

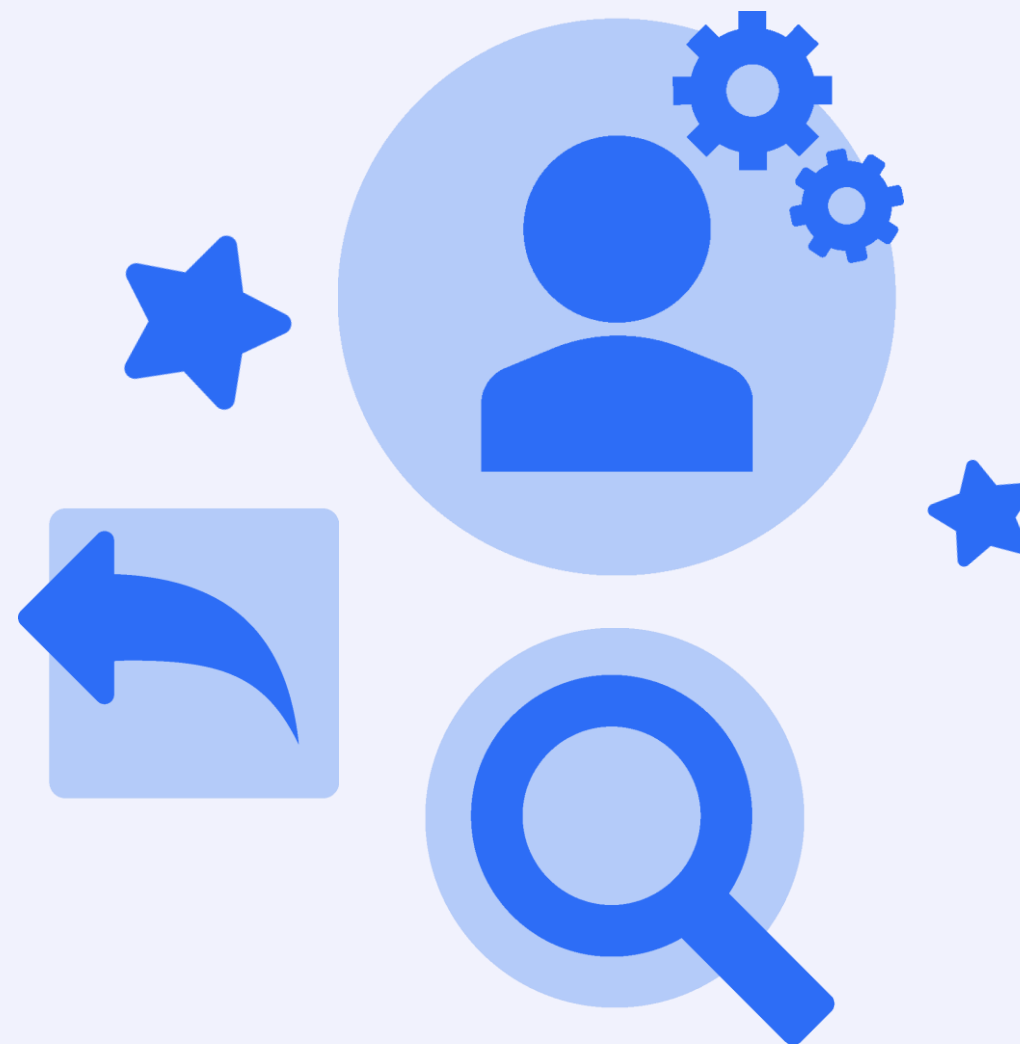
Покупатель и рынок

*Ключевые выводы и вектор развития
FMCG-индустрии в 2025*

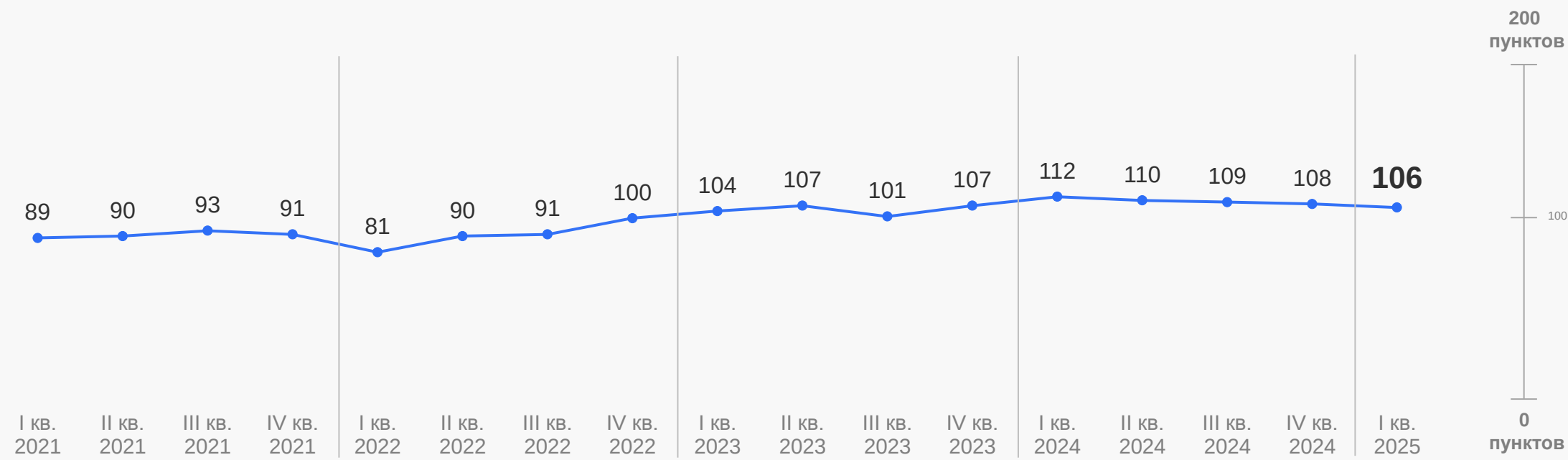
Мария Гаранина

*Руководитель направления продаж образовательных проектов
Нильсен (ранее руководитель направления по работе с ритейлом)*

Апрель 2025



Покупательский оптимизм остается на высоком уровне — 106 пунктов в I квартале 2025



46% покупателей считают, что сейчас «отличное или хорошее время» для совершения покупок

59% оценивают личное материальное положение как «отличное или хорошее»

Индекс потребительского оптимизма Нильсен.

Рациональный оптимизм: ключевые индикаторы сегодняшней модели покупательского поведения



**Здоровье и рост цен
на ежедневные
покупки**

*остаются в фокусе
внимания*



**62%
покупателей**

*прибегают к той
или иной стратегии
экономии даже на
фоне роста
располагаемых
доходов*



**Покупка одежды,
развлечения и питание
вне дома**

*основные статьи
экономии для большинства
потребителей. Домашнее
потребление более
«защищено»*



**Только
15% покупателей**

*продолжат покупать
более доступные
бренды при улучшении
их финансового
положения*

Динамика рынка FMCG: продажи за последние 12 месяцев по январь 2025



данные 180
торговых
сетей



онлайн-
магазины и
маркетплейсы



ручной аудит
традиционной
торговли



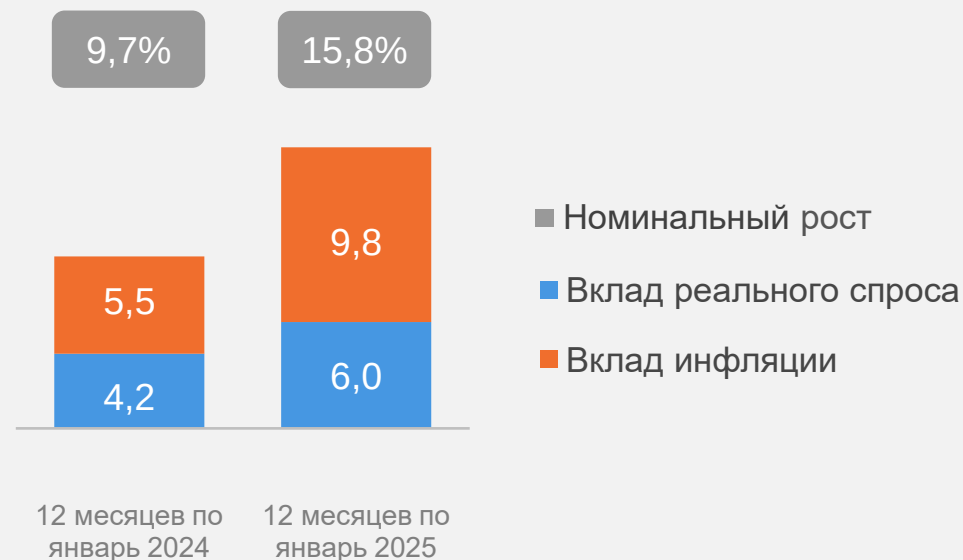
сельская
Россия

15,8%

*на столько выросли продажи
товаров повседневного спроса
за последние 12 месяцев*

из каких факторов
формировался
результат?

Динамика продаж FMCG и влияние факторов, %

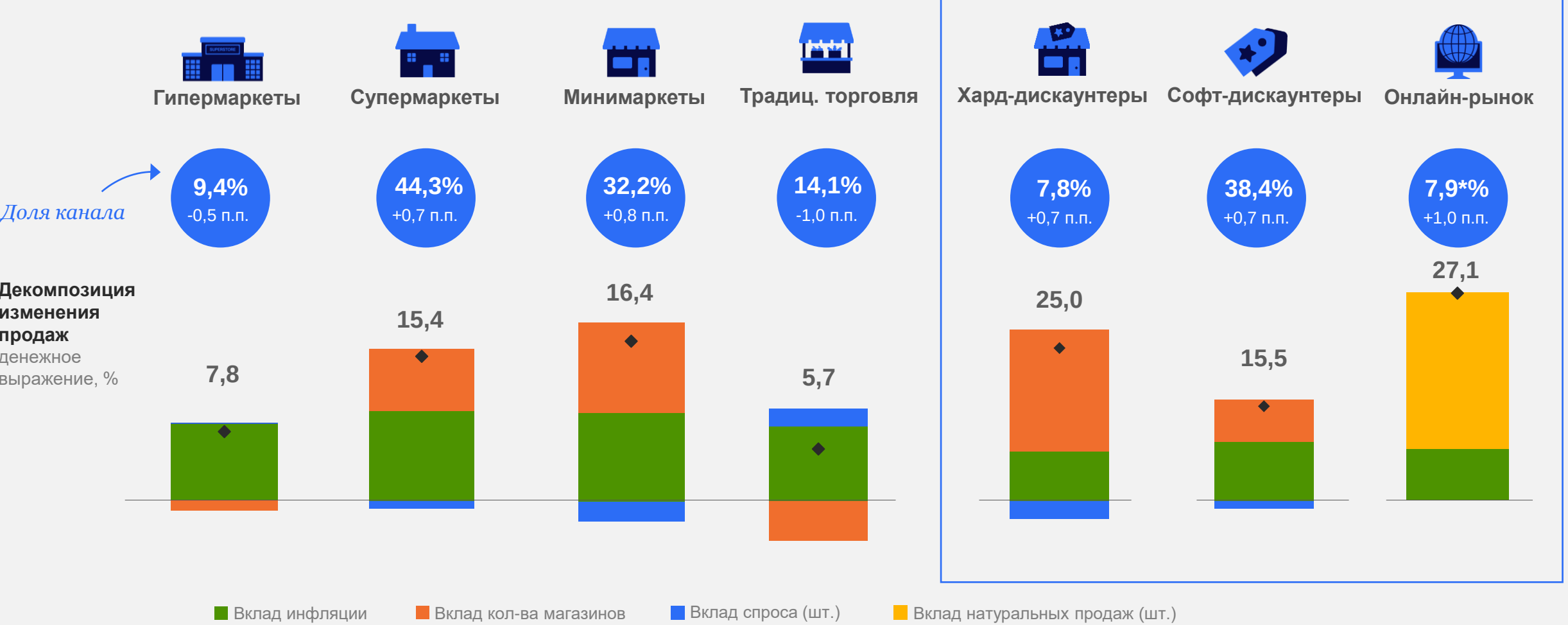


*По итогам года реальный спрос в среднем обеспечивал
около трети номинального результата FMCG-рынка.*

Источник: Национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 торговых сетей и ручной аудит каналов традиционной торговли городской и сельской России, измерения онлайн-рынка).

Вклад инфляции = вклад от изменения цены за упаковку, вклад реального спроса = вклад от изменения натурального товарооборота (упаковки). Период: 12 месяцев по январь 2025 года и аналогичный период годом ранее.

В быстрорастущих каналах один из ключевых факторов роста — увеличение числа торговых точек



Источник: ритейл-аудит Нильсен (продажи сопоставимых категорий на уровне национального аудита (180 торговых сетей и ручной аудит каналов традиционной торговли + онлайн-рынок FMCG). Без учета табака. 12 месяцев по январь 2025 г.

Полный рынок FMCG: большинство индустрий продолжило расти в натуральном выражении



Ключевые драйверы FMCG-рынка:

Алкоголь

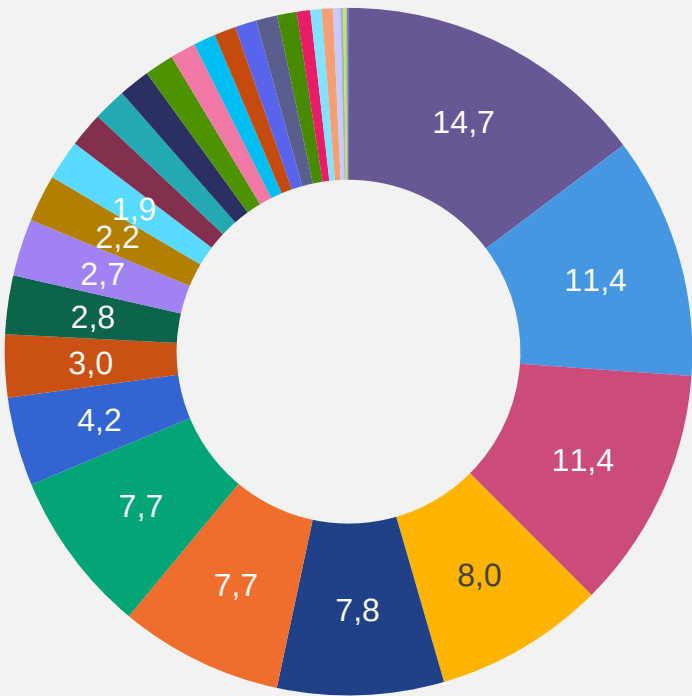
Холодные напитки

Фрукты и овощи

Самая быстрорастущая индустрия:

Готовая еда

Доли категорий в структуре продаж, денежное выражение, %



Динамика продаж FMCG, 2025 год к 2024 году, %



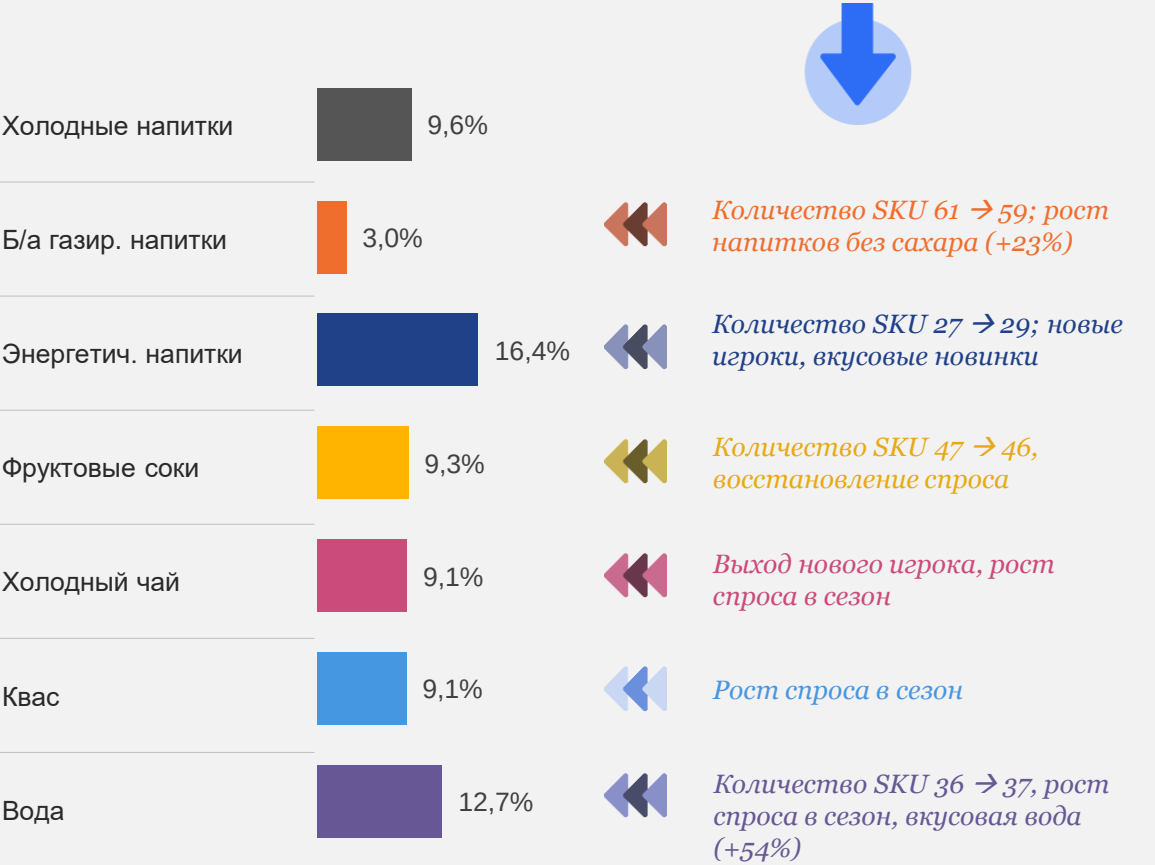
Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 торговых сетей и ручной аудит каналов традиционной торговли городской и сельской России, измерения онлайн-рынка), 12 месяцев по январь 2025 года и аналогичный период годом ранее.

Прохладительные напитки: перераспределение ассортимента, рост спроса в высокий сезон, развитие вкусов, новинки

Топ-брендов в индустрии безалкогольных напитков, 2024 год, денежное выражение

Бренд	Позиция в рейтинге	Изменение позиции к 2023 году
«Добрый» (Мултон Партнерс)	1	(=)
Adrenaline (PepsiCo)	2	(=)
«Черноголовка» (ГК Черноголовка)	3	(=)
«Святой источник» (Borjomi)	4	(=)
Flash Up (Балтика)	5	(+2)
Lipton (PepsiCo)	6	(=)
Burn (Monster Beverage Corporation)	7	(+7)
«Любимый» (PepsiCo)	8	(-3)
Rich (Мултон Партнерс)	9	(-1)
«Сады Придонья» (Сады Придонья)	10	(-1)
Red Bull (Red Bull)	11	(+1)
Fresh Bar (Global Functional Drinks)	12	(+3)
Coca-Cola (Coca-Cola)	13	(-2)
Tornado (Global Functional Drinks)	14	(-4)
Aqua Minerale (PepsiCo)	15	(+2)

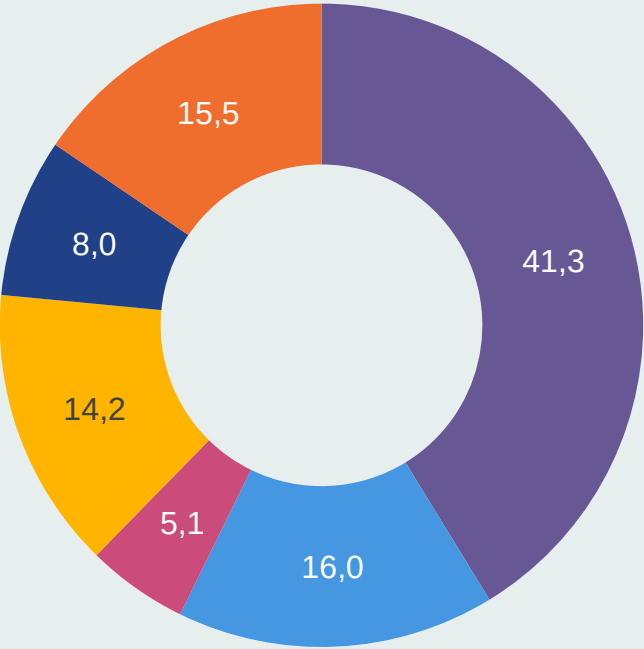
Динамика продаж напитков, натуральное выражение, %



Источники: измерения национального ритейл-аудита Нильсен (более 180 сетей и ручной аудит традиционных торговых точек, включая данные сельской России) и данные розничных сетей (Скантрек) для тех категорий, где недоступен национальный аудит, офлайн-рынок. Январь–декабрь 2024 года. Без учета СТМ.

Алкоголь: в группе национальных алкогольных напитков **продажи соджу** в несколько раз опережают темпы роста других сегментов

Структура продаж,
натуральное выражение, %



Динамика продаж,
денежное выражение, %

Динамика продаж,
натуральное выражение, %

Нац. алкогольн. напитки	Динамика продаж, денежное выражение, %	Динамика продаж, натуральное выражение, %
■ Соджу	184,1	348,1
■ Чача	56,9	61,0
■ Самогон	-1,2	-3,7
■ Кальвадос	15,0	13,2
■ Граппа	16,0	11,7
■ Другие	-2,9	-14,4

Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек, более 150 розничных сетей) и алкомаркетах, офлайн-рынок. 12 месяцев по декабрь 2024.



6,1%

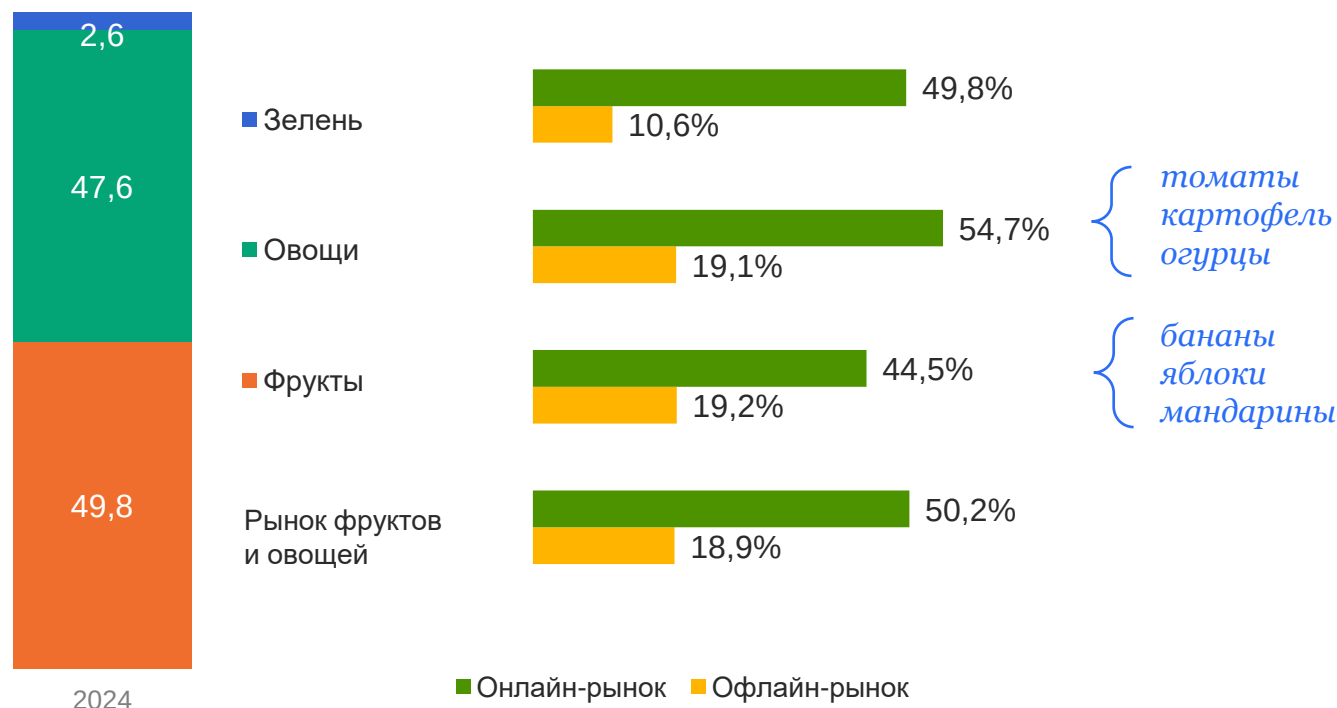
составила доля онлайн-рынка для индустрии фруктов и овощей в 2024 году составила, прибавив за 12 месяцев сразу 1,2 п.п.

Фрукты и овощи: индустрия продолжает расти двузначными темпами, особенно наращивая значимость на онлайн-рынке

Доля продаж сегментов, денежное выражение, %

Изменение продаж, % 2024 к 2023 году

Ключевые драйверы роста продаж, денежное выражение, 2024 к 2023 году



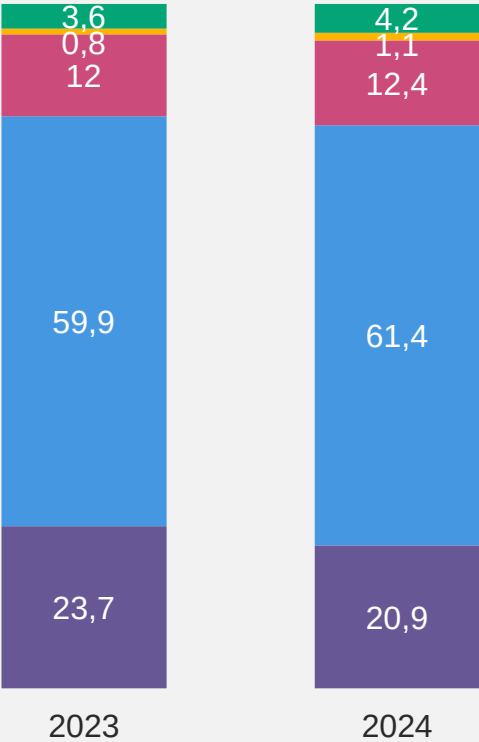
Источник: данные о полном товарообороте розничных сетей Нильсен (TSR) офлайн и онлайн-рынок. Полный 2024 год.

Удобство и готовая еда: рост продаж в магазинах у дома и в онлайн-сервисах сильно опережает крупные форматы ритейла

Доля продаж каналов,
денежное выражение, %

Изменение продаж,
2024 к 2023 году, %

Ключевые драйверы



Онлайн-рынок	49,7%
Хард-дискаунтеры	78,3%
Минимаркеты	34,5%
Супермаркеты	32,8%
Гипермаркеты	14,2%

29,6% составил рост продаж готовых блюд относительно прошлого года



Офлайн-рынок

- Хлебобулочные изделия с начинкой
- Салаты
- Комплексные готовые блюда



Онлайн-рынок

- Салаты
- Хлебобулочные изделия с начинкой
- Супы и бульоны

Источник: данные о полном товарообороте розничных сетей Нильсен (TSR) офлайн и онлайн-рынок. Полный 2024 год.

Ассортимент FMCG-магазина

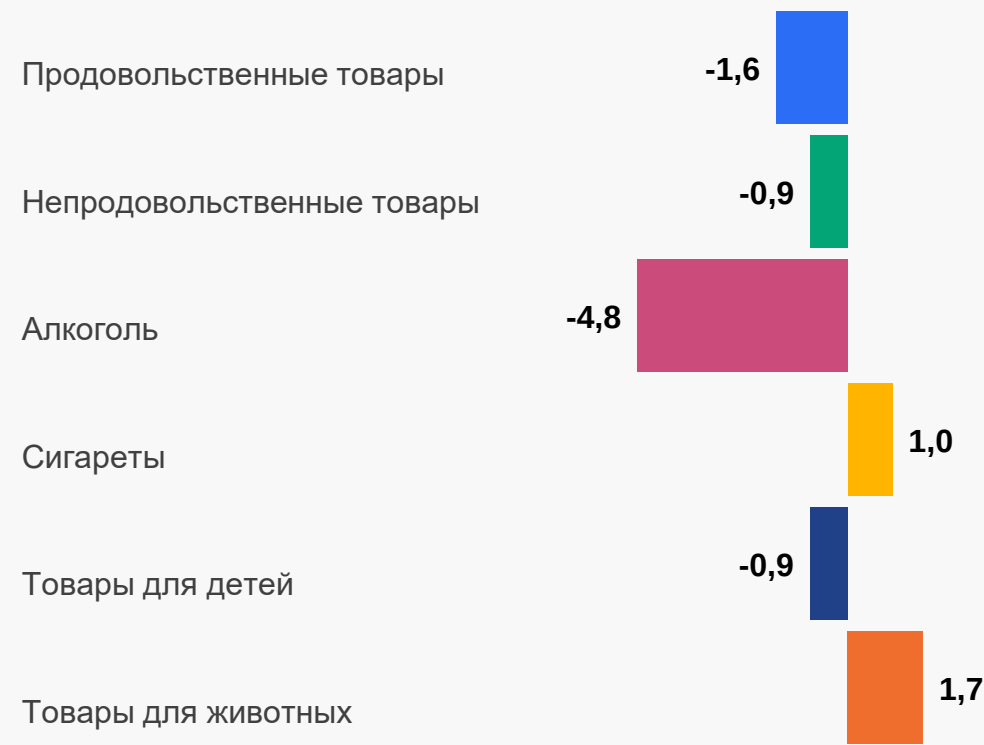
*Новинки, ключевые бренды
и эффективность инвестиций*



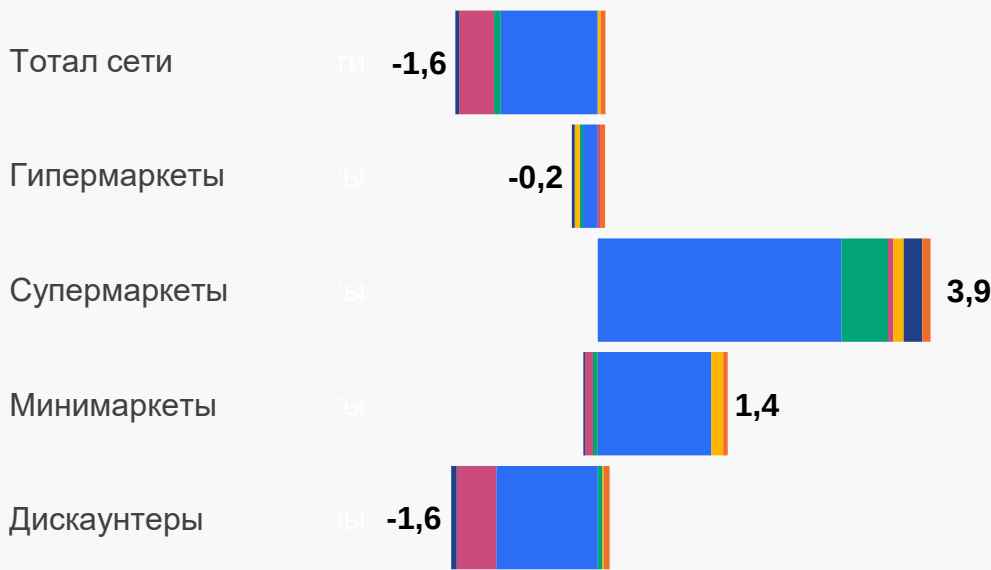
Ассортимент FMCG на полках магазинов **остается стабильным**

После активного запуска новинок и трансформации полки в 2022 и 2023 году ассортимент FMCG перешел к периоду стабилизации.

Изменение ассортимента, %



Декомпозиция изменений по каналам, %

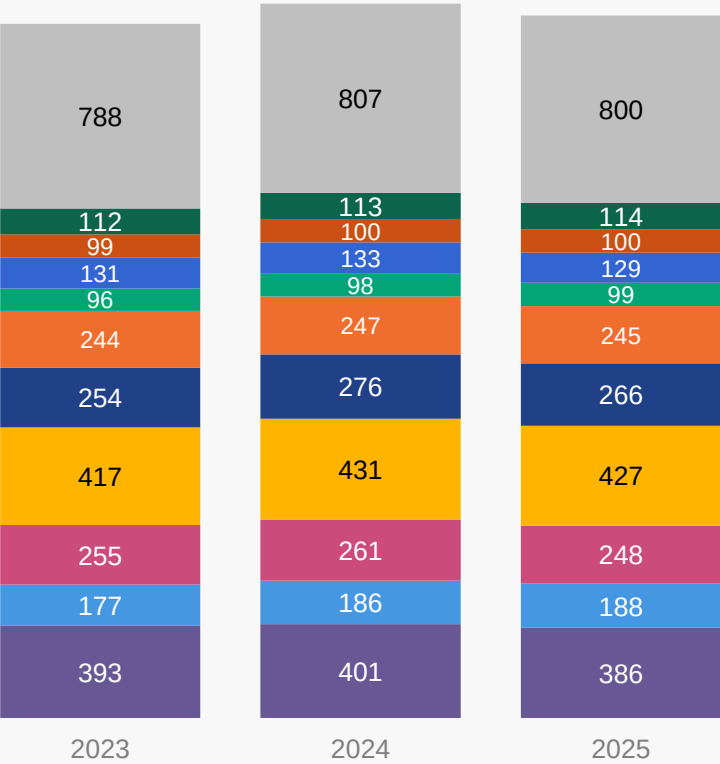


Ассортимент заметнее всего расширился в супермаркетах и минимаркетах.

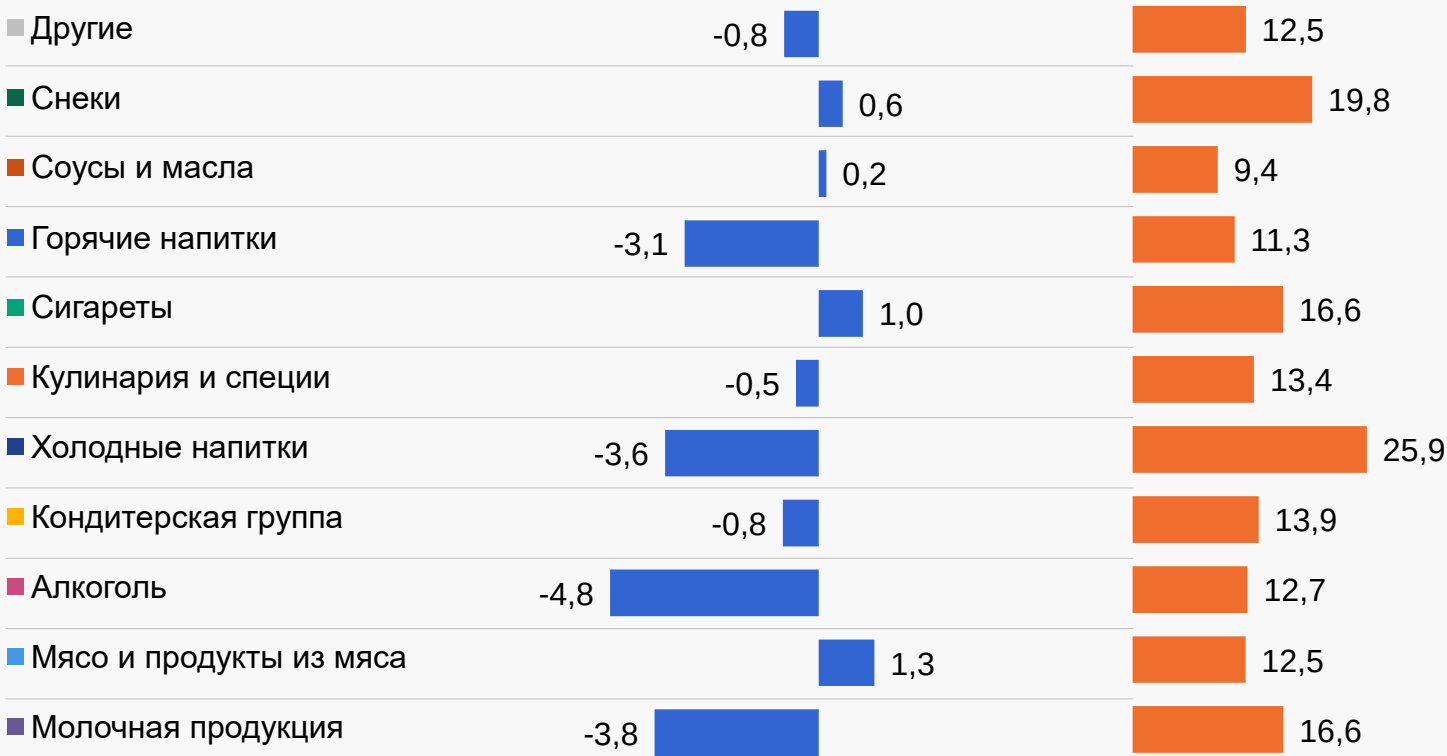
Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек, более 150 розничных сетей), офлайн-рынок. 12 месяцев по январь 2025.

В большинстве товарных групп ассортимент **стабилизировался**

Размер полки
Среднее количество SKU на магазин



Изменение ассортимента, %
Динамика продаж в рублях, %



Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек, более 150 розничных сетей), офлайн-рынок. 12 месяцев по январь 2025. Топ-10 индустрий по продажам в деньгах за 12 месяцев по январь 2025.

Как изменился ассортимент рынка FMCG в 2024 году?

11 912

новых брендов появилось на рынке FMCG в 2024 году, включая выходы существующих игроков в новые сегменты

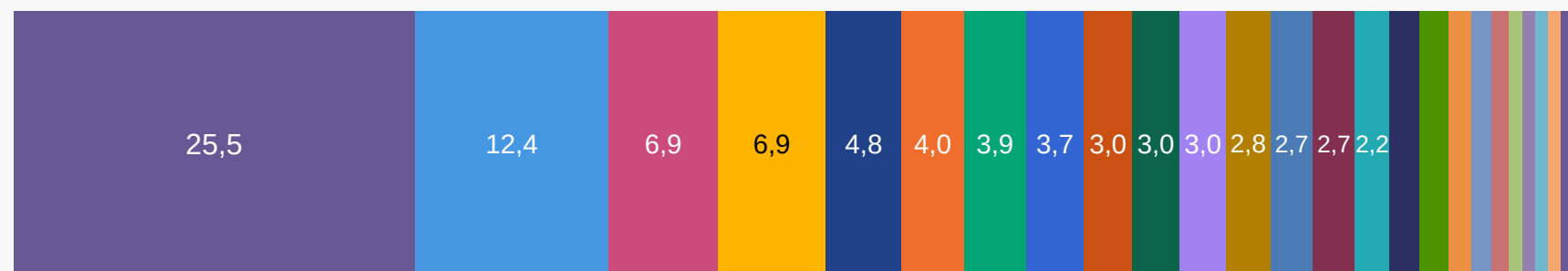


Источник: измерения национального ритейл-аудита Нильсен (более 180 сетей и ручной аудит традиционных торговых точек, включая данные сельской России) и данные розничных сетей (Скантрек) для тех категорий, где недоступен национальный аудит, офлайн-рынок. Январь-декабрь 2024 года.

Новинки 2024: в каких категориях запустилось больше всего новых брендов?

Четверть новых брендов в 2024 году пришла на кондитерскую группу

Доля новинок в категориях,
2024 год, %



- | | | | |
|-------------------------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| ■ Кондитерская группа | ■ Алкоголь | ■ Уход за телом | ■ Молочная продукция |
| ■ Холодные напитки | ■ Уход за волосами | ■ Средства для дома | ■ Уход за лицом и косметика |
| ■ Средства для стирки | ■ Кулинария и специи | ■ Уход за дом. животными | ■ Закуски |
| ■ Замороженные продукты | ■ Мясо и продукты из мяса | ■ Соусы и масла | ■ Консервированные овощи |
| ■ Горячие напитки | ■ Гигиена | ■ Табак | ■ Уход за полостью рта |
| ■ Средства для бритья | ■ Рыба и морепродукты | ■ Уход за детьми | ■ Мороженое |
| ■ Освежители воздуха | ■ Борьба с насекомыми | ■ Детское питание | ■ Батарейки |
| ■ Уход за одеждой | ■ Забота о здоровье | | |



В топ-10 индустрий по доле новинок в 2024 году сразу половина относится к непродовольственному сектору: товары для ухода за телом и волосами, средства для дома, уходовая косметика и товары для стирки

Источник: измерения национального ритейл-аудита Нильсен (более 180 сетей и ручной аудит традиционных торговых точек, включая данные сельской России) и данные розничных сетей (Скантрек) для тех категорий, где недоступен национальный аудит, офлайн-рынок. Январь–декабрь 2024 года.

Как изменился ассортимент рынка FMCG в 2024 году?

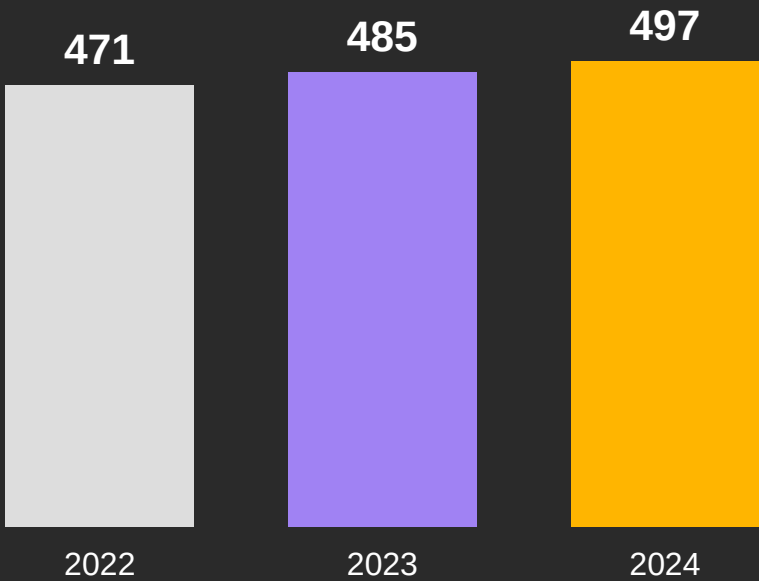
16%

*FMCG-брендов, запущенных
в 2023 году, уже исчезли
с полок магазинов*

Национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 сетей и ручной аудит традиционных торговых точек, включая данные сельской России) и данные розничных сетей (Скантрек) для тех категорий, где недоступен национальный аудит, офлайн-рынок. Январь-декабрь 2024 года.

На фоне консолидации рынка растет разнообразие продуктов на полке и значимость небольших игроков в структуре категорий

Количество SKU с ненулевыми продажами, тысяч штук



Процент SKU, формирующий товарооборот FMCG-рынка

		% от FMCG-рынка в деньгах				
		50%	60%	70%	80%	90%
% SKU	2020	0,7	1,2	2,1	4	8,8
	2021	0,6	1,1	2	3,8	8,4
	2022	0,6	1,0	1,9	3,6	8,0
	2023	0,5	0,9	1,7	3,3	7,5
	2024	0,5	0,9	1,6	3,1	7,0

Источник: измерения национального ритейл-аудита Нильсен (более 180 сетей и ручной аудит традиционных торговых точек, включая данные сельской России) и данные розничных сетей (Скантрек) для тех категорий, где недоступен национальный аудит, офлайн-рынок. Январь-декабрь 2024 года. *для 2020-2021 года взяты данные без учета сельской России

Почти во всех категориях происходит реструктуризация: часть брендов резко усилила позиции и смогла **войти в топ-30** ключевых марок в своей индустрии



Алкоголь

- №13. «Бочкарев», **+22 строчки**
- №21. Stella Artois, **+19 строчек**
- №23. «Царская», **+13 строчек**



Мясные изделия

- №17. Deli Kai Ser, **+28 строчек**
- №27. «Слово мясника», **+16 строчек**
- №30. «Ратимир», **+6 строчек**



Уход за лицом

- №21. Aravia, **+25 строчек**
- №22. Eva Mosaic, **+9 строчек**
- №30. Evo, **+7 строчек**



Снеки, закуски

- №14. Botanica, **+63 строчки**
- №29. «Дон Крутон», **+12 строчек**



Молочная продукция

- №21. «Ростагроэкспорт», **+10 строчек**
- №27. «Фругурт», **+10 строчек**



Средства для бритья

- №22. Evolux, **+19 строчек**
- №28. Fax, **+595 строчек**



Кондитерские изделия

- №23. BabyFox, **+12 строчек**
- №28. «Любятово», **+4 строчки**



Товары для животных

- №24. Award, **+144 строчки**
- №27. AlphaPet, **+32 строчки**



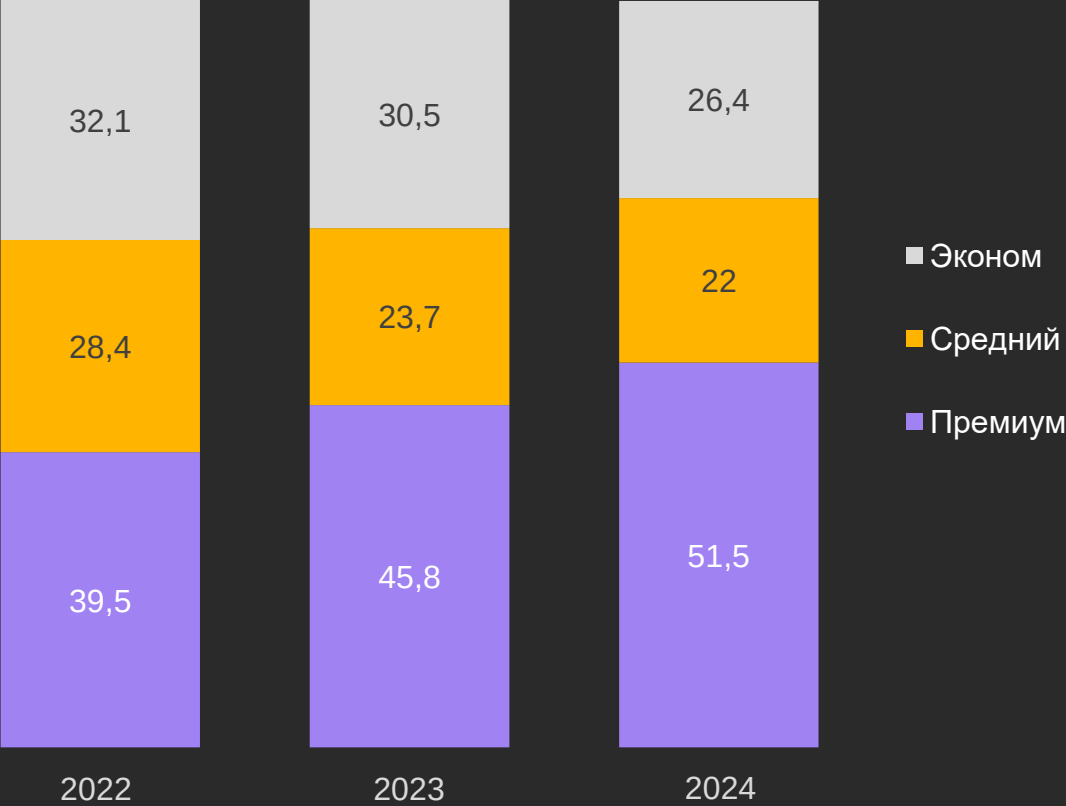
Уход за полостью рта

- №24. PSLAB, **+118 строчек**
- №28. Open Smile, **+6 строчек**

Источник: измерения национального ритейл-аудита Нильсен (более 180 сетей и ручной аудит традиционных торговых точек, включая данные сельской России) и данные розничных сетей (Скантрек) для тех категорий, где недоступен национальный аудит, офлайн-рынок. Январь–декабрь 2024 года.

Более половины запусков 2024 года пришлось на новинки из премиум-сегмента

Структура новинок по ценовым сегментам, %

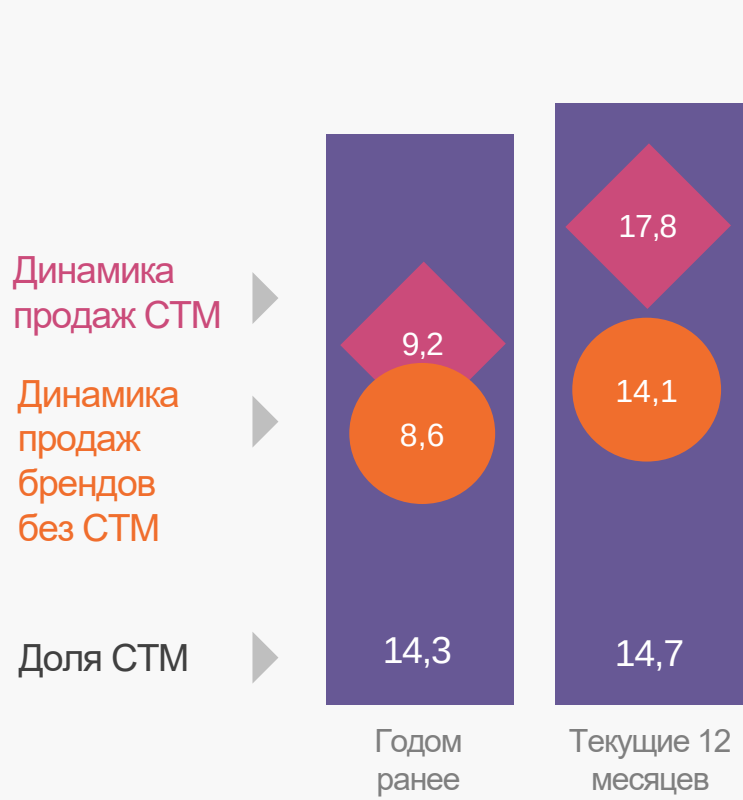


Рост премиум-товаров наблюдается за счет снижения доли новинок из среднего и низкого ценовых сегментов: если в 2023 году почти треть запусков обеспечили эконом-товары (30,4%), то за 12 месяцев в 2024 году их доля составила уже 26,4%.

Источник: измерения национального ритейл-аудита Нильсен (более 180 сетей и ручной аудит традиционных торговых точек, включая данные сельской России) и данные розничных сетей (Скантрек) для тех категорий, где недоступен национальный аудит, офлайн-рынок. Январь–декабрь 2024 года.

Частные марки: на сегмент приходится уже почти 15% оборота розничных сетей

Продовольствие



Непродовольствие



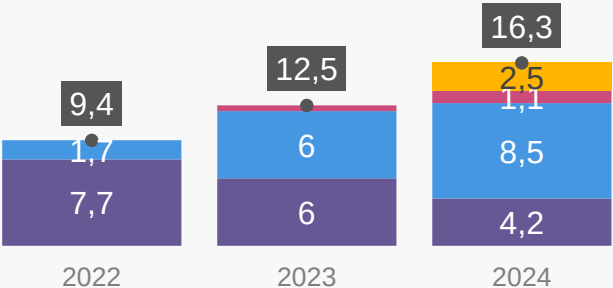
Развитие частных марок остается ключевым приоритетом для ритейлеров: 43% CEO розничных сетей в качестве ключевого фокуса в работе с ассортиментом планируют запуск новых брендов под СТМ

Источник: измерения Нильсен: офлайн-рынок (более 150 розничных сетей). Без учета табака, 12 месяцев по декабрь 2024 года, денежное выражение, %. Опрос CEO, Нильсен, 2024 год.

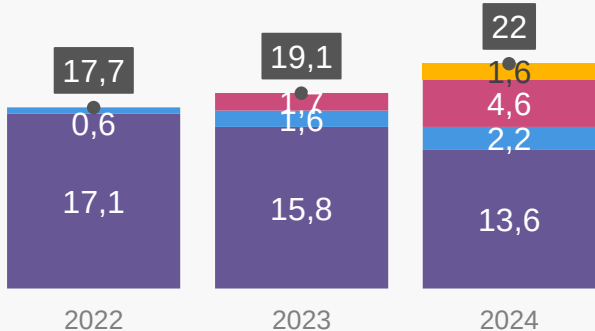
Новинки являются драйвером роста СТМ для многих категорий

Сегментация СТМ по времени запуска,
денежное выражение, %

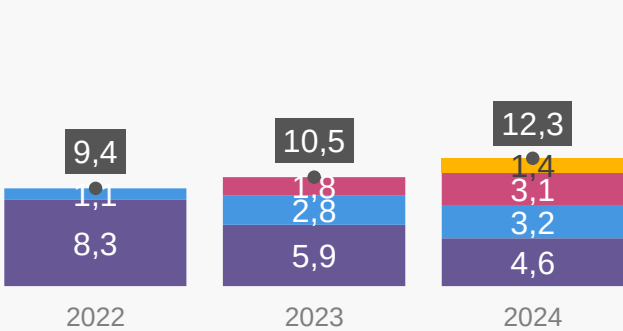
Мороженое



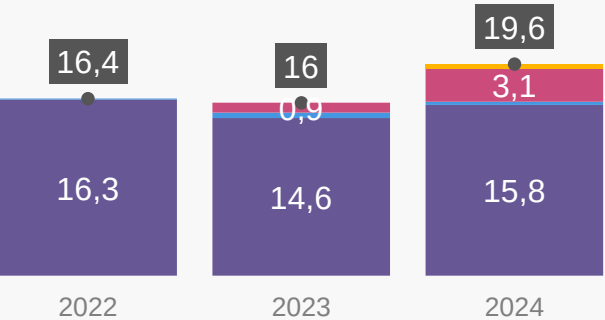
Мягкий сыр



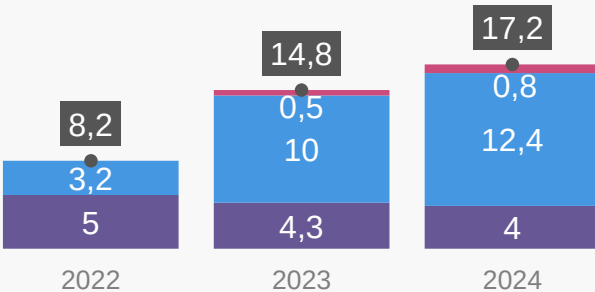
Колбасные изделия*



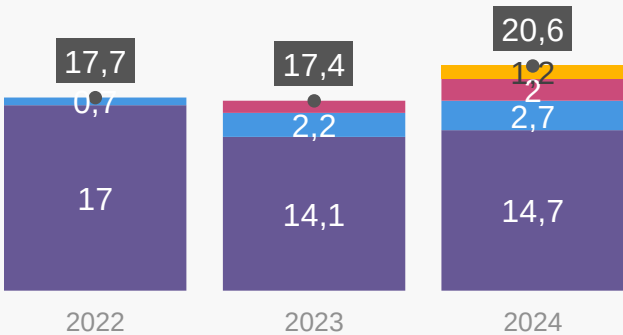
Джин



Ром



Фруктовый сок



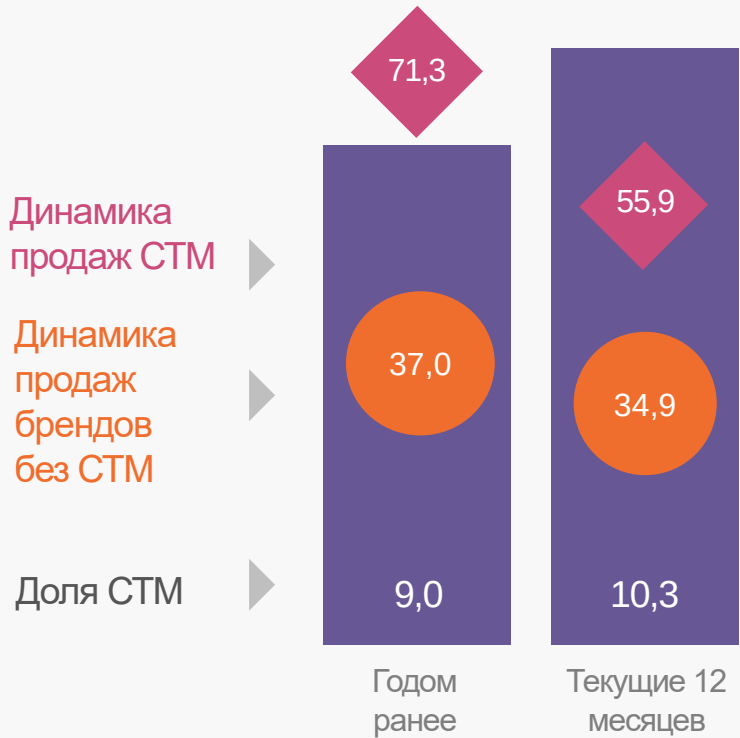
■ старые продукты ■ новинки 2022 ■ новинки 2023 ■ новинки 2024 ● СТМ

Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек, более 150 розничных сетей), офлайн-рынок. Январь – декабрь 2024. *Упакованная продукция.

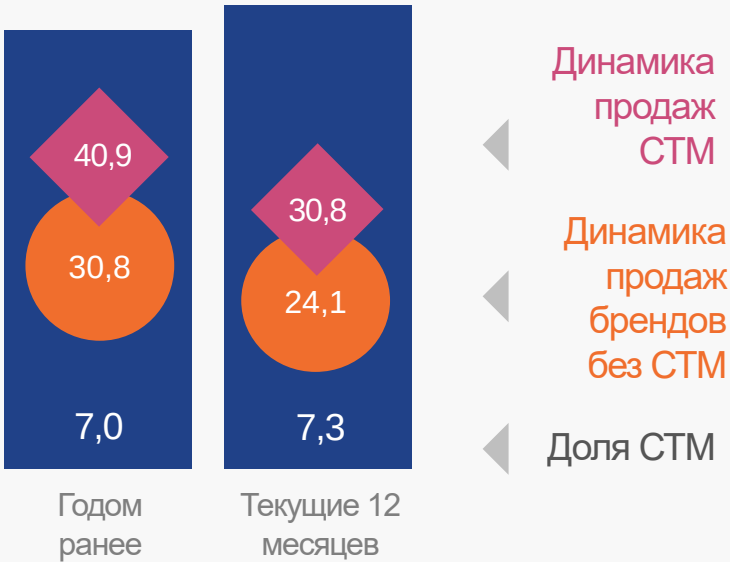
Частные марки на онлайн-рынке FMCG: **доля продаж приближается к 10%**

Группа продовольственных товаров развивается в сегменте СТМ опережающими темпами

Продовольствие



Непродовольствие



Категории СТМ с наибольшим приростом доли

онлайн-рынок FMCG, доля СТМ в продовольственных категориях

	Доля	Рост доли за год
Консерв. грибы и овощи в соку	34	+8,7пп
Консерв. грибы и овощи в рассоле	38,9	+8,6пп
Рыба и морепродукты	46,1	+8,1пп
Шоколадная паста	13,7	+7,1пп
Сливки	26,3	+5,3пп
Мягкие и плавленые сыры	19,5	+5,3пп
Ряженка	13	+4,8пп

Источник: ритейл-аудит онлайн-рынка Нильсен. 12 месяцев по декабрь 2024 года, денежное выражение, %.

Как управлять категорией, чтобы продавать больше?

Первый в России тренинг, объединяющий аналитику, бизнес-симуляцию и реальные данные для категорийных менеджеров

85% участников
внедряют новые подходы
сразу после курса

Что вы
получите
за **2 дня**
тренинга?

Работа с данными
научитесь принимать решения
на основе аналитики

Реальный бизнес-кейс
разбор категорийного
менеджмента в действии

Практика + симуляция
отработаете знания в
бизнес-игре CatManSim

Рост продаж
после обучения вы сможете сразу
внедрить новые подходы

Узнать о новых программах, а также
зарегистрироваться на **ближайший
тренинг** можно здесь:

[Управление категорией с помощью данных](#)



Казань

10-11 июня 2025

8 913 950 51 05

maria.garanina@n-df.ru

Мария Гаранина

Руководитель направления продаж образовательных проектов Нильсен