



КРАСНОЯРСКАЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

МИССИЯ

«Мы разделяем интересы наших потребителей, уважаем их вкусы и время. Каждый день мы заботимся о том, чтобы обеспечивать все больше людей качественными и вкусными мясными продуктами, сберегая их время и средства для полноценной жизни в современной России».

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

Красноярская Продовольственная Компания (КПК) – одно из ведущих мясоперерабатывающих предприятий в Сибири с мощностью производства до 80 тонн готовой продукции в сутки.

Ключевое направление деятельности Красноярской Продовольственной Компании – производство и реализация колбас и мясных деликатесов.

Завод Красноярской Продовольственной Компании построен в 2004 году крупным производственным холдингом «Российские мясопродукты» (РМП). В составе холдинга также работают мясоперерабатывающий завод Сибирской Продовольственной Компании (СПК, Новосибирск), четыре мясозаготовительных площадки в НСО и Республике Алтай, торговые дома в Иркутске и Барнауле, фирменная розничная сеть.

Красноярская Продовольственная Компания располагает наиболее высокотехнологичной и современной производственной базой в регионе, позволяющей выпускать широкий ассортимент колбас и мясных деликатесов.

Сегодня в ассортименте Красноярской Продовольственной Компании представлено 350 различных позиций колбас и мясных деликатесов под брендами: «КПК», «Мясоделов», «Сибирский стандарт».

Благодаря развитой системе дистрибуции и отлаженным механизмам логистики продукция реализуется на рынках Красноярска и Красноярского края, в республиках Хакасия и Бурятия, Иркутске и Иркутской области.

Сегодня по объемам продаж Красноярская Продовольственная Компания входит в число лидеров рынка Красноярского края. В Красноярске ее рыночная доля составляет 40%, по Красноярскому краю – 30%.

СЫРЬЕВАЯ БАЗА

Наличие собственных мясозаготовительных площадок в структуре холдинга «Российские мясопродукты» позволяет стабильно обеспечивать мощности Красноярской Продовольственной Компании качественным мясным сырьем. Сырье поступает с заготовительных площадок, расположенных в экологически чистых районах Новосибирской области (Черепановский и Краснозерский мясокомбинаты) и Республики Алтай (Соузгинский и Усть-Коксинский мясокомбинаты). Компания также развивает партнерские отношения с местными поставщиками сырья.

СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА

Главный принцип ценовой политики Красноярской Продовольственной Компании – сделать продукцию максимально доступной для потребителя. Поэтому в ассортименте производителя представлены торговые марки разных ценовых сегментов: массовый «КПК», средний «Мясоделов», эконом-сегмент «Сибирский стандарт».

Продукция компании представлена более чем в 93% розничных торговых точек (продуктовых рынках, традиционных розничных магазинах, крупных торговых сетях).

Красноярская Продовольственная Компания сотрудничает с крупнейшими федеральными и региональными торговыми сетями - «МЕТРО», «О`кей», «Командор», «Красный Яр», «Пятерочка», «Биг Си», «Каравай», «Троя» и т.д. Продукция также реализуется через фирменные отделы и фирменные магазины компании (фирменная сеть в Красноярске насчитывает 9 магазинов). Также компания развивает партнерские отношения с оптовыми клиентами.

Отлаженная и высокоэффективная дистрибуция – одно из конкурентных преимуществ компании.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ

Сочетание традиционных гостовских рецептов и собственных уникальных разработок технологов;

Ежегодное сезонное обновление базового ассортимента;

Запуск новых продуктовых линеек в соответствии с требованиями рынка;

Внедрение инноваций в производстве и упаковке продукции.

В 2009 году выпущена линейка продукции эконом-сегмента «Сибирский стандарт» с использованием мяса птицы.

В 2010 году запущена новая линейка колбас «Ностальгия», изготовленная по стандартам прошлых лет.

В 2011 году Красноярская Продовольственная Компания провела масштабное обновление ассортимента выпускаемой продукции. Введена новая серия вареных и варено-копченых колбас «Фирменный стандарт», изготовленных по оригинальным рецептам технологов КПК, и расширена линейка ветчин «Европейский завтрак».

Одним из факторов успешных продаж в другие регионы является адаптация линеек под региональные вкусовые предпочтения. При ассортименте 350 наименований подобную адаптацию может себе позволить только высокомобильное современное производство. Так, в 2009 году компания выпустила специальную линейку вареных колбас для Иркутска и Иркутской области.