

ПОТРЕБИТЕЛЬ 2.0: ИЗМЕНЕНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОКУПАТЕЛЕЙ И СТРУКТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ФРУКТОВ И ОВОЩЕЙ В РОССИИ

Винклер Илья

ГФК Русь

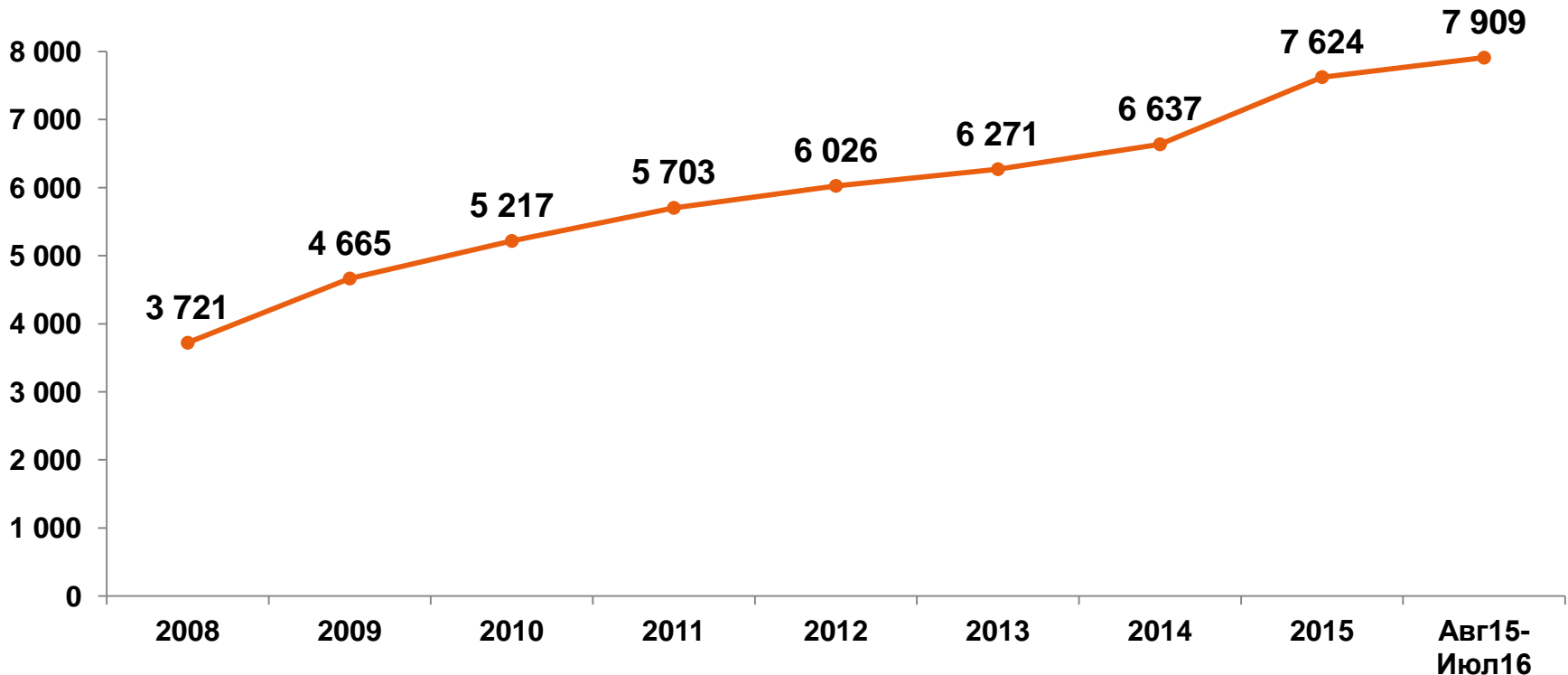
Старший консультант отдела Consumer Panel Services

Тенденции на рынке FMCG и продуктов питания

Рынок FMCG в за последний год (Авг15-Июл16 по сравнению с Авг14-Июл15) показывает рост в размере 9,2% в стоимостном выражении.

Оборот рынка FMCG в стоимостном выражении, млрд. рублей

Авг15-Июл16 к
Авг14-Июл15: **+9,2%**



Факторы роста рынка в стоимостном выражении - рост частоты покупок и увеличение среднего размера чека под влиянием роста розничных цен.

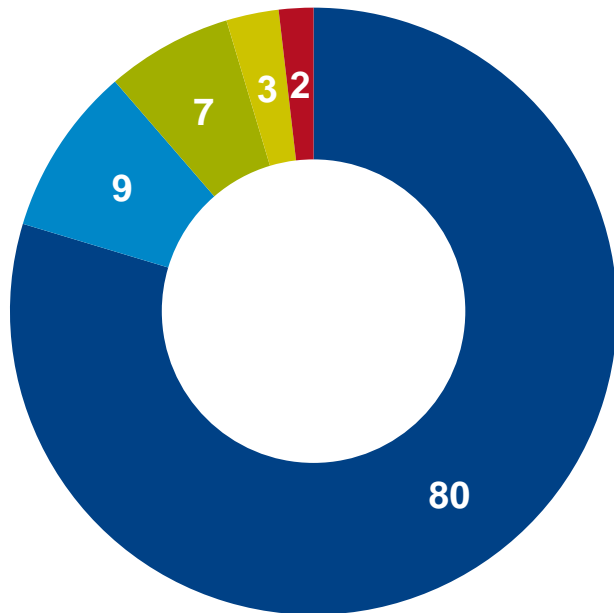
**Изменение основных показателей потребления FMCG, %
Авг15-Июл16 к Авг14-Июл15**



В структуре потребительских затрат не произошло значительных изменений. Рост в натуральном выражении наблюдается в категориях Товары для домашних животных, Средства Персонального Ухода и Фармацевтические препараты.

Доля продаж в рублях, %

Авг15-Июл16



- Продукты Питания
- Фармацевтические препараты/товары
- Средства Персонального Ухода
- Средства по Уходу за Домом
- Товары для домашних животных

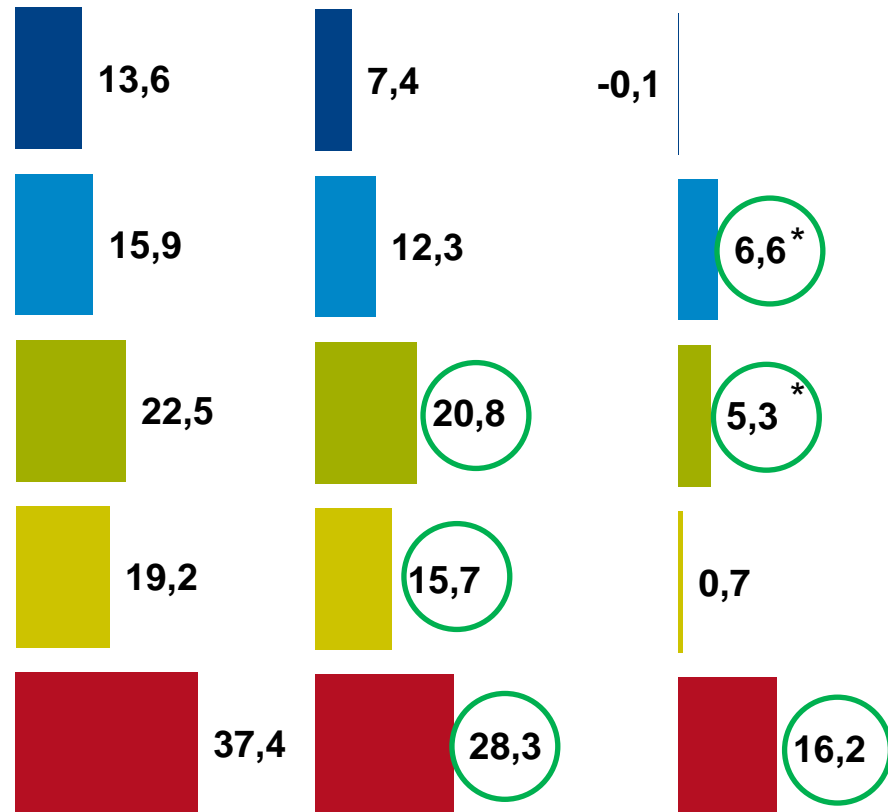
Изменение продаж в рублях, %

2015 к 2014 г.

Авг15-Июл16 к
Авг14-Июл15 г.

Изменение продаж в кг/л/упаковок, %

Авг15-Июл16 к
Авг14-Июл15 г.



Примечание: * - фарма, средства персонального ухода в упаковках, остальные категории – в кг/л

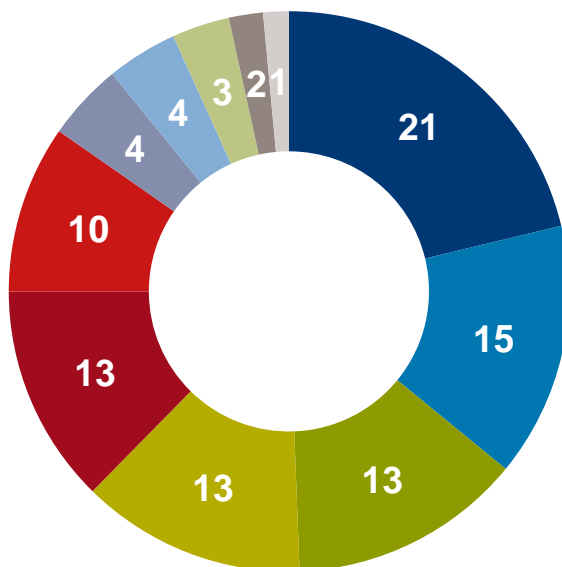
Источник: ГfK Русь, Панель домашних хозяйств, FMCG вкл. свежие продукты

Среди продуктов питания был отмечен рост затрат на все категории (искл. мясные продукты), при этом самый высокий рост наблюдается в категориях Детское питание, Бакалея, Сладости и снеки. При этом потребление значительно увеличилось только в категории Свежие фрукты и овощи.



Доля продаж в рублях, %

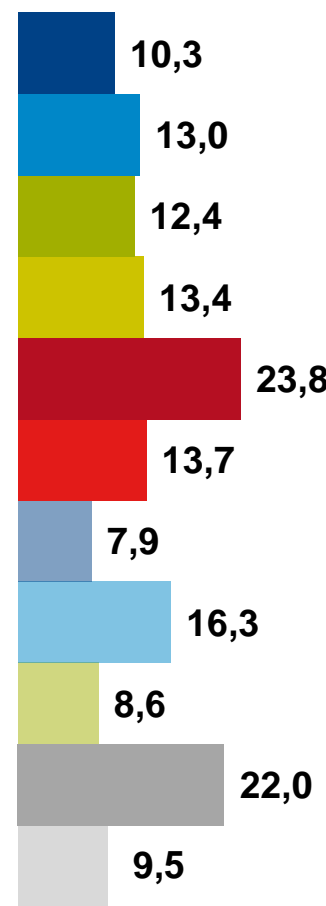
Авг15-Июл16



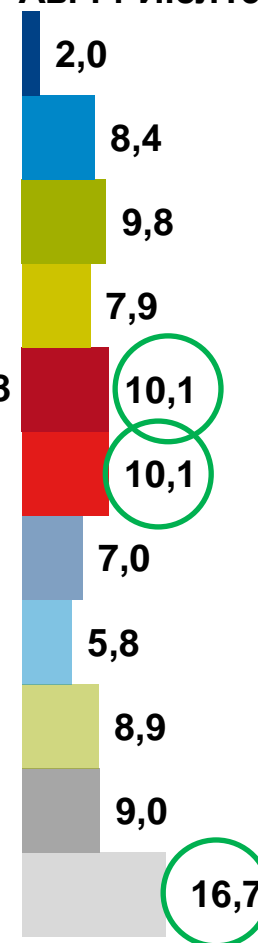
- Мясные продукты
- Молочные продукты
- Напитки
- Свежие фрукты и овощи
- Бакалея
- Сладости и снеки
- Рыба и морепродукты
- Хлебобулочные изделия
- Замороженные продукты
- Яйца
- Детское питание

Изменение продаж в рублях, %

2015 к 2014 г.



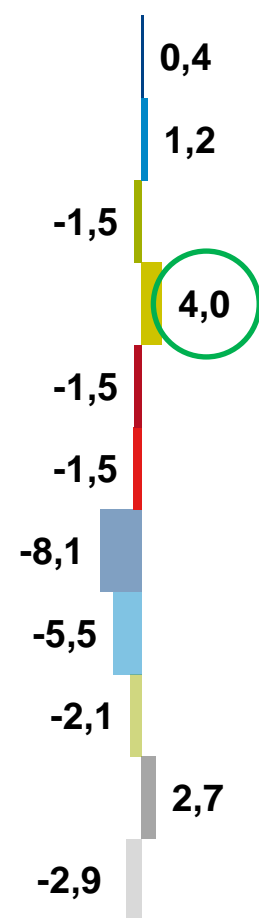
Авг15-Июл16 к
Авг14-Июл15 г.



ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ

Изменение продаж в кг/л, %

Авг15-Июл16 к
Авг14-Июл15 г.



Источник: ГfК Русь, Панель домашних хозяйств, Продукты Питания вкл. свежие продукты

© GfK 2016 | World Food 2016 | Потребитель 2.0. Изменения предпочтений покупателей и структуры потребления фруктов и овощей в России

Категория Свежие фрукты показывает значимый рост в основном за счет увеличения потребления более дешевых продуктов или тех, на которые цена снизилась по сравнению с прошлым годом.



СВЕЖИЕ ФРУКТЫ

Доля продаж в тоннах, %



Цена руб/кг.

Категория Свежие Фрукты

Категория	Цена руб/кг.
Яблоки	78
Бананы	65
Арбузы	15
Мандарины	93
Апельсины	71
Виноград	121
Дыня	45
Груши	117
Другие фрукты	138

Изменения Авг15-Июл16 к Авг14-Июл15 в %
в натур. объёме в цене

+7,4



Источник: ГфК Русь, Панель домашних хозяйств

В категории Свежие овощи увеличивается потребление базовых продуктов: Лука, Капусты, Моркови и Свеклы, а падают растущие в цене Томаты.



СВЕЖИЕ ОВОЩИ

Доля продаж в тоннах, %



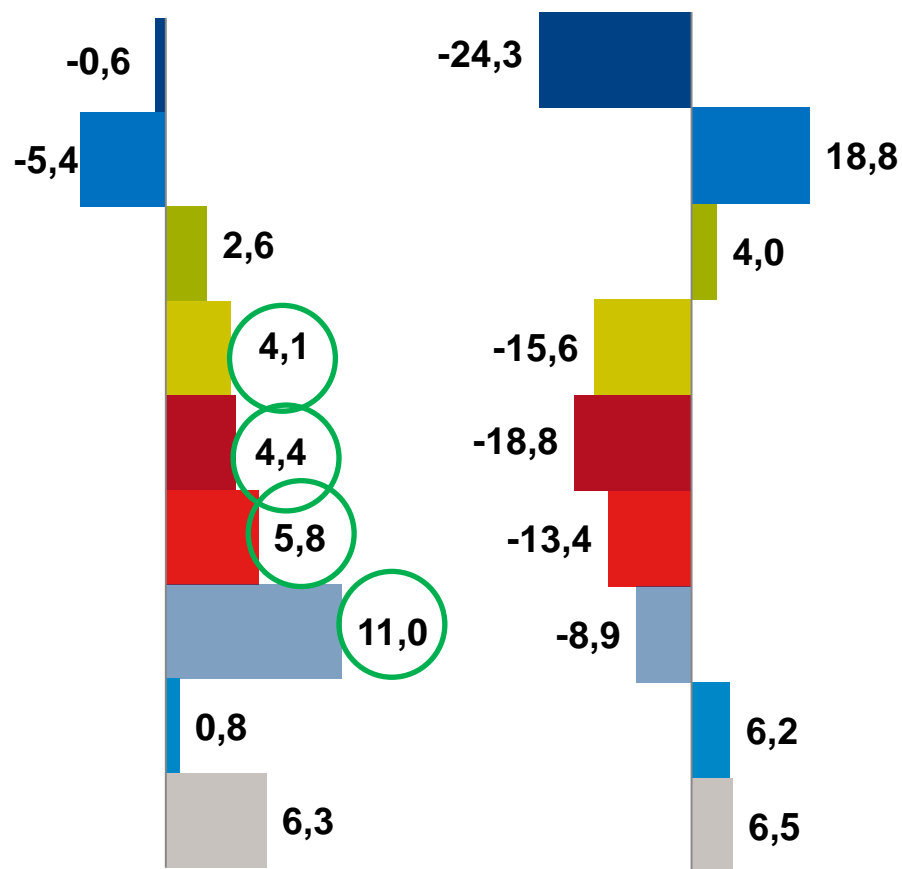
Цена руб/кг.

Категория Свежие Овощи

■ Картофель	22
■ Томаты	103
■ Огурцы	85
■ Лук	24
■ Капуста бело/краснокочанная	23
■ Морковь	31
■ Свекла	27
■ Перец сладкий	90
■ Другие овощи	121

Изменения Авг15-Июл16 к Авг14-Июл15 в %
в натур. объёме в цене

+1,5



«Дачная» экономия: потребители массово выращивают фрукты и овощи для потребления в свежем виде и для консервации.



Имеют дачу

&



Выращивают фрукты и овощи

46%

Те, кто консервируют дома, сокращают покупки аналогов в рознице.
 При этом растет потребление ингредиентов для консервации.

Ключевые параметры: Изменение потребления 2015 к 2014, %



Консервированные
фрукты

-26.1%



Консервированные
овощи

-6.1%



Замороженные
овощи

-17.7%



Замороженные
фрукты

-10.1%



+4.4%



+4.3%

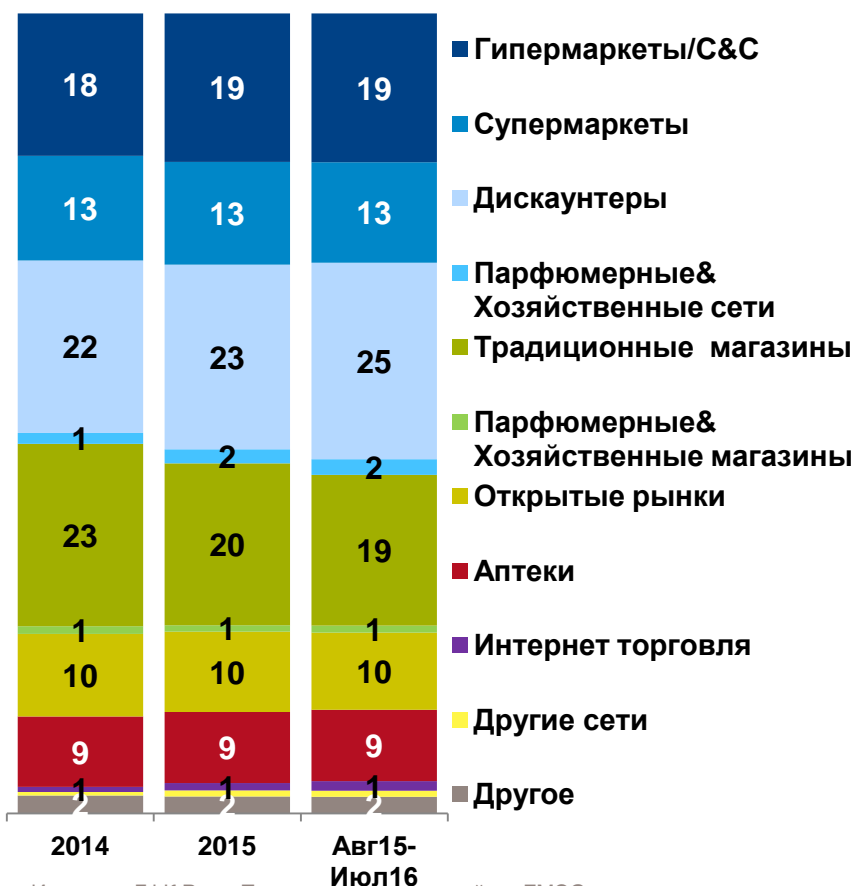
Развитие розничной торговли

Каналы Современной Торговли продолжают расти. Дискаунтеры наиболее успешны. Интернет торговля растет самыми высокими темпами.



Структура каналов торговли по затратам на FMCG, %

55% 58% 60% Современная Торговля*

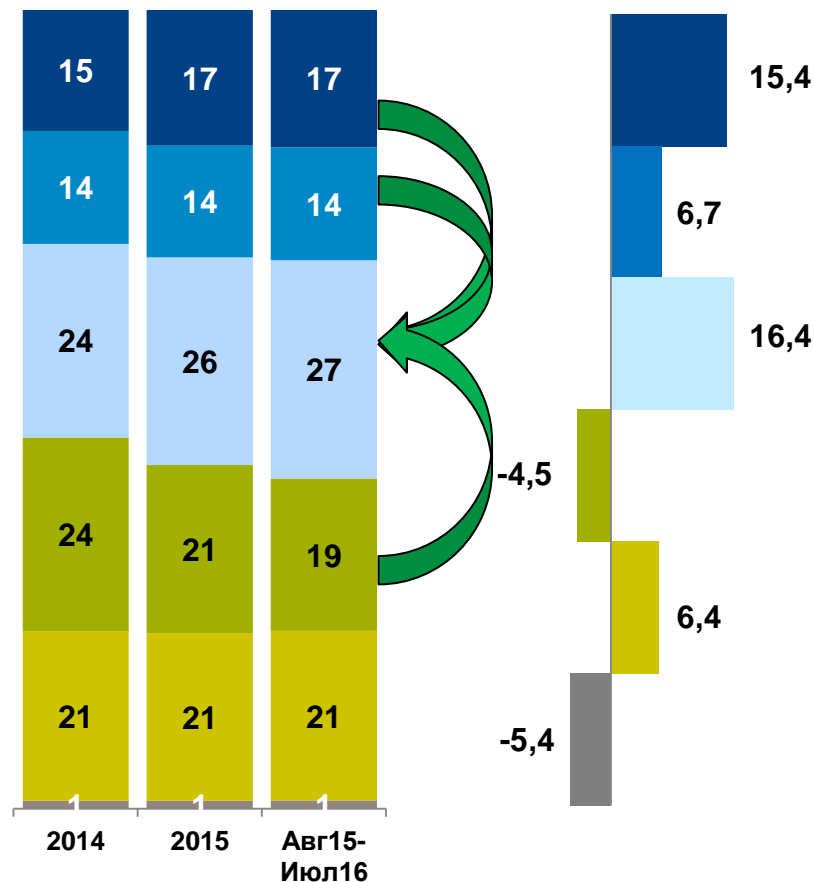


Прирост продаж, %
Авг15-Июл16 к
Июл15



Структура каналов торговли по затратам на Овощи и фрукты

Прирост продаж, %
Авг15-Июл16 к
Авг14-Июл15



Источник: ГфК Русь, Панель домашних хозяйств, FMCG вкл. свежие продукты

Примечание: * В Современную торговлю входят Гипермаркеты/С&С, Супермаркеты, Дискаунтеры, Интернет и Парфюмерные и хозяйственные и другие сети

Магнит Дискаунтер удерживает лидерство среди розничных сетей на рынке FMCG. Магнит Дискаунтер, Пятерочка, Лента и Дикси увеличили доли рынка по сравнению с прошлым годом.



Доля рынка по затратам на FMCG в %, Авг15-Июл16

Прирост долей, п.п.
Авг15-Июл16 к Авг14-Июл15

МАГНИТ Дискаунтер	8,7	+0,3	
ПЯТЁРОЧКА	7,0	+1,0	
АШАН	4,1	-0,3	
ЛЕНТА Гипермаркет	3,2	+0,3	
МАГНИТ Гипермаркет	2,6	+0,1	
ДИКСИ	2,2	+0,3	
ПЕРЕКРЕСТОК	1,7	+0,1	
О'КЕЙ Гипермаркет	1,6	+0,0	
METRO C&C	1,2	+0,1	
КАРУСЕЛЬ	0,9	+0,0	

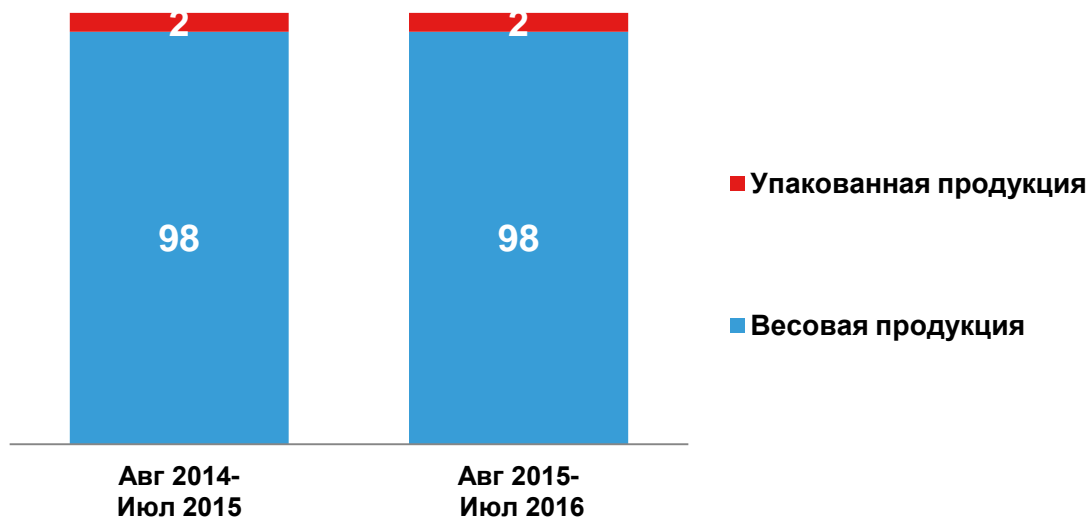
Изменение в рейтинге >+/-0,1 п.п.,
Авг15-Июл16 к Авг14-Июл15

Приложение 1

Продукция в заводской потребительской упаковке занимает совсем небольшую долю в денежном выражении (2%) в категории свежие овощи и фрукты и это значение стабильно на протяжении последних нескольких лет. Причем в свежих овощах упакованной продукции более 4% денежном выражении, в то время как в свежих фруктах – менее 1%



Доля продаж в денежном выражении, %



<1%



>4%

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Ilya Vinkler
Consumer Panel Services GfK Rus
T: +7 495 937 7222