

Докладчик: Светлана Силенина,
Руководитель направления "Потребительские рынки" INFOLine

iINFO *Line*

**Развитие
собственных
торговых марок
ритейла**

Октябрь 2023 года

Глубокие компетенции в сфере пищевой отрасли, общественного питания и розничной торговли

География исследований: Россия, Беларусь, Казахстан, Узбекистан, Азербайджан, Кыргызстан, Армения



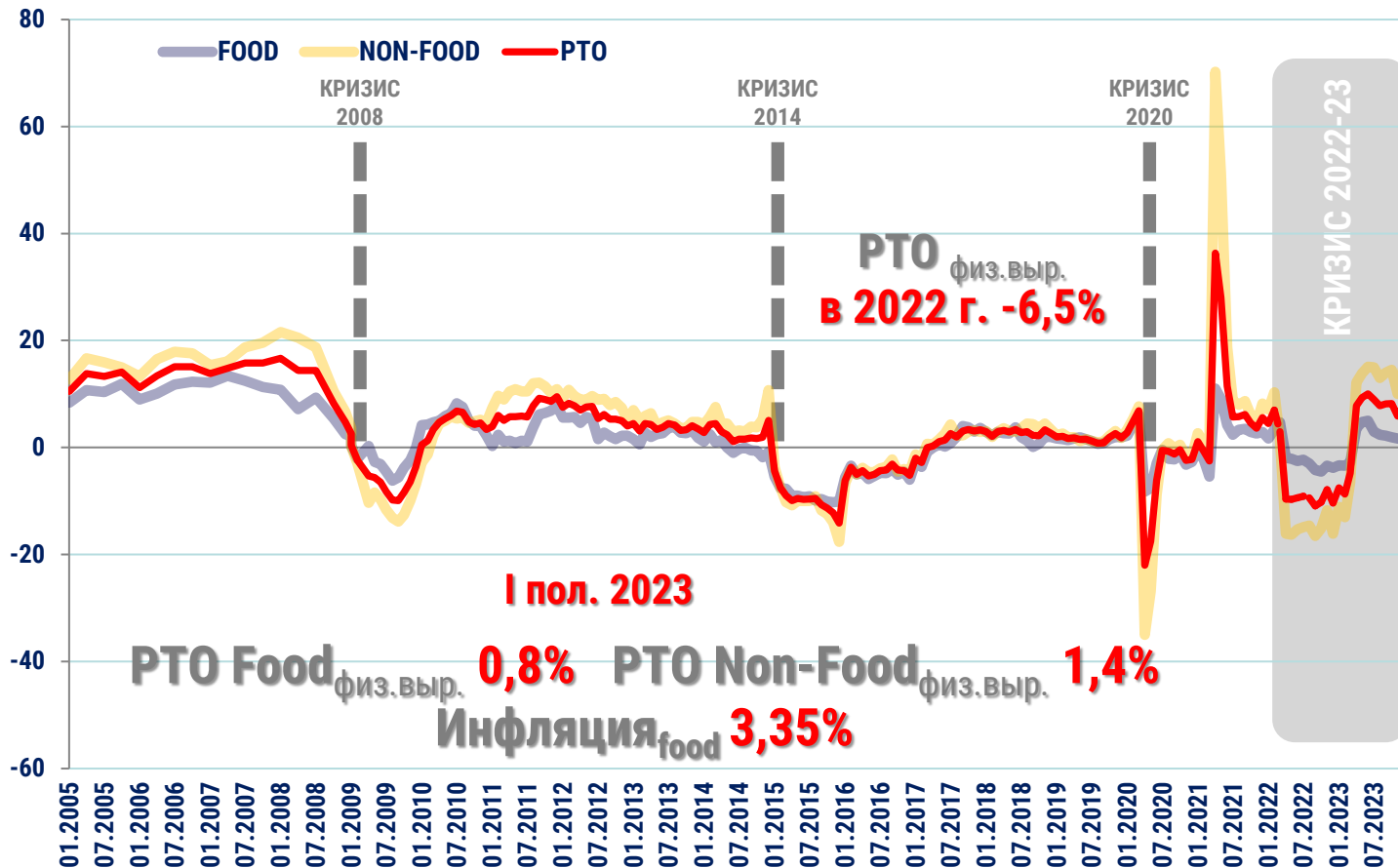
ПОЛУЧИТЬ



Самые оперативные новости и выгодные предложения – в нашем официальном Telegram-канале **Аналитика ритейла и HoReCa**

Динамика и прогноз оборота розничной торговли (РТО) РФ

в сопоставимых ценах % к соотв. периоду пред. года



Возможности

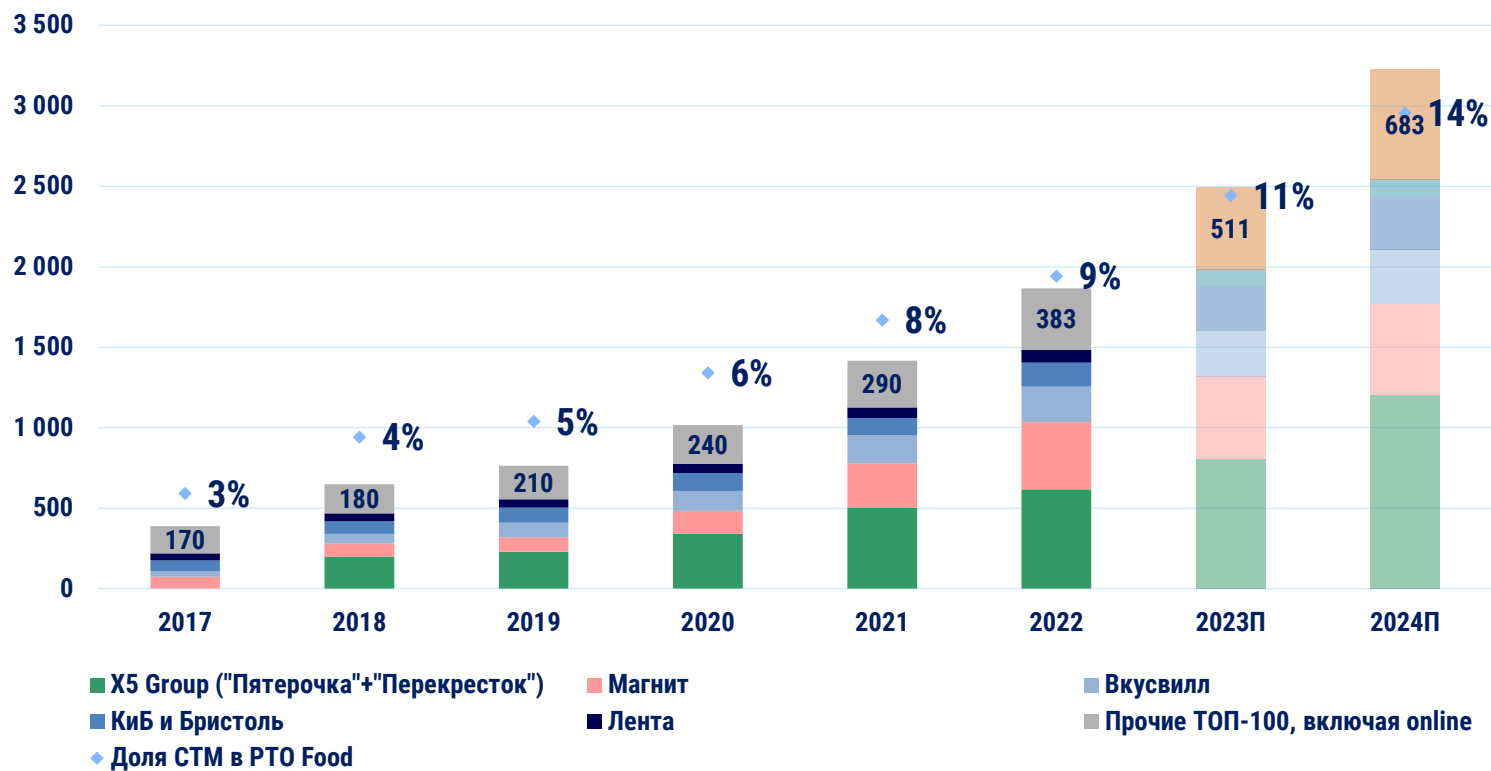
- Рост доходов малообеспеченных клиентов
- Трансформация ассортимента: СТМ и ЭТМ
- Ценовая политика: сочетание промо и EDLP

Вызовы

- Сокращение населения
- Снижение продаж в ряде категорий
- Повышение закупочных цен, ценовые шоки
- Рост чувствительности клиентов к цене

Источник: ФСГС, расчеты и прогнозы INFOLine

Динамика продаж СТМ в категории Food (млрд руб. с НДС) и их доля в структуре РТО



Источник: расчеты INFOLine без учета не брендированных товаров, собственного производства кулинарии, и продаж в фирменных торговых сетях производителей

**Динамика продаж СТМ в 2-3
раза выше динамики рынка**

+32%

совокупные продажи товаров под СТМ в 2022 г.

+33-35% (оценка)

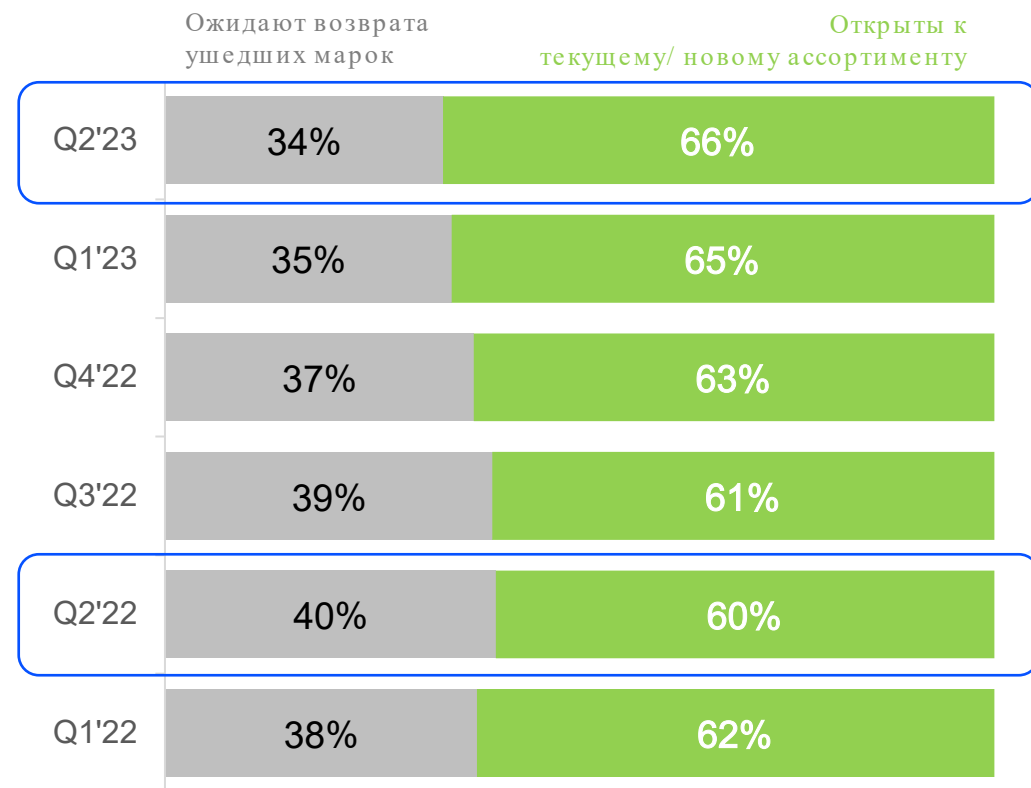
совокупные продажи товаров под СТМ в 2023 г.

**В ближайшие 2-3 года доля СТМ в
оборотах крупнейших сетей составит
20-25%**

НОВЫЕ РЕШЕНИЯ – КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СЕГОДНЯШНЕЙ РЕАЛЬНОСТИ



«Хотел бы, чтобы эти иностранные марки и производители вернулись на российский рынок как можно скорее» - **ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ**



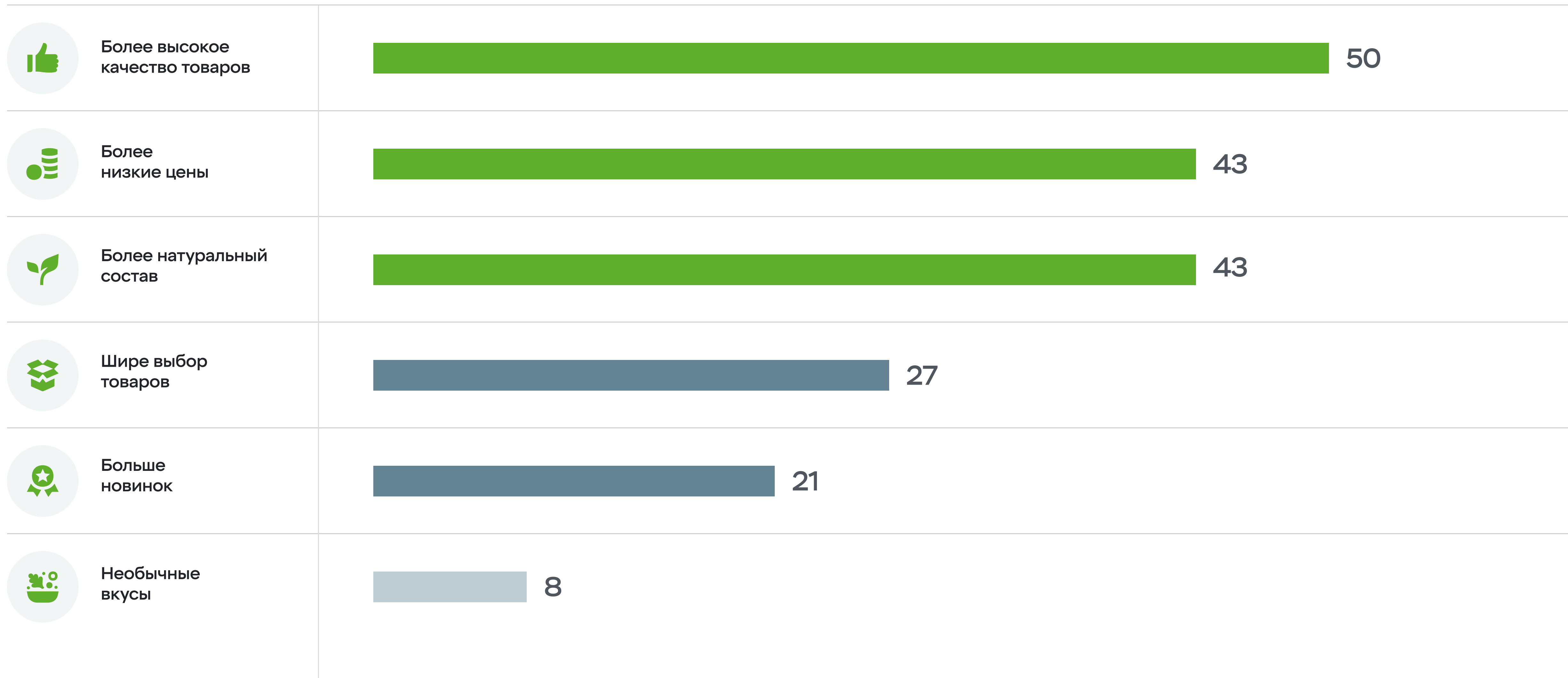
68%

Готовы покупать СТМ* (варианты ответов «точно готов», «скорее готов», «как готов, так и нет»)

- Растет число категорий, в которых покупатель открыт к СТМ решениями
- СТМ расширяет присутствие в разных ценовых сегментах (включая премиум)

Основные пожелания покупателей по товарам СТМ в России

Пожелания покупателей к развитию СТМ отражают их логику принятия решений:
важны качество и натуральность + более выгодные цены



Ключевые драйверы и барьеры покупки СТМ



Доверие к сети по силе мотивации для покупки товаров СТМ сравнялось с ценовым фактором

7 из **20**

ПОКУПАТЕЛЕЙ СТМ

на 1-е место среди мотивов ставят высокий уровень качества

5 из **20**

ПОКУПАТЕЛЕЙ СТМ

пока считают качество товаров СТМ низким

Источник: онлайн-опрос Retail Monitor, база для драйверов – 6 465 интервью / база для барьеров – 6 228 интервью

Вопрос: «Почему Вы предпочитаете покупать / НЕ покупать товары собственных торговых марок магазинов?»



ДРАЙВЕРЫ СТМ

41%

Самые дешёвые марки

40%

Продаются в сетях, в которые я часто хожу

36%

Лучше соотношение цены и качества

34%

Такое же качество, как у известных марок



БАРЬЕРЫ СТМ

26%

Продукция низкого качества

24%

Плохо знаю эти марки

21%

Не доверяю этим маркам

21%

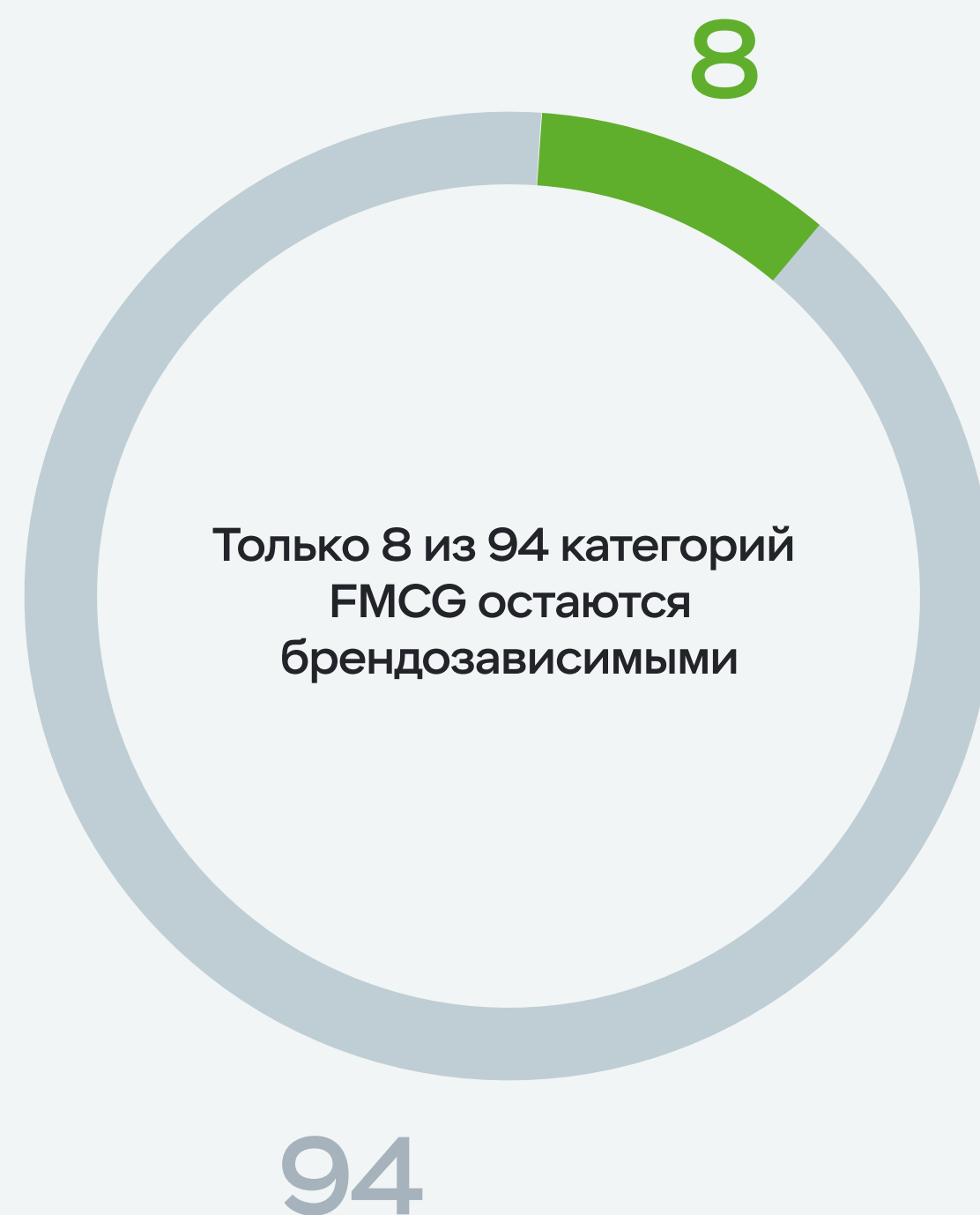
Продаются только в определённых сетях

СТМ перестал быть только элементом экономии

Покупатель пробует СТМ ради разнообразия. А ритейлеры, в свою очередь, расширяют линейки СТМ нишевыми и СЦС и ВЦС СТМ.

От экономии к разнообразию

Возможность купить товары собственных марок магазинов всегда была одной из стратегий экономии для покупателей. Каждый из кризисов способствовал всплеску интереса к СТМ и их развитию.



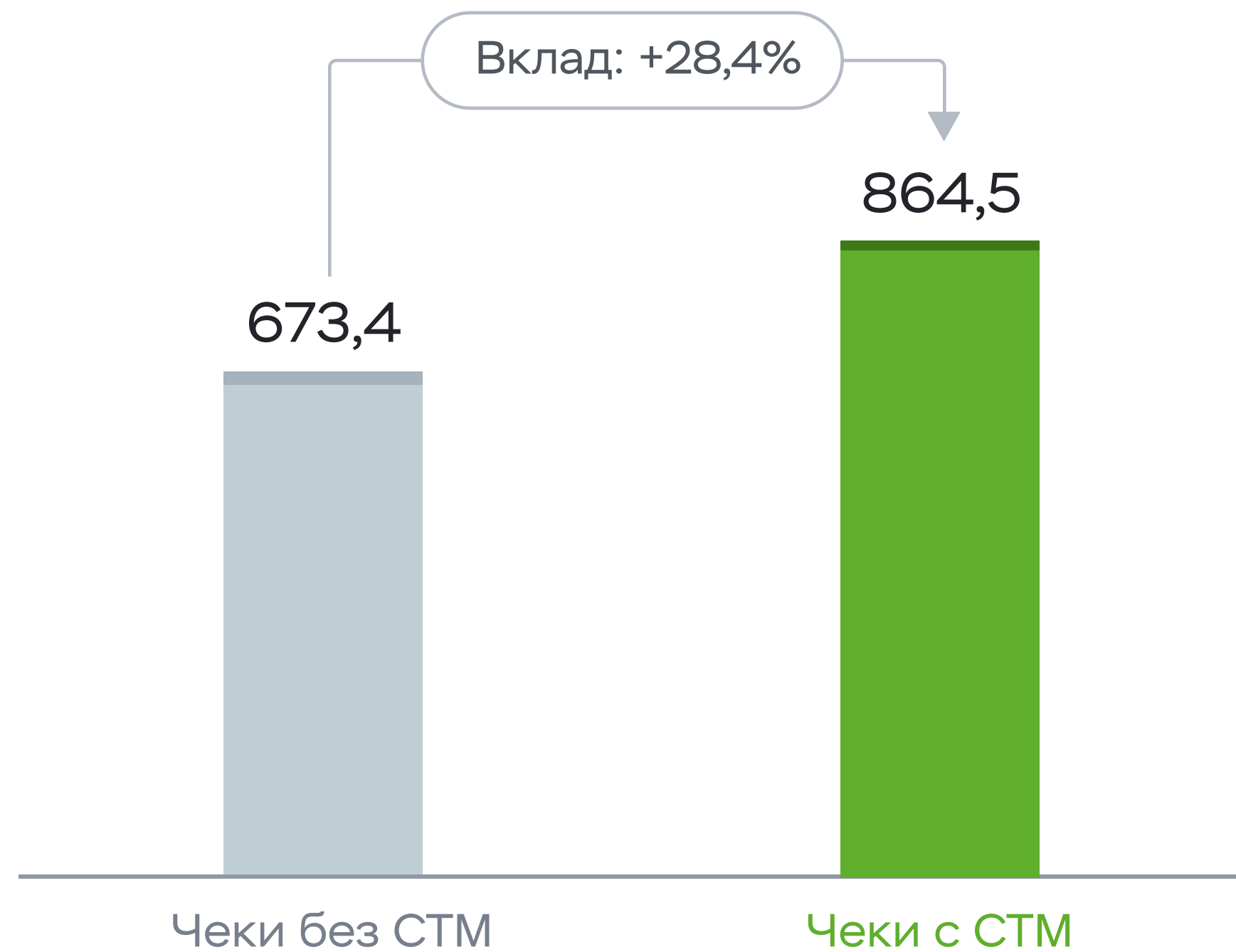
Новое время — новые СТМ

Текущий кризис является толчком для развития СТМ всех типов.

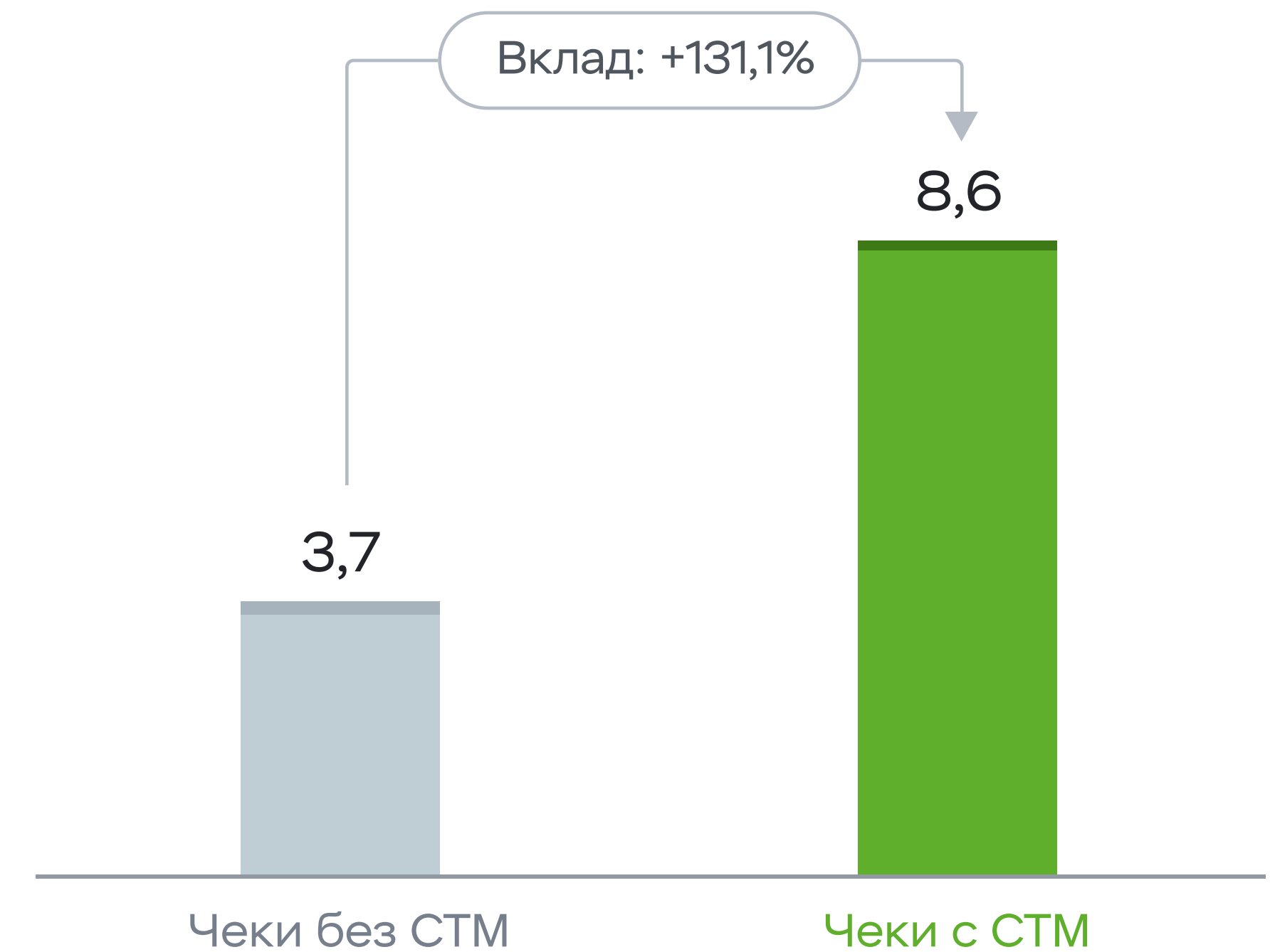
СТМ эконом-сегмента и под брендом магазина смогут удовлетворить спрос на экономию, а замаскиро-ванные и нишевые СТМ помогают решить проблему разнообразия. В связи с этим для СТМ двух последних типов важно строить бренд, который будет способен конкурировать с известными марками.

Присутствие СТМ в корзине существенно увеличивает средний чек и комплексность

Средний чек



Среднее количество SKU



Спасибо!**Светлана Силенина****Руководитель направления "Потребительские рынки" ГК INFOLine**

Дополнительную информацию Вы можете получить на сайте
www.infoline.spb.ru и www.advis.ru
или по телефонам +7(495) 772-7640, +7(812) 322-6848
или по почте: news@advis.ru