**ИЗЦЕДИ – ФИЛТРИРАЙ**

**Обзор на руския пазар на растителните масла** 

В Русия растителното масло е продукт от първа необходимост. Един от факторите за тази популярност е съдържанието в тях на голям брой хранителни вещества и витамини. Най-голямо е търсенето на слънчогледово масло, което се е превърнало в традиционно още в началото на XIX век.

 Маслодайната индустрия в Русия е добре развита и това позволява на пазара на растителните масла да бъде един от най-обемните, наситени и конкурентни.

Отрасълът заема едно от водещите места в селскостопанския сектор. Основната суровина за производство на растителни масла са костилките и семената на маслодайните растения. В Русия всяка година се увеличават площите с маслодайни култури - през 2013 г., общата посевна площ е била около 11 хиляди хектара. За отглеждане на слънчоглед се отделя повече от 65% от общата посевна площ.

Според анализаторите на GlobalReach Consulting (GRC), през последните четири години руския пазар на растителни масла показва уверен ръст, със среден годишен прираст от над 2%.

Като се има предвид вноса на растителни масла като цяло, може да се отбележи увеличение в обема с повече от 12% в реално изражение през 2013 г. Основният доставчик на растителни масла е Индонезия, тъй като тя доставя най-големи количества палмови и кокосови масла, които лидират в структурата на внос по видове суровини.

Както вече бе отбелязано, палмовото масло е с най-голям дял от вноса на масла – повече от 82%. Втори и трети по големина вносители на палмово масло след Индонезия са Малайзия и Холандия, които са намалили доставките си през 2013 г. съответно с 28 и 49%.

Обемът на износа на различни видове растителни масла в последните четири години нараства.

На второ място се нарежда рапичното масло с дял от 17%.

Абсолютен лидер в износа на продукти е слънчогледовото масло – по резултатите за 2013 г., делът му в общия износ е 72% (виж фиг. 1).

Разпределението на износа от страната до голяма степен зависи от вида на суровината. Така че, основните купувачи на руско слънчогледово масло са Турция и Египет, чиито дялове са съответно 28 и 15%. Рапица се търси основно от европейските страни, такива като Норвегия, Франция и Латвия – повече от 65% от общия износ на този вид масло. Около една трета от износа на соево масло закупува Алжир. Такава част от същия вид масло се изнася и за Холандия, Франция и Великобритания.

Освен сегментирането на маслата по тип на суровина, съществува сегментация по способ на пречистване. Съществува нерафинирано, хидратирано, рафинирано и дезодорирано масло. По данни на Росстат голяма част в производството принадлежи на нерафинираното масло-около 67%. Този тип масло преминава само механична обработка, което позволява да се съхранят вкуса и миризмата.

В структурата на нерафинирани масла, водещо е слънчогледовото масло, което представлява около 85% от производството на Русия.

Най-популярно в Русия е слънчогледовото масло без добавки, което може да се използва на всички етапи на готвене.

В Русия набира популярност маслиновото масло (зехтин), но този вид масло в страната практически не се произвежда, и на вътрешния пазар са налице главно вносни продукти. Лидерството при вноса на маслиново масло принадлежи на Испания, Италия и Гърция, като общият дял е близо 92% от всички доставки на тези продукти.

Пазара на зехтин в Русия продължава да расте основно за сметка на испанското производство, което е много по-евтино, отколкото италианското и гръцкото. В Русия все още няма висока култура на консумация на маслиново масло, затова определящ фактор при избора е цената. За сега вноса от Испания заема около 60% от продажбите на дребно, но през 2014 г., този показател може да достигне 70-80%.

Присъствието на маслиново масло в търговията на дребно значително се увеличава. Това се дължи главно на факта, че руския пазар се счита за обемен и перспективен, и все повече и повече чуждестранни компании се опитват да внесат свои продукти, като бавно изместват пазара на слънчогледовото масло. По рафтовете на магазините вече се появяват продукти, които представляват смес от тези два вида масла. Цената на тези позиции в търговията на дребно е по-хуманна, защото като основа в тях е слънчогледовото масло и в този вид продуктът е по-лесно достъпен за потребителите. Също така, се предлагат варианти на по-евтин зехтин за пържене.Такива решения са начин за завладяване на купувачите, които са привърженици на слънчогледовото олио.

<http://www.foodmarket.spb.ru>