

27 августа 2024

# МЯСНЫЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ



Обзор ВЭД



# Содержание

---

Введение	<b>4</b>
Мировой рынок	<b>7</b>
Внешняя торговля	<b>18</b>
Ценовая конъюнктура	<b>26</b>
Обзор российского рынка	<b>27</b>
Потенциал поставок мясных альтернатив из России	<b>36</b>
Условия поставок	<b>37</b>

# Мнение эксперта

---



## Владимир Шафоростов

Партнер практики АПК и потребительского сектора  
Strategy Partners

« Мировой розничный оборот продуктов на растительной основе (заменители мяса, морепродуктов, молочных продуктов) в 2023 г. оценивался в 29 млрд. долл. США. Несмотря на бурный рост (34% с 2019 г.), рынок альтернативных белков и продуктов пока довольно небольшой по сравнению с традиционными продуктами питания. Пока существует много ограничений, препятствующих развитию рынка: высокая стоимость, низкая доступность, ограниченность производственных мощностей, как по сырью, так и по готовой продукции. Потребность в разработке новых продуктов является определяющей в последнее время. В 2023 игроки рынка продолжали двигаться в направлении преодоления данных барьеров.

По оценкам экспертов, существуют предпосылки формирования разрыва между возможностями индустрии (по всей цепочке) и спросом со стороны рынка, что делает растительные белки перспективным направлением для инвестиций в горизонте ближайших 5–7 лет.

Однако уже есть сигналы проблем на рынке в сегменте мясных альтернатив со стороны крупных потребителей: США и стран Евросоюза. Фактор цены препятствует росту рынка. При этом в азиатских странах тренд только набирает обороты. Показателем пример Австралии, где за год с сентября 2022 г. по сентябрь 2023 г. кратно вырос ассортимент мясных альтернатив в канале розничной торговли. Так, ключевыми драйверами стали растительное мясо птицы в панировке, снеки и шарики, готовые блюда. При этом на рынке Австралии большую долю занимают местные производители, предлагая более разнообразные и интересные продукты по приемлемым ценам. Глобальные бренды с премиальным позиционированием своей продукции уступают рынок локальным игрокам.

Отрасль мясных альтернатив из растительного сырья в настоящий момент подошла к моменту, когда формируется новая модель: не вертикальной интеграции, а разделения ролей по технологической цепочке. Тестируются новые источники растительного протеина, ведется работа по улучшению текстуры, вкусов и органолептических свойств, появляются новые идеи продуктов.

Российский рынок пока сравнительно мал, около 2% от мирового потребления. Отрасль представлена в основном локальными B2C игроками. Потенциал развития лежит как в развитии сырьевой базы, благодаря огромным возможностям по получению растительного протеина из различных видов производимого сырья (пшеница, горох, соя и др.), так и в развитии самого рынка и повышении проникновения продукции в потребительские корзины. »



# Введение

---

К одним из наиболее устойчивых трендов последнего десятилетия, наблюдаемых среди потребителей продовольственных товаров, можно отнести повышение осведомленности людей о влиянии употребляемых продуктов на здоровье, а также о воздействии пищевой промышленности на окружающую среду. Все более значимым становится вопрос об этичности производства и потребления. В результате популярность стали набирать товары, позиционируемые не только как полезные для здоровья, но и наносящие значительно меньший вред окружающей среде. На этом фоне интерес потребителей к продукции из растительного сырья, включая мясные альтернативы, существенно вырос. Развитие феномена «этичного потребления» привело к кратному увеличению числа приверженцев веганской и вегетарианской диет, которые первоначально являлись основной целевой аудиторией для производителей растительного мяса. Различные инструменты продвижения, в особенности в современных каналах продаж (специализированные отделы и торговые полки), значительно повысили осведомленность населения о данной продукции, что стало дополнительным стимулом снизить объемы потребляемого мяса либо полностью исключить его из рациона, при этом не отказываясь от привычных вкусовых предпочтений. Благодаря данным процессам также выросло число флекситарианцев, сокращающих потребление мясной продукции по различным соображениям: экологическим, социальным, этическим, а также с целью заботы о здоровье.

Однако на сегодняшний день в мире наблюдается постепенное замедление темпов роста потребления, а в ряде стран рынок мясных альтернатив начинает демонстрировать признаки зрелости. Сегодня к основным сдерживающим факторам развития рынка мясных альтернатив возможно отнести, в частности, высокую степень переработки ингредиентов для их производства. В частности, использование большого количества ингредиентов, требуемых для их изготовления, идет вразрез с рекомендациями нутрициологов о необходимости следования рациону, основу которого составляют минимально обработанные продукты, что снижает привлекательность рассматриваемой продукции для многих приверженцев здорового питания. Помимо этого, органолептические свойства мясных альтернатив по-прежнему существенно отличаются от свойств у мяса, особенно в части вкуса и текстуры.

По оценке Good Food Institute (GFI), в 2022 г. количество B2B стартапов в сфере растительных альтернатив превысило количество B2C стартапов. Стартапы, ориентированные на сбыт продукции бизнесу, являются признаками зрелой отрасли. Производители растительного мяса все больше концентрируются в своей деятельности на разработке рецептур, расширении ассортимента и продвижении готовой продукции, а не обеспечении всей цепочки поставок самостоятельно, что в перспективе позволит снизить себестоимость продукции. Вкусовые качества готовой продукции также постоянно улучшаются благодаря деятельности научно-исследовательских центров. Таким образом, рынок мясных альтернатив обладает значительным потенциалом роста (особенно в случае преодоления основных сдерживающих факторов), и в будущем может войти в рационы питания большей части потребителей.



## Европа

Крупнейшим в мире потребителем альтернативного мяса является Европа, что не в последнюю очередь обусловлено высоким уровнем благосостояния жителей региона. Благодаря данному обстоятельству высокий уровень цен на мясные альтернативы не является препятствием для покупки продукции европейцами. Рынок мясных альтернатив в Европе продолжает расти, несмотря на достижение зрелости в отдельных странах. Большая часть потребления данной продукции в регионе приходится на розничные продажи, при этом после пандемии COVID-19 спрос на растительное мясо в секторе общественного питания вырос. В частности, веганский ассортимент с использованием альтернативного белка постепенно расширяется в ресторанах быстрого питания, включая Burger King, Subway и Taco Bell. Кроме того, европейские правительства продолжают финансировать исследования и проекты по продвижению растительного мяса ввиду высокого потенциала данной продукции как с экономической, так и с экологической точки зрения. Несмотря на наличие поддержки со стороны государства, в некоторых странах Европы наблюдается сокращение потребления мясных альтернатив, что связано как с насыщением рынка, так и со сложным экономическим положением потребителей в связи с высоким уровнем инфляции. Так, снижение спроса становится заметным в Великобритании, что вынуждает компании адаптировать свою стратегию присутствия на рынке. В частности, в 2024 г. один из лидеров британского рынка альтернативного мяса компания Quorn выпустила линейку «гибридного» мяса — продукции, в составе которой используется как мясо животного происхождения, так и растительного, что свидетельствует о смещении основной целевой аудитории с веганов и вегетарианцев на флекситарианцев.

## Северная Америка

Североамериканский регион и, в частности, США, возможно отнести к зрелому рынку мясных альтернатив. В 2023 г. в стране наблюдалось снижение общих объемов потребления данной продукции, причем спад в сегменте розничной торговли продолжается с 2021 г. Тем не менее мясные альтернативы уже являются узнаваемой продукцией, и, согласно исследованию Morning Consult и GFI, 36% американских потребителей употребляли его в пищу в течение последнего года, в то время как 25% включали альтернативное мясо в свой рацион как минимум один раз в месяц. Примечательно также, что около 95% потребителей растительных альтернатив также продолжают употреблять мясо животного происхождения, что свидетельствует о том, что главными потребителями данной продукции в настоящее время являются именно флекситарианцы. Доля веганов и вегетарианцев в США остается невысокой, объем потребления мяса животного происхождения продолжает увеличиваться, при этом значительная часть потребителей стремится сократить долю мясной продукции в своем рационе, более половины из которых желают это сделать из соображений заботы о здоровье. Как и в прочих странах со зрелыми рынками мясных альтернатив, в долгосрочной перспективе динамика потребления мясных альтернатив в США будет зависеть в первую очередь от усовершенствования предлагаемого продукта в части улучшения вкусовых качеств продукции, а также снижения ее стоимости.



## Азия

Сегодня рынок мясных альтернатив в Азии является одним из наиболее перспективных в мире. Так, в данном регионе рост потребления растительного мяса все еще продолжается, при этом для части азиатских стран такая продукция стала способом укрепления внутренней продовольственной безопасности. Некоторые страны (например, Япония, Индия, Китай, Республика Корея, Сингапур) помимо субсидий на разработку и производство мясных альтернатив начали упрощать сертификацию такой продукции и ингредиентов для нее, а также ускорять внедрение инноваций. Потребление мясных альтернатив в регионе находится на невысоком уровне относительно Европы и Северной Америки, в том числе вследствие особенностей кулинарных традиций азиатских стран. Так, практика приготовления блюд на основе бобовых и масличных культур, в первую очередь сои, и их разнообразие приводит к серьезной конкуренции для мясных альтернатив, поскольку для многих потребителей привычной заменой животному белку является тофу и прочие продукты, содержащие белок растительного происхождения, при этом не относящиеся к категории альтернативной продукции.

Несоответствие вкусовым предпочтениям жителей Азии, высокая цена, а также представления о растительном мясе в западном понимании как о «ненатуральном» продукте являются основными факторами, препятствующими активному развитию рынка мясных альтернатив. Стоит также отметить, что одни из первых упоминаний о растительном мясе в истории относятся именно к Азии, в частности к буддистским монахам, которые вели вегетарианский образ жизни. Ассоциация мясных альтернатив с пищей, которую традиционно употребляли монахи и бедные слои населения, также сдерживает спрос со стороны некоторых покупателей, в первую очередь старшего поколения. Несмотря на данное обстоятельство интерес к данной продукции со стороны азиатских потребителей, особенно молодых, в целом продолжает увеличиваться. Более того, многие покупатели, в рационе которых не присутствуют мясные альтернативы, отмечают низкий уровень представленности в ассортименте магазинов такой продукции, что свидетельствует о наличии неудовлетворенного спроса и высоких перспективах наращивания поставок из-за рубежа.



# Мировой рынок

Мировое потребление мясных альтернатив в 2023 г. составило 667,8 тыс. тонн, сохранившись на уровне 2022 г., в то время как объем продаж достиг 6,8 млрд долл. США, превысив показатель предыдущего года на 11,4%. На рынке данной продукции наблюдается значительное замедление темпов роста потребления, особенно в натуральном выражении. Так, среднегодовые темпы роста показателя в 2018–2023 гг. составляли 8,5% в натуральном и 16,3% в стоимостном выражении (10,7% и 17,5% в 2018–2022 гг. соответственно), что значительно выше прироста, продемонстрированного в 2023 г. Замедление роста мирового потребления и продаж свидетельствует о приближении рынка к насыщению. Сегодня мясные альтернативы не воспринимаются потребителями как новый товар, целевая аудитория данной продукции уже сформировалась.

Мировое потребление мясных альтернатив, 2018–2023 гг.

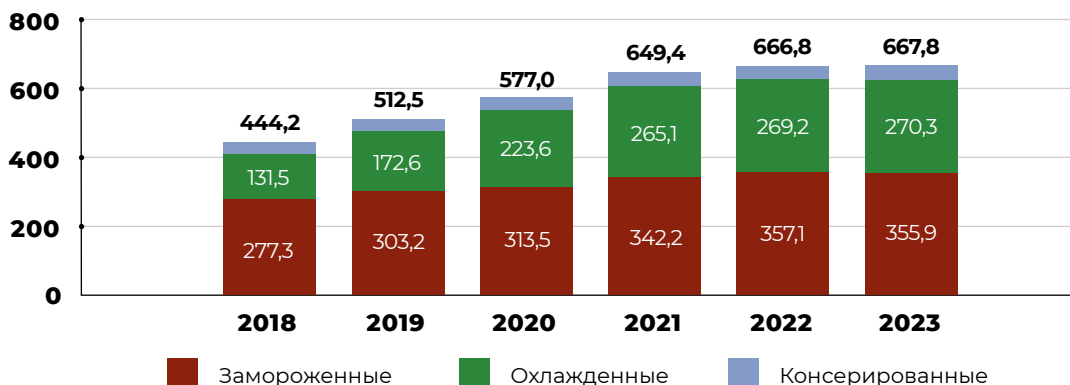


Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

Основная часть ассортимента мясных альтернатив в течение рассматриваемого периода приходилась на замороженную продукцию. В 2023 г. на долю таких товаров пришлось порядка 53,3% (355,9 тыс. тонн), в то время как доля продукции в охлажденном виде составила 40,5% (270,3 тыс. тонн), в консервированном — 6,2% (41,7 тыс. тонн). Стоит отметить, что доля охлажденной продукции значительно увеличилась по сравнению с 2018 г., когда замороженная продукция занимала 62,4% рынка мясных альтернатив, охлажденная — 29,6%, консервированная — 8,0%.



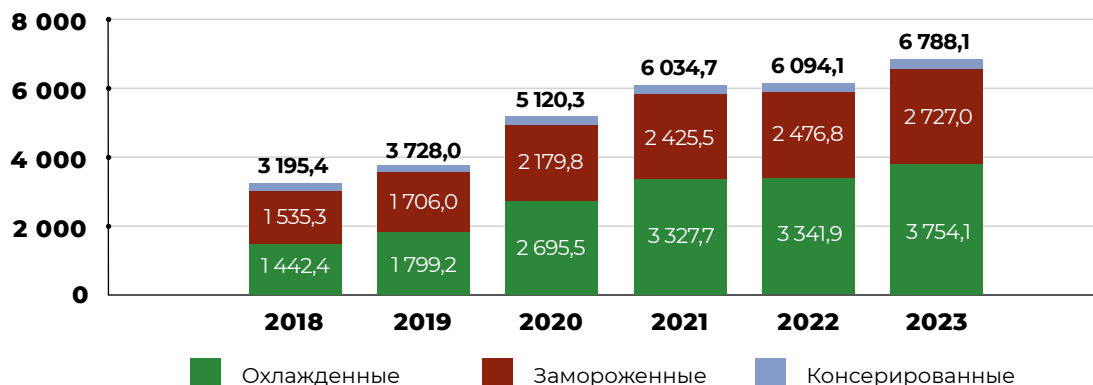
Мировое потребление мясных альтернатив по видам в натуральном выражении, 2018–2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

Ввиду более высоких средних цен на охлажденные мясные альтернативы в стоимостном выражении структура продаж выглядит иначе, чем в натуральном. Так, в 2023 г. на долю замороженной продукции пришлось только 40,2% от общего объема продаж (2,7 млрд долл. США), тогда как основную долю составляло охлажденное растительное мясо — 55,3% (3,8 млрд долл. США). На консервированные мясные альтернативы приходилась незначительная часть мировых продаж — 4,5% (307,1 млн долл. США).

Мировые продажи мясных альтернатив по видам в стоимостном выражении, 2018–2023 гг., млн долл. США

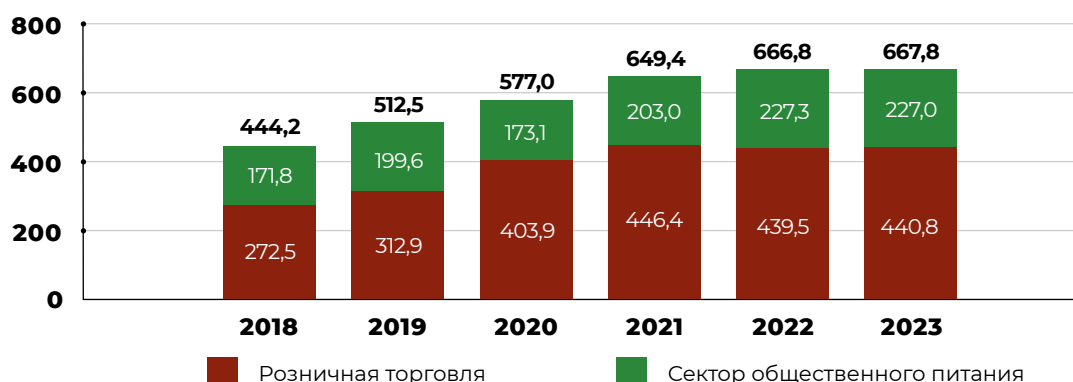


Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

Основным каналом сбыта мясных альтернатив является розничная торговля. В 2023 г. на долю розничных продаж приходилось около 66,0% (440,8 тыс. тонн), в то время как на сектор общественного питания — оставшиеся 34,0% (227,0 тыс. тонн).



Мировое потребление мясных альтернатив по каналам продаж в натуральном выражении, 2018–2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

Ведущим регионом по объемам потребления мясных альтернатив является Европа — в 2023 г. на нее приходилось порядка 41,3% от общемирового показателя (276,0 тыс. тонн). При этом потребление данной продукции в Европе распределено неравномерно. Почти 90% приходится на страны Западной Европы, в то время как в Восточной Европе мясные альтернативы не получили столь широкого распространения. В регионе наблюдается постепенное сокращение темпов роста потребления данной продукции — в 2023 г. показатель увеличился на 3,7%, в то время как в 2019 г., 2020 г. и 2021 г. рост составлял 17,4%, 23,9% и 18,4% соответственно.

В Северной Америке в 2023 г. зафиксировано значительное снижение объемов потребления мясных альтернатив на 8,6% до 257,8 тыс. тонн, в результате чего регион утратил статус ведущего по данному показателю. Сокращение потребления связано в первую очередь с пониженным спросом со стороны потребителей в США.

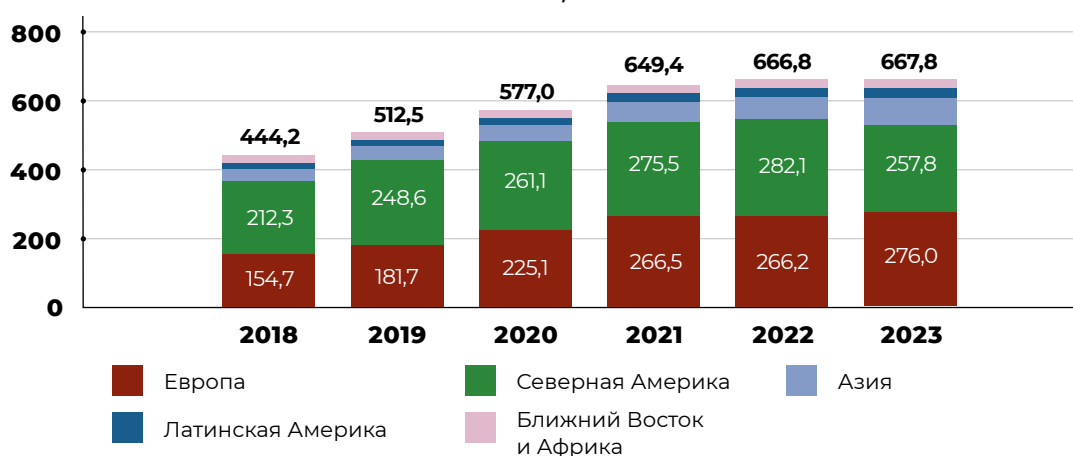
В настоящее время наиболее стремительно развивающимся рынком мясных альтернатив является азиатский: на его долю в 2023 г. пришлось 11,5% мирового потребления данной продукции (76,6 тыс. тонн), при этом показатель на протяжении всего рассматриваемого периода демонстрировал стабильный рост. По сравнению с 2022 г. потребление увеличилось на 17,5%, а среднегодовые темпы роста в 2018–2023 гг. составляли 16,2%.

На Латинскую Америку в 2023 г. пришлось порядка 4,6% мирового потребления, при этом регион также демонстрирует высокие темпы роста рынка рассматриваемой продукции (в основном за счет эффекта низкой базы). В 2023 г. показатель увеличился на 12,0% и достиг уровня 30,9 тыс. тонн. Среднегодовые темпы роста потребления мясных альтернатив в Латинской Америке в 2018–2023 гг. составляли 11,5%.

Доля Ближнего Востока и Африки на мировом рынке мясных альтернатив в натуральном выражении в 2023 г. составила 4,0%. Несмотря на относительно невысокие показатели роста (среднегодовые темпы роста в 2018–2023 гг. составляли 2,7%), в регионе наблюдается стабильное увеличение объемов потребления данного вида продукции. В 2023 г. показатель увеличился на 3,1% по сравнению с 2022 г., составив 26,5 тыс. тонн.



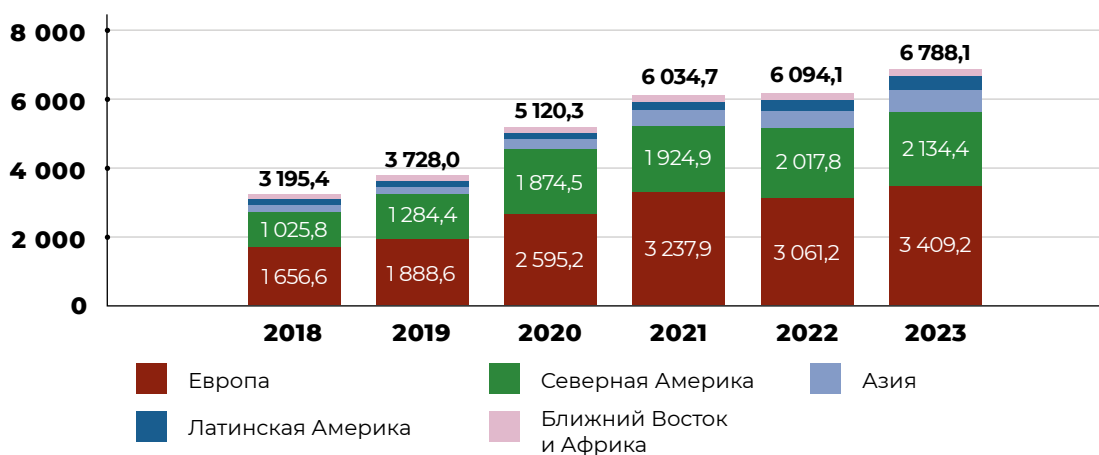
Мировое потребление мясных альтернатив по регионам в натуральном выражении, 2018–2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

Основная часть продаж мясных альтернатив приходится на Европу. Данный регион являлся лидером по данному показателю на протяжении 2018–2023 гг. В 2023 г. доля региона составила 50,2%, по сравнению с 2022 г. продажи увеличились на 11,4%, достигнув 3,4 млрд долл. США. На долю Северной Америки пришлось порядка 31,4% мировых продаж мясных альтернатив или 2,1 млрд долл. США. В Азии объем реализации данной продукции составил 645,1 млн долл. США (9,5% от общемирового показателя), в Латинской Америке — 386,6 млн долл. США (5,7%), в регионе Ближнего Востока и Африки — 212,7 млн долл. США (3,1%).

Мировые продажи мясных альтернатив по регионам в стоимостном выражении, 2018–2023 гг., млн долл. США



Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»



США являются крупнейшим потребителем мясных альтернатив: доля в натуральном выражении в 2023 г. составила 34,8%, в стоимостном — 26,8%, при этом рынок данной продукции в стране начинает демонстрировать признаки зрелости. В последние годы рост потребления мясных альтернатив постепенно замедлялся, и в 2023 г. показатель сократился на 9,9% до 232,2 тыс. тонн. При этом в стоимостном выражении продажи выросли на 5,4%, достигнув 1,8 млрд долл. США, что объясняется высоким уровнем инфляции в стране, в том числе на рынке рассматриваемой продукции. Несмотря на то, что мясные альтернативы по-прежнему относятся к нишевым товарам, фактор новизны, ранее стимулировавший развитие данной категории, практически исчерпан.

На долю стран Европейского союза в 2023 г. пришлось порядка 27,2% мирового потребления мясных альтернатив и 34,9% продаж. Несмотря на аналогичное американскому рынку замедление темпов роста показателей, в 2023 г. в Европе по-прежнему не наблюдается сокращения объемов потребления. Напротив, по сравнению с 2022 г. в натуральном выражении показатель увеличился на 5,6% до 181,5 тыс. тонн, в стоимостном — на 15,1% до 2,4 млрд долл. США. Около 41,2% потребления мясных альтернатив в Европейском союзе приходится на Германию. В стране активно наращивается производство и потребление данной продукции, что во многом связано с усилиями правительства по снижению объемов потребления мяса. В результате Германия является крупнейшим рынком веганской и вегетарианской продукции в Европе, также около 55% населения, согласно данным USDA, придерживаются флекситарианской диеты, то есть значительно снижают потребление мяса, не отказываясь от него полностью.

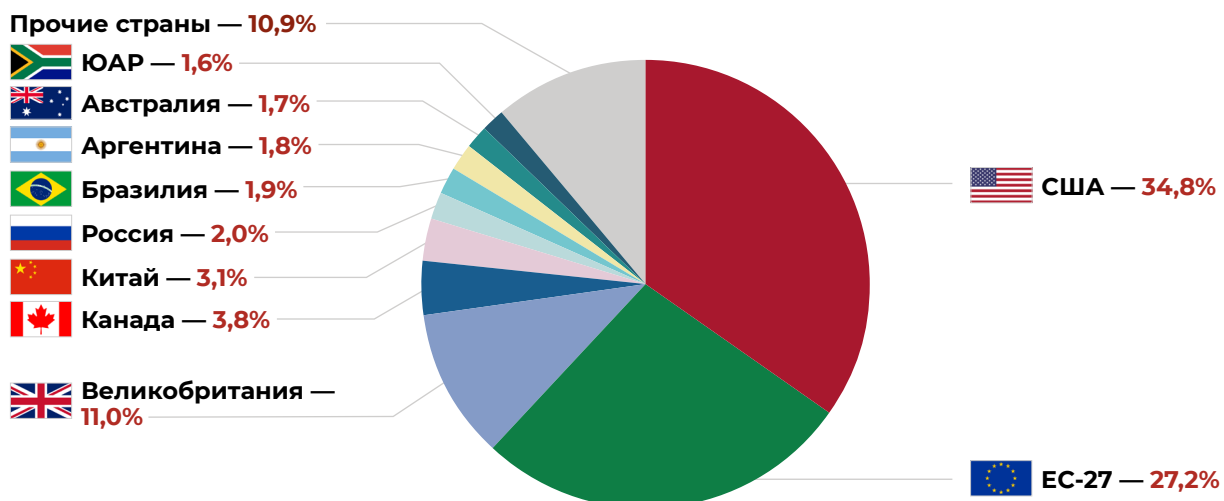
В Великобритании снижение объемов потребления мясных альтернатив наблюдается с 2022 г., когда показатель сократился на 2,4%. В 2023 г. потребление снизилось еще на 0,7%, достигнув уровня 73,3 тыс. тонн, в то время как объем продаж увеличился на 3,9% до 747,3 млн долл. США. Доля Великобритании на мировом рынке мясных альтернатив составила 11,0% в натуральном и стоимостном выражении. Одной из основных причин падения спроса на рассматриваемую продукцию является увеличение цен на продовольственные товары, причем стоимость продукции с использованием растительного белка оказалась значительно выше цен на мясные изделия. В условиях растущего уровня инфляции многие компании, предлагавшие как альтернативное мясо, так и продукцию животного происхождения, сделали выбор в пользу последней, сократив выпуск товаров на растительной основе. Тем не менее в Великобритании продолжает расти доля жителей, стремящихся сократить потребление мяса как по этическим и экологическим соображениям, так и с целью укрепления здоровья. В среднесрочной перспективе рост потребления мясных альтернатив может возобновиться при условии стабилизации цен на данную продукцию, а также расширения ассортимента компаний.

Мировое потребление мясных альтернатив по странам в натуральном выражении, 2018–2023 гг., тыс. тонн

Страна	2018	2019	2020	2021	2022	2023
США	198,0	230,8	240,4	252,3	257,7	232,2
ЕС-27	89,2	105,2	133,0	162,9	171,9	181,5
Великобритания	57,1	63,4	69,4	75,6	73,8	73,3
Канада	14,3	17,8	20,7	23,3	24,4	25,6
Китай	-	2,0	4,3	9,5	13,3	20,8
<b>Россия</b>	<b>4,5</b>	<b>8,9</b>	<b>16,6</b>	<b>21,0</b>	<b>13,4</b>	<b>13,6</b>
Бразилия	5,7	6,3	7,3	8,8	10,7	12,9
Аргентина	9,4	9,7	9,8	10,5	11,6	12,3
Австралия	6,6	7,3	8,3	9,8	10,3	11,5
ЮАР	9,6	9,8	10,1	10,4	10,6	11,0
Прочие страны	49,8	51,3	57,1	65,3	69,1	73,1
<b>Итого</b>	<b>444,2</b>	<b>512,5</b>	<b>577,0</b>	<b>649,4</b>	<b>666,8</b>	<b>667,8</b>

Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

Структура мирового потребления мясных альтернатив по странам в натуральном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

Канадский рынок мясных альтернатив продолжает расти, в 2023 г. на долю страны пришлось 3,8% мирового потребления и 4,6% продаж. По сравнению с 2022 г. показатель в натуральном выражении увеличился на 4,9% до 25,6 тыс. тонн, в стоимостном — на 8,3% до 312,7 млн долл. США. Как и в прочих странах темпы роста потребления мясных альтернатив в Канаде замедлились, однако по-прежнему находятся на высоком уровне, демонстрируя стабильный спрос на растительную продукцию. Компании продолжают увеличивать предложение и расширять ассортимент, несмотря на высокий уровень инфляции, который в ряде стран привел к падению спроса на мясные альтернативы.

Китай относится к числу активно развивающихся рынков мясных альтернатив. К 2023 г. его доля в мировом потреблении составила 3,1%, в структуре продаж — 4,5%. По сравнению с 2022 г. показатель увеличился на 56,4% в натуральном выражении (до 20,8 тыс. тонн), в то время как в стоимостном рост составил 54,3% (до 305,7 млн долл. США). В Китае активно развивается внутреннее производство мясных альтернатив, в том числе за счет локализации деятельности крупнейших мировых компаний (например, Beyond Meat). В результате страна самостоятельно обеспечивает существенную часть имеющегося спроса, однако потребность в импорте по-прежнему остается высокой. Значимость данной продукции подчеркивается тем, что увеличение производства мяса на растительной основе включено в план 14-й пятилетки Китая (2021–2025 гг.).

В 2023 г. доля России на мировом рынке мясных альтернатив составила 2,0% в натуральном выражении и 2,1% в стоимостном. По сравнению с 2022 г. потребление увеличилось на 1,9% до 13,6 тыс. тонн, в то время как объем продаж продемонстрировал снижение на 6,3% до 141,1 млн долл. США.

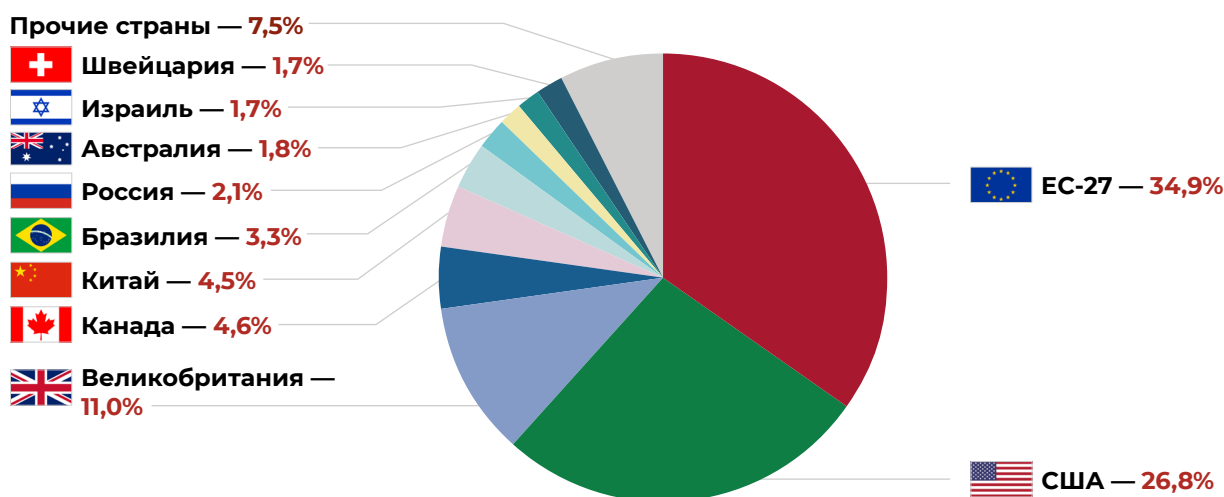


Мировые продажи мясных альтернатив по странам в стоимостном выражении, 2018–2023 гг., млн долл. США

Страна	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ЕС-27	1 097,6	1 224,9	1 669,2	2 132,7	2 061,6	2 372,4
США	918,3	1 134,7	1 645,1	1 651,7	1 729,2	1 821,8
Великобритания	455,4	510,9	671,7	790,9	719,3	747,3
Канада	107,4	149,7	229,4	273,3	288,7	312,7
Китай	-	28,0	62,0	140,3	198,2	305,7
Бразилия	74,9	81,2	82,1	106,8	158,8	225,5
<b>Россия</b>	<b>48,5</b>	<b>90,9</b>	<b>149,4</b>	<b>192,4</b>	<b>150,7</b>	<b>141,1</b>
Австралия	70,9	73,5	84,2	109,4	109,4	122,1
Израиль	80,5	86,8	100,0	107,5	111,4	116,8
Швейцария	36,0	39,5	76,4	87,8	95,7	114,9
Прочие страны	305,9	307,9	350,8	441,8	471,1	507,8
<b>Итого</b>	<b>3 195,4</b>	<b>3 728,0</b>	<b>5 120,3</b>	<b>6 034,7</b>	<b>6 094,1</b>	<b>6 788,1</b>

Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

Структура мировых продаж мясных альтернатив по странам в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»



Крупнейшие компании на рынке мясных альтернатив, 2023 г.

Название	Описание
<p><b>Beyond Meat</b></p> 	<p>Одна из крупнейших и наиболее известных компаний, специализирующихся на производстве мясных альтернатив. Основана в США в 2009 г. Первая продукция компании поступила в розничную продажу в 2012 г., включая Beyond Chicken Strips (Chicken-Free Strips). Впоследствии компания активно расширяла ассортимент, в том числе в секторе общественного питания, сотрудничая с крупными представителями фудсервиса. В 2019 г. Beyond Meat стала первой публичной компанией-производителем растительного мяса, проведя IPO на американском рынке. В настоящее время продолжает увеличивать свои производственные мощности. Так, в 2021 г. в Китае введен в эксплуатацию первый завод полного цикла Beyond Meat за пределами США. Компания обладает широким ассортиментом продукции под одноименным брендом, включая бургеры, фарш, стейки, наггетсы и сосиски.</p> <p>Сайт: <a href="http://www.beyondmeat.com">www.beyondmeat.com</a></p> 
<p><b>Monde Nissin</b></p> 	<p>Филиппинский производитель широкого набора продуктов питания, являющийся с 2015 г. материнской компанией Quorn, одного из лидеров британского рынка мясных альтернатив. Продукция компании Quorn, основанной в 1985 г. в Великобритании, сегодня представлена в основном на европейском рынке. Отличительной особенностью продукции бренда Quorn является использование в качестве основного ингредиента микопroteина, или «грибного белка». Существенную долю ассортимента составляет готовая продукция, включая сэндвичи, замороженные и охлажденные блюда.</p> <p>Сайт: <a href="http://www.mondenissin.com">www.mondenissin.com</a>, <a href="http://www.quorn.co.uk">www.quorn.co.uk</a></p> 



Продолжение табл.

Название	Описание
<p><b>Impossible Foods</b> <b>IMPOSSIBLE™</b></p>	<p>Одна из наиболее молодых крупных компаний в сегменте альтернативного мяса в США, работающая с 2011 г. Наиболее известным продуктом бренда является Impossible Burger — охлажденный фарш, предназначенный для домашнего приготовления котлет. Также ассортиментный портфель компании представлен наггетсами, фрикадельками, котлетами, готовыми замороженными блюдами. Одной из наиболее известных коллабораций Impossible Foods является совместный с Burger King продукт Impossible Whopper, представленный в сети быстрого питания в Северной Америке в 2019 г. Для придания продукции максимальной схожести с мясом животного происхождения компания активно использует в качестве ингредиента левоглобин (схожий с гемоглобином белок, получаемый из бобовых растений).</p> <p>Сайт: <a href="http://www.impossiblefoods.com">www.impossiblefoods.com</a></p> 
<p><b>Kellanova</b> <b>Kellanova</b></p>	<p>Kellanova (до 2023 г. Kellogg's) — основанная в 1906 г. американская компания, специализирующаяся на производстве снеков, сухих завтраков и прочих продуктах быстрого приготовления. В 2023 г. компания разделилась на Kellanova и WK Kellogg, при этом сегмент растительной продукции вошел в состав Kellanova. Компания производит мясные альтернативы под брендом Morning Star Farms. Основу ассортимента составляют замороженные котлеты, сосиски и наггетсы.</p> <p>Сайт: <a href="http://www.kellanova.com">www.kellanova.com</a>, <a href="http://www.morningstarfarms.com">www.morningstarfarms.com</a></p> 





Продолжение табл.

Название	Описание
<p><b>Nestlé</b></p>  <p><b>Nestlé</b></p>	<p>Швейцарская транснациональная корпорация, крупнейший в мире производитель продуктов питания. Nestlé S.A. принадлежит более 2 000 торговых марок, ассортимент мясных альтернатив представлен брендом Garden Gourmet (в скандинавских странах — Hälsans Kök).</p> <p>Сайт: <a href="http://www.nestle.com">www.nestle.com</a>, <a href="http://www.gardengourmet.com">www.gardengourmet.com</a></p> 

Источник: EMIS



# Внешняя торговля

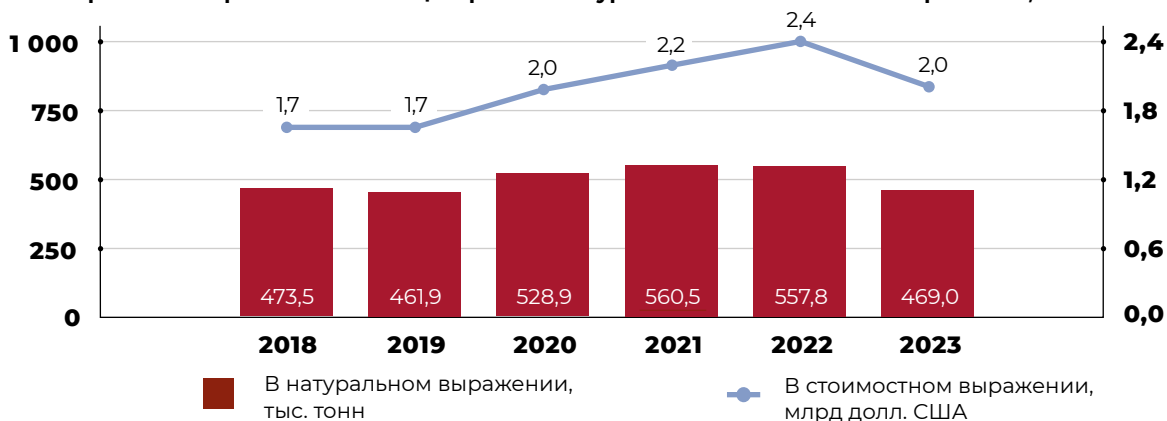
Мясные альтернативы в основном декларируются на уровне товарной субпозиции 210690, однако в данную категорию входит широкая номенклатура непрослеживаемых товаров, в связи с чем детализированный анализ внешней торговли такой продукцией невозможен. В структуре мировой торговли на долю мясных альтернатив приходится менее 0,1% от объема торговли в стоимостном выражении продукцией, декларируемой с кодом ТН ВЭД 210690.

Между тем на уровне товарной субпозиции 210610 декларируются белковые концентраты, представляющие собой сырье для производства готовой мясной продукции, различных белковых смесей для людей, кормов для домашних и сельскохозяйственных животных, а также для производства мясных альтернатив. Таким образом, в разделах «Внешняя торговля», «Обзор российского рынка» и «Потенциал поставок» настоящего обзора ВЭД рассматривается внешняя торговля белковыми концентратами.

## Импорт белковых концентратов

В 2023 г. объем мирового импорта белковых концентратов составил 469,0 тыс. тонн на сумму 2,0 млрд долл. США. По отношению к 2022 г. значение показателя снизилось на 15,9% в натуральном выражении и на 17,7% в стоимостном. В 2018–2023 гг. импорт данной продукции ежегодно снижался в среднем на 0,2% в натуральном выражении и рос на 3,5% в стоимостном.

Мировой импорт белковых концентратов в натуральном и стоимостном выражении, 2018–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

Крупнейшим импортером белковых концентратов в натуральном выражении по итогам 2023 г. являлись страны ЕС, импортировавшие 77,5 тыс. тонн данного вида продукции (16,5% мирового импорта). Среди стран блока наибольший объем закупок продемонстрировали Нидерланды (4,5%), Франция (2,3%) и Германия (1,7%). В топ-5 импортеров в натуральном выражении также вошли США (8,1%), Филиппины (7,7%), Великобритания (6,5%) и Республика Корея (5,7%). Суммарно на топ-10 стран пришлось 62,4% объема мирового импорта белковых концентратов в натуральном выражении.



За 2018–2023 гг. наиболее заметно увеличились закупки белковых концентратов ОАЭ (+67,6% или +4,5 тыс. тонн) и США (+65,0% или +15,0 тыс. тонн). За аналогичный период сократился импорт данной продукции со стороны Великобритании (-12,8% или -4,4 тыс. тонн), Чили (-13,0% или -1,9 тыс. тонн), Индонезии (-5,1% или -735,0 тонн) и Мексики (-2,4% или -512,4 тонн).

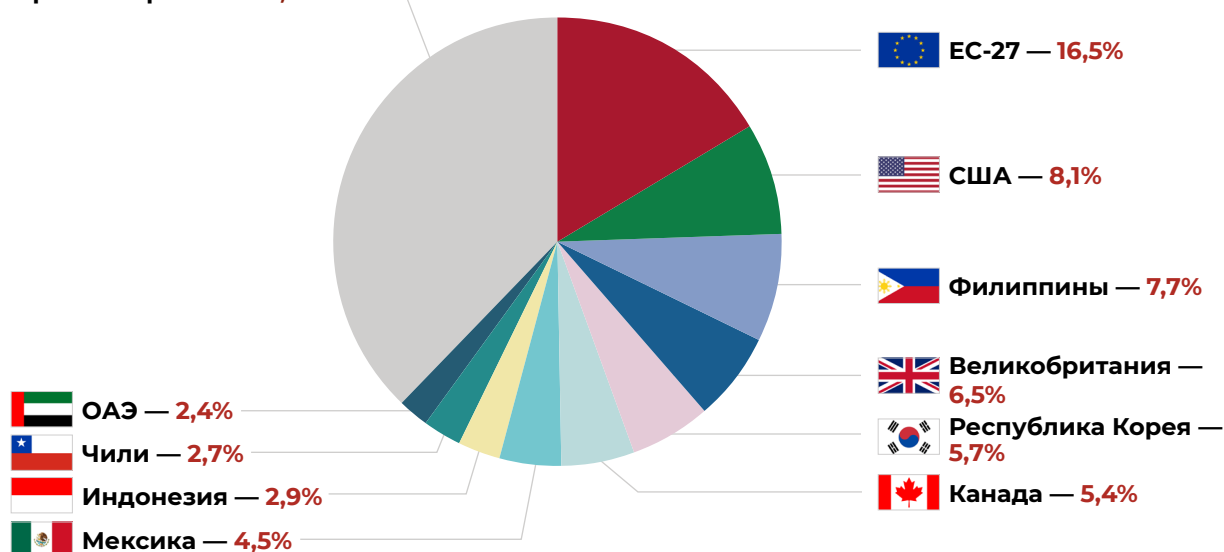
Мировой импорт белковых концентратов по странам в натуральном выражении, 2018–2023 гг., тыс. тонн

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	ЕС-27	70,8	77,8	88,1	89,6	87,3	77,5
2	США	23,1	18,4	52,8	55,5	68,6	38,1
3	Филиппины	32,7	32,7	31,3	38,3	42,3	36,3
4	Великобритания	34,7	40,5	51,6	37,0	31,6	30,3
5	Республика Корея	21,5	23,7	24,8	27,6	26,2	26,8
6	Канада	20,7	24,6	21,3	24,5	23,8	25,2
7	Мексика	21,4	19,7	20,5	21,6	21,0	20,9
8	Индонезия	14,5	13,7	15,1	18,7	17,3	13,8
9	Чили	14,8	12,2	14,4	14,3	14,8	12,9
10	ОАЭ	6,7	7,5	6,9	9,5	7,5	11,2
	Прочие страны	212,6	191,1	202,1	224,0	217,6	176,1
	<b>Итого</b>	<b>473,5</b>	<b>461,9</b>	<b>528,9</b>	<b>560,5</b>	<b>557,8</b>	<b>469,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

Доля стран в мировом импорте белковых концентратов в натуральном выражении, 2023 г., %  
Прочие страны — 37,6%



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.



В стоимостном выражении крупнейшим импортером белковых концентратов в 2023 г. являлись страны ЕС, закупившие данную продукцию на сумму 310,8 млн долл. США (15,6% мирового импорта); наибольший объем закупок среди стран блока приходился на Нидерланды (5,4%), Францию (2,3%) и Германию (1,8%). В пятерку основных импортеров в стоимостном выражении также вошли США (10,6%), Канада (10,0%), Великобритания (7,4%) и ОАЭ (4,6%). Суммарно на топ-10 стран пришлось 65,0% мирового импорта белковых концентратов в стоимостном выражении.

В период 2018–2023 гг. основной прирост импорта белковых концентратов в денежном выражении пришелся на США (в 2,5 раза или +125,2 млн долл. США), ОАЭ (в 2,2 раза или +51,1 млн долл. США) и Сингапур (в 2,3 раза или +31,7 млн долл. США). Одновременно с этим снизились закупки Мексики (-4,3% или -3,3 млн долл. США).

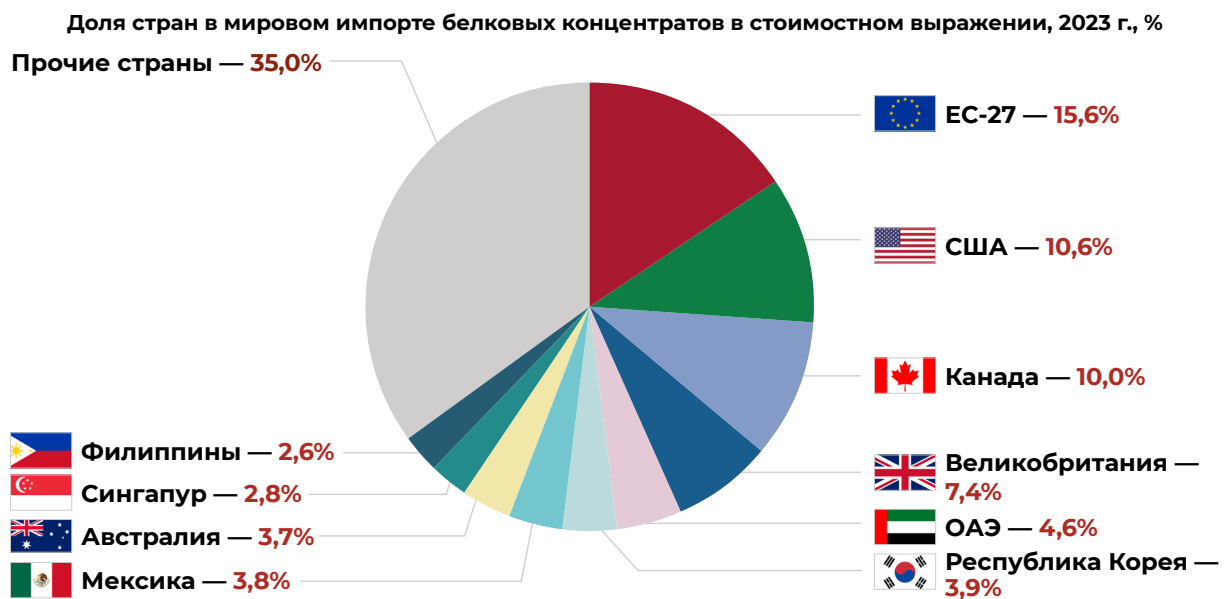
**Мировой импорт белковых концентратов по странам в стоимостном выражении, 2018–2023 гг., млн долл. США**

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	ЕС-27	254,1	296,6	315,1	343,9	355,9	310,8
2	США	85,1	63,0	175,0	248,0	377,7	210,3
3	Канада	132,2	155,8	148,6	179,4	196,2	198,3
4	Великобритания	122,8	136,8	172,1	161,2	175,1	147,9
5	ОАЭ	41,2	41,6	34,2	50,7	65,0	92,3
6	Республика Корея	61,5	93,9	130,9	116,5	78,9	78,2
7	Мексика	78,4	67,3	77,3	70,1	74,4	75,1
8	Австралия	54,9	63,4	71,7	78,0	68,4	72,7
9	Сингапур	23,7	25,0	46,8	26,0	45,3	55,4
10	Филиппины	49,6	47,1	43,6	56,0	66,4	52,6
	Прочие страны	773,5	701,4	739,1	880,8	913,2	696,2
	<b>Итого</b>	<b>1 676,9</b>	<b>1 691,9</b>	<b>1 954,4</b>	<b>2 210,5</b>	<b>2 416,3</b>	<b>1 989,8</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.



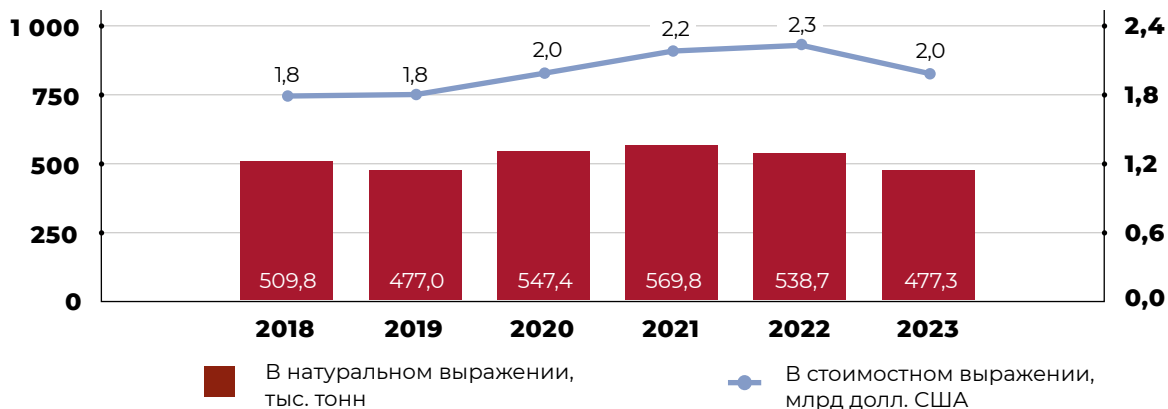


Источник: ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

## Экспорт белковых концентратов

В 2023 г. мировой экспорт белковых концентратов составил 477,3 тыс. тонн на сумму 2,0 млрд долл. США. По отношению к 2022 г. показатель снизился на 11,4% в натуральном выражении и на 13,8% в стоимостном. В течение 2018–2023 гг. мировой экспорт данного вида продукции ежегодно снижался в среднем на 1,3% в натуральном выражении и увеличивался на 1,9% в стоимостном.

Мировой экспорт белковых концентратов в натуральном и стоимостном выражении, 2018–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

Крупнейшими поставщиками белковых концентратов на мировой рынок в натуральном выражении в 2023 г. являлись Китай (25,0% мирового экспорта) и США (21,1%). В пятерку основных экспортеров также вошли Сербия (9,3%), Индия (7,5%) и страны Евросоюза (7,3%), из которых наибольший объем пришелся на Нидерланды (2,5%). Суммарно топ-10 стран-поставщиков белковых концентратов на глобальный рынок обеспечил 92,3% мирового экспорта данной продукции в натуральном выражении.

За 2018–2023 гг. наиболее заметно увеличились поставки белковых концентратов из Канады (в 8,3 раза или +21,7 тыс. тонн) и Сербии (+52,9% или +15,4 тыс. тонн). В то же время существенно снизились поставки из США (-30,8% или -44,9 тыс. тонн) и Великобритании (-39,2% или -10,1 тыс. тонн).

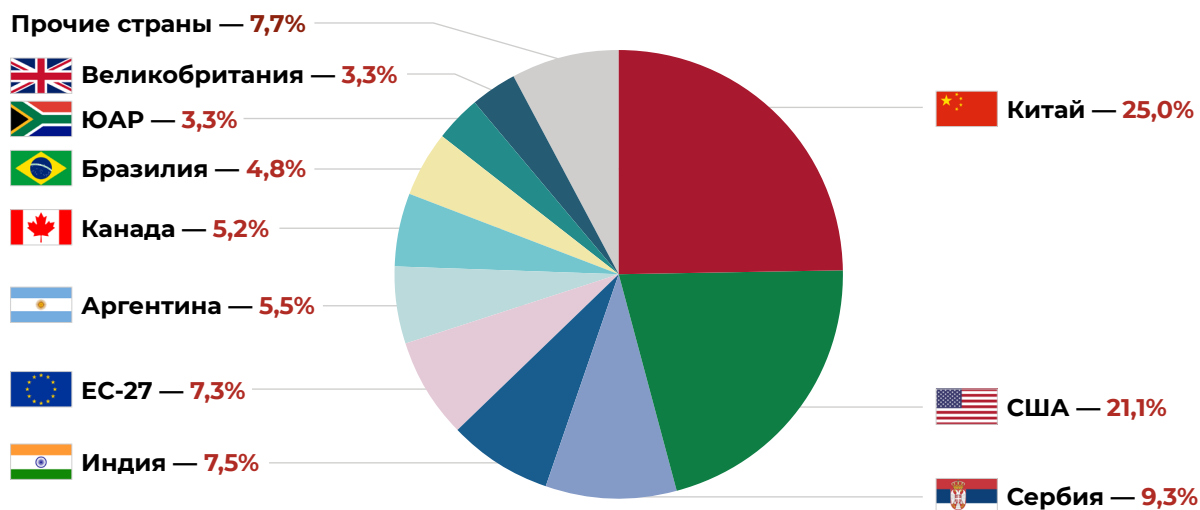


**Мировой экспорт белковых концентратов по странам в натуральном выражении, 2018–2023 гг., тыс. тонн**

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	Китай	120,9	97,3	118,6	118,4	122,9	119,2
2	США	145,7	151,8	133,0	141,9	114,8	100,8
3	Сербия	29,1	33,1	46,2	44,4	48,8	44,5
4	Индия	27,3	26,4	31,2	26,5	29,9	35,7
5	ЕС-27	39,3	36,4	56,0	50,4	46,8	35,0
6	Аргентина	24,8	23,4	23,0	29,3	23,4	26,2
7	Канада	3,0	5,5	17,3	32,7	38,9	24,7
8	Бразилия	19,3	24,7	34,7	31,8	32,8	23,0
9	ЮАР	9,3	7,6	11,8	14,9	16,6	15,7
10	Великобритания	25,7	29,5	28,0	13,4	18,8	15,6
	Прочие страны	65,3	41,3	47,5	66,2	45,0	36,9
	<b>Итого</b>	<b>509,8</b>	<b>477,0</b>	<b>547,4</b>	<b>569,8</b>	<b>538,7</b>	<b>477,3</b>

Источник: ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

**Доля стран в мировом экспорте белковых концентратов в натуральном выражении, 2023 г., %**



Источник: ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

В стоимостной структуре экспорта белковых концентратов в 2023 г. основная доля пришлась на США (35,7%). В топ-5 стран-экспортеров также вошли страны ЕС (14,6%), Китай (14,5%), Великобритания (8,1%) и Канада (5,2%). Среди стран европейского объединения наибольший объем пришелся на Нидерланды (2,6%), Испанию (1,6%) и Бельгию (1,4%). Суммарно топ-10 ведущих стран-поставщиков белковых концентратов на внешние рынки в 2023 г. обеспечил 91,3% мирового экспорта данной продукции.

В период 2018–2023 гг. отмечалось существенное увеличение объема экспорта белковых концентратов в стоимостном выражении из Канады (в 3,8 раза или +74,6 млн долл. США), стран ЕС (+27,4% или +61,7 млн долл. США), Китая (+26,7% или +60,4 млн долл. США) и Сербии (в 2,3 раза или +44,8 млн долл. США). Одновременно с этим снизились поставки из США (-12,0% или -96,2 млн долл. США) и Великобритании (-37,1% или -94,5 млн долл. США).

**Мировой экспорт белковых концентратов по странам в стоимостном выражении, 2018–2023 гг., млн долл. США**

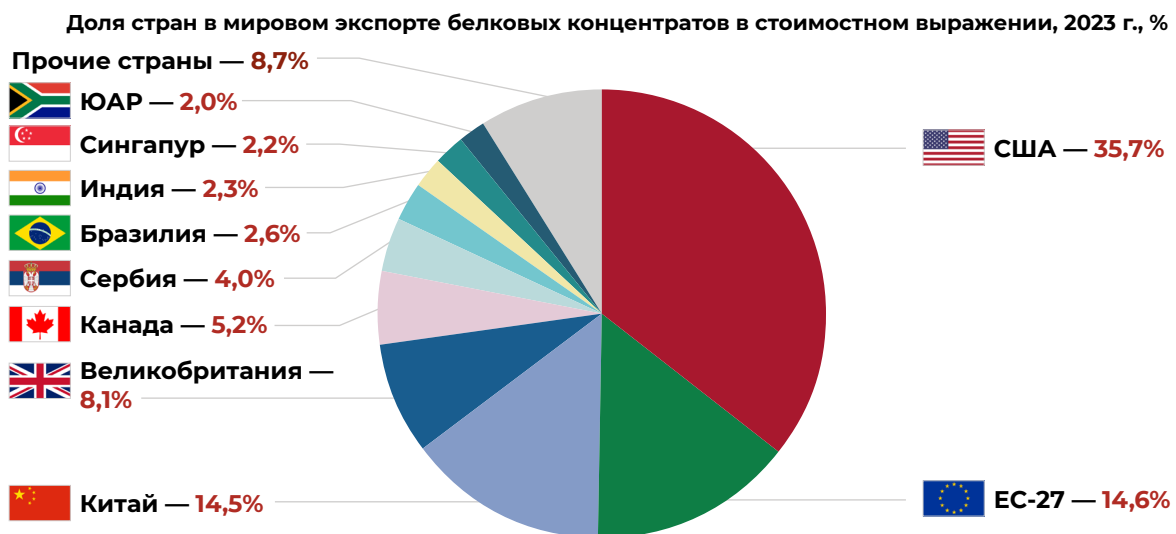
№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	США	800,2	872,2	871,0	916,4	812,2	704,0
2	ЕС-27	225,1	218,5	273,4	327,7	350,4	286,9
3	Китай	226,2	188,0	228,3	277,3	331,2	286,6
4	Великобритания	254,8	193,2	224,3	123,0	171,2	160,3
5	Канада	27,1	28,4	90,3	141,9	147,9	101,6
6	Сербия	34,4	37,5	55,2	60,7	82,9	79,3
7	Бразилия	27,6	36,8	61,1	57,3	78,1	52,2
8	Индия	28,5	27,9	36,5	36,3	41,6	45,8
9	Сингапур	5,6	17,3	41,9	43,5	49,6	43,7
10	ЮАР	18,1	16,4	21,2	32,1	41,2	39,2
	Прочие страны	146,1	121,7	143,5	190,8	179,6	170,8
	<b>Итого</b>	<b>1 793,6</b>	<b>1 758,0</b>	<b>2 046,8</b>	<b>2 207,0</b>	<b>2 286,0</b>	<b>1 970,3</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.







Источник: ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

# Ценовая конъюнктура

Средняя мировая розничная цена мясных альтернатив по итогам 2023 г. выросла на 11,1% относительно 2022 г. и составила 15,4 долл. США за кг. Среди крупнейших рынков данной продукции наиболее высокие средние цены отмечались на рынках Швейцарии (на 82,0% выше среднемировой цены), США (на 38,2% выше) и Бразилии (на 20,0% выше). Наиболее низкие розничные цены зафиксированы на рынках ЮАР (на 69,9% ниже средней мировой цены), Аргентины (на 49,5% ниже) и Австралии (на 27,9% ниже).

**Динамика средних розничных цен основных стран-потребителей мясных альтернатив, 2018–2023 гг., долл. США / кг**

Страна	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены, 2023 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>11,7</b>	<b>11,9</b>	<b>12,7</b>	<b>13,5</b>	<b>13,9</b>	<b>15,4</b>	-
Швейцария	22,5	21,9	24,6	25,8	25,9	28,0	82,0
США	14,0	14,8	15,3	15,8	17,9	21,3	38,2
Бразилия	15,3	14,8	12,4	13,2	15,9	18,5	20,0
Канада	12,8	13,2	14,1	15,4	16,1	16,7	8,6
Китай	-	14,0	14,4	14,8	14,9	14,7	-4,6
ЕС-27	13,8	13,1	13,5	14,1	13,1	14,4	-6,6
Израиль	9,1	9,6	10,4	11,8	12,1	12,6	-18,4
Великобритания	9,8	9,9	10,6	11,8	11,3	12,0	-22,4
Австралия	11,6	10,8	10,7	11,6	11,1	11,1	-27,9
Аргентина	6,4	5,4	5,6	6,1	7,2	7,8	-49,5
ЮАР	5,0	4,8	4,4	5,0	4,7	4,6	-69,9

Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

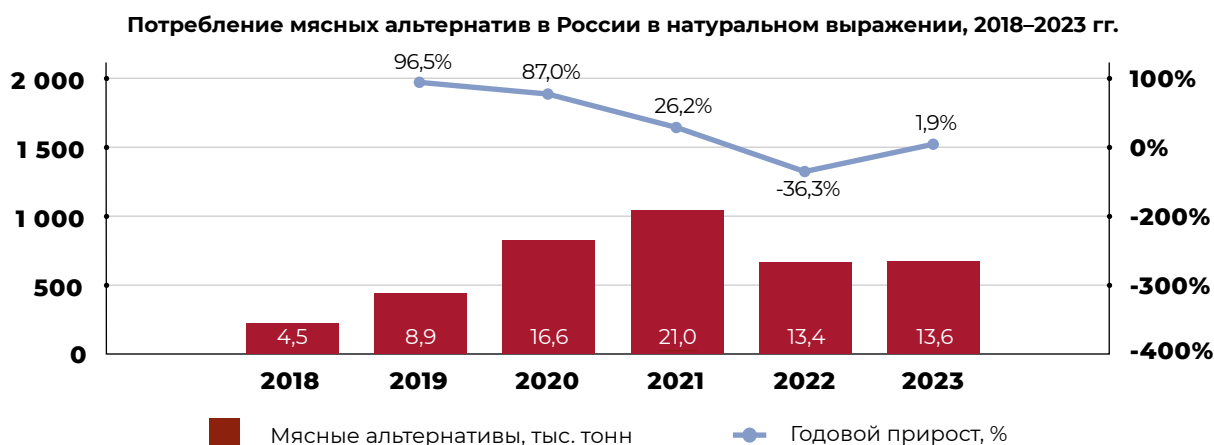


# Обзор российского рынка

Производство мясных альтернатив в России в настоящее время активно развивается. Мясные альтернативы на отечественном рынке можно условно разделить на колбасные изделия на растительной основе и растительное мясо (фарш, котлеты, наггетсы и т.д.). Растительные колбасные изделия производятся в России достаточно давно, в том числе ведущими производителями мясных колбас (бренды Дымов и Микоян), в то время как растительное мясо (текстурированные белковые продукты) является относительно новой продукцией для отечественных компаний.

Наиболее крупными производителями колбасных изделий на растительной основе в России являются: Vego, Высший вкус, Vegafood (МПЗ Богородицкий), Dr.Grun. Также в последние 5 лет в России открылось несколько производств растительного мяса: Ni (ГК «Эфко»), Greenwise, Welldone, Не Мясо (Tashir Food), #Не Мясо (Котлетарь).

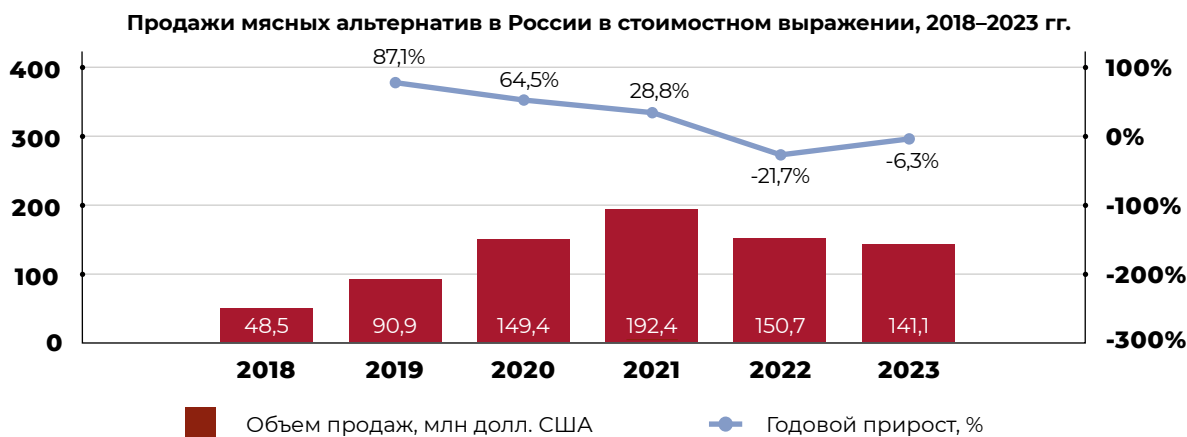
Объем потребления мясных альтернатив в России в 2023 г. оценивается в 13,6 тыс. тонн, что на 1,9% выше уровня предыдущего года. Стремительное увеличение объемов потребления в 2020–2021 гг. обусловлено резким ростом популярности растительных диет. Основу спроса составляли растительные аналоги колбасных изделий. В 2022 г. спрос на данную продукцию снизился, в том числе вследствие увеличения цен на нее.



Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»



В 2018–2021 гг. объем продаж мясных альтернатив в России ежегодно увеличивался, демонстрируя двузначные темпы прироста. В 2021 г. объем реализации данной продукции достиг исторического максимума в 192,4 млн долл. США. Однако в последние два года отмечается снижение продаж мясных альтернатив в России — до 141,1 млн долл. США в 2023 г. (-6,3% по отношению к уровню предыдущего года). Негативная динамика на фоне роста объем потребления обусловлена снижением средних цен на мясные альтернативы.



Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

Импортное растительное мясо начало продаваться на российском рынке в 2019 г. Растущая популярность продукта вызвала появление отечественных производителей. В 2021 г. доля продаж растительного мяса почти достигла 16% от объема продаж мясных альтернатив в стране.

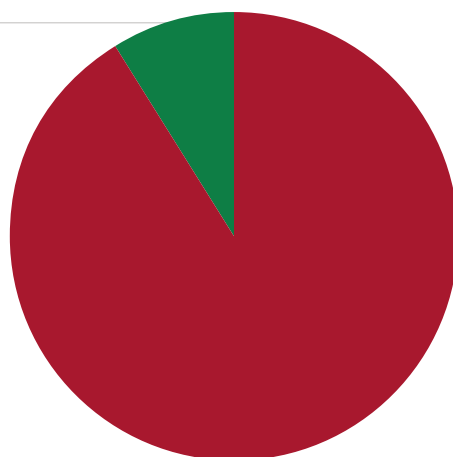


Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

Основной объем потребления мясных альтернатив в России приходится на розничный канал сбыта, доля которого в 2023 г. составила 91,3% объема в натуральном выражении. Оставшаяся доля (8,7%) приходится на сектор общественного питания, в котором мясные альтернативы пока представлены слабо — в основном в специализированных веганских кафе и ресторанах высокого ценового сегмента).

Структура потребления мясных альтернатив в России по каналам сбыта, 2023 г., %

Сектор общественного питания — 8,7%

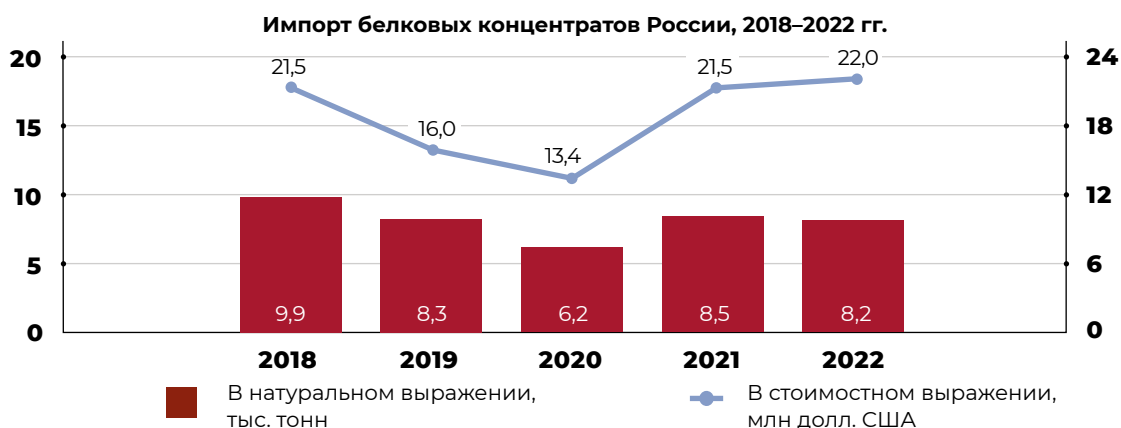


Розница — 91,3%

Источник: EMIS, оценка ФГБУ «Агроэкспорт»

## Импорт России

В 2022 г. Россия закупила на мировом рынке 8,2 тыс. тонн белковых концентратов на сумму 22,0 млн долл. США, что ниже уровня 2021 г. на 3,3% в натуральном выражении и выше на 2,2% в стоимостном. В целом в 2018–2022 гг. российский импорт белковых концентратов ежегодно снижался в среднем на 4,4% в натуральном выражении и рос на 0,6% в стоимостном.



Источник: ITC Trade Map, ФТС России

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

Основными поставщиками белковых концентратов в Россию в 2022 г. в натуральном выражении стали Китай, занявший 76,0% импорта (6,3 тыс. тонн), и Беларусь — 14,1% (1,2 тыс. тонн). Суммарно на топ-10 стран-экспортеров пришлось 99,8% российского импорта в натуральном выражении.

В 2022 г. отмечалось увеличение поставок из Республики Корея (с 1,1 тонн в 2021 г. до 292,6 тонн) и Дании (с 130 кг до 42,0 тонн). При этом значительно снизился объем закупок из Италии — на 82,8% (или -212,4 тонн).

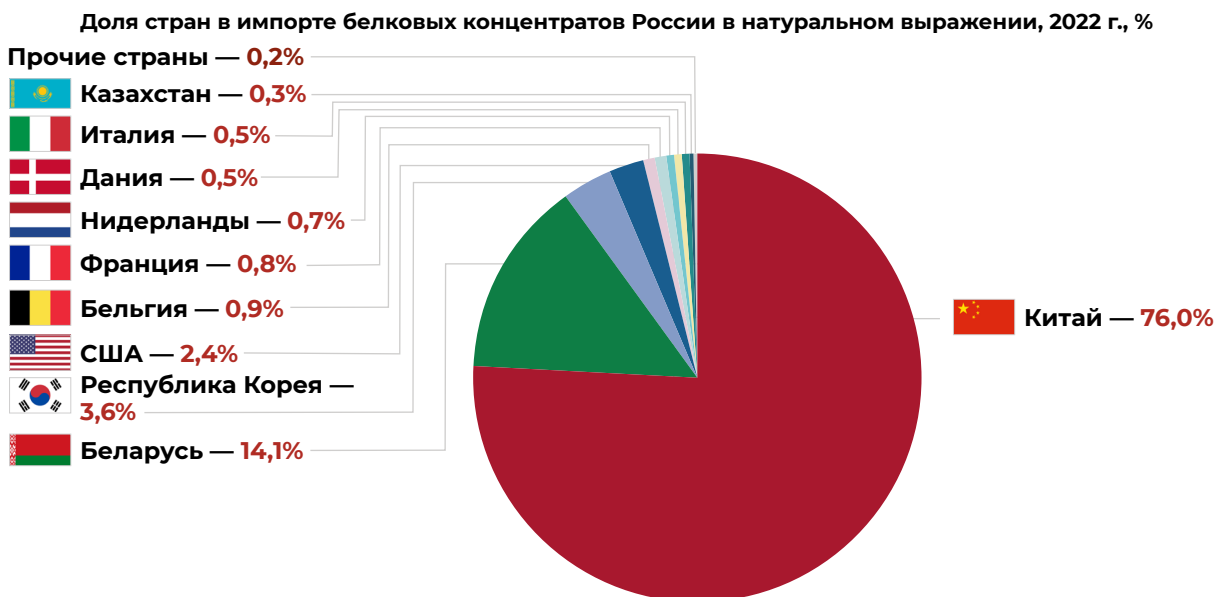


**Импорт белковых концентратов России по странам в натуральном выражении, 2018–2022 гг., тыс. тонн**

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022
1	Китай	5,2	4,7	3,9	6,1	6,3
2	Беларусь	1,5	1,0	0,9	1,1	1,2
3	Республика Корея	-	0,001	0,0004	0,001	0,3
4	США	0,2	0,2	0,1	0,3	0,2
5	Бельгия	0,03	0,04	0,1	0,1	0,1
6	Франция	0,4	0,4	0,3	0,1	0,1
7	Нидерланды	0,02	0,03	0,03	0,04	0,1
8	Италия	0,3	0,3	0,3	0,3	0,04
9	Дания	0,01	0,02	-	0,0001	0,04
10	Казахстан	0,002	0,00002	0,0002	0,004	0,02
	Прочие страны	2,2	1,7	0,6	0,5	0,02
	<b>Итого</b>	<b>9,9</b>	<b>8,3</b>	<b>6,2</b>	<b>8,5</b>	<b>8,2</b>

Источник: ITC Trade Map, ФТС России

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

В стоимостном выражении основными странами-экспортерами белковых концентратов в Россию в 2022 г. также являлись Китай (70,7% или 15,6 млн долл. США) и Беларусь (11,3% или 2,5 млн долл. США). Суммарно на топ-10 стран-экспортеров в стоимостном выражении пришлось 99,2% российского импорта.



По сравнению с 2021 г. в 2022 г. отмечалось увеличение Россией закупок белковых концентратов из Китая (+8,9% или +1,3 млн долл. США) и Республики Корея (с 4,5 тыс. долл. США до 1,1 млн долл. США). Одновременно сократился российский импорт белковых концентратов из Италии (-82,8% или -1,8 млн долл. США) и Бельгии (-38,1% или -283,8 тыс. долл. США).

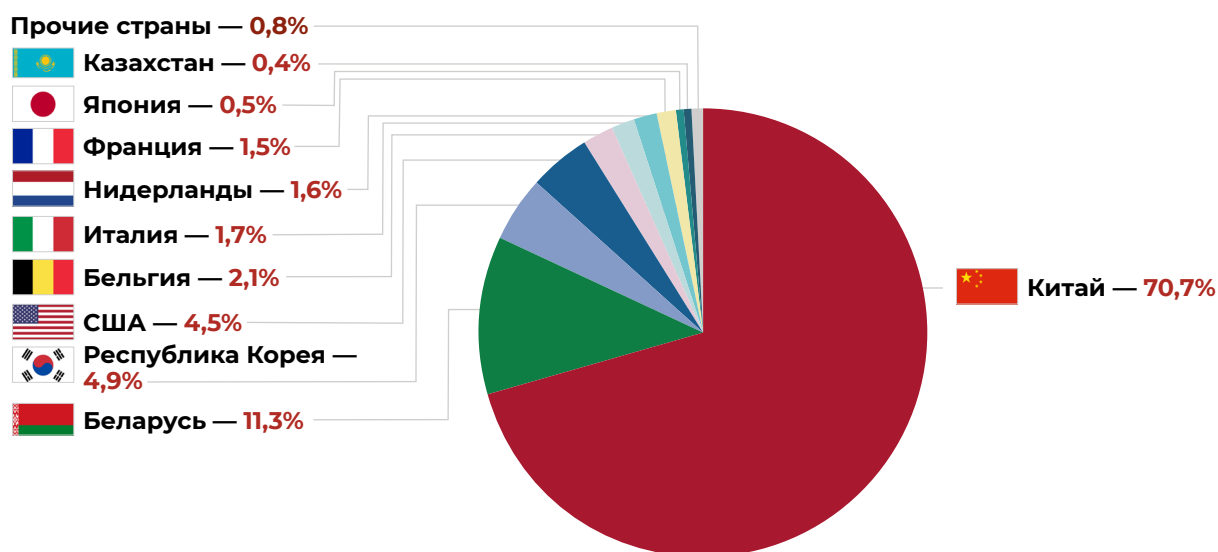
**Импорт белковых концентратов России по странам в стоимостном выражении, 2018–2022 гг., млн долл. США**

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022
1	Китай	8,4	6,7	6,6	14,3	15,6
2	Беларусь	3,7	0,6	1,1	1,7	2,5
3	Республика Корея	-	0,004	0,002	0,004	1,1
4	США	0,3	0,3	0,6	0,8	1,0
5	Бельгия	0,2	0,3	0,4	0,7	0,5
6	Италия	3,4	3,0	2,3	2,2	0,4
7	Нидерланды	0,1	0,1	0,2	0,2	0,4
8	Франция	1,5	1,5	1,2	0,4	0,3
9	Япония	0,7	1,3	0,3	0,2	0,1
10	Казахстан	0,02	0,0003	0,001	0,01	0,1
	Прочие страны	3,1	2,2	0,7	0,9	0,2
	<b>Итого</b>	<b>21,5</b>	<b>16,0</b>	<b>13,4</b>	<b>21,5</b>	<b>22,0</b>

Источник: ITC Trade Map, ФТС России

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

**Доля стран в импорте белковых концентратов России в стоимостном выражении, 2022 г., %**



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 210610.





## Экспорт России

В 2022 г. Россия поставила на мировой рынок 4,8 тыс. тонн белковых концентратов на сумму 7,1 млн долл. США, что ниже значения 2021 г. на 28,5% в натуральном выражении и на 17,6% в стоимостном. В 2018–2022 гг. российский экспорт белковых концентратов ежегодно увеличивался в среднем на 6,3% в натуральном выражении и на 9,3% в стоимостном.



Источник: ITC Trade Map, ФТС России  
Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

Основными направлениями российского экспорта белковых концентратов в 2022 г. являлись Казахстан, закупивший 1,7 тыс. тонн продукции (35,5% экспорта данной продукции в натуральном выражении), и Таджикистан (869,8 тыс. тонн или 18,3%). Суммарно на топ-10 стран-импортеров пришлось 91,3% от объема российского экспорта белковых концентратов в натуральном выражении.

В 2022 г. наиболее значительный прирост отмечался в импорте Таджикистана — страна закупила в России в 3,4 раза больше продукции в натуральном выражении (+617,3 тонн). Также существенно нарастил импорт российских белковых концентратов Китай (с 106,8 кг до 114,1 тонны). При этом отмечалось снижение объема закупок Беларуси (-54,4% или -368,2 тонны).

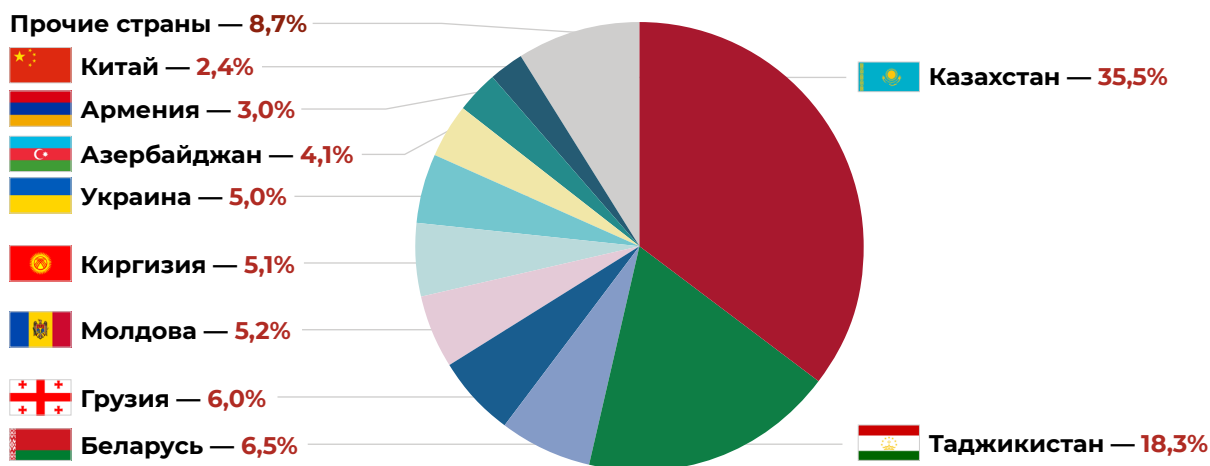


**Экспорт белковых концентратов России по странам в натуральном выражении, 2018–2022 гг., тыс. тонн**

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022
1	Казахстан	0,8	1,1	1,6	2,1	1,7
2	Таджикистан	0,001	0,001	0,04	0,3	0,9
3	Беларусь	0,3	0,4	0,5	0,7	0,3
4	Грузия	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3
5	Молдова	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2
6	Киргизия	0,01	0,1	0,2	0,3	0,2
7	Украина	1,7	2,5	2,2	1,9	0,2
8	Азербайджан	0,01	0,001	0,002	0,2	0,2
9	Армения	0,01	0,03	0,04	0,1	0,1
10	Китай	-	0,001	0,01	0,0001	0,1
	Прочие страны	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4
	<b>Итого</b>	<b>3,7</b>	<b>5,0</b>	<b>5,5</b>	<b>6,6</b>	<b>4,8</b>

Источник: ITC Trade Map, ФТС России  
Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

**Доля стран в экспорте белковых концентратов России в натуральном выражении, 2022 г., %**



Источник: ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

В стоимостном выражении основным импортером российских белковых концентратов в 2022 г. являлся Казахстан (2,2 млн долл. США или 31,3% экспорта из России в стоимостном выражении). Значительный объем закупок также приходился на Беларусь (682,4 тыс. долл. США или 9,6%) и Китай (677,6 тыс. долл. США или 9,5%). Суммарно топ-10 стран-импортеров обеспечили 83,9% от объема российского экспорта белковых концентратов в стоимостном выражении.



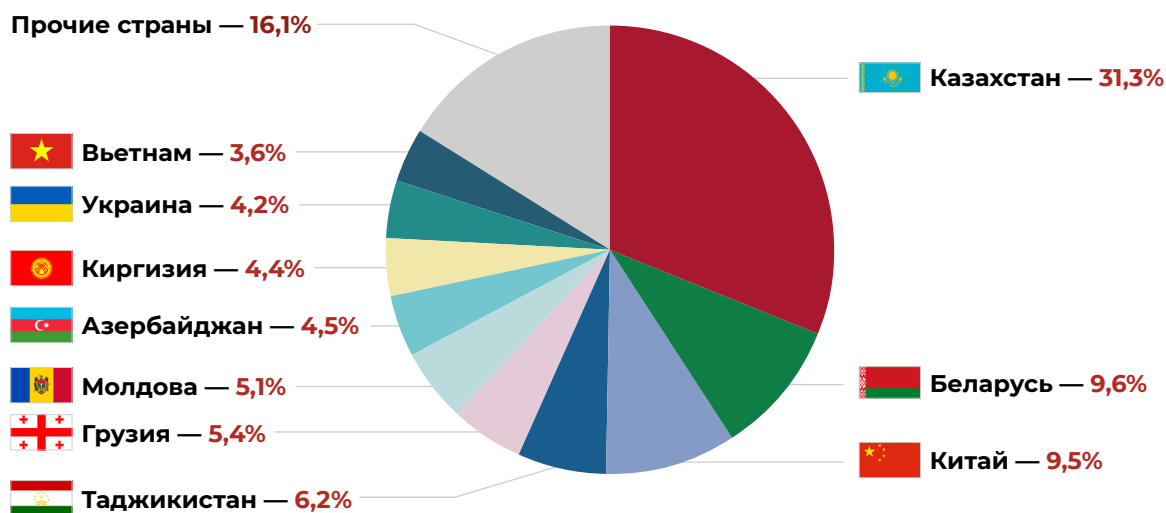
В 2022 г. наиболее значительный прирост импорта российских белковых концентратов в стоимостном выражении наблюдался у Китая — с 2,2 тыс. долл. США до 677,6 тыс. долл. США) и Таджикистана — в 2,9 раза (+287,0 тыс. дол. США).

**Экспорт белковых концентратов России по странам в стоимостном выражении, 2018–2022 гг., млн долл. США**

№	Страна	2018	2019	2020	2021	2022
1	Казахстан	1,5	1,5	1,7	2,2	2,2
2	Беларусь	0,5	0,6	0,7	1,0	0,7
3	Китай	-	0,01	0,02	0,002	0,7
4	Таджикистан	0,01	0,003	0,03	0,2	0,4
5	Грузия	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4
6	Молдова	0,2	0,2	0,2	0,6	0,4
7	Азербайджан	0,03	0,003	0,003	0,2	0,3
8	Киргизия	0,1	0,3	0,5	0,4	0,3
9	Украина	1,4	2,1	1,9	2,0	0,3
10	Вьетнам	0,04	0,6	0,1	0,3	0,3
	Прочие страны	1,0	0,8	0,8	1,3	1,1
	<b>Итого</b>	<b>5,0</b>	<b>6,4</b>	<b>6,4</b>	<b>8,6</b>	<b>7,1</b>

Источник: ITC Trade Map, ФТС России  
Примечание. Код ТН ВЭД 210610.

**Доля стран в экспорте белковых концентратов России в стоимостном выражении, 2022 г., %**



Источник: ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 210610.



# Потенциал поставок мясных альтернатив из России

---

Россия на данный момент не входит в перечень крупнейших мировых экспортеров рассматриваемой продукции, однако, постепенно завоевывает свою нишу на международном рынке. Об этом свидетельствует динамика экспортных поставок — на протяжении последних 5 лет Россия постепенно наращивала объемы поставок белковых концентратов на зарубежные рынки, увеличив экспорт с 3,7 тыс. тонн или 5,0 млн долл. США в 2018 г. до 4,8 тыс. тонн или 7,1 млн долл. США в 2022 г.

При сохранении положительных тенденций роста мирового спроса на белковые концентраты (мировой импорт вырос с 1,7 млрд долл. США в 2018 г. до 2,0 млрд долл. США в 2023 г.), а также обеспечения соответствующих объемов внутреннего производства, российский экспорт данной продукции к 2030 г. может превысить 10 тыс. тонн или 14 млн долл. США.

С точки зрения перспектив наращивания поставок рассматриваемой продукции ключевыми для России рынками сбыта по-прежнему будут страны ЕАЭС (на которые традиционно приходится около половины всего российского экспорта белковых концентратов). Также в качестве перспективных направлений могут рассматриваться такие крупные импортеры как Китай, страны Персидского залива (Бахрейн, ОАЭ), Восточной Азии (Республика Корея, Япония) и ЮВА (Индонезия, Вьетнам), Латинской Америки (Мексика, Чили).



# УСЛОВИЯ ПОСТАВОК

---

Белковые концентраты декларируются на уровне товарной субпозиции ТН ВЭД 210610 «Концентраты белковые и текстурированные белковые вещества». В зависимости от присваиваемого продукции кода ТН ВЭД товар облагается по различным ставкам таможенных пошлин, а также сопровождается различным набором документов при следовании на экспорт.

Стоит заметить, что данная продукция для Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) не является подконтрольной. Данный факт свидетельствует о том, что процедура доступа на внешние рынки не применяется, и оформление ветеринарного/фитосанитарного сертификата на экспортные партии товара не требуется. Ответственным ведомством, осуществляющим контроль за выпуском и обращением данной продукции по правилам Евразийского экономического союза на территории Российской Федерации, является Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека ([Роспотребнадзор](#)).

На практике, большинство российских предприятий-производителей перед выходом на внешние рынки осуществляют свою деятельность внутри страны, при этом первыми экспортными партнерами становятся страны ближнего зарубежья. Для российских предприятий наиболее благоприятно вести торговую деятельность со странами-участницами ЕАЭС, в связи с единым таможенным пространством стран объединения. Благодаря данной схеме российские производители приобретают первоначальный опыт осуществления экспортных операций.

Ввиду того, что предприятия по производству пищевой продукции перед выходом на зарубежные рынки осуществляют свою деятельность на внутреннем рынке, то в целях соответствия продукции требованиям национального законодательства предприятиям необходимо соблюдать все требования по регулированию белковых смесей, как на территории страны-импортера, так и на территории России. На территории Российской Федерации к данным документам можно отнести следующие нормативно-правовые акты:

- [ГОСТ 33933—2016 Смеси белковые композитные сухие](#);
- [ГОСТ Р 71528-2024 Технические критерии пищевых продуктов и пищевых ингредиентов, пригодных для вегетарианцев или веганов, а также для маркировки и заявлений](#) (не вступил в силу).

Кроме того, в 2023 г. Роскачество объявило о начале разработки серии ГОСТ на продукты питания на растительной основе, включая растительное мясо (мясные альтернативы). Ожидается, что разработанный ГОСТ на растительное мясо может быть введен в действие в конце 2024 г. — начале 2025 г.

В части соответствия показателям безопасности и маркировки вся пищевая продукция (включая белковые концентраты и мясные альтернативы) и ее упаковка для допуска на рынки государств ЕАЭС должны соответствовать требованиям следующих Технических регламентов Таможенного союза (ТР ТС):

- «О безопасности упаковки» ([ТР ТС 005/2011](#));
- «О безопасности пищевой продукции» ([ТР ТС 021/2011](#));



- «Пищевая продукция в части ее маркировки» ([ТР ТС 022/2011](#));
- «Требования к безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» ([ТР ТС 029/2012](#)).

Согласно положениям ТР ТС 021/2011 вся пищевая продукция, выпускаемая в обращение на таможенной территории Таможенного союза, в течение установленного срока годности, при использовании по назначению должна быть безопасной и соответствовать показателям безопасности пищевой продукции, установленных в приложениях к данному ТР ТС.

Доказательством того, что продукция соответствует требованиям установленных ТР ТС и допущена на рынок ЕАЭС, является декларация о соответствии. Данный документ возможно оформить (зарегистрировать) самостоятельно посредством специально разработанного Федеральной службой по аккредитации одноименного [сервиса](#).

Декларация о соответствии должна содержать следующие сведения:

- наименование и место нахождения заявителя;
- наименование и место нахождения изготовителя;
- информация об объекте подтверждения соответствия, позволяющая идентифицировать этот объект;
- наименование ТР ТС на отдельные виды пищевой продукции, на соответствие требованиям которого подтверждается продукция;
- заявление заявителя о безопасности пищевой продукции при ее использовании в соответствии с назначением и принятии заявителем мер по обеспечению соответствия пищевой продукции требованиям ТР ТС на отдельные виды пищевой продукции;
- сведения о проведенных исследованиях (испытаниях) и измерениях, а также документах, послуживших основанием для подтверждения соответствия пищевой продукции требованиям ТР ТС на отдельные виды пищевой продукции;
- срок действия декларации о соответствии;
- иные предусмотренные соответствующими ТР ТС сведения.

В части маркировки продукции обязательно должна присутствовать следующая информация:

- наименование пищевой продукции;
- состав пищевой продукции;
- количество пищевой продукции;
- дата изготовления пищевой продукции;



- срок годности пищевой продукции;
- условия хранения пищевой продукции, которые установлены изготовителем для пищевой продукции, качество и безопасность которой изменяется после вскрытия упаковки, защищавшей продукцию от порчи.

**В случае отсутствия декларации о соответствии выпуск в обращение пищевой продукции на рынки государств ЕАЭС невозможен.**

Для осуществления успешных и долговременных поставок любой пищевой продукции необходимо соблюдать требования страны-импортера в части безопасности и качества продукции.

## Общие требования

Основные стандарты и требования к мясным альтернативам в мире базируются соответствующих регламентах Комиссии Европейского Союза.



## Требования к продукту

Слова «мясо», «говядина», «свинина» и «куриное мясо» ассоциируются с продуктами животного происхождения. Однако слова, относящиеся к форме/составу мясных продуктов, таких как «стейк», «сосиски» и др., не зарезервированы и могут быть использованы в отношении мясных альтернатив. В 2020 г. Европейский парламент проголосовал против ограничения использования слов «стейк», «сосиска», «эскалоп», «бургер» и «гамбургер» только для продуктов животного происхождения. Основным аргументом против данных ограничений является отсутствие доказательств введения потребителей в заблуждение существующими обозначениями для вегетарианских продуктов.

## Требования к предельно допустимым уровням вредных веществ

Как и все пищевые продукты, реализуемые на европейском рынке, мясные альтернативы должны соответствовать общему законодательству в сфере пищевых продуктов ([Регламент ЕС № 178/2002](#)) и общим правилам пищевой гигиены ([Регламент ЕС № 2017/625](#)).

## Требования к пищевым добавкам

Основные правила в отношении пищевых добавок в пищевой промышленности установлены в [Регламенте \(ЕС\) № 1333/2008](#). Также часть требований в отношении использования пищевых добавок закреплена в Регламенте (ЕС) № 178/2002 и [Регламенте \(ЕС\) № 1331/2008](#) (о единой процедуре разрешения на пищевых добавок, пищевых ферментов и пищевых ароматизаторов).

Вышеуказанные нормативно-правовые документы изменены [Регламентом \(ЕС\) № 2019/1381](#) о прозрачности и устойчивости механизма оценки рисков в цепочке поставок продуктов питания в Евросоюзе, которым внесены вступившие в силу с 27 марта 2021 г. поправки.

[Регламент \(ЕС\) № 234/2011](#) устанавливает единую процедуру выдачи разрешений на использование пищевых добавок, пищевых ферментов, а также пищевых ароматизаторов и применяется с 11 сентября 2011 г. В соответствии с поправками к данному регламенту (внесены [Регламентом Комиссии \(ЕС\) № 562/2012](#)) в некоторых ситуациях компании вправе отказаться от предоставления токсикологических данных исследований и направить единую заявку для сгруппированных пищевых ферментов. Последующие поправки в данный регламент устраняли несоответствия с требованиями о прозрачности и устойчивости оценки рисков в цепочке поставок продуктов питания в Евросоюзе (внесены [Регламентом Комиссии \(ЕС\) 2020/1823](#)).

## Маркировка продукции

[Регламент \(ЕС\) № 1169/2011](#) регулирует требования к маркировке упакованных и неупакованных пищевых продуктов, предназначенных для потребления населением или для сектора общественного питания, включая растительные альтернативы. В соответствии с требованиями регламента все пищевые продукты подлежат маркировке с указанием точной информации о содержании соответствующих ингредиентов,





пищевой ценности, происхождении и не должны вводить потребителей в заблуждение. Упаковка пищевой продукции должна содержать следующую информацию:

- 1)** наименование продукта;
- 2)** список ингредиентов;
- 3)** перечень дополнительных ингредиентов, используемых при производстве продукции;
- 4)** количество ингредиентов;
- 5)** вес продукта нетто;
- 6)** срок годности;
- 7)** условия хранения и режим использования при необходимости;
- 8)** страна и место происхождения продукции;
- 9)** инструкции по правильному употреблению пищевых продуктов;
- 10)** заявления о пищевой ценности продукта;
- 11)** номер партии/серии продукции;
- 12)** сорт или категория пищевых продуктов.

В случае, если оригинальная этикетка написана на русском языке (например, стандартная этикетка, применяемая при реализации продукции на территории России) или на любом другом языке, продавец должен подготовить наклеиваемые этикетки с переводом для сопровождения импортируемых товаров. Импортер или экспортер (в зависимости от прописанных в контракте условий) должен разместить переведенные этикетки на продукте перед розничной продажей.

Расфасованные пищевые продукты, предназначенные для оптовой продажи или потребления в общественных местах, должны содержать декларацию со следующей информацией: наименование продукта и торговая марка, если таковые имеются, вес нетто продукта (масса или объем), срок годности, название организации-импортера, полный адрес, страна происхождения и страна, из которой экспортированы продукты питания.

Информация на этикетке должна быть напечатана буквами размером не менее 1,2 мм, для изделий площадью с упаковкой площадью до 80 см<sup>2</sup> буквы должны быть не меньше, чем 0,9 мм.

В случае, если в продукт добавляются витамины, на этикетке требуется указание, что продукт «обогащен витаминами». Если предприятие-производитель и предприятие, упаковывшее готовую продукцию в потребительскую упаковку, не являются одной и той же организацией, на этикетке должна быть указана компания, производившая упаковку продукта.



## Требования к упаковке продукции

Согласно требованиям [Регламента Комиссии \(ЕС\) № 2023/2006](#) о надлежащей производственной практике использования материалов и изделий, предназначенных для контакта с пищевыми продуктами, упаковка должна быть спроектирована и изготовлена таким образом, чтобы при утилизации упаковочные отходы могли быть повторно использованы.

Для обеспечения высокого уровня безопасности пищевых продуктов все материалы, контактирующие с пищевыми продуктами, должны соответствовать [Регламенту \(ЕС\) № 1935/2004](#) о материалах и изделиях, предназначенных для контакта с пищевыми продуктами при их обращении на европейском рынке.

