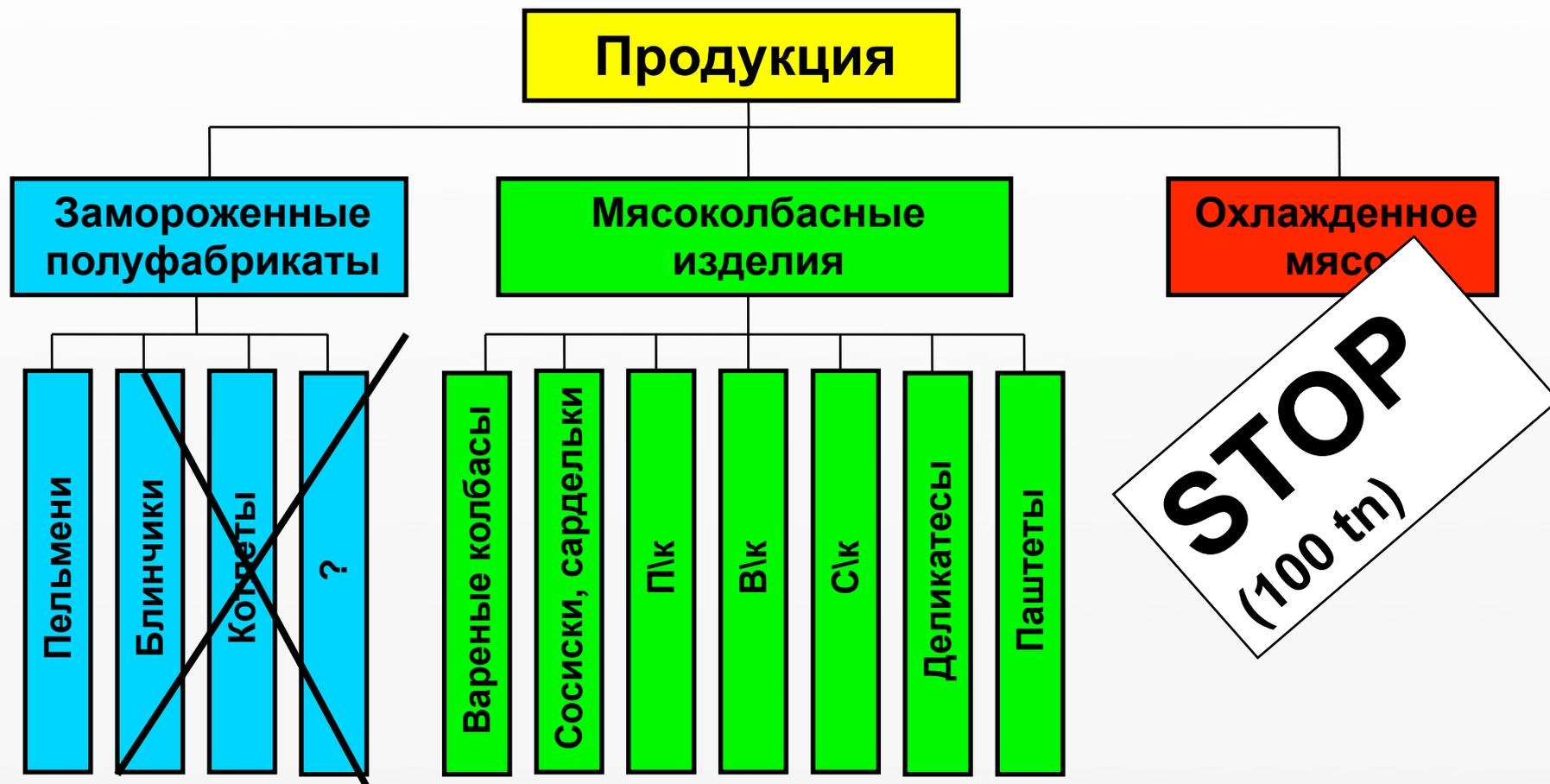


Новинки января-мелким весом и крупной формой - по кризису!

- * Новая линейка вареных колбас Атышево «STANDARD»
«вареные колбасы «ПО-АТЯШЕВСКИ»
- * Дополнение линейки дешевых варено-копченых сервелатов Атышево «STANDARD»
- * Дополнение линейки вареных колбас Атышево «PREMIUM» в упаковках «сетевого формата»
- * Дополнение линейки сосисок Атышево «PREMIUM» в первую очередь для сетевой розницы



Структура выпускаемой продукции



Агрохолдинг «Талина» - образец вертикальной интеграции



Растениеводство



Производство комбикормов



Животноводство



Мясопереработка



Реализация продукции

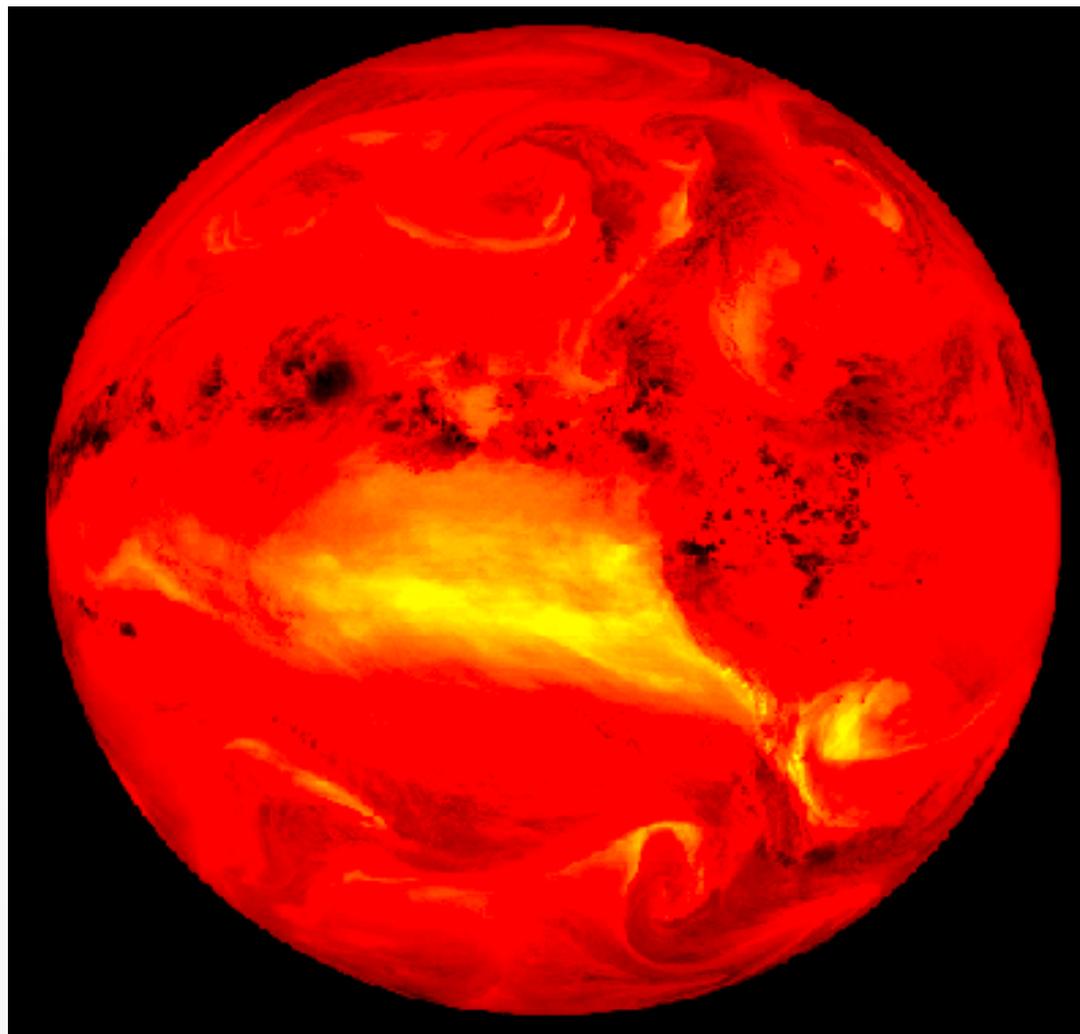
- ✓ **собственные земли**
- ✓ **собственное растениеводство**
- ✓ **собственное производство кормов**
- ✓ **собственное свиноводство**
- ✓ **собственный убой, производство и логистика**

Внедрение лучших из известных технологий производства и управления не требующих избыточных затрат

Менеджмент качества и безопасности пищевых продуктов на основе ISO 9001-2000 и ISO 22 000

Автоматизация процесса управления и контроля через ERP систему





Эмоции действительно можно и нужно продавать!



ТАЛИНА

