

Рыбный
СОЮЗ

Российский рыбный рынок на
новом перекрестке.
Куда и как пойдём?

Александр Васильевич Панин,
председатель Рыбного Союза

сентябрь 2024 года

Есть 2 разновекторные задачи:

22кг/год

28кг/год

+27%

+0,9

МЛН ТОНН

К текущему балансу сырья на внутреннем рынке

Увеличить внутреннее потребление*

Увеличить объем экспорта к 2030 году**



\$6,6
млрд

+29%

+0,8
млн тонн

К текущему балансу сырья на экспортном направлении

\$8,5**
млрд

*Поручение Президента РФ от 16.08.2023

**Росрыболовство (Ежегодный аналитический доклад «Мировые аграрные рынки» Том 1, стр. 385)

Расчет объемов с учетом экспорта

Источники объемов в 2023 году

- > Вылов: 5,3 млн т
- > Аквакультура: 0,4 млн т
- > Импорт (в сырце): 1,2 млн т

Итого: 6,9 млн т

Потребность в сырье, с учетом роста целевых показателей

- > Объем экспорта: 3,1 млн т
- > Целевой объем экспорта (с учетом увеличения): 4,0 млн т
- > Целевой объем для внутреннего рынка: 4,1 млн т

Итого: 8,1 млн т

Дефицит сырья
с учетом достижения
требуемых показателей:

-1,2 млн тонн

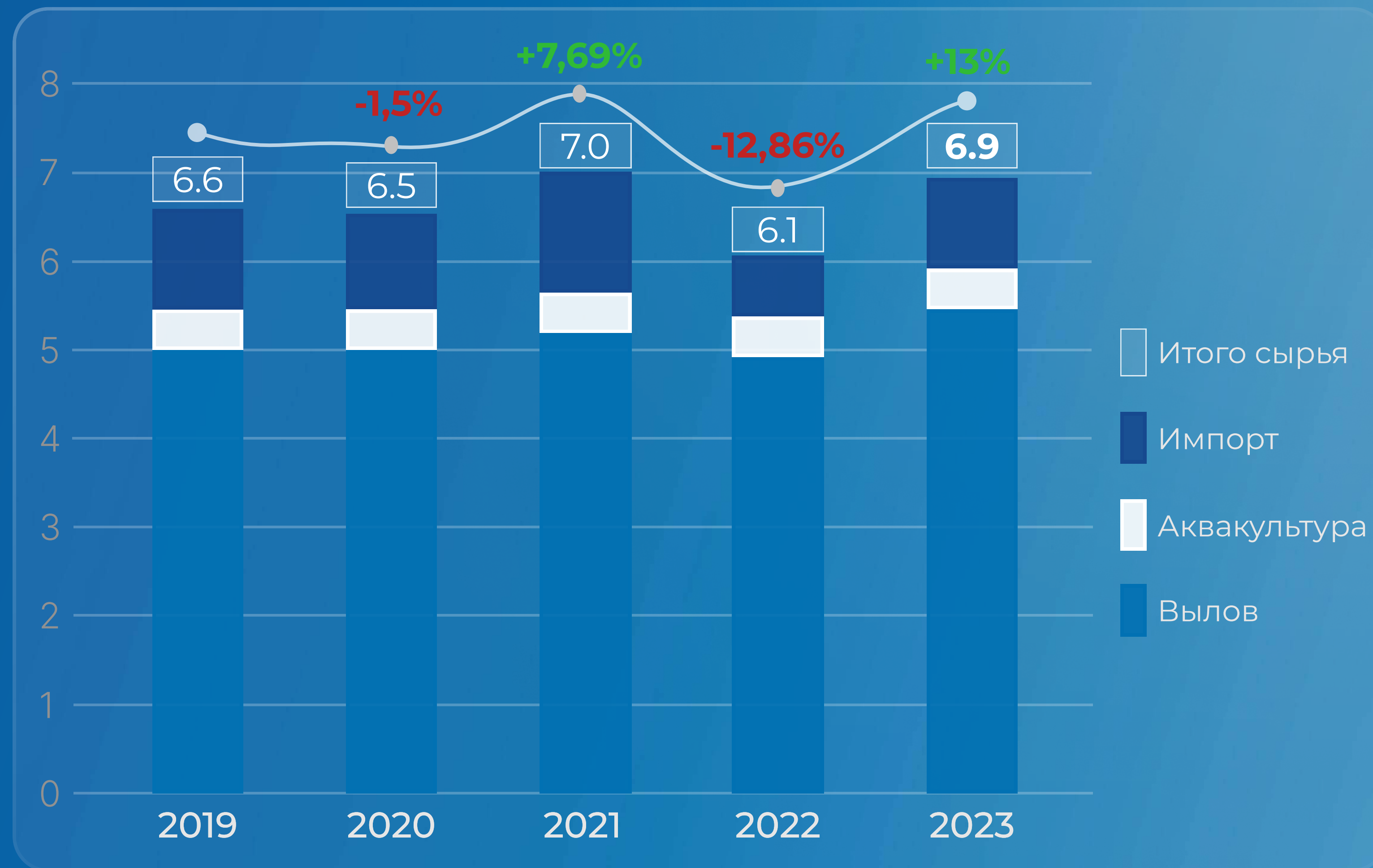
Ресурсы ограничены:



+4.5%
за 5 лет



Динамика источников сырья 2019-2023 гг., млн.т



Стратегия РКК			
	2024	2030	△
Вылов	5 322	5 396	+1.4%
Аква	501	618	+23%

Планируемый рост
не покрывает дефицит!

Где взять **дополнительный** объем сырья?

Повышение вылова

(неквотируемые объекты, экспедиционный промысел и тд.)



Наращивание производства аквакультуры



Увеличение импорта



Решение этих задач потребует разработки и принятия комплекса мер, который затронет **все сферы рыбного хозяйства**

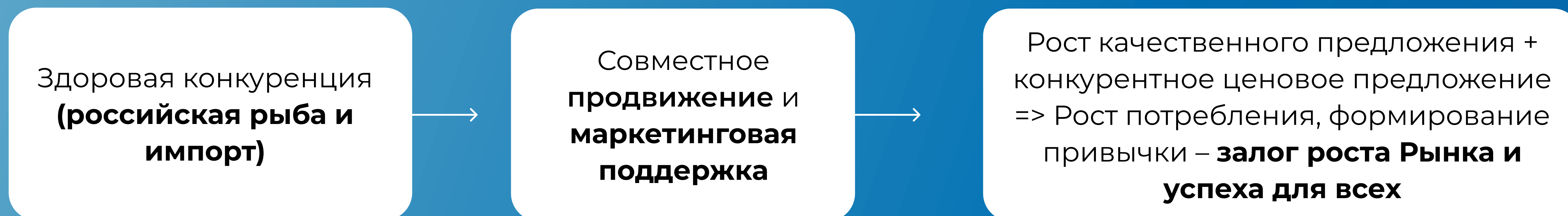
Как продвинуть отечественную рыбу?

“Легкий” путь



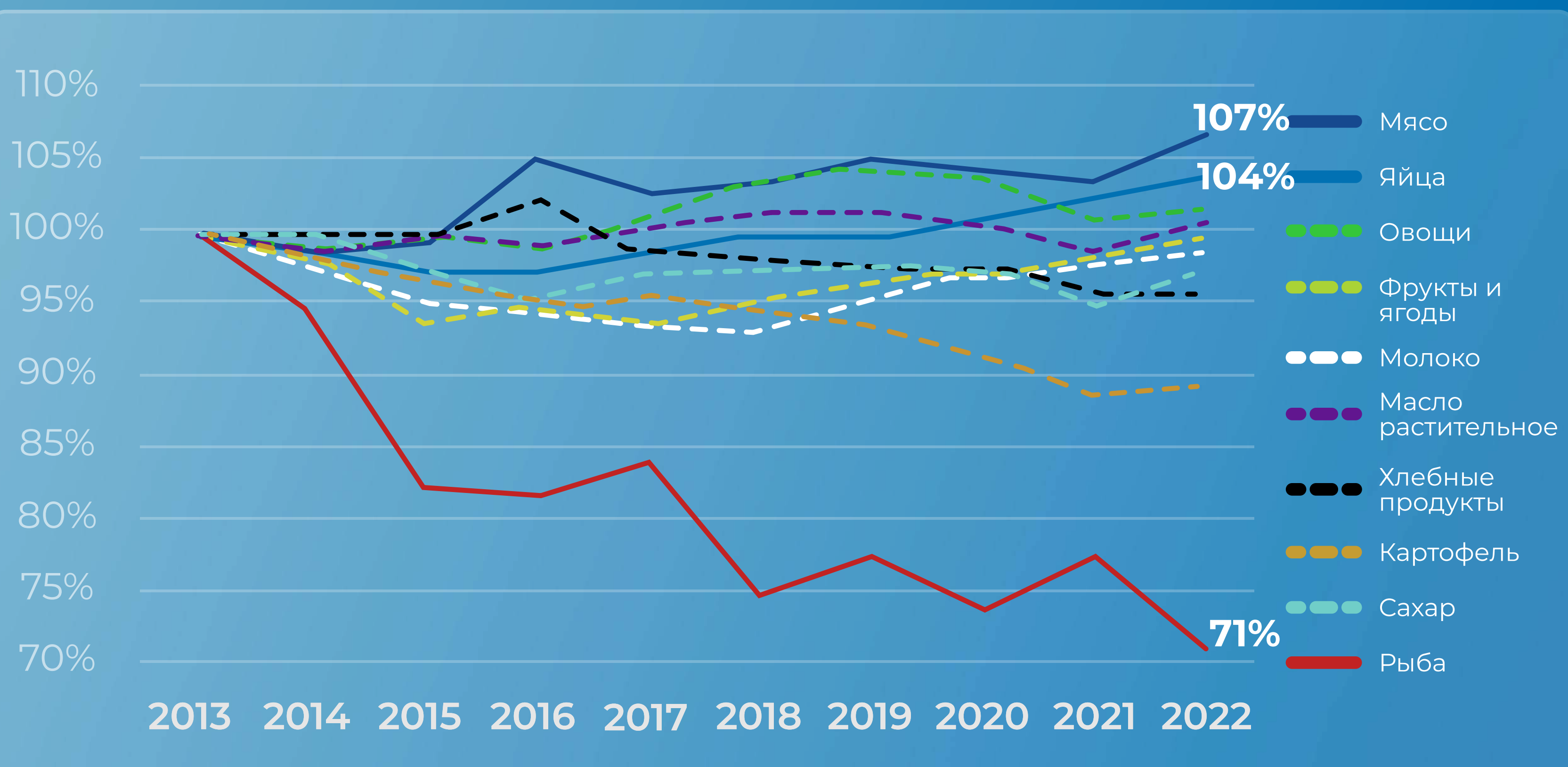
ИЛИ

Конструктивный путь



Конкуренция в “белковой корзине”

Динамика потребления основных продуктов питания в России, уровень 2013 г. = 100%



Динамика потребления за 2013-2022 гг.:

Мяса: +4% (+500 тыс. т)

Яиц: +7% (+130 тыс. т)

Рыбы: -30% (-1.1 млн т)

(*Росстат, Баланс сырья на внутреннем рынке)

Анализ расходов на рекламу

Мясо, птица, колбасные изделия, млн. руб



Рыба и морепродукты, млн. руб



22 к 1

АНО – может стать мощным проводником на рынке рекламы

Необходима консолидация всех участников товаропроводящей цепи в части маркетинга и рекламы

Что делать?

01

Отслеживать динамику уровня реального потребления рыбной продукции по видам водных биоресурсов и видам рыбной продукции

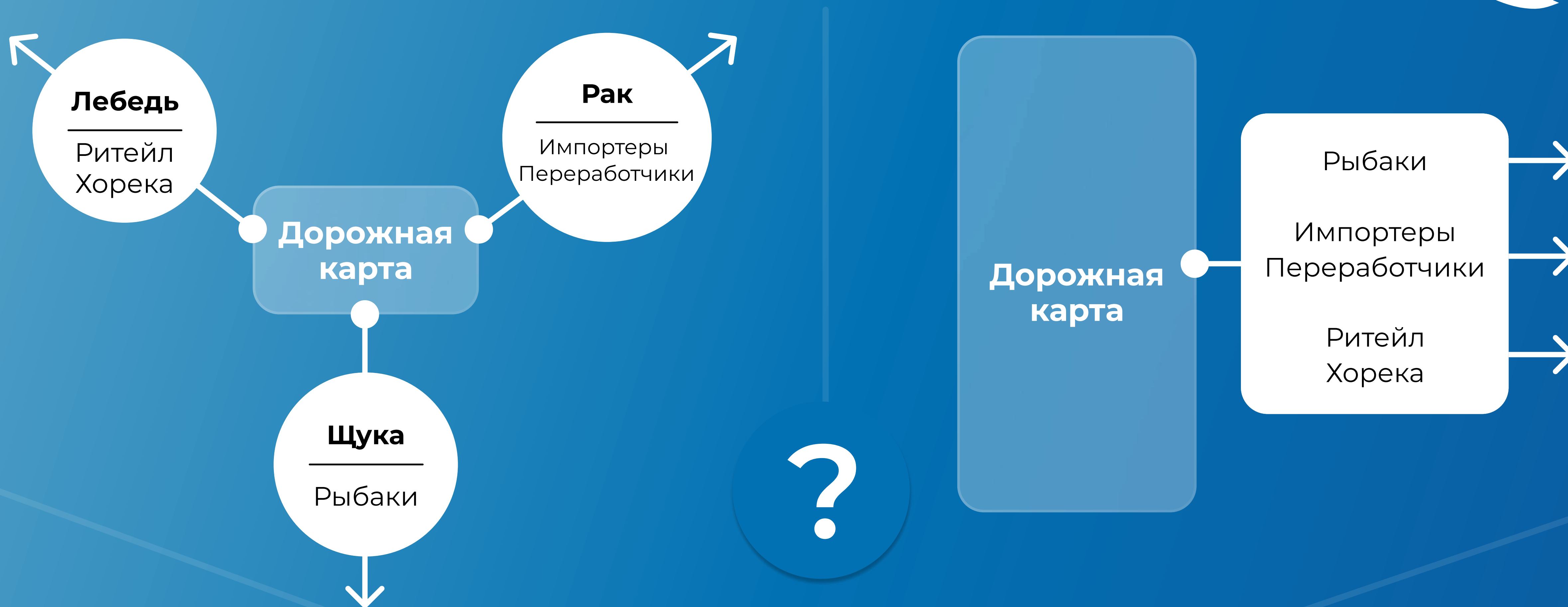
02

Внедрять точечные меры государственной поддержки, в том числе меры импортно-экспортного регулирования

03

Совместными усилиями реализовать мероприятия «дорожной карты» по увеличению внутреннего потребления отечественной рыбной продукции на период **до 2030 года**

Новый перекресток! Куда и как пойдём?



2025 → 2030 год

Совместные усилия всех участников товаропроводящей цепи – **залог успеха в достижении поставленных целей!**

Повышение экономической отдачи
от экспортной деятельности (\$)

+

Увеличение **внутреннего**
потребления рыбы (кг)





Спасибо за внимание!