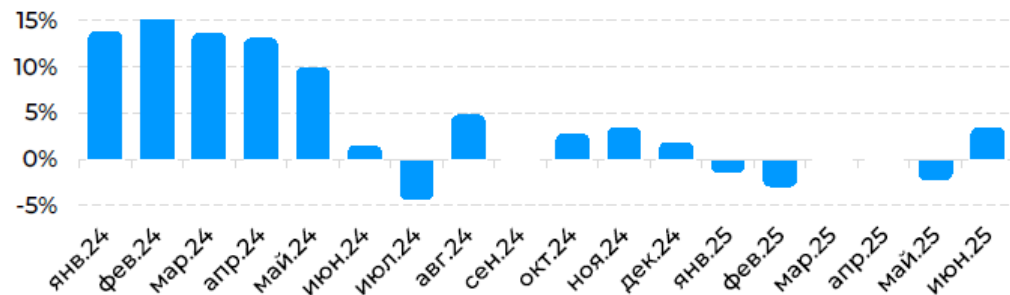


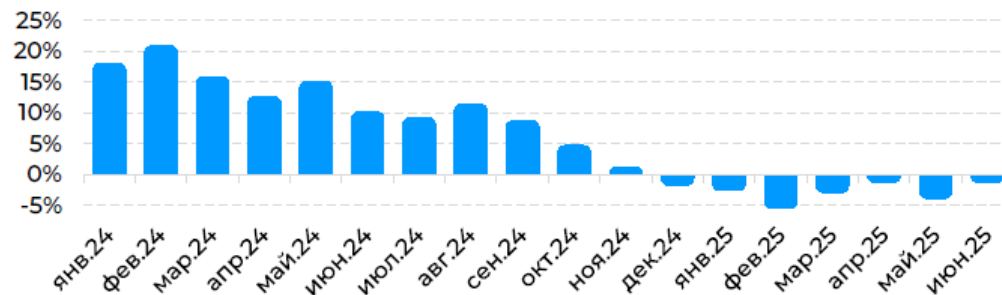
Что случилось 1 декабря 2024?

Почему именно в декабре 2024 рост рынка резко замедлился?

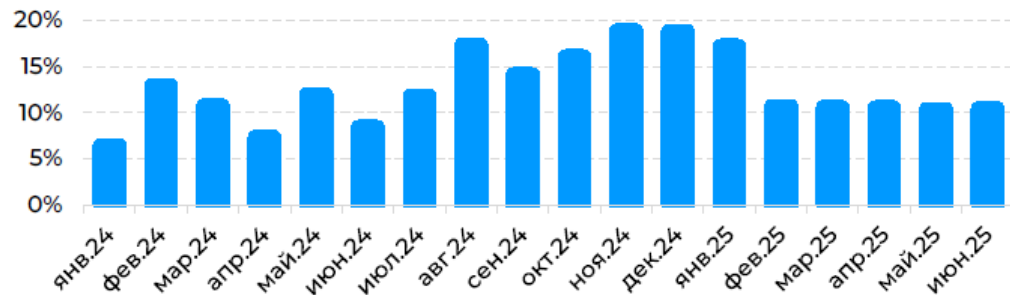
Рыбные салаты



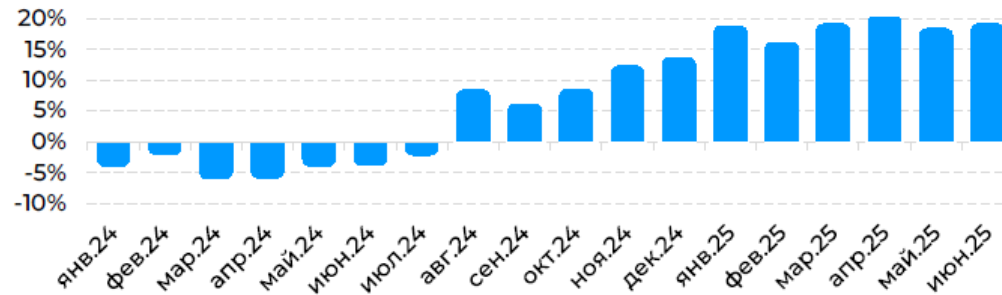
Масса и сырки



Соусы



Филе птицы



Указана динамика в физическом выражении к аналогичному месяцу предыдущего года.

Ничего особенного именно 1 декабря не произошло. Изменения происходили во второй половине 2024 и в начале 2025 в разных группах по-разному. Просто к декабрю 2024 динамика большинства из групп стабилизировалась, что и сформировало **«новую экономическую реальность»**.

Что было?

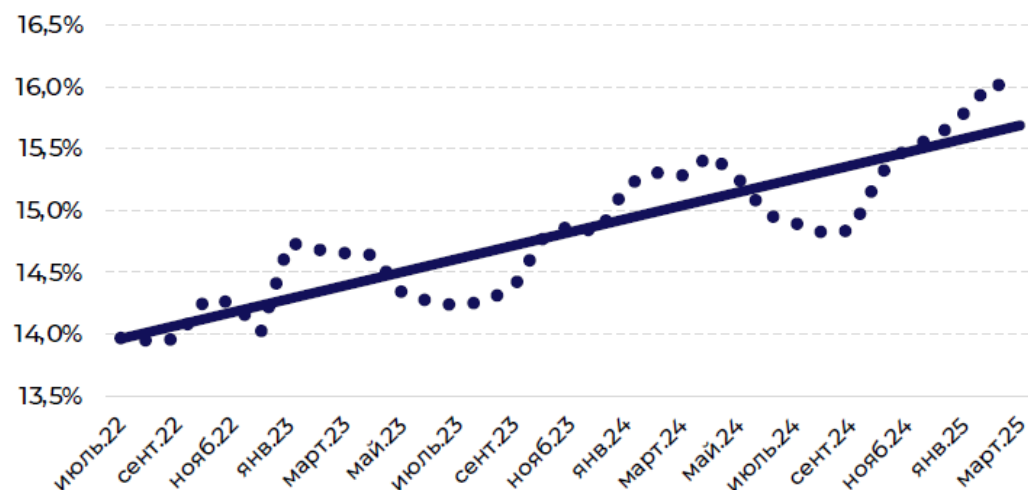
И в период роста, и в период бурного роста
всё было очень просто

- Все (или почти все) изменения на рынке продуктов питания в 2023-2024 гг. определялись **одной глобальной тенденцией**

**Рост интереса ко вкусной
и разнообразной еде**



Доля СТМ в денежном выражении



Доля СТМ в физическом выражении



Летом 2024 произошёл разворот тренда и всего за 9 месяцев **СТМ** стремительным рывком отыграли все двухлетние потери

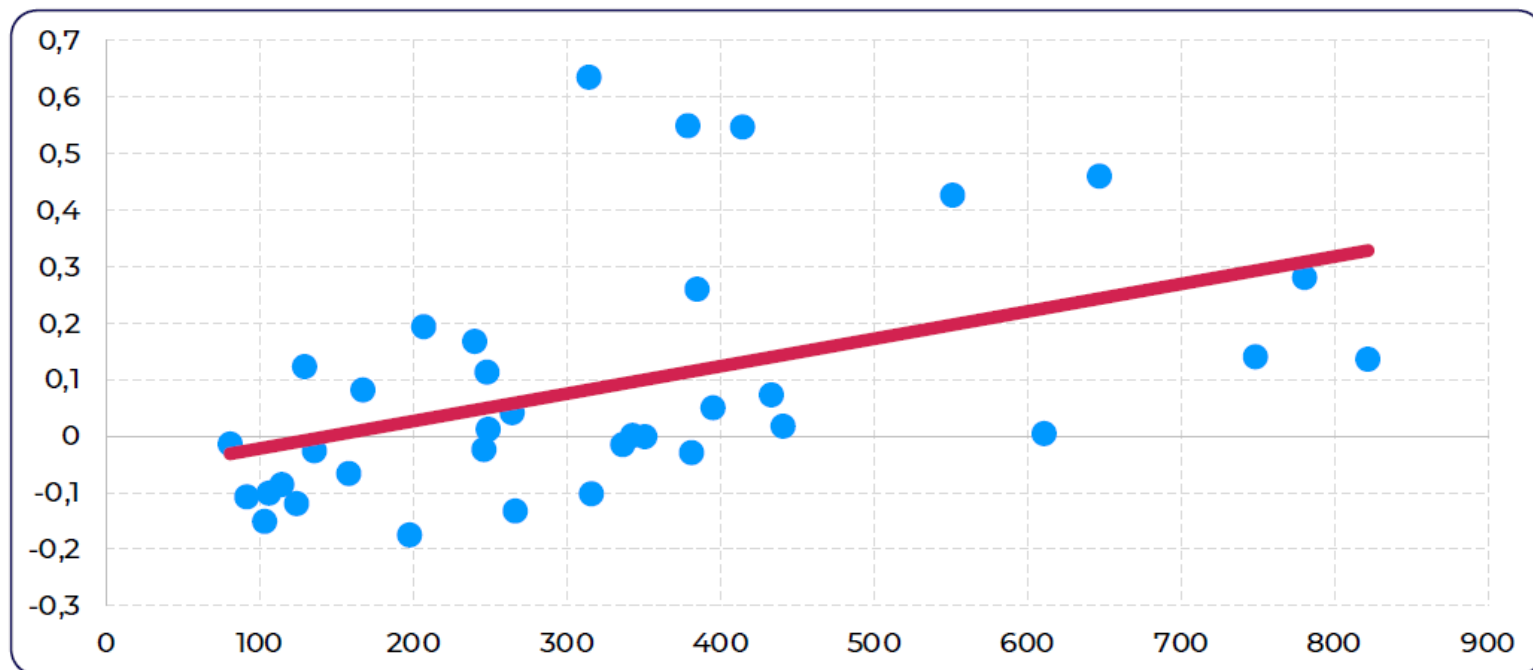
Перелом ситуации



СТМ «первого поколения», ориентированные на **низкую цену**, уступают место на рынке современным СТМ «второго поколения», ориентированным на **вкусный продукт**

Какие СТМ были востребованы?

Динамика доли СТМ в физическом выражении внутри сети, где она представлена



Средневзвешенная
цена СТМ (руб./кг)

В условиях роста рынка продуктов питания СТМ «первого поколения», ориентированные на минимальную цену, начали стремительно терять свою популярность у потребителей

40 крупнейших СТМ по объему продаж в денежном выражении за 2024 год (без учета СТМ в категории «Готовая еда»).

Указана динамика доли СТМ 2024 г. к 2023 г. от общего объема продуктов питания в конкретной сети (за вычетом категории ФРОВ).

Цена: полный 2024 г. РФ в целом.

Новая экономическая реальность

Потребители поляризовались

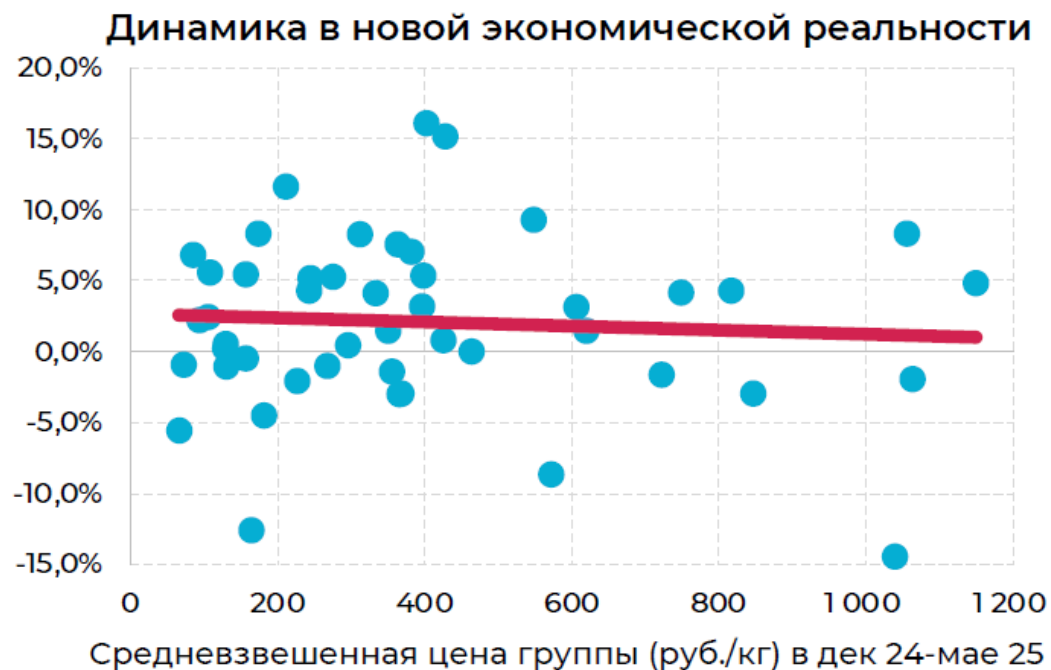
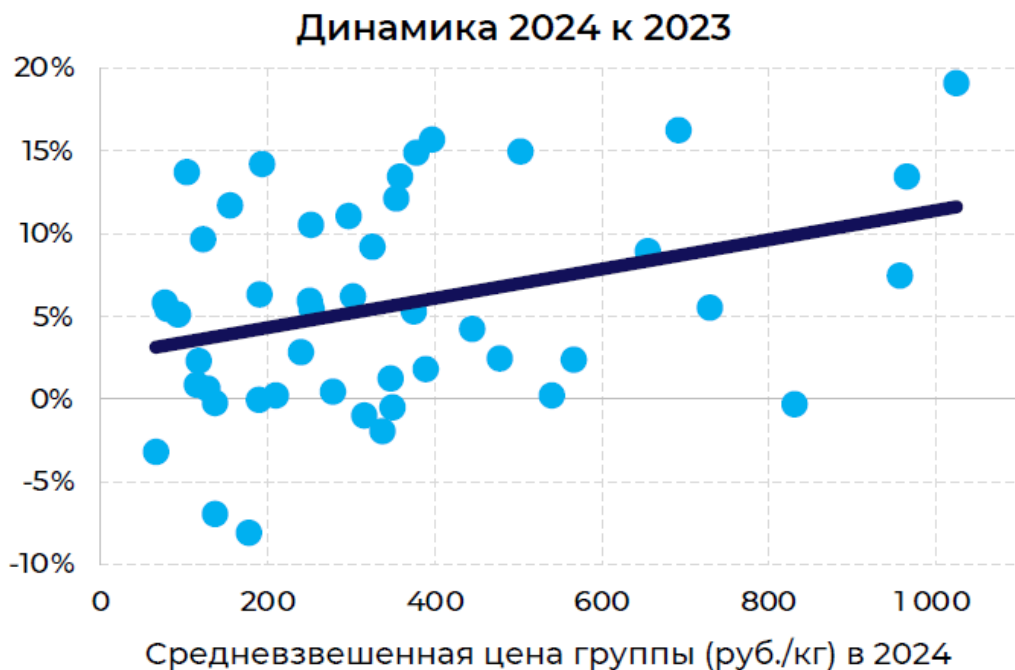
- В новой экономической реальности тенденция на рост интереса к разнообразной и вкусной еде сохранилась, но одновременно с ней на рынке стала ярко проявляться обратная тенденция

Рост интереса
к разнообразной
и вкусной еде

Отказ от разнообразия
в пользу более простой
и дешёвой еды

Новая экономическая реальность

Глобальный разворот рынка?



В 2024 опережающими темпами росли группы с более высокой средневзвешенной ценой. В новой экономической реальности такого не наблюдается

Динамика указана в физическом выражении. Динамика в новой экономической реальности: дек 24 – май 25 к дек 23 – май 24. 50 самых объёмных в денежном выражении групп, за исключением относящихся к ФРОВ, групп «Вода», «Растворимый кофе» и «Шоколадные плитки».

Динамика крупнейших сетей

Сеть	Май 24 / Май 23	Май 25 / Май 24
Лента (гипермаркет)	4,8%	0,5%
Globus	-1,1%	-2,1%
Магнит (гипермаркет)	-3,6%	-2,4%
Metro	6,0%	-5,7%
Ашан	-6,8%	-12,6%
О'Кей	-2,3%	-14,9%
Лента (супермаркет)	8,7%	5,7%
Перекресток	4,1%	-7,6%
Атак	-0,7%	-10,1%
Пятерочка	1,6%	-0,2%
Магнит	1,7%	-2,3%
Верный	-3,5%	-5,4%
Дикси	33,0%	-26,2%
Чижик	-2,6%	24,3%
Магнит (дискаунтер)	5,8%	6,2%
Светофор	-4,1%	-6,4%
Доброцен	3,4%	-9,8%

Динамика сопоставимых продаж (LikeForLike) в физическом выражении

Продукты питания, Май 2025 / Май 2024

Дискаунтеры, которые в период бурного роста имели довольно слабую динамику, в новой экономической реальности стали самым быстрорастущим форматом

Категория «вкусняшки»

В 2022-2024 гг. росла опережающими темпами

- Ассорти сыров
 - Икра красная
 - Икра черная
 - Козий, овечий сыр
 - Морепродукты
 - Роллы
 - Рыба охлажденная
 - Рыба слабосоленая
- Стейки
 - Суши
 - Сыровяленые колбасы
 - Сырокопченые копчености
 - Сыры с плесенью
 - Твердые сыры



Рост вкусняшек прекратился



	III кв 24 / III кв 22	Дек24-Май25 / Дек23-Май24
Черная икра	+155%	-37%
Роллы	+74%	-16%
Сыры с плесенью	+54%	+12%
Морепродукты	+50%	-2%
Категория «Вкусняшки»	+37%	+2%
Рынок продуктов питания	+10%	+3%

Динамика в физическом выражении

Региональный аспект

И куда девался рост в новой экономической реальности?

	Динамика РФ дек24-май25 к дек23-май24	Динамика 15 регионов дек24-май25 к дек23-май24
Рынок продуктов в целом	+ 2,8%	+ 2,5%
Соусы Альтернативные продукты Горячие напитки Икра Корма для собак Пирожное Филе птицы Ягоды	+ 17,2%	+ 15,4%
Здоровый перекус Йогурт вязкий Молочное детское питание Пекарня Прочий кофе Энергетические напитки	+ 12,7%	+ 6,2%

1. Челябинская область
2. Воронежская область
3. Курганская область
4. Рязанская область
5. Курская область
6. Оренбургская область
7. Брянская область
8. Республика Башкортостан
9. Удмуртская Республика
10. Волгоградская область
11. Пензенская область
12. Свердловская область
13. Смоленская область
14. Белгородская область
15. Омская область

Выделены наиболее быстрорастущие группы продуктов в масштабах РФ. Динамика в физическом выражении: дек24-май25 к дек23-май24.

Эффект от впрыска денег
населению сильно выдохся

«Зумерские» группы продуктов очевидно ситуацию
не вытянули. А не зумеры ли в условиях новой
экономической реальности становятся «слабым звеном»?

Фактор структуры

И новой экономической реальности (дек24-май25 к дек23-май24)

В этих группах фактор структуры положителен. Здесь растёт доля дорогих и/или снижается доля дешевых продуктов

Энергетические напитки	+47%
Рыба	+28%
Сладкая газировка	+27%
Готовые блюда	+24%
Печенье	+24%
Чипсы	+23%
Консервы овощные и грибные	+21%
Конфеты	+21%
Шоколадные плитки	+18%
Сахар	+18%

В этих группах фактор структуры отрицателен. Здесь снижается доля дорогих и/или растёт доля дешевых продуктов.

Филе птицы	-188%
Разделка птицы	-73%
Мороженое	-50%
Сок	-40%
Масса и сырки	-26%
Салаты (готовая еда)	-16%
В/к-п/к колбасы (без нарезки)	-13%
Масло сливочное	-12%
Сосиски, сардельки	-9%
Сметана	-8%

Это ещё одно проявление наличия на рынке двух разнонаправленных тенденций. Обращает на себя внимание сдвиг в более дешевые продукты во многих объемообразующих группах.

The night is dark and full of terrors

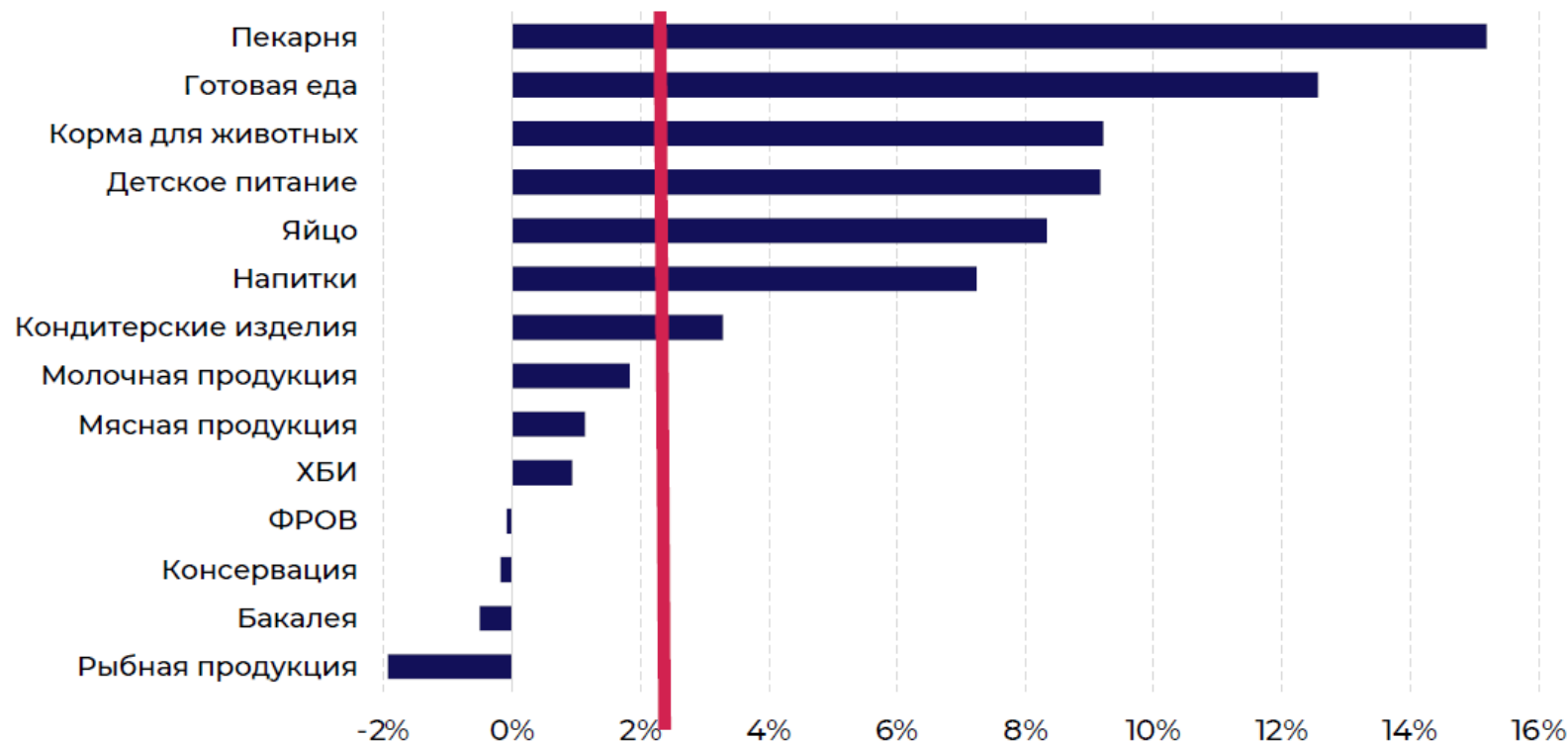
Ночь темна и полна ужасов

**Всё плохо?
Всё пропало?**

На самом деле, нет:

1. Тренд на разнообразную и вкусную еду продолжает сохраняться
2. Многие вкусные интересные продукты продолжают демонстрировать опережающий рост

Динамика в физическом выражении



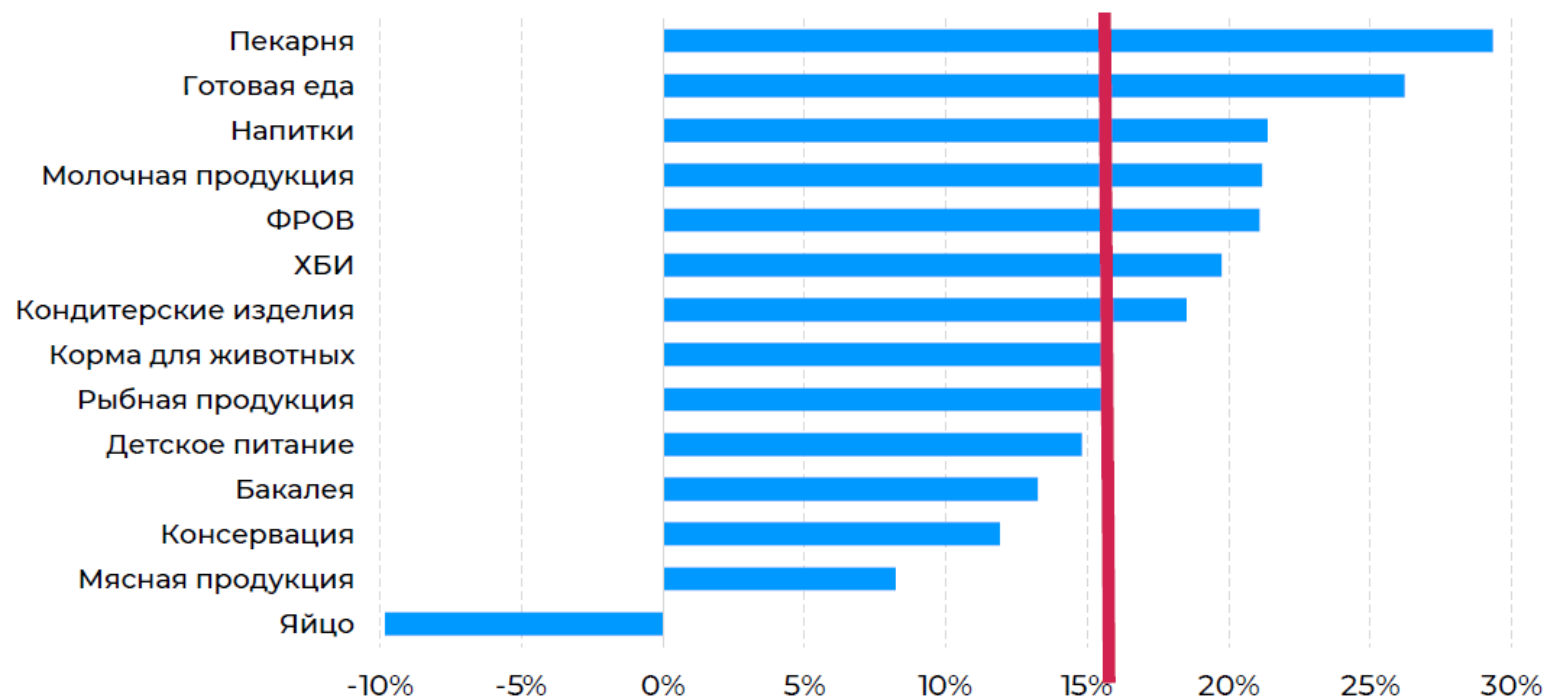
**Новая
экономическая
реальность**

Дек 23 – Май 24 /
Дек 24 – Май 25

У большинства наиболее объёмных (в физическом выражении) категорий – ФРОВ, Молочная продукция, Бакалея, Мясная продукция, ХБИ – темпы роста существенно ниже, чем в среднем по рынку

Красная линия – прирост всего рынка продуктов питания за указанный период

Динамика в денежном выражении

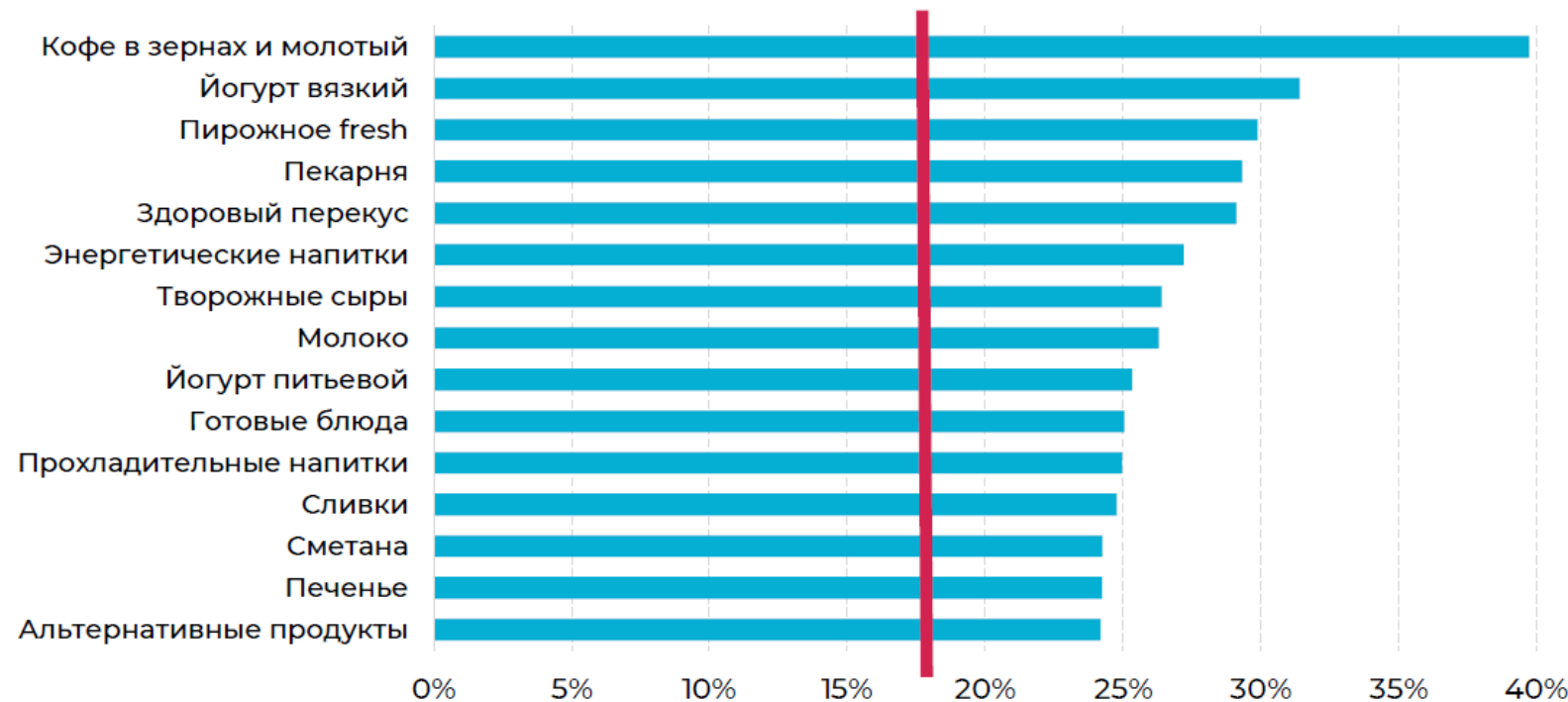


**Новая
экономическая
реальность**
Дек 23 – Май 24 /
Дек 24 – Май 25

Инфляция позволила большинству категорий обеспечить высокие темпы роста в денежном выражении

Красная линия – прирост всего рынка продуктов питания за указанный период

Динамика групп в денежном выражении



**Новая
экономическая
реальность**
Дек 23 – Май 24 /
Дек 24 – Май 25

Многие группы, которые росли опережающими темпами в период бурного роста рынка, продолжают расти и в новой экономической реальности

Без учета категории «ФРОВ» и группы «Горячие напитки». Красная линия – прирост всего рынка продуктов питания за указанный период.

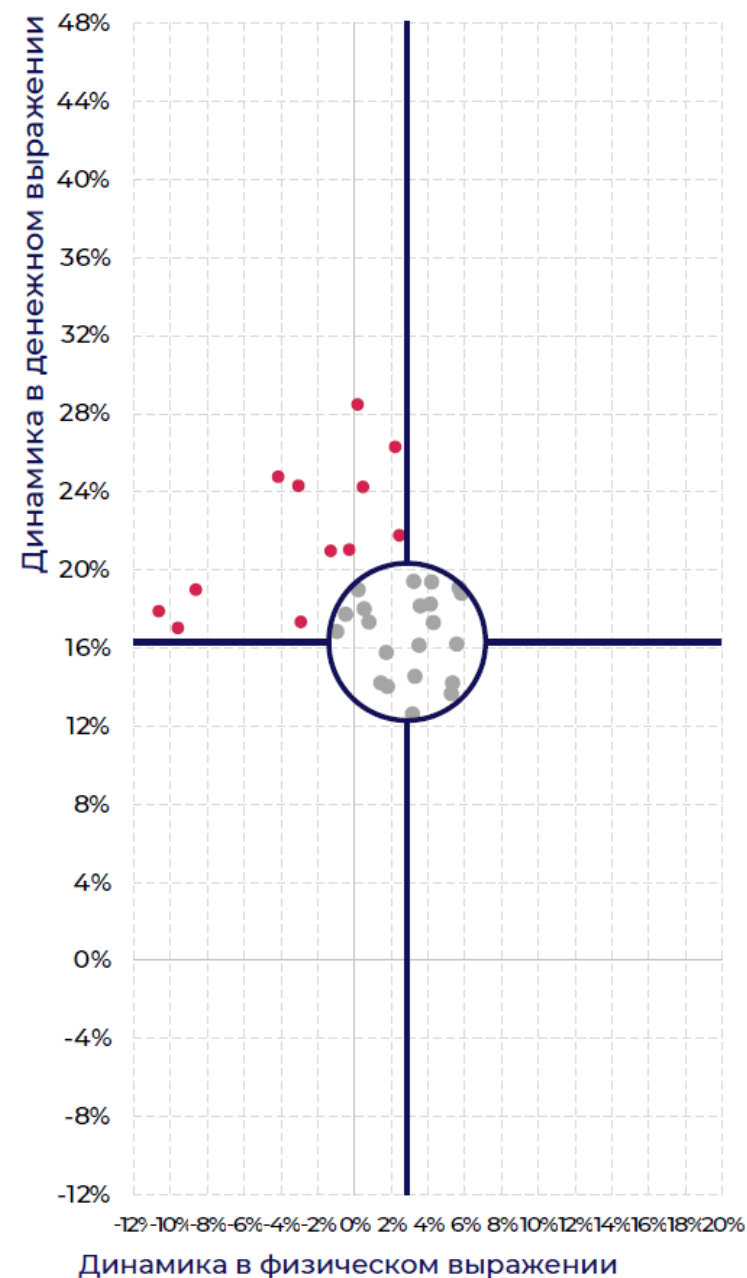
Инфляционные группы

Группы, которые в физическом выражении выросли хуже рынка, но в денежном выражении обогнали рынок

Типичные представители:

- Растворимый кофе
- Шоколадные плитки
- Сливочное масло
- Рыба
- Картофель

Анализ на основании динамики дек24-май25 к дек24-май25



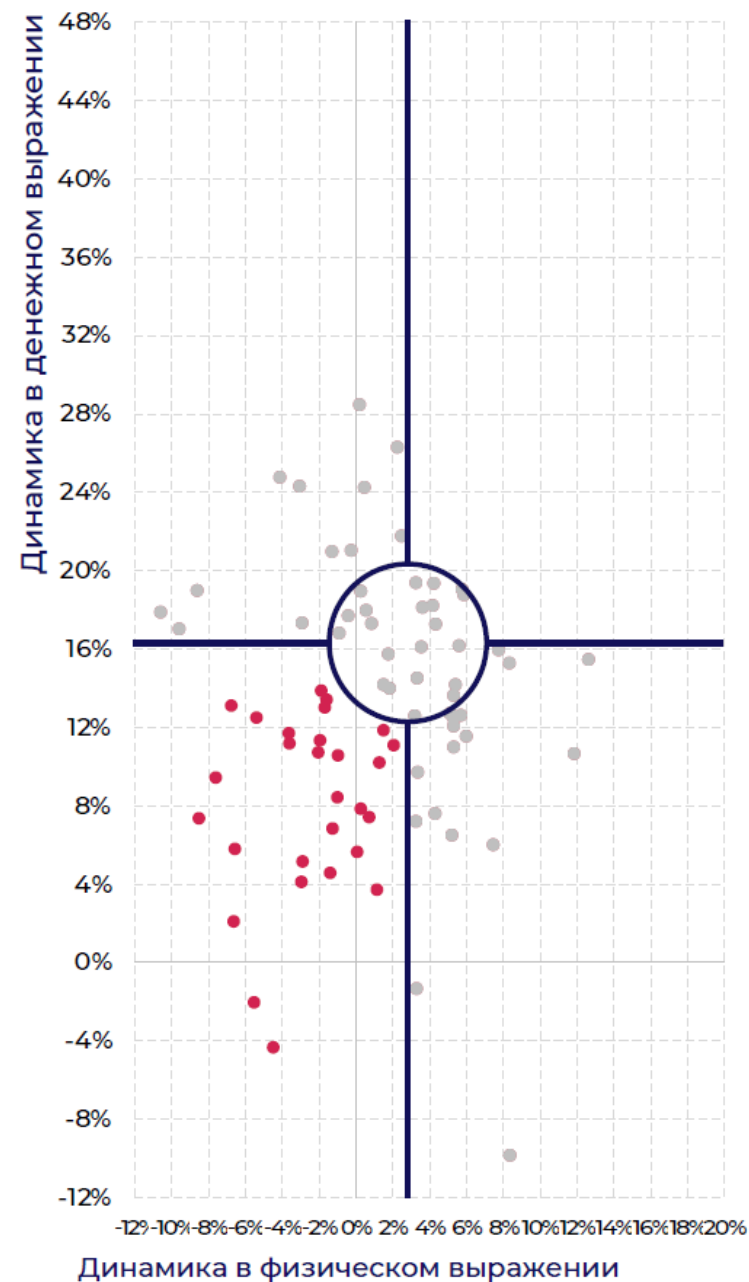
Черные дыры

Группы, которые и в физическом, и в денежном выражении выросли хуже рынка в целом

Типичные представители:

- Майонез, Сахар, Макароны
- Грибные, овощные и рыбные
- Масса, Сырки, Плавленные сыры
- Сосиски, Пельмени, Тушка птицы
- Сок
- Морепродукты, Слабосоленая рыба
- Томаты, Цитрусовые

Анализ на основании динамики дек24-май25 к дек24-май25



Звезды

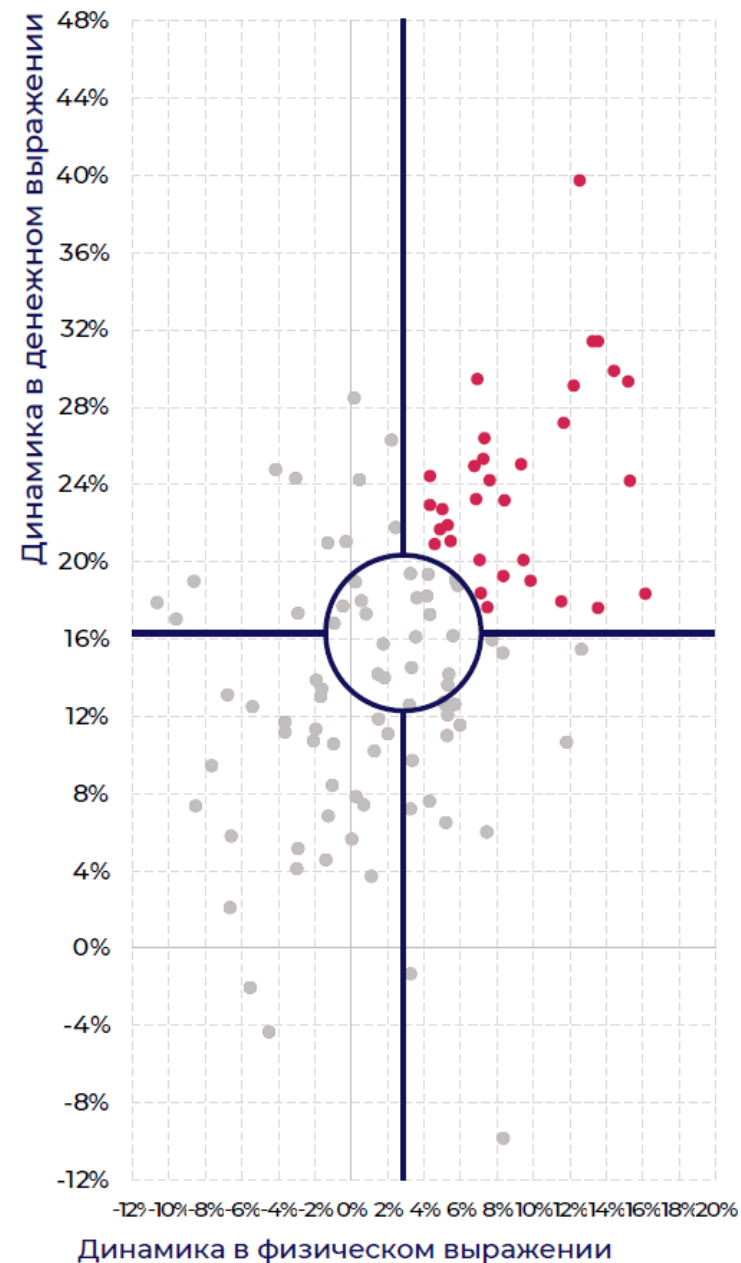
Группы, которые и в физическом, и в денежном выражении выросли лучше рынка в целом

Типичные представители:

- Готовая еда
- Молочное детское питание
- Прикассовая кондитерка, Печенье
- Оригинальные сыры, Йогурты
- Нарезка к/и, Маринады, Филе птицы
- Вода, Энергетики, Сладкая газировка
- Ягоды, Оригинальный хлеб

В звездах по-прежнему очень много вкусных интересных продуктов

Анализ на основании динамики дек24-май25 к дек24-май25



	Период бурного роста	Сейчас	Цена (руб./кг)
Рыбные консервы	- 1%	- 8%	539
Консервиро- ванный тунец	+ 6%	+ 35%	815

Доля тунца в группе
достигла почти 14%!

Динамика и доля указаны в физическом
выражении. «Бурный рост»: 2024 г. к 2023
г. «Сейчас»: дек24-май25 к дек23-май24.
Цена: дек24-май25

Динамика в физическом выражении

Перекус

И когда закончится рост?

	Период бурного роста	Сейчас	Цена (руб./кг)
Готовые блюда	+ 15%	+ 10%	548
Блюда для перекуса	+ 38%	+ 49%	946

Динамика в физическом выражении

Блюда для перекуса – это один из главных драйверов категории «Готовая еда»

Динамика и доля указаны в физическом выражении. «Бурный рост»: 2024 г. к 2023 г. «Сейчас»: дек24-май25 к дек23-май24. Цена: дек24-май25

Супы

В тренде на азиатскую кухню

	Период бурного роста	Сейчас	Цена (руб./кг)
Супы (готовые блюда)	+ 37%	+ 22%	512
Щи	+ 32%	- 21%	548
Том Ям	+ 62%	+ 108%	724

Динамика в физическом выражении

Пример сохранения
тренда на интересную
еду

Динамика и доля указаны в физическом
выражении. «Бурный рост»: 2024 г. к 2023
г. «Сейчас»: дек24-май25 к дек23-май24.
Цена: дек24-май25

Готовые салаты

Разнонаправленная динамика

	Период бурного роста	Сейчас	Цена (руб./кг)
Готовые салаты	+ 14%	+ 7%	382
«Крабовый»	+ 3%	- 7%	557
Цезарь	+ 42%	+ 29%	911
Морковь по-корейски	+ 12%	+ 16%	237

Динамика в физическом выражении

Вот, что бывает, когда на рынке есть две противоположные тенденции: опережающими темпами растут и «народные», и «элитные» продукты

Динамика и доля указаны в физическом выражении. «Бурный рост»: 2024 г. к 2023 г. «Сейчас»: дек24-май25 к дек23-май24. Цена: дек24-май25

Альфа-покупки

Намерение приобрести конкретное SKU, и **никакие замены** (например, схожая вкусоароматика в рамках того же бренда даже по более привлекательной цене) **не рассматриваются**. Ограничением для совершения покупки могут быть только «явные недостатки» товара. В случае отсутствия товара на полке или наличия «явных недостатков» с высокой долей вероятности – смена магазина.

Группы продуктов, где максимальна доля альфа-покупок:

- Смеси молочные
- Корма для животных
- Энергетические напитки
- Молочное детское питание
- Торты и пирожные fresh
- Ягоды
- Соусы (кроме майонеза и кетчупа)
- Масло растительное

14.3%

Оценка доли в денежном выражении от продуктов питания

Оценка доли: 2024 год по всем продуктам питания за исключением алкогольных напитков.



Бренд: очень важен при совершении первой покупки и не имеет значения при регулярных покупках

Продукт: максимально важен

Эластичность цены: крайне низкая

Бета-покупки

Намерение приобрести конкретное SKU, но **готовность рассмотреть ограниченное количество замен:**

- замены не выходят за рамки категории/группы;
- количество возможных замен крайне мало, и каждая из них имеет максимально много общего с тем SKU, которое хотелось купить.

Группы продуктов, где максимальна доля бета-покупок:

- Сахар
- Хлеб
- Крупы
- Растворимый кофе
- Яйцо
- Сливки
- Чай в пакетиках
- Молоко
- Масло сливочное

22.9%

Оценка доли в денежном выражении от продуктов питания

Оценка доли: 2024 год по всем продуктам питания за исключением алкогольных напитков.

Бренд: очень важен

Продукт: достаточно важен

Эластичность цены: очень высокая

NTech



Сигма-покупки

Человек, намереваясь совершить покупку, на самом деле хочет **купить не конкретный товар, а конкретную ситуацию потребления**, т.е., например, декларируя, что он хочет купить пельмени, он на самом деле собирается купить «продукт для ужина», и, поэтому если конкретная пачка пельменей его не устроила, то он может в качестве замены легко выйти за рамки категории / группы и купить тушёнку, копченую рыбу, яйца, готовую еду и пр.

54.3%

Оценка доли в денежном выражении от продуктов питания

Оценка доли: 2024 год по всем продуктам питания за исключением алкогольных напитков

Группы продуктов, где максимальна доля сигма-покупок:

- Овощные консервы
- Большинство колбасных изделий
- Сок и сокосодержащие напитки
- Здоровый перекус
- Полутвердые и плавленые сыры
- Пельмени
- Кисломолочные продукты
- Печенье
- Птица (тушка, разделка, филе)



Ситуации потребления

- Бутерброд
- Воскресный завтрак
- Воскресный обед
- Второй завтрак
- Дополнения и сайдинги
- Завтрак
- Завтрак таксиста
- Закуска (под алкоголь)
- Застолье
- Кулинарные эксперименты
- Ланч (легкий обед)
- Макароны с ...
- Обед
- Обед школьника
- Перекус
- Перекус «под сериальчик»
- Перекус автомобилиста
- Перекус в школу
- Перекус/еда в дороге
- Пикник/барбекю
- Пицца
- Полдник
- Салат
- Снековый перекус
- Суп
- Ужин
- Ужин «без готовки»
- Ужин зумера
- Фондю и блины
- Что-то к чаю
- Энергетический завтрак
- Энергетический перекус
- Яичница

Внутри каждой ситуации потребления продукты, в которых велика доля сигма-покупок, активно конкурируют между собой: колбаса легко превращается в йогурт, сметана – в икру, сыр – в шоколад...

Как люди **выбирают** продукты

NTech

Альфа-покупки

Конкретное SKU
и никаких замен



14.3%

Бета-покупки

Ограниченное число
альтернатив



22.9%

Сигма-покупки

«Свободный» выбор:
возможна замена
из других категорий



54.3%

Омега-покупки

Импульсные
покупки, вкусняшки,
продукты в подарок



8.5%

Указана доля в денежном выражении от покупок продуктов питания за 2024 г. РФ в целом.

Омега-покупки

Импульсные покупки, покупки продуктов питания в подарок и «вкусняшки» (подарок самому себе любимому, что-то «вкусненькое», выходящее за рамки «регулярной корзины потребления»).

8.5%

Оценка доли в денежном выражении от продуктов питания

Оценка доли: 2024 год по всем продуктам питания за исключением алкогольных напитков.

Группы продуктов, где максимальна доля омега-покупок:

- Икра
- Прикассовая кондитерка
- Прохладительные напитки
- Кофе в зернах и молотый кофе
- Немолочное детское питание
- Сладкие газированные напитки
- Морепродукты

Бренд: очень важен

Продукт: очень важен

Эластичность цены:
относительно низкая



Выбор в отдельных группах

	Альфа	Бета	Сигма	Омега
Корма для кошек	92%	3%	1%	4%
Готовые блюда	4%	22%	73%	1%
Яйцо	16%	71%	12%	1%
Овощные консервы	0%	2%	97%	1%
Рыба	33%	4%	62%	1%
Салаты	2%	8%	88%	2%
Рыбные консервы	0%	41%	55%	3%
Немолочное детское питание	22%	45%	3%	31%
Молочное детское питание	77%	22%	0%	0%
Морепродукты	28%	30%	12%	30%
Слабосоленая рыба	1%	29%	56%	15%
Корма для собак	74%	22%	4%	0%
Здоровый перекус	3%	2%	92%	3%
Альтернативные продукты	30%	38%	12%	20%

Здоровый перекус - диетические хлебцы, протеиновые пирожные и печенье, а также батончики (протеиновые, злаковые, фруктово-ореховые и т.п.), кроме батончиков, предназначенных для детского питания.
Альтернативные продукты - растительные продукты, имитирующие натуральные молочные и мясные продукты.

Указана доля в денежном выражении от соответствующей группы за 2024 г. РФ в целом.

Важная особенность сигма-покупок

Не выбор в порядке приоритета, а оценка всех характеристик комплексно:

- Цена
- Скидка
- Бренд
- Состав
- Дата производства
- ОСГ
- Опыт потребления
- Производитель
- Внешний вид
- БЖУ
- Новое, необычное
- Вкусненько

Бренд: один из факторов выбора

Продукт: один из факторов выбора

Цена: один из факторов выбора

- Человек может проигнорировать свой «любимый» товар и купить товар, например, совершенно неизвестного ему бренда, если сумма всех остальных характеристик будет блестящей
- Перебрав 2-3 альтернативы и не найдя внутри категории/группы товара, который имел бы достаточно высокую сумму характеристик, человек легко переключается на другую группу/категорию, которая подходит для интересующей его ситуации потребления

Значимость бренда

Альфа-покупки

Бренд не имеет значения при регулярных покупках

Бета-покупки

Бренд **очень важен**

Сигма-покупки

Бренд – это один из факторов выбора

Омега-покупки

Бренд **очень важен**

Чем выше в группе суммарная доля бета и омега покупок, тем выше значимость бренда при регулярном выборе, чем ниже доля – тем значимей сам продукт

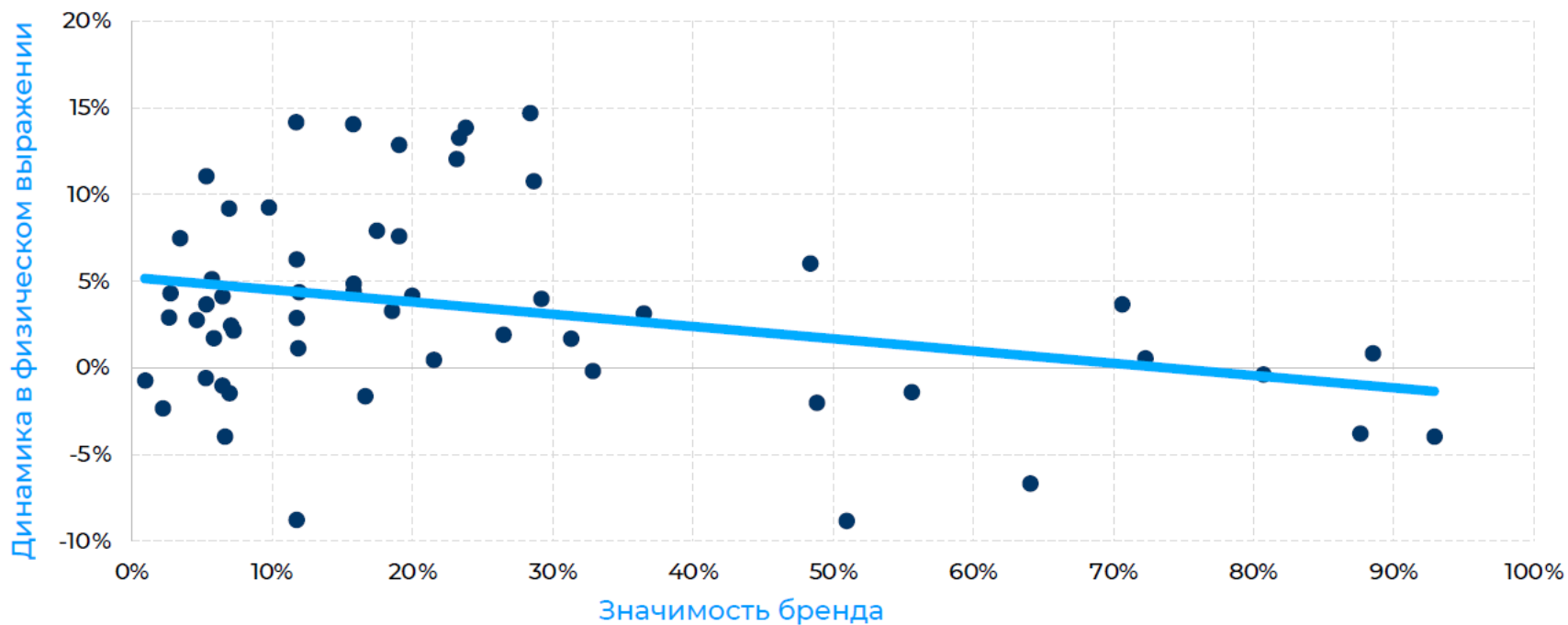
Значимость бренда

Группа	Суммарная доля бета-покупок и омега-покупок
Сахар	92,87%
Хлеб	88,50%
Кофе растворимый	87,60%
Икра	87,59%
Мороженое	81,25%
Чай в пакетиках	80,69%
Немолочное детское питание	75,06%
Гречка	73,12%
Яйцо	72,24%
Прикассовая кондитерка	71,36%
Сливки	70,85%
Молоко	70,61%
Кофе молотый и в зернах	69,71%
Масло сливочное	64,06%
Морепродукты	60,00%
Кетчуп	58,78%

В этих продуктовых группах значимость бренда максимальна

Указана доля в денежном выражении от соответствующей группы за 2024. РФ в целом

Рынок продукта



В 2022-2024 гг. опережающими темпами росли группы, где максимально значение продукта и минимально значение бренда

**Это был рынок
«продукта»**

Приведены данные по крупнейшим группам продуктов питания в физическом выражении. Значимость бренда оценивалась как сумма долей бета- и омега-покупок для группы продукции. Динамика указана в физическом выражении 2024 г. к 2023 г.

Оригинальным продуктам не требовался сильный бренд

NTech

**Рост в 4.3 раза
год к году!**

**Теперь онигири – это 49%
от группы «Суши, роллы»**

Указана динамика в физическом выражении всей
подгруппы «Онигири» 2024 г. к 2023 г.



Стресс-тест

Май-июнь 2025

- Как изменится ваша потребительская корзина в случае резкого тотального роста цен?
- От каких продуктов питания Вы откажетесь?
- Чем их замените?

Главное: при резком росте цен рынок продуктов питания в целом сократится почти на 5%, а структура потребления существенно изменится

N Tech

- Репрезентативная выборка
- 2 401 домохозяйство
- РФ в целом

Возможные изменения в структуре потребления

Прогнозная динамика в физическом выражении по результатам
стресс-теста 2025

Тропические
и экзотические фрукты



57% ↓

Мясные фарши



42% ↓

Морепродукты



25% ↓

Макароны



51% ↑

Суrimi



35% ↑

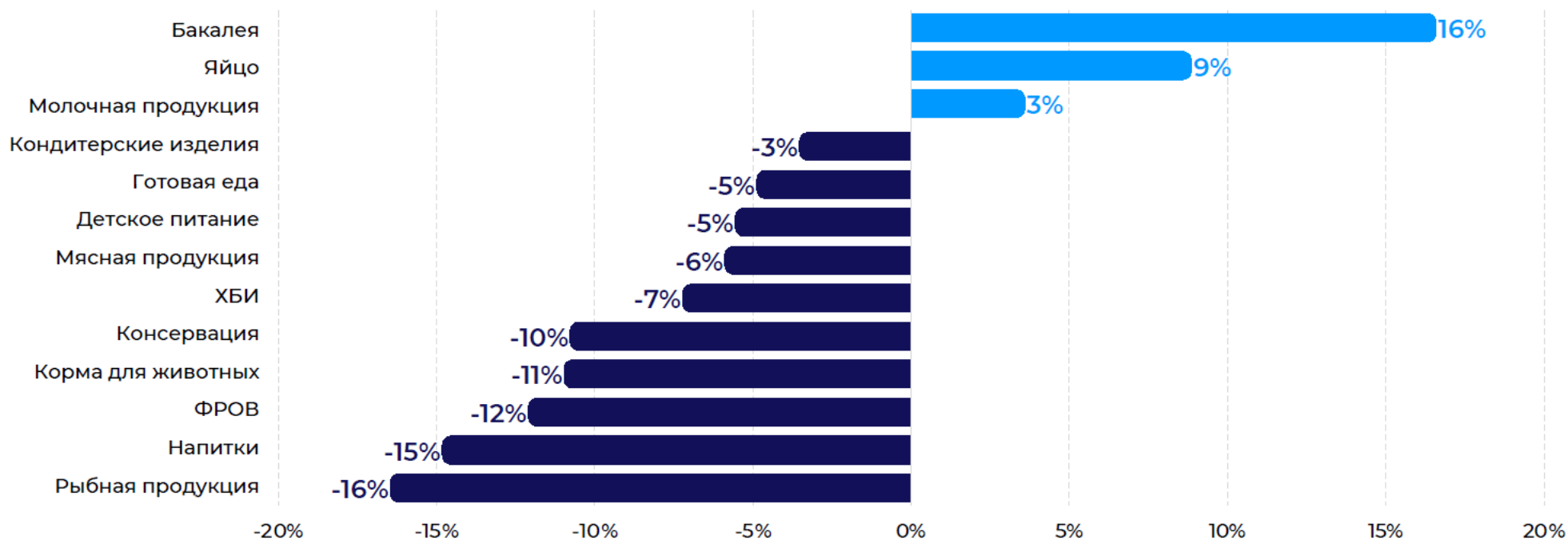
Сахар



28% ↑

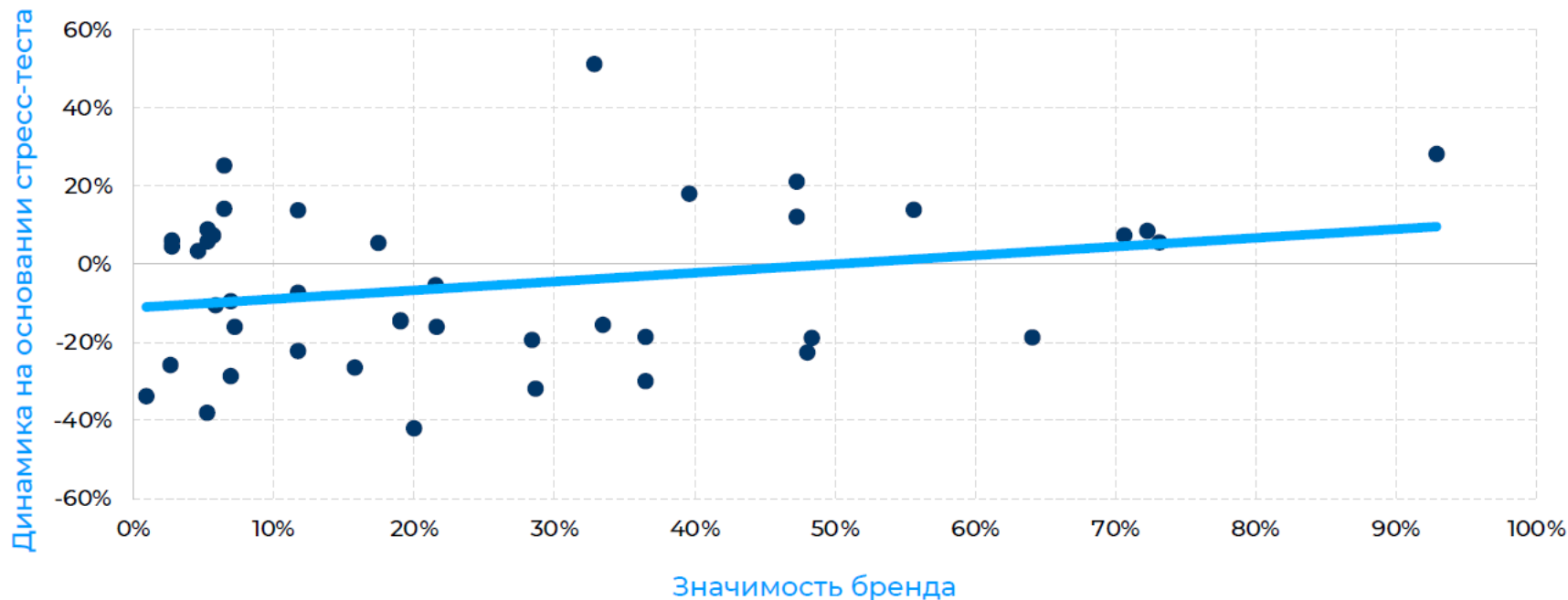
Как может измениться рынок

Прогнозная динамика в физическом выражении
по результатам стресс-теста 2025



Всего лишь 3 категории в случае перехода потребителей в «режим жесткой экономии» покажут положительную динамику

Главная новость



Стресс-тест показал, что в условиях замедления рынка опережающими темпами начнут расти те группы, где максимально значим бренд

**Нас ждёт
рынок бренда**

Приведены данные по крупнейшим группам продуктов питания в физическом выражении. Значимость бренда оценивалась как сумма долей бета- и омега-покупок для группы продукции. Динамика указана в физическом выражении.