



Panoptic Insights

Опираясь на анализ больших данных о ключевых показателях экономики стран Евросоюза в отрасли производства продуктов питания, наши аналитики разделили страны на четыре группы по типу стратегии выхода для компаний, предлагающих услуги производителям продуктов питания.

Этот документ будет интересен компаниям, специализирующимся на логистике, контроле качества и сертификации, упаковочных решениях а также на предоставлении услуг аутсорса для производителей продуктов питания.

Кластер 1. Лидеры рынка с умеренной конкуренцией

Германия, Франция, Италия, Испания.

Ведущие экономики Европы с темпами роста чуть ниже медианных и умеренной конкуренцией компаний в отрасли производства еды. У потребителей в странах первой группы высокие требования к качеству продуктов, экологичности и устойчивости (sustainability). На рынке развита инфраструктура и очень жёсткая политика регулирования процессов производства и дистрибуции.

Большое количество компаний из отрасли производства еды в Европе являются активными потребителями услуг на всех этапах производства их продуктов. Они регулярно привлекают внешних поставщиков для оптимизации процессов, сокращения издержек и обеспечения соответствия высоким стандартам качества, принятым на европейском рынке. Эта тенденция наблюдается во всех сегментах пищевой промышленности, от крупных международных корпораций до средних локальных производителей, стремящихся повысить эффективность и конкурентоспособность.

Потребности

Логистика и cold chain – услуги по транспортировке скоропортящихся продуктов с непрерывным мониторингом температуры и строгим соблюдением стандартов ЕС (HACCP, IFS Logistics) для гарантии качества и безопасности.

Аутсорсинг QA и тестирования – контроль качества, лабораторные анализы, включая микробиологические, химические (на пестициды, тяжелые металлы) и органолептические исследования для комплексной оценки безопасности и потребительских свойств продукта.

Упаковочные решения – экологичная упаковка, smart-упаковка с датчиками свежести, ****соответствующие актуальным директивам ЕС (Packaging and Packaging Waste Regulation) и отвечающие запросу европейских потребителей на устойчивость и разумное потребление.

B2B-маркетплейсы – Платформы для закупки ингредиентов (аналог FoodChain ID), которые обеспечивают полную прослеживаемость каждой партии сырья и автоматизируют документооборот для построения надежной и прозрачной цепи поставок.

Panoptic Insights

Кластер 2: Растущие рынки с высокой конкуренцией

Польша, Чехия, Румыния.

Рынки со средними объёмами (€5-10 млрд) и темпами роста выше среднего в Европе, но с большим количеством компаний в отрасли производства продуктов питания. Потребители на этих рынках демонстрируют высокую чувствительность к ценам при одновременном наличии тренда на натуральные продукты. Инфраструктура отлично развита и представлена сетью таких супермаркетов, как Lidl или Kaufland.

Потребности

Фокус на оптимизацию издержек — критически важный элемент стратегии выхода на конкурентные рынки второго кластера для компаний предлагающих услуги производителям продуктов питания. Например: **предложение дешёвой упаковки из местных материалов**, (переработанного картона или биоразлагаемых материалов от региональных поставщиков) или **логистические услуги с упором на скорость и гибкость** (организация эффективной цепочки поставок с возможностью доставки «за 24 часа» в крупные розничные сети).

Внедрение ERP-систем для управления производством. Во многих странах второго кластера, таких как **Румыния** и **Польша**, локальные производители сталкиваются с низкой автоматизацией процессов. Предложение и внедрение **ERP-систем** (например, для отслеживания сырья, оптимизации производственных циклов и управления логистикой) повышает эффективность и прозрачность операций, делает сотрудничество более предсказуемым и соответствующим требованиям международных партнёров.

Услуги по сертификации для выхода на рынок ЕС. Производители из стран, соседствующих со странами второй группы, такие как **Украина, Молдова** часто нуждаются в сопровождении при прохождении процедур **сертификации**, таких как HACCP, ISO 22000 или органическая сертификация. Предоставление таких услуг облегчает им выход на европейский рынок, делает их продукцию более конкурентоспособной и открывает возможности для долгосрочных экспортных контрактов.

White-label решения — перспективный формат сотрудничества, позволяющий международным брендам быстрее адаптироваться к условиям локального рынка и снизить издержки на запуск. Например: **помощь западным брендам в локализации упаковки и маркетинга** или **адаптация бренда из страны первого кластера под польский ритейл**.

Важно!

Используйте **налоговые льготы** в Польше и Румынии (например, Special Economic Zones) и **избегайте** чрезмерной зависимости от одного ритейлера (риск демпинга цен).

Panoptic Insights

Кластер 3: Локальные рынки с низкой конкуренцией

Дания, Швеция, Норвегия, Финляндия.

Малые (<€5 млрд) рынки с высоким доходом населения и средними темпами роста. Низкий уровень конкуренции вследствие присутствия на рынке нескольких крупных игроков, которые контролируют большую долю рынка производства продуктов питания. Инфраструктура, вследствие низкой плотности населения и сложности логистики, менее развита, чем в странах из предыдущих групп. Вследствие этого производители продуктов питания при выстраивании продаж ориентируются на цифровые каналы: веб-сайты и приложения.

Потребности

Услуги «под ключ» для малых брендов помогают небольшим производителям быстрее и с минимальными издержками выйти на рынок ЕС и Скандинавии, соответствуя требованиям sustainability.

Помощь в получении экосертификатов (Demeter, KRAV). Сертификаты **Demeter (биодинамическое сельское хозяйство)** и **KRAV (Швеция)** открывают доступ к premium-сегменту экопродуктов и повышают доверие ритейла и потребителей. Предоставление услуг сопровождения в подготовке документов, прохождении аудитов и адаптации процессов производства значительно упрощает и ускоряет получение сертификатов малыми брендами.

Разработка упаковки с углеродно-нейтральным следом. Создание дизайна и подбор упаковки с минимальным углеродным следом (например, использование переработанных или биоразлагаемых материалов, углеродно-нейтральная печать) позволяют брендам демонстрировать свою экологическую ответственность. Это повышает привлекательность продукции в глазах розничных сетей и потребителей, а также даёт возможность участвовать в sustainability-грантах ЕС и Скандинавии.

Холодная логистика для органики — ключевой фактор сохранения качества продукции и снижения потерь при доставке свежих и органических товаров.

Создание сети малых складов с зелёной энергией. Организация **региональных холодильных складов**, работающих на **зелёной энергии (солнечные панели, гидроэнергия)**, особенно актуальна для **Норвегии**, где доля возобновляемых источников в энергобалансе высока. Такая инфраструктура позволяет локально хранить продукцию ближе к конечному потребителю, сокращая время доставки и углеродный след.

Партнёрство с электрогрузовиками (Volvo Trucks, Швеция). Использование **электрогрузовиков** (например, **Volvo Trucks в Швеции**) для доставки органической продукции снижает выбросы CO₂ и соответствует требованиям ритейлеров по устойчивой цепочке поставок. Это усиливает имидж брендов как ответственных поставщиков, а также помогает участвовать в программах субсидирования зелёной логистики в ЕС.

Panoptic Insights

Цифровизация для фермеров открывает новые возможности повышения эффективности, сокращения потерь и увеличения доходов производителей.

Внедрение IoT-датчиков для контроля качества молока/мяса. Использование **IoT-датчиков** помогает в режиме реального времени отслеживать **температуру, влажность, состав молока и состояние животных**, что снижает риски порчи продукции и повышает стандарты качества. Это особенно важно для малых ферм, которые стремятся соответствовать требованиям ритейла и сертификаций (EU Organic, KRAV) и выходить на экспортные рынки.

Платформы для прямых продаж фермеров ресторанам (Farm to Table, Дания).

Создание или подключение к **платформам «Farm to Table»**, как в Дании, позволяет фермерам продавать продукцию напрямую ресторанам и конечным потребителям, минуя посредников. Это повышает доход фермеров, обеспечивает прозрачность происхождения продуктов и даёт ресторанам доступ к свежим и локальным ингредиентам с понятной историей происхождения — тренд, который активно растёт в Скандинавии и Европе.

Кластер 4: Стагнирующие рынки с высокой конкуренцией

Греция, Португалия, Болгария, Латвия, Литва.

Рынки с небольшими оборотами в отрасли производства еды, низкими темпами роста, высоким уровнем конкуренции и низкой покупательской способностью населения. Инфраструктура вне больших городов практически не развита, и доставка многих продуктов несистематическая или полностью отсутствует.

Потребности

Услуги по сертификации и экспорту — важный сервис для производителей, стремящихся выйти на европейские рынки с соблюдением всех требований и ускорением процесса вывоза продукции.

Помощь в получении PDO/DOP статусов. Сопровождение в оформлении и прохождении процедуры получения **Protected Designation of Origin (PDO)** и **Denomination of Protected Origin (DOP)** гарантирует соблюдение строгих стандартов качества и происхождения продукции. Наличие таких статусов повышает доверие ритейлеров и конечных потребителей, а также открывает доступ к премиальному сегменту рынка.

Таможенное оформление для экспорта в ЕС. Предоставление комплексных услуг по подготовке и сопровождению таможенной документации, включая сертификацию соответствия, фитосанитарные и ветеринарные разрешения, упрощает и ускоряет процесс вывоза товаров в страны Евросоюза. Это особенно

Panoptic Insights

важно для свежей и скоропортящейся продукции, где сроки и правильное оформление критичны для успешной доставки и реализации.

Аутсорсинг производства — эффективное решение для западных брендов, стремящихся расширить производство и адаптироваться к локальным рынкам без значительных капитальных вложений.

Организация контрактного производства для западных брендов.

Предоставление услуг **контрактного производства** позволяет брендам делегировать выпуск продукции местным фабрикам, сохраняя контроль качества и снижая издержки на логистику и таможенную. Такой подход ускоряет выход на рынок, позволяет адаптировать продукт под региональные требования и снижает операционные риски.

Пример: розлив итальянского оливкового масла в Греции. Западный бренд может использовать производственные мощности в Греции для **розлива и упаковки оливкового масла**, используя местное сырьё и традиционные рецептуры, что позволяет снизить транспортные расходы и позиционировать продукт как более «локальный» на рынке Южной Европы. Такой подход облегчает сертификацию и ускоряет поставки в страны ЕС.

Решения для малого бизнеса помогают стартапам и локальным производителям начать производство с минимальными вложениями и гибкостью в масштабировании.

Аренда производственных мощностей "по часам". Предоставление небольших, полностью оснащённых производственных площадок с возможностью аренды на часы или дни позволяет малым брендам запускать производство без крупных капитальных затрат на оборудование и помещения. Это особенно удобно для тестирования новых продуктов, сезонных линеек или мелкосерийного производства.

Общие склады холодильного хранения. Совместное использование холодильных складов позволяет снизить расходы на хранение скоропортящейся продукции, обеспечить надёжные условия для сохранности товаров и гибко масштабировать объёмы хранения в зависимости от спроса. Такие склады часто расположены рядом с логистическими центрами и ритейлерами, что сокращает время и стоимость доставки.

Цифровизация традиционных процессов помогает малым и средним производителям повысить эффективность и конкурентоспособность на рынке.

Внедрение базовых ERP-систем для мелких производителей. Использование простых и доступных ERP-решений позволяет автоматизировать планирование производства, учёт сырья и готовой продукции, а также управление заказами и складом. Это снижает ошибки, ускоряет обработку данных и улучшает контроль качества без необходимости больших IT-вложений.

Panoptic Insights

Платформы для объединения закупок сырья. Создание или подключение к цифровым платформам, которые позволяют нескольким производителям объединять заказы на сырьё, снижая закупочные цены и минимизируя логистические расходы. Такой подход особенно актуален для малых фермерских кооперативов и ремесленных брендов, стремящихся оптимизировать издержки и обеспечить стабильные поставки.

Выводы

Анализ европейских рынков пищевой продукции выявляет четкую дифференциацию требований и возможностей по кластерам, что требует различных стратегических подходов к экспансии.

На развитых рынках Западной Европы (Германия, Франция, Италия, Испания) ключевое значение приобретает строгое соответствие высоким стандартам качества и экологичности. Успех здесь зависит от способности обеспечить безупречную логистику скоропортящейся продукции, использовать инновационную упаковку и пройти сложные процедуры сертификации. Эти рынки требуют значительных инвестиций, но обеспечивают доступ к платежеспособному потребителю.

Растущие рынки Центральной и Восточной Европы (Польша, Чехия, Румыния) предлагают другие возможности. Здесь критически важна оптимизация затрат через локализацию производства, использование white-label решений и внедрение доступных систем автоматизации. Особое внимание стоит уделить использованию местных налоговых льгот и логистической инфраструктуры.

Скандинавские страны (Дания, Швеция, Норвегия, Финляндия) представляют особый сегмент с акцентом на устойчивое развитие. Выход на эти рынки требует внедрения экологических решений во всей цепочке - от сертификации до "зеленой" логистики и цифровых платформ прямых продаж.

Наиболее сложными остаются стагнирующие рынки Южной Европы и Балтии, где основная стратегия должна строиться вокруг минимизации издержек через аутсорсинг производства и использование общей инфраструктуры.

Общими для всех рынков остаются тренды на **цифровизацию, прослеживаемость цепочек поставок и экологичность.** Однако успешная экспансия требует не просто следования этим трендам, а их адаптации к специфике каждого кластера через выстраивание локальных партнерских сетей и предложение комплексных решений.