FRISO ДЕТСКОЕ ПИТАНИЕ
2016

Friso

FrieslandCampina

FrieslandCampina

130 лет опыта из Голландии

- FrieslandCampina - голландская компания, один из мировых лидеров молочной промышленности

- FrieslandCampina специализируется на развитии, производстве и продаже широкого ассортимента детского питания, молочных продуктов и высококачественных ингредиентов для детского питания и фармацевтической промышленности

- Продукция компании продается в более чем 100 странах мира

Friso

FrieslandCampina

Russia

Friso
25 ЛЕТ
В РОССИИ

Продукция Friso присутствует на российском рынке уже 25 лет!!!

Friso – один из важнейших брендов в портфолио компании

Высокое качество продукции. Доверие потребителя в течение 25 лет

Обзор российского рынка

Статистические данные

Данные на 1.01.2016
Территория : 17,1 mln кв. метров
Население: 146 519 759 people;
Рождаемость: 1 944 136 babies;
Грудное вскармливание – 40%
(официальные данные)

Источник:www.gks.ru

Статистические данные

Население 145 млн человек
Рождаемость 1,9 млн человек

Потребление молочных продуктов в России составляет 230 кг на человека

Рынок молочных смесей – около 36 000 тонн в год

Рост количества магазинов в Modern Trade сегменте

Детские сети имеют наибольшую долю в продажах рынка молочных смесей- **около 41%**

Тренды российского рынка ЗГМ

1

Рост рынка ЗГМ (Россия) за период Январь – Июль 2016/2015 + 2,6% (в объеме)

2

Рост рынка ЗГМ (Москва) за период Январь-Июль 2016/2015+13%(в объеме)

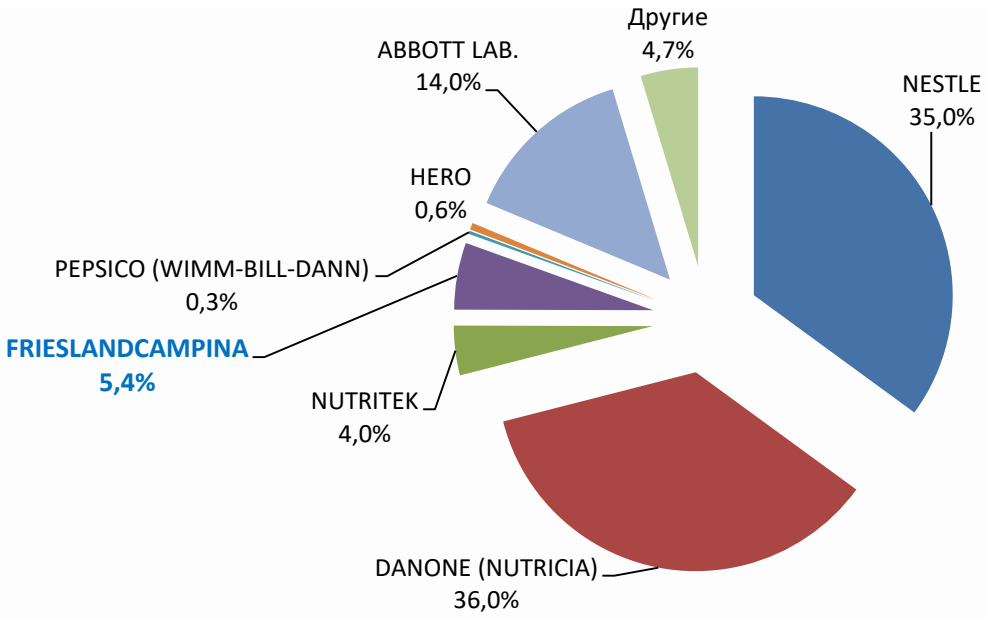
3

Рост доли Эконом сегмента/ Премиум сегмент
Россия- 57%vs 43%
Москва – 32% vs 68%

4

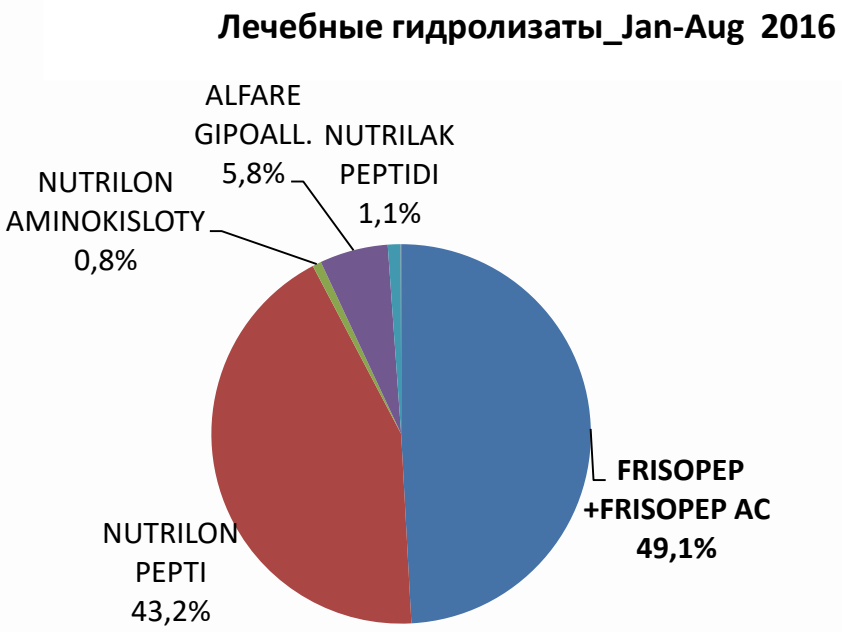
Рождаемость за период Янв- Июль 2016/ Янв –Июль 2015:
Россия -1, 4 %,
Москва + 4,2%

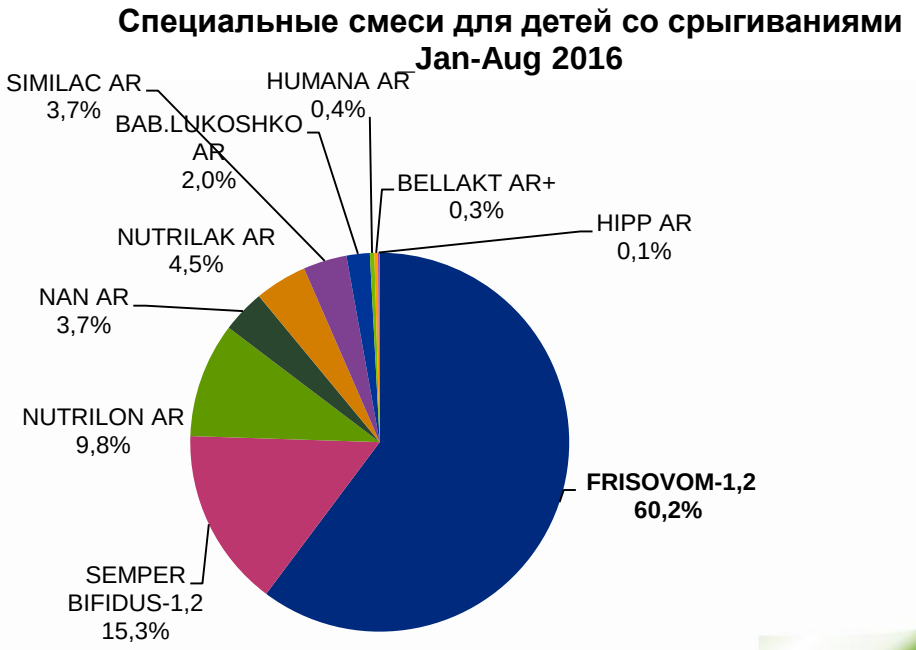
Более 20 игроков на российском рынке ЗГМ



Source: Nielsen Jan-Jul 2016

Доля Friso в объеме специальных смесей





Продажи ЗГМ в розничных каналах

Source: Nielsen Jan-Jul 2016

Стратегия Продаж

Коммерческие продажи

- **Медицинский Маркетинг**
- **Потребительский Маркетинг**
- **Торговый маркетинг**

Тендерные продажи

- Участие в тендерах, организуемых Федеральными и Местными органами Здравоохранения;
- Активная и плотная работа с Дистрибьюторами с целью включения продукции Фрисо в список поставок;
- Специальные мероприятия для ЛПР;
- Конкурентные цены;
- Доступность продукции, как ключевой фактор успеха

Tender Market Size = 3,6 Billion Rub!!!

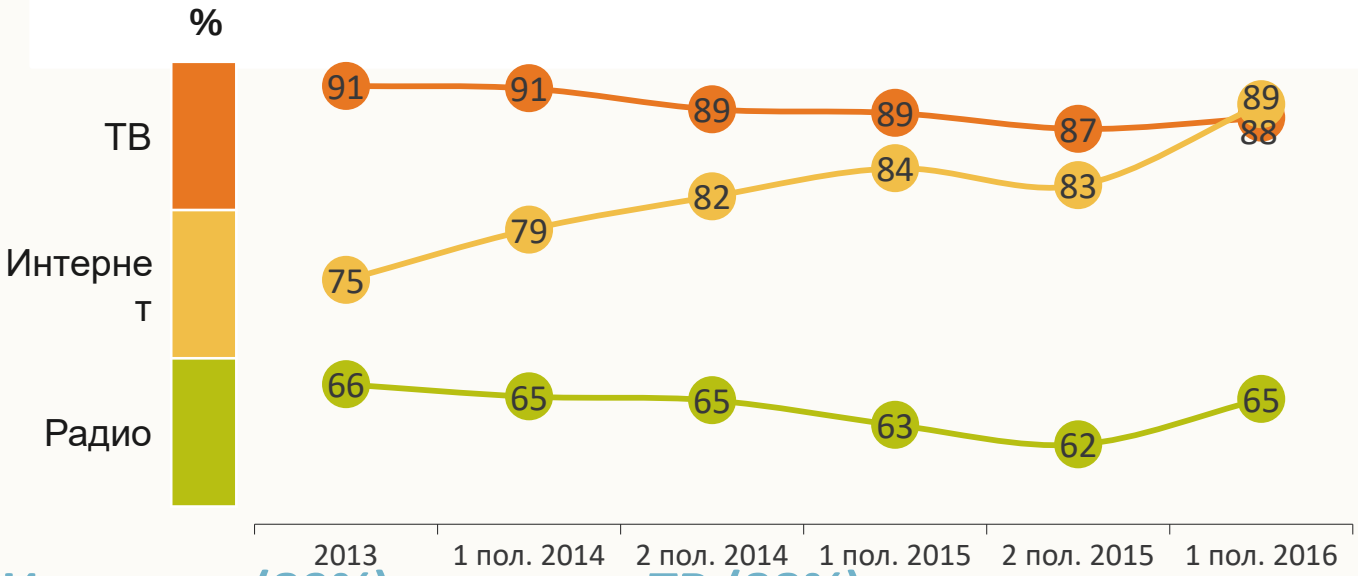
Recent years, Nutricia sells in tenders~1-1,2 billion Rub

Multiplier x2 Reg. sales

МЕДИА ПРЕДПОЧТЕНИЯ МАМ

Интернет – ведущее медиа для мам

- **Мамы используют много источников, но принимают решения сами!**



Интернет (89%) догоняет ТВ (88%) по популярности, а аудитория радио перестала падать и вернулась на уровень 2014 года

Source: Baby index research 1волна 2016, ipsos Comcon

Friso:
новая рецептура,
новая упаковка,
новые продукты

Обновленные смеси Friso в России

- Смеси для здоровых детей

вес 400г; 800 г

- Специальные смеси

вес 400 г

Новая удобная упаковка

- Новая защитная крышка
- Фиксированное хранение мерной ложечки
- Специальный уровень внутри банки для безопасного использования и правильного дозирования

Обновленный продукт Friso Gold 3

- Сухой молочный напиток для сбалансированного питания детей старше 1 года

- Содержит пребиотики, пробиотики, докозагексаеновую и арахидоновую кислоты

- 2-3 порции напитка в день обеспечивают потребности растущего ребенка в незаменимых питательных веществах

Новый продукт Friso Gold 4

- Сухой напиток на молочной основе для сбалансированного питания детей старше 3 лет
- Содержит пребиотики, пробиотики, докозагексаеновую и арахидоновую кислоты
- 1-2 порции напитка в день обеспечивают ребенка в незаменимых питательных веществах

Friso

Позиционирование и продвижение

Продвижение нового Friso

Позиционирование бренда для потребителей

Новая упаковка

Работа с докторами

Активности в точках продаж

Медицинское продвижение Friso

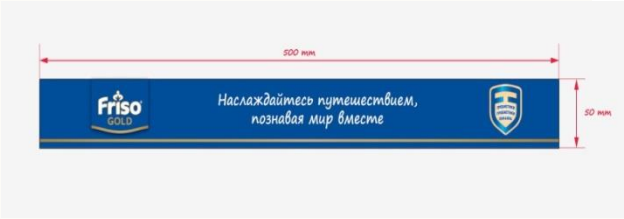
- Увеличение медицинских активностей (F2F визиты, круглые столы, конференции)
- Участие в медицинских мероприятиях для информирования докторов о продукте
- Работа с родильными домами и больницами
- Статьи и реклама в медицинских журналах

Потребительский маркетинг-
фокус на Digital!

- Новый сайт friso.com.ru
- Специальные проекты на сайтах для мам
- Социальные сети: VK, FB
- Видео в YouTube
- Баннеры в интернете
- Статьи на сайтах для мам
- Печатная реклама в федеральных и локальных изданиях
- Постеры в поликлиниках о новых продуктах

Торговый маркетинг (“шоппер”)

Фокус – Детские сети и Гипермаркеты/Супермаркеты



- Позиционирование в Премиум сегменте
- Выделение нового ассортимента POS материалами
- Увеличение места для продукции с помощью паллетной выкладки, новых брендированных стоек, специальных зон
- Привлечение внимания новых потребителей к новой упаковке