



# Покупатель и ритейл в **НОВЫХ** **ЭКОНОМИЧЕСКИХ** **УСЛОВИЯХ**

Дарья Гринчак

Client Business Partner

Август 2022

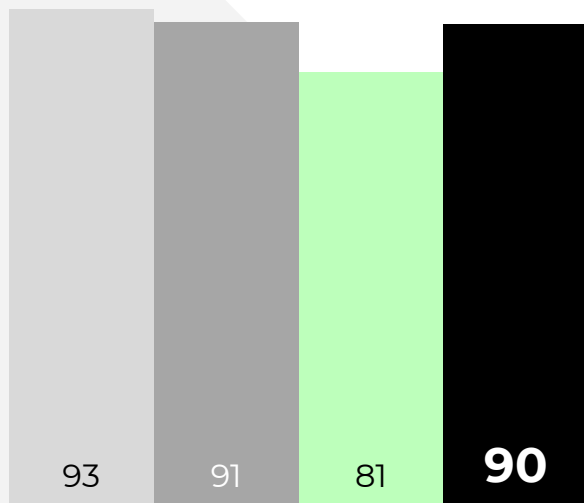




# Как покупатели воспринимают текущий кризис?

# Индекс потребительского оптимизма в России

Индекс потребительского оптимизма включает оценку перспектив трудоустройства, личного материального положения, благоприятного времени для покупки новых вещей



■ III квартал 2021 ■ IV квартал 2021 ■ I квартал 2022 ■ II квартал 2022

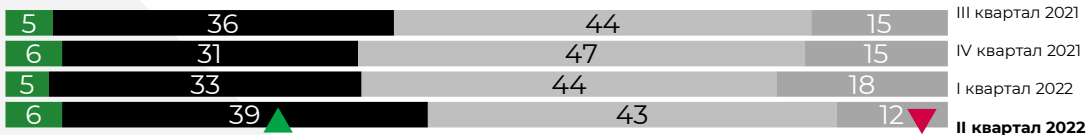


## 90 пунктов

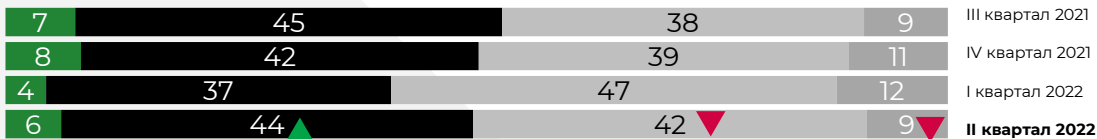
После резкого снижения в I квартале 2022 года индекс потребительского оптимизма в России вернулся на уровень 2021 года.

# Компоненты индекса

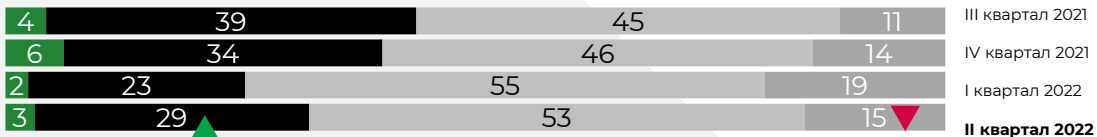
## Перспективы трудоустройства, %



## Личное материальное положение в ближайший год, %



## Время для покупки новых вещей, %



Отлично
  Хорошо
  Не очень хорошо
  Плохо

# 32%

потребителей считают текущее время удачным для покупок, остальные продолжают экономить

# Основные стратегии экономии различаются по категориям

## Стратегии экономии среди покупателей, заметивших рост цен

В недовольственных FMCG-категориях топ-3 стратегии:  
магазины с низкими ценами, промо и переход на более дешевые марки/СТМ



# К концу 2021 года репертуар посещаемых магазинов уже максимально расширился

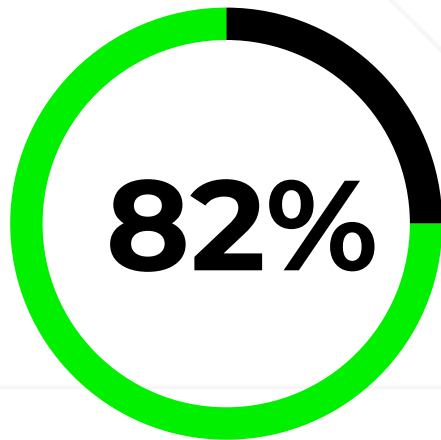
Число магазинов, посещенных за последний месяц



# Наиболее важные факторы выбора магазина связаны с ценой и промо

## Важность факторов выбора магазинов





**Покупателей ищут возможности  
сэкономить**

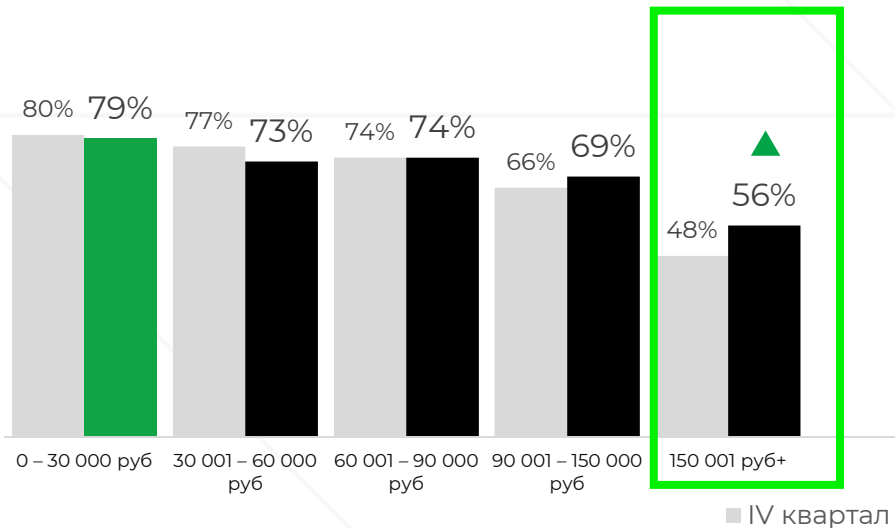




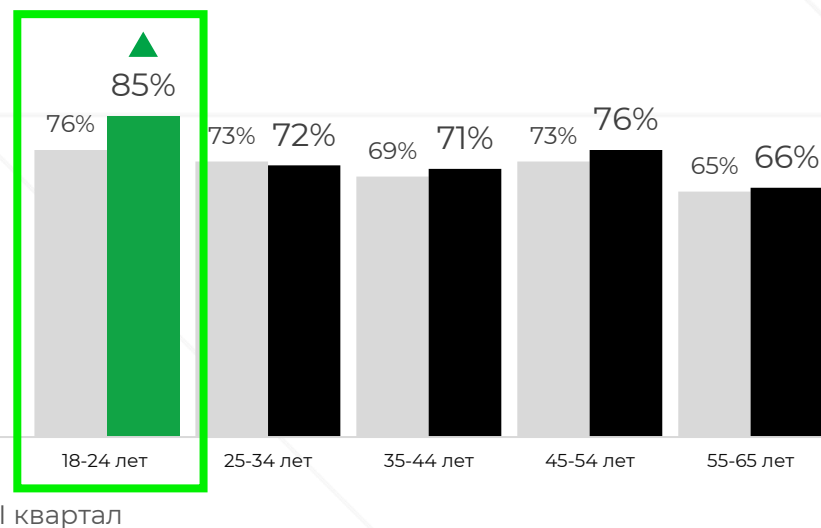
# Разные группы покупателей реагируют на кризис по-разному

Предпринимают действия для того, чтобы сократить свои повседневные расходы, %

## Доход домохозяйства



## Возраст



# Топ-4 сферы экономии в зависимости от дохода домохозяйства

Топ-2 сферы экономии для каждой группы (за исключением 150 тыс руб+): покупка новой одежды и развлечения вне дома. Однако топ-3 и топ-4 различаются.

## Доход домохозяйства



**До 30 тыс руб**

**30–60 тыс руб**

**60-90 тыс руб**

**90-150 тыс руб**

**150+ тыс руб**

Покупка новой одежды

Покупка новой одежды

Покупка новой одежды

Покупка новой одежды

Развлечения вне дома

Развлечения вне дома

Развлечения вне дома

Развлечения вне дома

Развлечения вне дома

Питание вне дома

Покупка электроники

Замена предметов дом. обихода

Питание вне дома

Питание вне дома

Еда «на вынос»

Перешел на более дешевые марки

Питание вне дома

Замена предметов дом. обихода

Еда «на вынос»/Отпуск

Покупка новой одежды

A close-up photograph of a person's hands using a smartphone to make a contactless payment. The smartphone is held in the left hand, and the right hand is positioned near a grey point-of-sale terminal. The terminal has a keypad with green, yellow, and red buttons. The smartphone screen displays the text 'NFC' and a signal icon. The background is blurred, showing what appears to be a retail or service environment.

# Что происходит на рынке FMCG?

# Динамика натуральных продаж на 25ой неделе все еще в негативной зоне

Динамика показателей, неделя к неделе 2022/2021, %

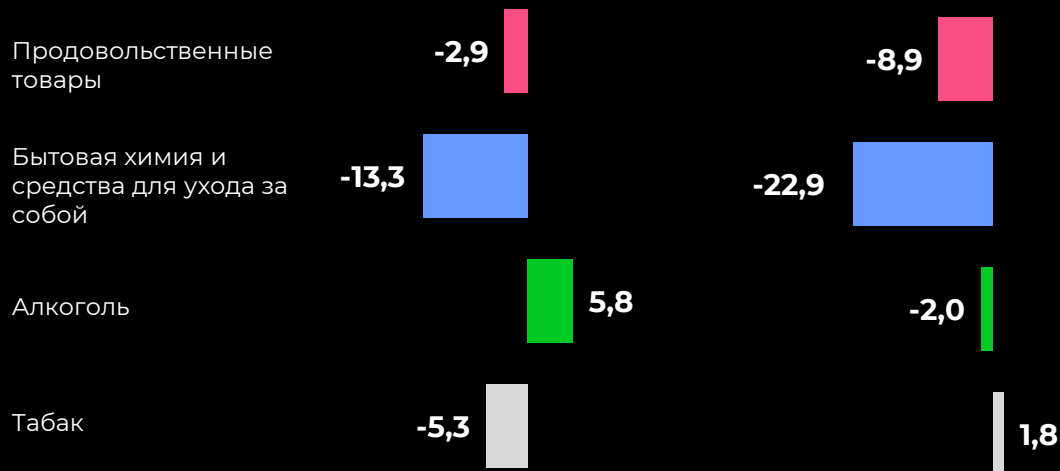


# Динамика ассортимента по индустриям

12 – 17 недели 2022 года против прошлого года

## Динамика натуральных продаж, %

## Изменение ассортимента, %



### Ключевые драйверы динамики ассортимента

#### Продовольственные товары:

- Фруктовые соки
- Чай
- Йогурты
- Вязкое детское питание

#### Непродовольственные товары:

- Стиральные порошки
- Персон. ср-ва гигиены
- Шампунь
- Зубная паста

#### Алкоголь:

- Пиво
- Бренди
- Виски
- Игристое вино



# 10 000

более десяти тысяч новинок было запущено на FMCG-рынке России с января по апрель 2022

# >20%

и выше составляет доля локального ассортимента FMCG и она продолжает расти\*

# 18%

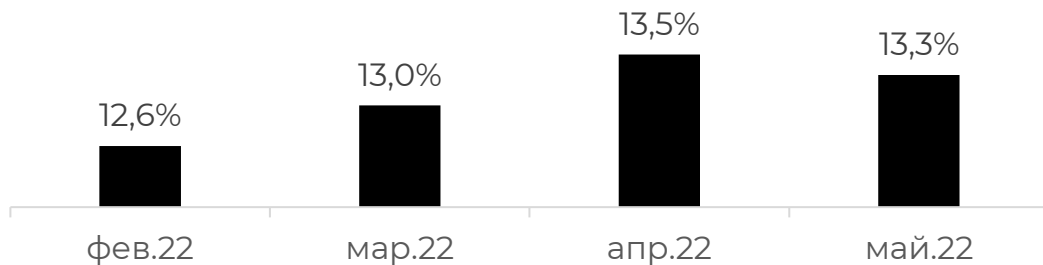
составила доля продаж СТМ в непродуктовой группе в мае



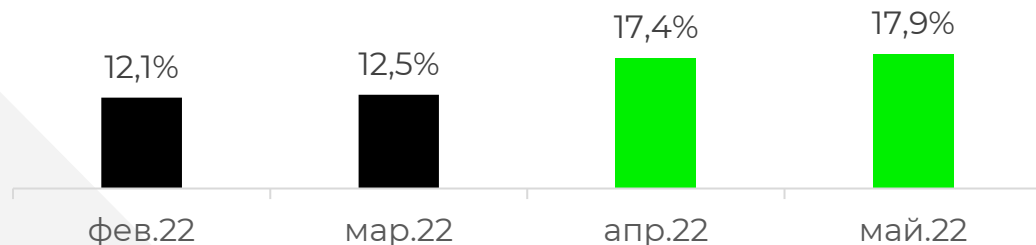
# Частные марки укрепляют позиции на рынке, особенно в непродовольственных категориях FMCG

Денежная доля СТМ, руб., %

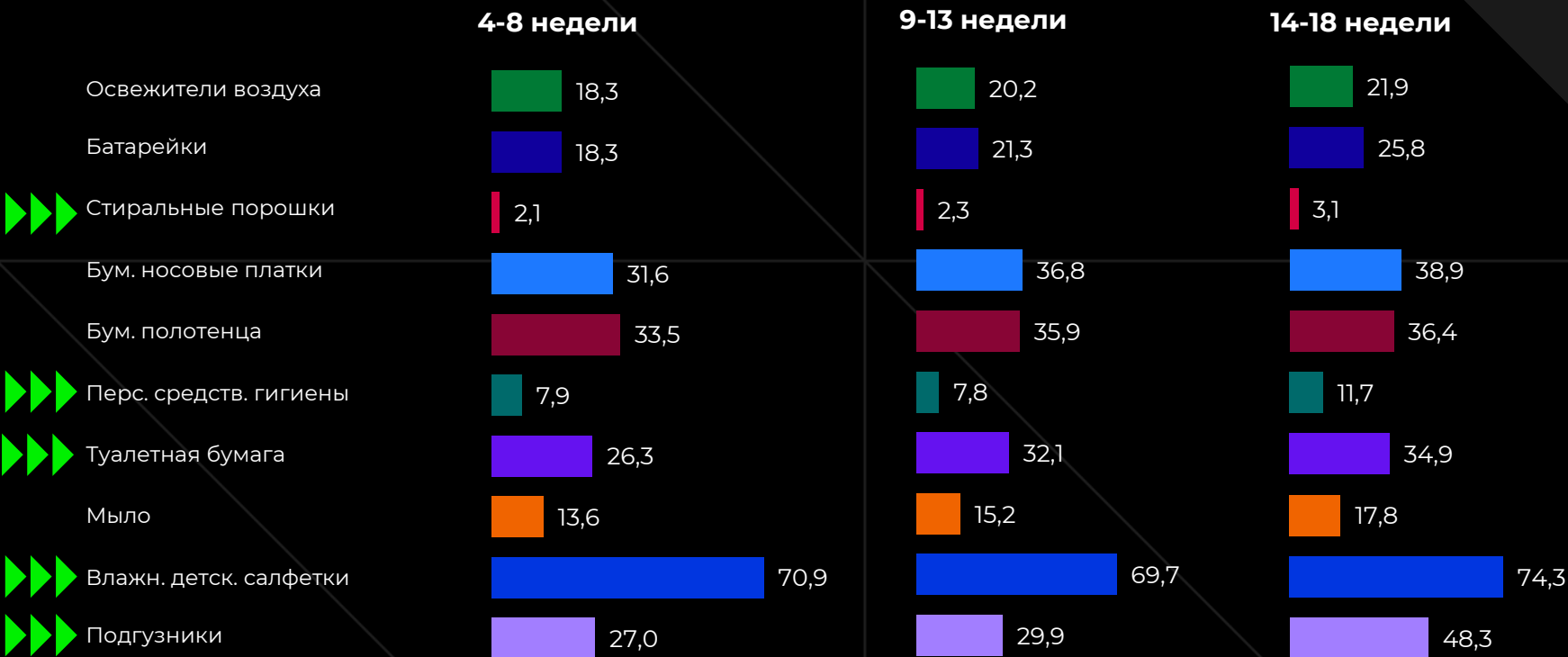
Продовольственный сегмент



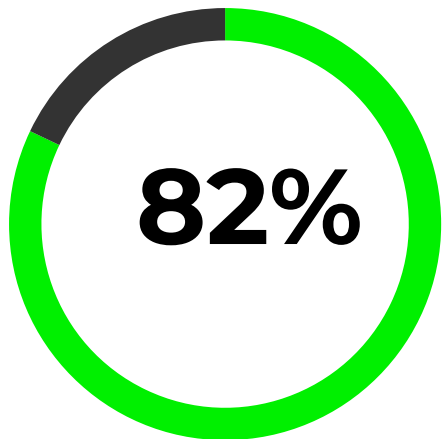
Непродовольственный сегмент



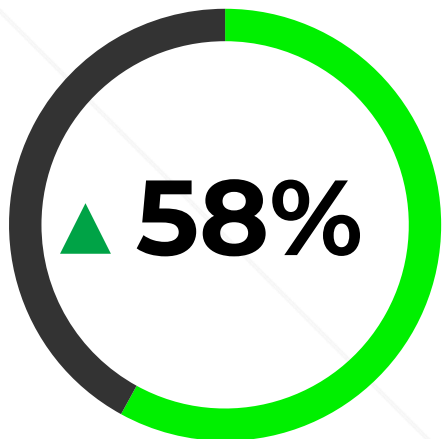
# СТМ развиваются быстрыми темпами в категориях с исторически высокой долей промо







Покупателей СТМ **сравнивают цены СТМ** магазина с ценами на товары ведущих производителей



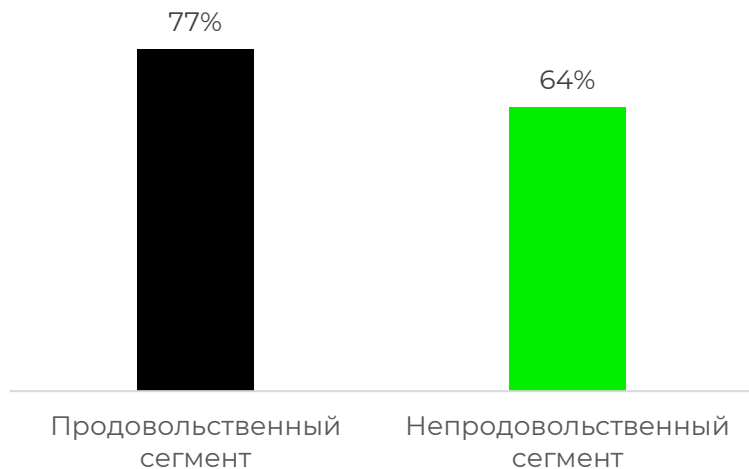
Покупателей, у которых выросла частота покупки СТМ, **увеличили к ней интерес, потому что стали экономить**

2021: 49%

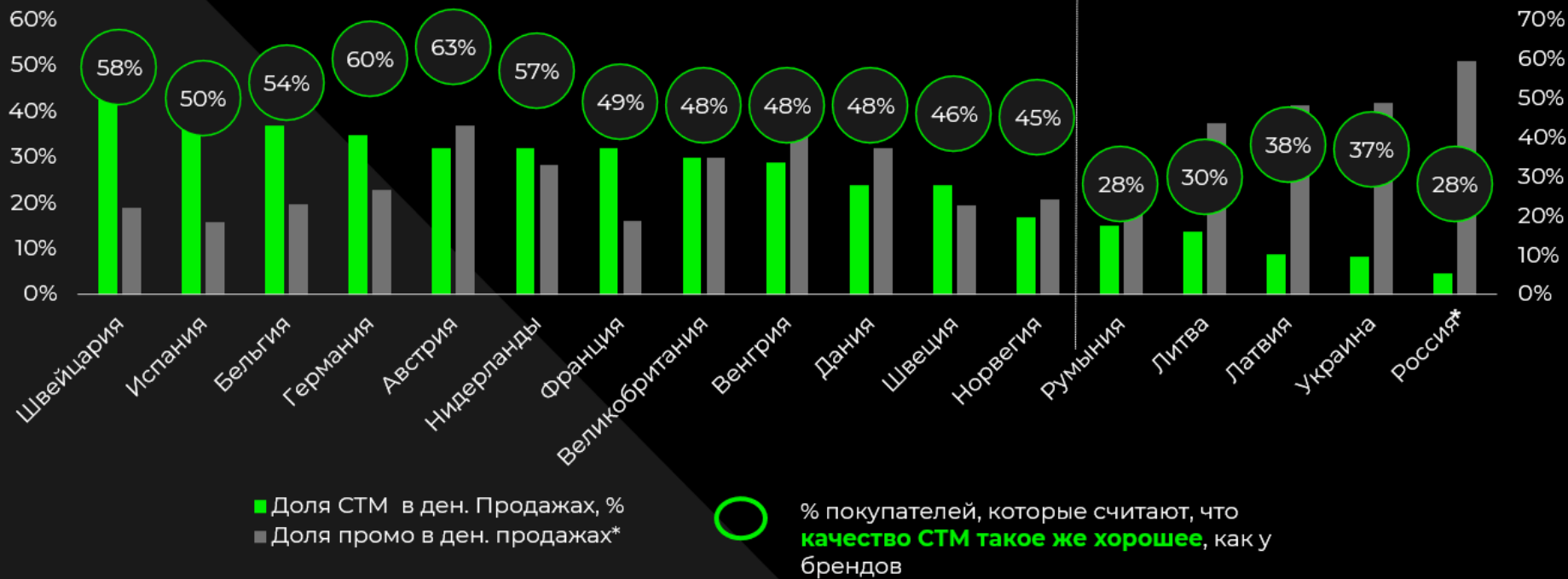


# Частные марки лидируют по цене

Соотношение цены СТМ и средней цены за категорию



# В России есть еще высокий потенциал для дальнейшего роста СТМ, ранее высокая доля промо выступала барьером



Доля СТМ – Ритейл аудит MAT Q3 2021 Доля Промо - Promo Scantrack. Период – Март 2020 – Март 2021 (для некоторых стран незначительно отличается). Shopper Trends 2021 \*Для России – "Частные марки России 2021", % респондентов, ответивших "качество" на вопрос "Почему вы покупаете частную марку"

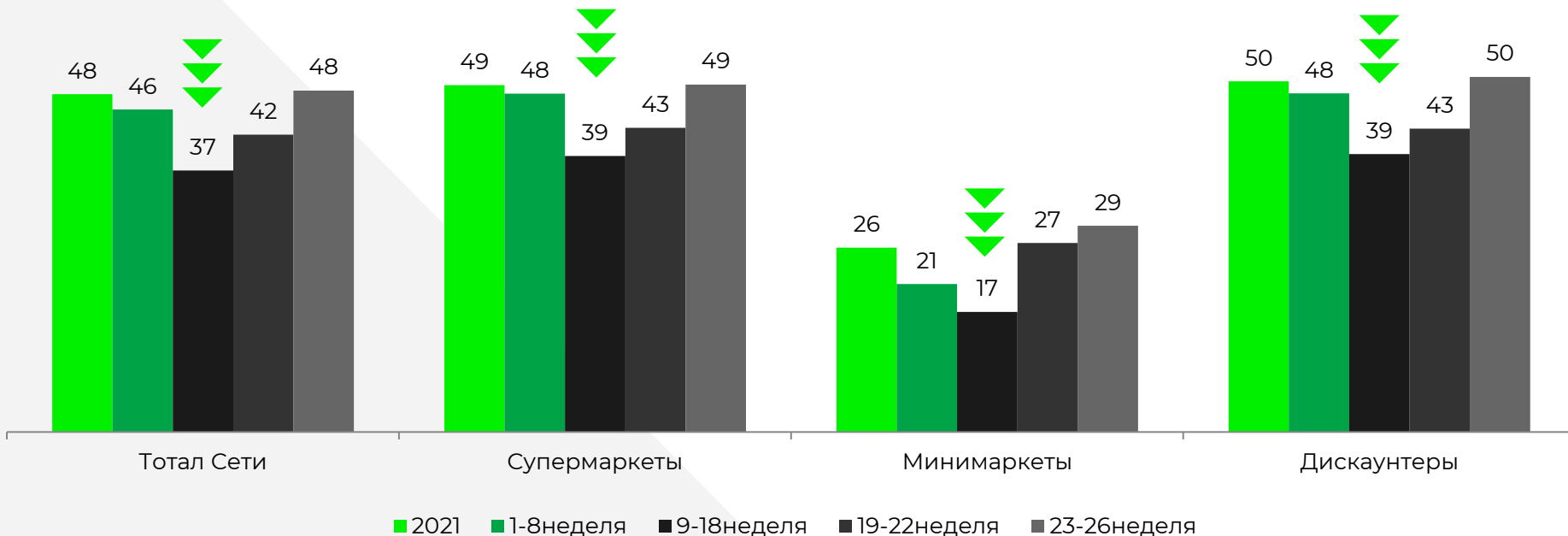
Промо

 NielsenIQ



# Доля промо восстановилась во всех каналах...

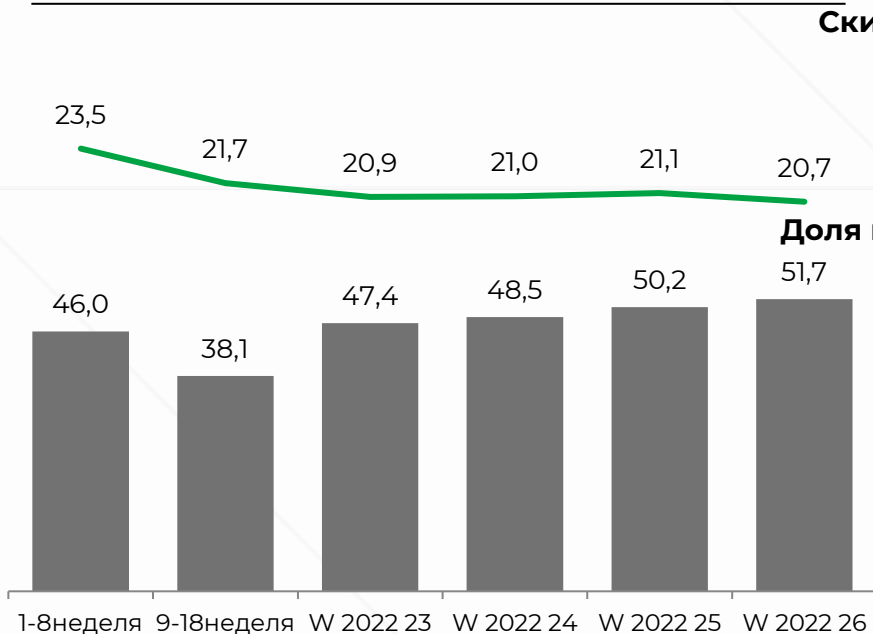
Денежная доля промо (%)



# ... но не во всех категориях. Также глубина скидки остается ниже февральских значений

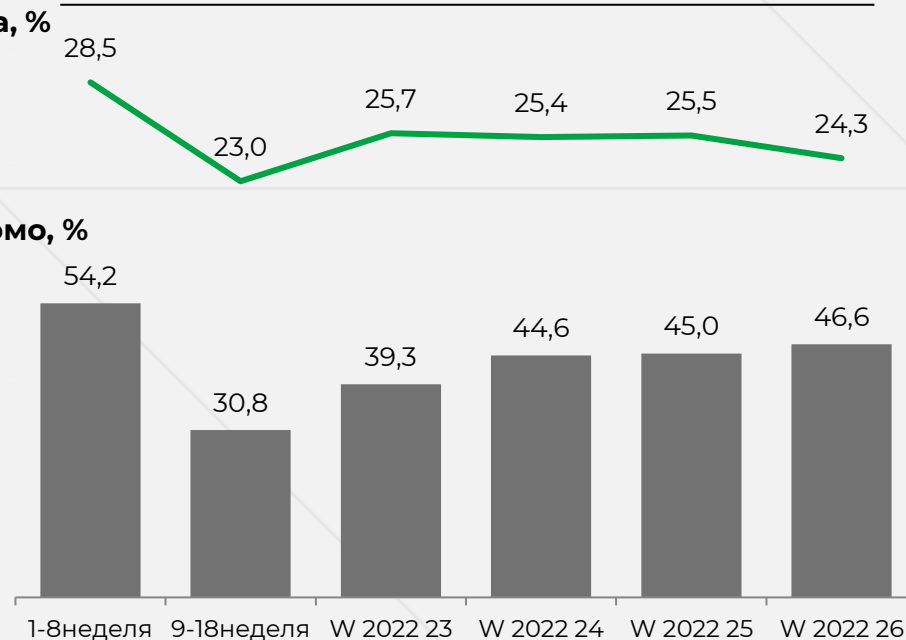
## Продуктовые категории

### Тотал Сети



## Непродуктовые категории

### Тотал Сети



# Выводы



## Снижение лояльности покупателя к сетям и брендам

- Репертуар посещаемых магазинов максимально расширился
- Потребитель следит за ценами и меняет магазины и марки в зависимости от привлекательности промо



## СТМ становится значимым конкурентом для брендов

- Наибольший рост наблюдается в **непродовольственном секторе**
- В этих категориях покупатель выделяет переключение на СТМ как **отдельную стратегию экономии**



## Стратификация спроса

- Разные покупательские группы реагируют на кризис по-разному
- Стратегии экономии также различаются по категориям



## Доля промо восстанавливается, но не во всех категориях. Скидка также не вернулась к прежним значениям

- Продажи по промо восстанавливаются после падения в марте 2022 года, однако глубина скидки не возвращается к прежним величинам
- Промо-давление в руках игроков рынка

[Daria.grinchak@nielseniq.com](mailto:Daria.grinchak@nielseniq.com)  
8 903 567 77 27

Follow our latest updates on Telegram: [t.me/nielsenrussia](https://t.me/nielsenrussia)

