



СТМ – драйверы роста

X5 Dialog 2024

 Пятёрочка  X5Group

СТМ Тенденции рынка

ОБЩИЙ РЫНОК: доля СТМ в продажах растет

Доля СТМ

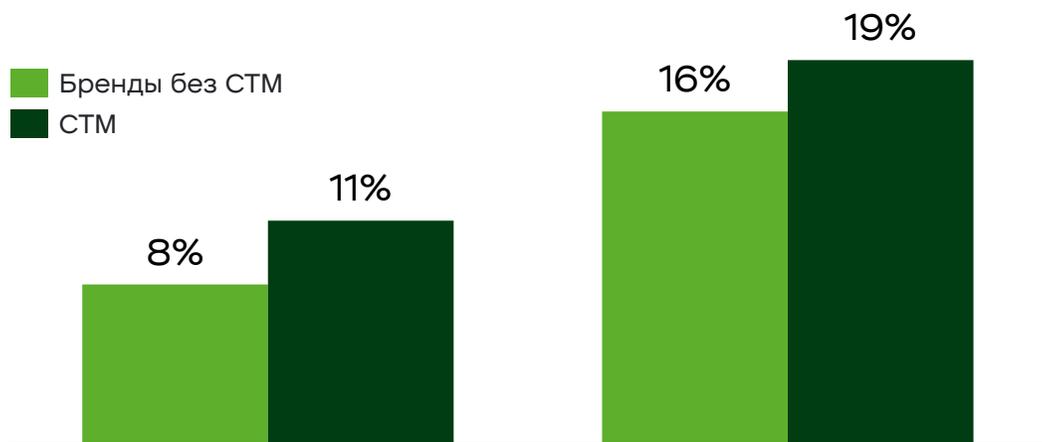
март 2023

14,0%

март 2024

14,2%

Динамика продаж продовольственных товаров, %



ОНЛАЙН: тренд на рост СТМ

- В онлайн СТМ растет быстрее, чем бренды: 66% vs 44%
- Доля СТМ в продажах приближается к уровню офлайн: 9,5% vs 14,2%



49%

Покупателей считают, что улучшение качества СТМ больше всего влияет на рост покупок частных марок в будущем

Среди причин покупки СТМ набирают популярность неценовые факторы

Причины покупки СТМ, % респондентов

Стали экономить

2023

48%

▼ -10 п.п.

2022

58%

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ

Вырос ассортимент СТМ

2023

40%

▲ +2 п.п.

2022

38%

Качество СТМ улучшилось

2023

37%

▲ +8 п.п.

2022

29%

СТМ стали хорошо заметны в магазинах

2023

26%

▲ +4 п.п.

2022

22%

Стратегическая инициатива: СТМ

 Доля уникального ассортимента, включая СТМ, ЭТМ в РТО

	2023	2027
Доля уникального ассортимента, включая СТМ, ЭТМ в РТО	25%	45%
Проникновение в чек	40%	51%

 Проникновение в чек

Унификация портфеля ТЗ

77 ▶ 35 марок СТМ
Фокусировка на каждой марке

Выстраивание связи с брендом ТС

49% марок с поддержкой бренда «Пятёрочка» –
использование высокого NPS сети

Повышение эффективности СТМ

Оптимизация затрат по всей цепочке
производства Развитие программных закупок

Создаем ценность для покупателя за счет реализации ряда инициатив

Инициативы по улучшению восприятия СТМ

1.

Управление качеством и R&D

- Изменение подходов к управлению и контролю качества
- Разработка рецептов
- Тестирование продукции покупателями

2.

Open-book: управление сквозной себестоимостью

Совместная работа производителя и сети над улучшением качества и снижением себестоимости

3.

ЭТМ

- Test & Learn
- Быстро даем дистрибьюцию

4.

Повышение эффективности

- Упрощение процессов
- Кооперация СТМ + Категория
- Автоматизация

5.

Усиление маркетинга СТМ

- 77 в 35 марок СТМ
- Фокусировка на каждом торговом знаке
- Маркетинговые кампании о СТМ и ЭТМ



Отбор и контроль производства

Аудит производства

Анализ поставщиков сырья и материалов



Создание продукта

Совместная разработка рецептуры

Слепой тест продукции покупателями и экспертами

Создание эталонного продукта

Фиксация характеристик и критериев контроля

Библиотека образцов



Ведение продукта

Регулярные вторичные сравнительные дегустации

Регулярные лабораторные проверки

Контроль качества сырья

Контроль качества упаковки



Влияние покупателей

Привлечение покупателей к созданию эталонного продукта

Влияние оценки покупателей

Соотношение первичных/вторичных покупок

Блок 1

Блок 2

Блок 3

ИНСТРУМЕНТЫ

Open-book	2024 250 PLU	2025 + 1250 PLU	2026 100 % производителей СТМ кроме ФРОВ, готовой еды, алкоголя
Совместная закупка ингредиентов	1 волна Упаковка (Гофрокартон, пэт, ПЕ и т.п.)		2 волна Сырье (Агроконтракты, инвестпрограммы)
Повышение эффективности цепи поставок	Локализация	Полные кванты	Самовывоз
Совместное планирование	Оперативное от 3 месяцев	Среднесрочное 1 год	Стратегическое до 3 лет



Определение ЭТМ:

Торговые знаки которые не принадлежат ТС5 (или принадлежат не полностью), но продаются эксклюзивно в сети ТС Х5



Не ЭТМ:

Сублинейки существующих марок, отдельные эксклюзивные товары сделанные для Х5 (Пример: один вкус чипсов)

Зачем для Х5:

- ✔ Дифференциация
- ✔ Test & Learn

Зачем для производителя:

- ✔ Test & Learn
- ✔ Быстро даем дистрибьюцию новым продуктам и идеям
- ✔ Загрузка мощностей

Критерии оценки перспективности

1. Темп прироста на 1 ТТ в шт. за 6 мес. – выше категории.
2. Экспресс потребительское тестирование упаковки

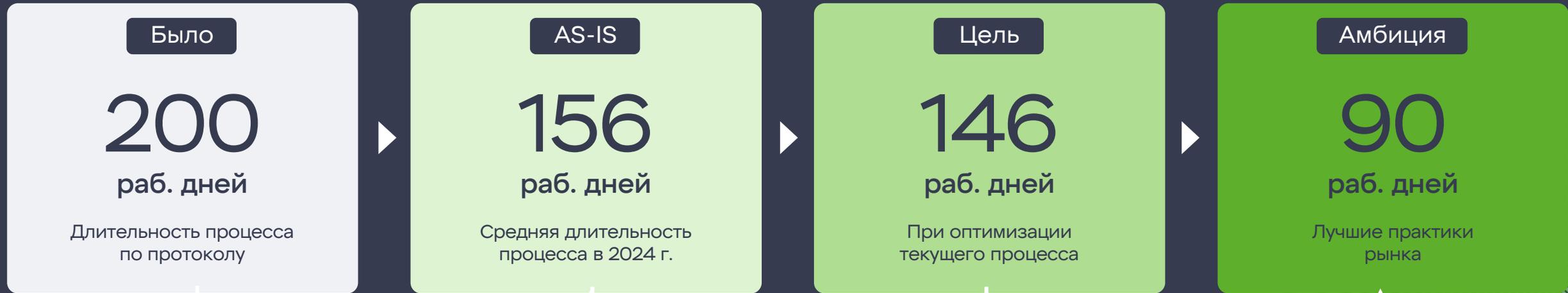
Источники информации

1. Предложения производителей
2. Отслеживание новинок на рынке.
3. Отслеживание зарегистрированных ТЗ



Ускорение процесса вывода СТМ на полку для ответа на быстроменяющиеся потребности клиента

Процесс вывода СТМ на полку



Делаем то же, но быстрее:

- PLM-система - автоматизация трекинга задач
- Упрощение согласования

Меняем подход:

- Параллельное ведение процессов
- Активная автоматизация
- Командная работа с категорией
- Аутсорсинг

Глобальные изменения...

Сильные бренды: через работу над узнаваемостью и качеством

Усиление брендов СТМ/ЭТМ



Работа над
узнаваемостью

- ✓ Связь СТМ с брендом ТС5
- ✓ Создание из СТМ брендов, которые любят
- ✓ Отбор брендов-восходящих звезд в ЭТМ
- ✓ Эффективность упаковки



Работа над
восприятием
ценности

- ✓ Улучшение качества продукта
- ✓ Улучшение качества упаковки
- ✓ ЗОЖ линейка (Вкус и Польза)
- ✓ Коммуникация о высоком качестве

Задача на 2025 – увеличить коммуникационную активность, за счет обновлённого портфеля

Архитектура СТМ

Самостоятельные СТМ (18)

10%

Самостоятельные бренды **работают на замену** ушедшим брендам

Зонтики (4)
(Флагманы:
суб-бренд/бренд ТС5)

40%

Зонтичные марки **повышают знание и ассоциацию** с ТС

СТМ с поддержкой сети (13)

50%

Собственные марки с поддержкой ТС **усиливают положительное восприятие** сети

Ревизия портфеля (35 СТМ) позволит фокусно усилить коммуникацию



Меньше СТМ – требующих поддержки



Продвижение ключевых СТМ со знаком поддержки сети (GV, FH)– через зонтичную коммуникацию

Спасибо

Контакты:

Роман Аврамов

Директор департамента СТМ,
торговая сеть «Пятёрочка»

Roman.Avramov@x5.ru