

ИТОГИ РАБОТЫ «РУСАГРО» В 2020 ГОДУ

МАСЛОЭКСТРАКЦИОННЫЕ ЗАВОДЫ

Совокупная мощность «Русagro» по переработке подсолнечника, в том числе на арендуемых мощностях, составила 4,6 тыс. тонн семян подсолнечника в сутки, или около 1,6 млн тонн в год. В зависимости от уровня масличности сырья и производительности завода это позволяет произвести порядка 660 тыс. тонн сырого масла и 600 тыс. тонн шрота. Помимо этого, «Русagro» владеет заводом по переработке сои на Дальнем Востоке максимальной мощностью 180 тыс. тонн сои в год, что дает около 30 тыс. тонн масла и 140 тыс. тонн соевого шрота в год.

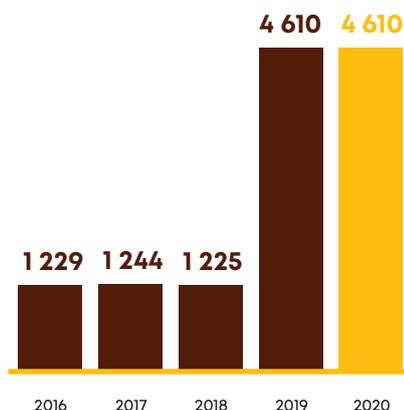
ЭЛЕВАТОРЫ

Масложировое бизнес-направление «Русagro» владеет четырьмя элеваторами мощностью хранения 97 тыс. тонн подсолнечника. Компания также пользуется услугами десяти сторонних элеваторов мощностью хранения 260 тыс. тонн подсолнечника на правах аренды. На элеваторах также могут храниться зерновые культуры.

МАСЛОЖИРОВЫЕ ЗАВОДЫ

В 2020 г. совокупная мощность «Русagro» по производству промышленных жиров составила около 400 тыс. тонн в год, потребительской продукции – 660 тыс. тонн в год, включая 300 тыс. тонн бутилированного масла, 280 тыс. тонн майонеза и соусов на его основе и 80 тыс. тонн потребительского маргарина и спредов. Мощности по выпуску продукции данных категорий расположены на двух масложировых заводах; также с 2018 г. на Безенчукском маслоэкстракционном заводе функционирует линия по рафинации, дезодорации и фасовке масла мощностью 100 тыс. тонн продукции в год.

**Мощность экстракции из семян подсолнечника «Русagro»,
тонн в сутки**



ЭКСТРАКЦИЯ МАСЛА И ПРОИЗВОДСТВО ПОБОЧНЫХ ПРОДУКТОВ



ПРОИЗВОДСТВО МАСЛОЖИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



МАРКЕТИНГ И РЕАЛИЗАЦИЯ

масло-
экстракционных
завода¹

масложировых
завода¹



2 маслоэкстракционных завода



1 масложировой завод

САРАТОВСКАЯ
ОБЛАСТЬ

САМАРСКАЯ
ОБЛАСТЬ



1 маслоэкстракционный завод



1 масложировой завод

СВЕРДЛОВСКАЯ
ОБЛАСТЬ



1 маслоэкстракционный и масложировой завод

ПРИМОРСКИЙ
КРАЙ

О влиянии бизнеса на окружающую среду и мерах по снижению вредного воздействия можно узнать в разделе «Отчет об устойчивом развитии» на стр. 152

¹ Включая арендованные.

БРЕНДЫ

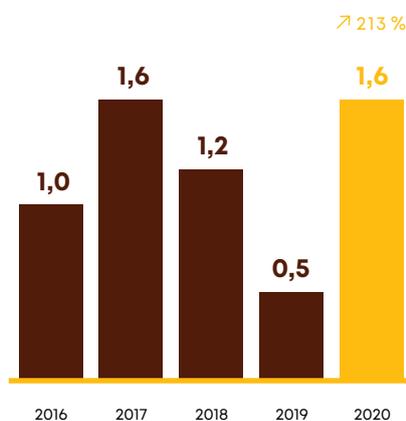
Продуктовый портфель масложирового бизнеса «Русагро» представлен в четырех сегментах: соусы (преимущественно белые), жидкие масла, твердые жиры и мыло. Ключевыми являются бренды соусов «Я люблю готовить», «Мечта хозяйки», «Провансаль ЕЖК», «Оливьеэз» и бренды маргарина «Щедрое лето», «Саратовский» и «Чудесница». При этом «Я люблю готовить» является зонтичным брендом, объединяющим три локальные марки майонеза: «Московский провансаль», «Саратовский провансаль» и «Новосибирский провансаль».

К прочим брендам относятся бренды растительного масла: масло – «Россиянка», BENEFITTO, «Лето Красно», «Маслава»; маргарин – «Саратовский». Согласно исследованию AC Nielsen, бренды маргарина Компании в 2020 г. занимали 33% рынка потребительского маргарина в России, а бренды майонеза – более 13% рынка майонеза. В центральной части России наибольшую узнаваемость имеет «Московский провансаль», на Урале – «Провансаль ЕЖК» и «Щедрое лето». «Щедрое лето» также является брендом № 1 в экспорте из Российской Федерации и занимает лидирующие позиции на рынках Узбекистана, Таджикистана и Туркмении. «Мечта хозяйки» – лидер рынка в Молдове и Азербайджане, «Оливьеэз» – в Узбекистане. На рынок Китая продукция поставляется под брендом «Лето Красно».

ИНВЕСТИЦИИ

В 2020 г. «Русагро» инвестировала 1,6 млрд руб. в развитие и поддержание масложирового сегмента. Рост инвестиций на 213% по сравнению с предыдущим годом связан с запуском новой линии майонезного цеха. На поддержание существующих активов было направлено около 48% общего объема инвестиций.

Инвестиции «Русагро» в масложировой сегмент, млрд руб.



АВТОМАТИЗАЦИЯ И ИННОВАЦИИ

Основной задачей масложирового бизнес-направления в 2020 г. была подготовка и утверждение Стратегии цифровой трансформации бизнеса до 2026 г. В рамках цифровой трансформации была определена глобальная задача: «Повысить прибыль Компании за счет сокращения затрат и повышения производительности с помощью цифровых инструментов». В рамках данной задачи сформулированы следующие цели цифровой трансформации.

1.

Повысить рентабельность реализации готовой продукции и снизить закупочную цену подсолнечника за счет оптимизации логистики и хранения

2.

Снизить затраты и потери на единицу продукции

3.

Снизить риски и повысить безопасность



Для достижения данных целей была выбрана микросервисная архитектура, которая позволяет использовать наиболее подходящие под требования бизнеса информационные системы. Основной упор сделан на информационные системы принятия решений (использующие технологии математического моделирования и оптимизирования, нейронных сетей, machine learning) и системы анализа данных (BigData, DWH, Power BI).

Для достижения первой цели предусмотрены следующие проекты:

- повышение эффективности закупки сырья;
- повышение эффективности продажи готовой продукции;
- повышение эффективности системы продаж промышленных жиров.

Для достижения второй цели предусмотрены следующие проекты:

- интегрированное бизнес-планирование S&OP;
- автоматизация полевого персонала для B2C;
- динамическая модель плана производства с учетом доходности;
- управление техническим обслуживанием и ремонтом;
- управление маршрутизацией;
- управление затратами и контроллинг.

Для достижения третьей цели предусмотрены следующие проекты:

- управление качеством, приемкой, хранением сырья с помощью обезличенной приемки;
- управление качеством, приемкой, хранением, сбытом готовой продукции;
- бухгалтерский учет и налоговая отчетность – создание объединенного центра обслуживания;
- юридическое сопровождение и документооборот;
- система управления мастер-данными.

В 2020 г. был полностью реализован проект «Бухгалтерский учет и налоговая отчетность – создание объединенного центра обслуживания», а проекты «Управление маршрутизацией» и «Управление техническим обслуживанием и ремонтом» находятся на стадии тиражирования на производственных площадках.

ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ПРОИЗВОДСТВО

В 2020 г. производство сырого подсолнечного масла «Русagro» выросло на 8% и составило 672 тыс. тонн (+48 тыс. тонн). Все растительное масло было произведено из семян подсолнечника, из сои в отчетном периоде масла не производилось (в 2019 г. – 18 тыс. тонн). Увеличение выпуска подсолнечного масла было связано с более высоким уровнем масличности семян подсолнечника урожая 2020 г., а также с ростом объемов переработанных семян подсолнечника на 7% – до 1,5 млн тонн (+101 тыс. тонн). Рост объемов переработки связан с высоким урожаем подсолнечника в 2019 г., дополнительным днем работы (високосный год), а также с продуктивностью заводов (загрузка 98,7% против 92,4% в 2019 г.), которая возросла в результате корректировки технологических режимов переработки и более высокого коэффициента технической готовности. Шрота было произведено на 7% меньше (–42 тыс. тонн) в связи отказом в 2020 г. от переработки сои (в 2019 г. – 81 тыс. тонн). При этом производство подсолнечного шрота выросло на 7% (+38 тыс. тонн).

«Русagro» выпускает все основные виды промышленных жиров, кроме аналогов масла какао. Больше всего в производственном ассортименте – универсальных маргаринов и жиров, которые являются наиболее востребованными продуктами на внутреннем рынке. В 2020 г. Компания увеличила объем производства промышленных жиров на 102% – до 328 тыс. тонн, что стало возможно благодаря запуску в июле дополнительной линии для налива промышленных жиров в автоцистерны.

В отчетном периоде выпуск масложировой потребительской продукции «Русagro» увеличился на 2% – до 338 тыс. тонн (+7 тыс. тонн) – за счет увеличения производства бутилированного масла на 6 тыс. тонн (+4%) и маргарина и спредов на 3 тыс. тонн (+6%). Производство майонеза и соусов на его основе сократилось на 1% (–2 тыс. тонн).

Производство потребительской масложировой продукции «Русagro», тыс. тонн

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020
Бутилированное масло	12	20	101	143	150
Майонез и соусы на его основе	78	56	48	146	144
Потребительский маргарин и спреды	37	36	29	42	45

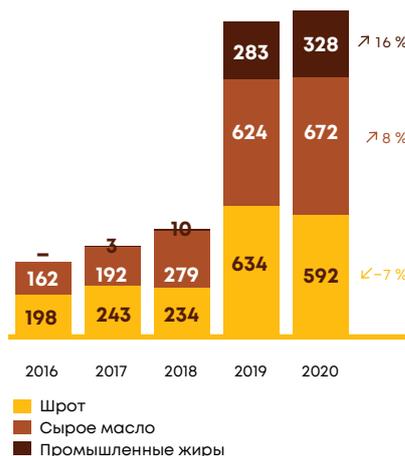
↑ 8%

672

тыс. тонн

производство сырого подсолнечного масла «Русagro» в 2020 г.

Производство промышленной масложировой продукции «Русagro», тыс. тонн



↑ 2%

331

338

ПРОДАЖИ

В 2020 г. объем продаж всех категорий масложировой продукции «Русагро» остался примерно на уровне предыдущего года (+0,3%, или +5 тыс. тонн) и составил 1 628 тыс. тонн. В связи с увеличением потребности в сыром масле для выпуска дополнительного объема бутилированной продукции реализация сырого подсолнечного масла вне Компании сократилась на 5% (-21 тыс. тонн). Сокращение продаж шрота на 9% (-58 тыс. тонн) произошло в результате отказа от запуска завода по переработке сои. При этом реализация шрота, произведенного из подсолнечника, выросла на 2% и составила 579 тыс. тонн (+10 тыс. тонн); в 2020 г. также было реализовано 11 тыс. тонн соевого шрота. Помимо этого «Русагро» увеличила в 2020 г. объемы продаж промышленных жиров до 313 тыс. тонн, что на 29% больше (+70 тыс. тонн), чем годом ранее. Это стало возможно благодаря усилению рыночных позиций. Продажи потребительской продукции показали лучшие результаты за счет более высоких объемов реализации бутилированного масла (+9%, или +13 тыс. тонн) и майонеза и соусов на его основе (+2%, или +2 тыс. тонн).

↙ -5%

384

ТЫС. ТОНН

продажа сырого растительного масла «Русагро» в 2020 г.

Продажи промышленной масложировой продукции «Русагро», ТЫС. ТОНН

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020
Шрот	200	253	302	647	589
Сырое масло	116	150	168	406	384
Промышленные жиры	—	3	10	243	313
	316	406	481	1 296	1 287

↙ -1%

Продажи потребительской масложировой продукции «Русагро», ТЫС. ТОНН

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020
Бутилированное масло	18	20	97	147	160
Майонез и соусы на его основе	77	59	48	136	138
Потребительский маргарин и спреды	37	36	29	45	43
	132	115	175	328	341

↗ 4%

БРЕНДЫ

В 2020 г. 40% (+3 п. п.) объема продаж масложировой продукции и 63% (+3 п. п.) выручки масложирового сегмента «Русагро» пришлось на потребительский сегмент. Масложировая продукция «Русагро» традиционно занимает лидирующие места в домашних регионах. Так, согласно данным AC Nielsen за 2020 г., майонез «Провансаль ЕЖК» занимает первое место и имеет долю на рынке Екатеринбурга 69% и на рынке Урала – 40%, а «Московский провансаль» занимает первое место и 31% рынка Москвы и 24% рынка в Центральной России. Также по итогам года (AC Nielsen) на рынке Урала первое место с долей 58% занимает бренд потребительского маргарина «Щедрое лето», а на рынке Поволжья – бренд «Саратовский» с долей 28%. На уровне России в топ-5 входят два бренда потребительского маргарина «Русагро»: «Саратовский» занимает второе место с долей рынка 13%, а «Щедрое лето» – четвертое место с долей 11%.

С точки зрения уровня узнаваемости, согласно исследованиям BrandPuls (третий квартал 2020 г.), в 2020 г. самые высокие показатели у майонезов «Провансаль ЕЖК» (86% на территории Уральского федерального округа), «Московский провансаль» (80% на территории Центрального федерального округа и 60% в России) и «Мечта хозяйки» (56% в России), а также у масла «Россиянка» (42% в России). Оценка уровня лояльности к бренду выявила повышенную лояльность уральского потребителя к майонезу «Провансаль ЕЖК» (39%) и потребителя в Центральном федеральном округе к майонезу «Московский провансаль» (21%).

↑ 4%

341

ТЫС. ТОНН

продажа
потребительской
масложировой
продукции
«Русагро» в 2020 г.



Московский
ПРОВАНСАЛЬ



саратовский
Сливочный

ЭКСПОРТ

В отчетном периоде 44% всей масложировой продукции «Русагро» было направлено на экспорт – 712 тыс. тонн, что на 7% больше, чем в 2019 г. Рост в наибольшей степени был связан с увеличением поставок сырого растительного масла, которые составили 339 тыс. тонн (+15%, или +43 тыс. тонн) – 88% от общего объема продаж Компании. Также на 60% – до 37 тыс. тонн (+14 тыс. тонн) вырос экспорт промышленных жиров, которые Компания начала продавать за пределами России только в 2019 г. Более высокий спрос на растительное масло в мире коснулся и бутилированного масла: его экспорт вырос на 18% и составил 85 тыс. тонн (+13 тыс. тонн). Поставки продукции категорий «потребительский маргарин и спреды» (на экспорт направлено 74% от общего объема реализации) и «майонез и соусы на его основе» показали рост на 8 и 5% (+2 тыс. и +1 тыс. тонн) соответственно.

Продукция масложирового бизнеса «Русагро» представлена в 33 странах мира. В 2020 г. почти весь объем сырого растительного масла был реализован в странах Западной Азии. Крупнейшим покупателем шрота (75% всего экспортированного «Русагро» объема) второй год подряд является Дания, которая приобрела 148 тыс. тонн (+39%, или +42 тыс. тонн) данной продукции. Основными направлениями сбыта потребительской масложировой продукции являются страны СНГ, такие как Узбекистан, Казахстан, Азербайджан, Таджикистан. Так, в 2020 г. в Узбекистан было поставлено 45% объема экспорта потребительской масложировой продукции «Русагро», включая 49 тыс. тонн (+37%) фасованного масла, 12 тыс. тонн маргарина (-10%) и 1 тыс. тонн майонеза (+75%).

↑ 15%

339

ТЫС. ТОНН

экспорт сырого растительного масла «Русагро» в 2020 г.

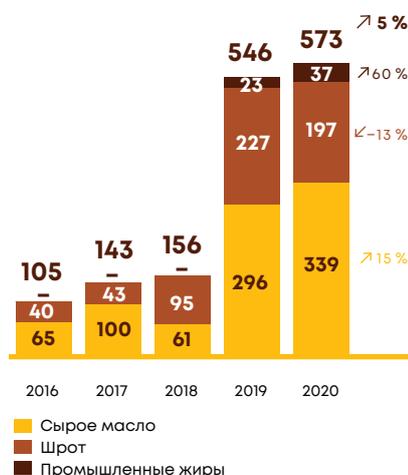
↑ 13%

139

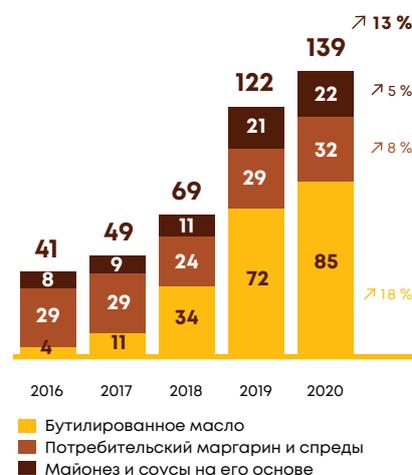
ТЫС. ТОНН

экспорт потребительской масложировой продукции «Русагро» в 2020 г.

Экспорт промышленной масложировой продукции «Русагро», ТЫС. ТОНН



Экспорт потребительской масложировой продукции «Русагро», ТЫС. ТОНН



ЦЕНЫ

В 2020 г. цены реализации всех категорий масложировой продукции показали рост. В результате увеличения рыночных цен на подсолнечное масло на фоне более низкого урожая масличных культур у ключевых стран – производителей масла и девальвации рубля цена реализации сырого подсолнечного масла выросла на 20% – до 53,3 руб/кг без НДС. Цена шрота увеличилась только на 6% в связи с изменением ассортимента: в 2020 г. не было реализации соевого шрота, стоимость которого выше подсолнечного. Рост цен на растительные масла в мире коснулся и пальмового масла, что привело к увеличению цены реализации промышленных жиров «Русагро» на 24% – до 59,7 руб/кг без НДС.

В отчетном периоде средняя за год цена реализации бутилированного масла «Русагро» выросла на 27% – до 68,3 руб/кг без НДС, что обусловлено ростом цен на сырое масло. Цены продажи другой масложировой продукции потребительского сегмента также показали рост, хоть и менее значительный. Цена категории «потребительский маргарин и спреды» подросла на 11% – до 88,8 руб/кг без НДС, а категории «майонез и соусы на его основе» – на 9% – до 87,3 руб/кг без НДС.

↑ 20%

53,3

руб/кг без НДС

цена реализации сырого подсолнечного масла

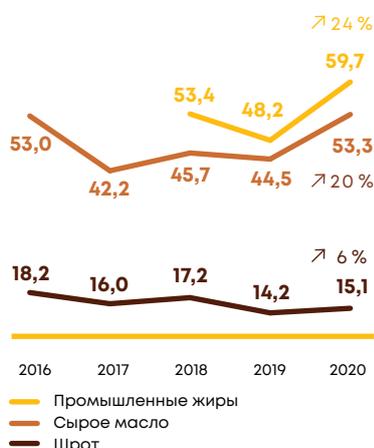
↑ 11%

88,8

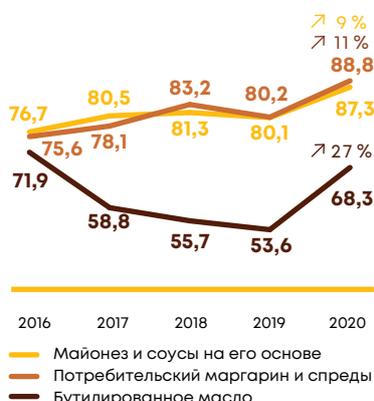
руб/кг без НДС

цена реализации потребительского маргарина и спредов

Цена реализации промышленной масложировой продукции «Русагро», руб/кг без НДС



Цена реализации потребительской масложировой продукции «Русагро», руб/кг без НДС



ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В 2020 г. выручка масложирового сегмента «Русагро» выросла на 22% – до 76,2 млрд руб. (+13,8 млрд руб.), включая 29,4 млрд руб. (+8%, или +2,1 млрд руб.) выручки от сырого масла и шрота, 26,8 млрд руб. (+20%, или +4,4 млрд руб.) – от потребительской масложировой продукции и 18,7 млрд руб. (+60%, или 7,0 млрд руб.) – от промышленных жиров. Рост выручки связан с увеличением цен реализации всех категорий продукции (от 6 до 17% в зависимости от категории) и большим объемом продаж промышленных жиров (+29%), бутилированного масла (+9%) и майонеза и соусов на его основе (+2%). На динамику выручки сегмента также оказали положительное влияние рост цен и спроса на мировом рынке, что позволило увеличить выручку от экспортных операций на 37% – с 25,1 млрд до 34,3 млрд руб. В 2020 г. масложировой бизнес показал самую высокую среди других бизнесов Компании долю экспортной выручки: она составила 45% по сравнению с 40% годом ранее.

В результате положительной динамики выручки и высокой доли реализуемой продукции, произведенной из более дешевого подсолнечника урожая 2019 г., а также только частичного отражения финансовых доходов от реализуемой продукции в 2019 г., скорректированная прибыль до вычета налогов и амортизации (ЕБИТДА) выросла на 177% и достигла 9,4 млрд руб. (+6,0 млрд руб.), а рентабельность по скорректированной ЕБИТДА – на 7 п. п. (с 5 до 12%).

Финансовые результаты масложирового сегмента «Русагро», млрд руб.

↗ 22%

76,2

млрд руб.

выручка масложирового сегмента «Русагро» в 2020 г.

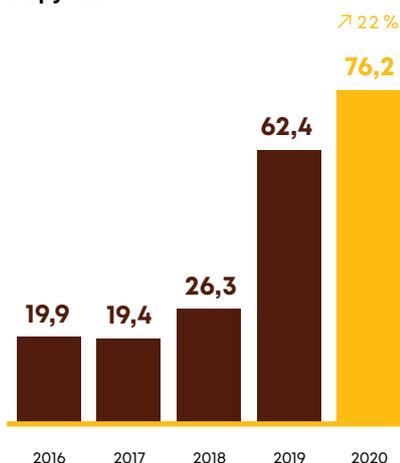
↗ 177%

9,4

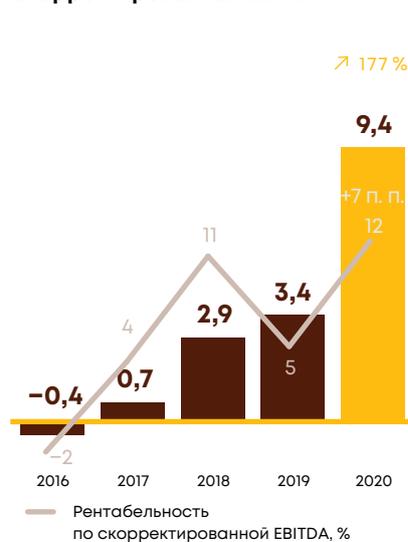
млрд руб.

скорректированная ЕБИТДА масложирового сегмента «Русагро» в 2020 г.

Выручка



Скорректированная ЕБИТДА



ПЛАНЫ НА 2021 ГОД

В 2021 г. мощности производства сохранятся на прежнем уровне, а объем выпуска продукции будет зависеть от результатов закупочной кампании семян подсолнечника и их урожая в новом сезоне, а также от рыночной конъюнктуры, в том числе от курса национальной валюты и мировых цен. На выпуск сырого растительного масла и шрота положительно повлияет решение Компании о запуске «Приморской сои» – завода «Русагро» на Дальнем Востоке России по переработке соевых бобов, где планируется переработать около 60 тыс. тонн сои. В части развития категории «промышленные жиры» основные цели – увеличение рентабельности продукции и дальнейшее усиление позиций на рынке. В потребительском сегменте планируются выход на новые экспортные направления, усиление позиции брендов на внутреннем рынке и вывод новых ассортиментных позиций.

В 2021 г. «Русагро» планирует включить в периметр масложирового сегмента бизнес по производству молочных продуктов, запущенный в 2018 г. В связи с этим намечено сделать ревизию бюджета и подготовить новый план по управлению активами и брендами бизнес-направления «Молочные продукты». Подробнее о результатах работы данного бизнес-направления в 2020 г. на стр. 110.