

Retail & FMCG: вызовы и тренды 2025 года

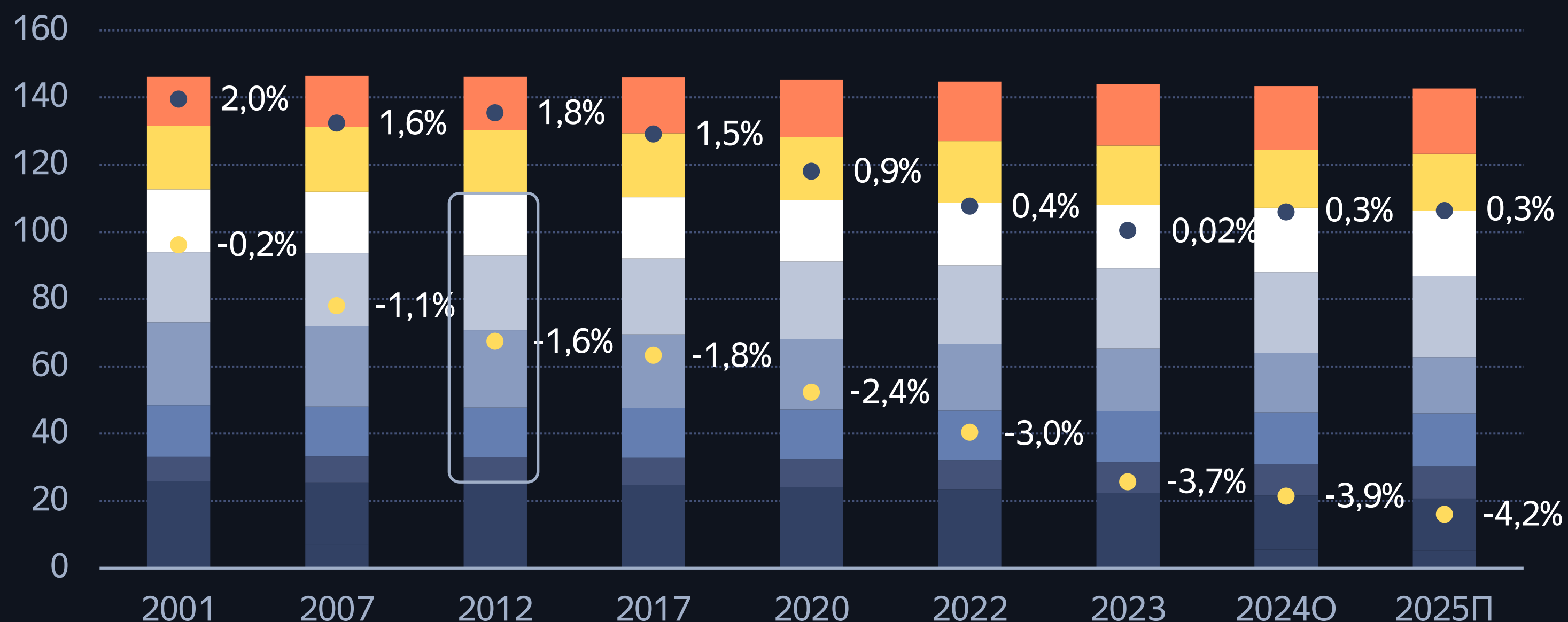
Реклама

Михаил Бурмистров
Генеральный директор, INFOLine-Аналитика



21 млн домохозяйств из одного человека!

Динамика численности населения РФ по возрастам, млн человек



55–64 лет

Повышение пенсионного возраста

15–19 лет

Рост доли в расходах

Рост количества покупателей-мужчин

до 14 лет сокращается

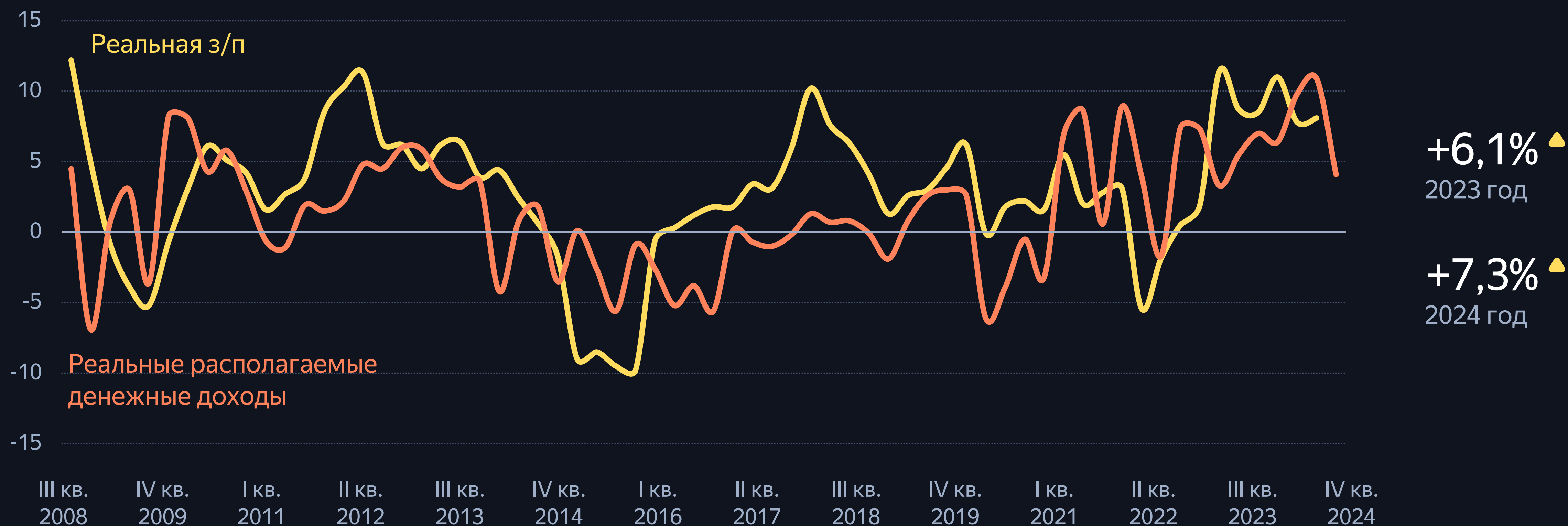
21 млн

37% от общего числа

Одиночных домохозяйств, рост **×1,5** рост с 14 до 21 млн за 2010–2024 гг.

Финансы домохозяйств: доходы выросли, но жильё и автомобили становятся всё менее доступными

Динамика зарплаты и доходов населения, %

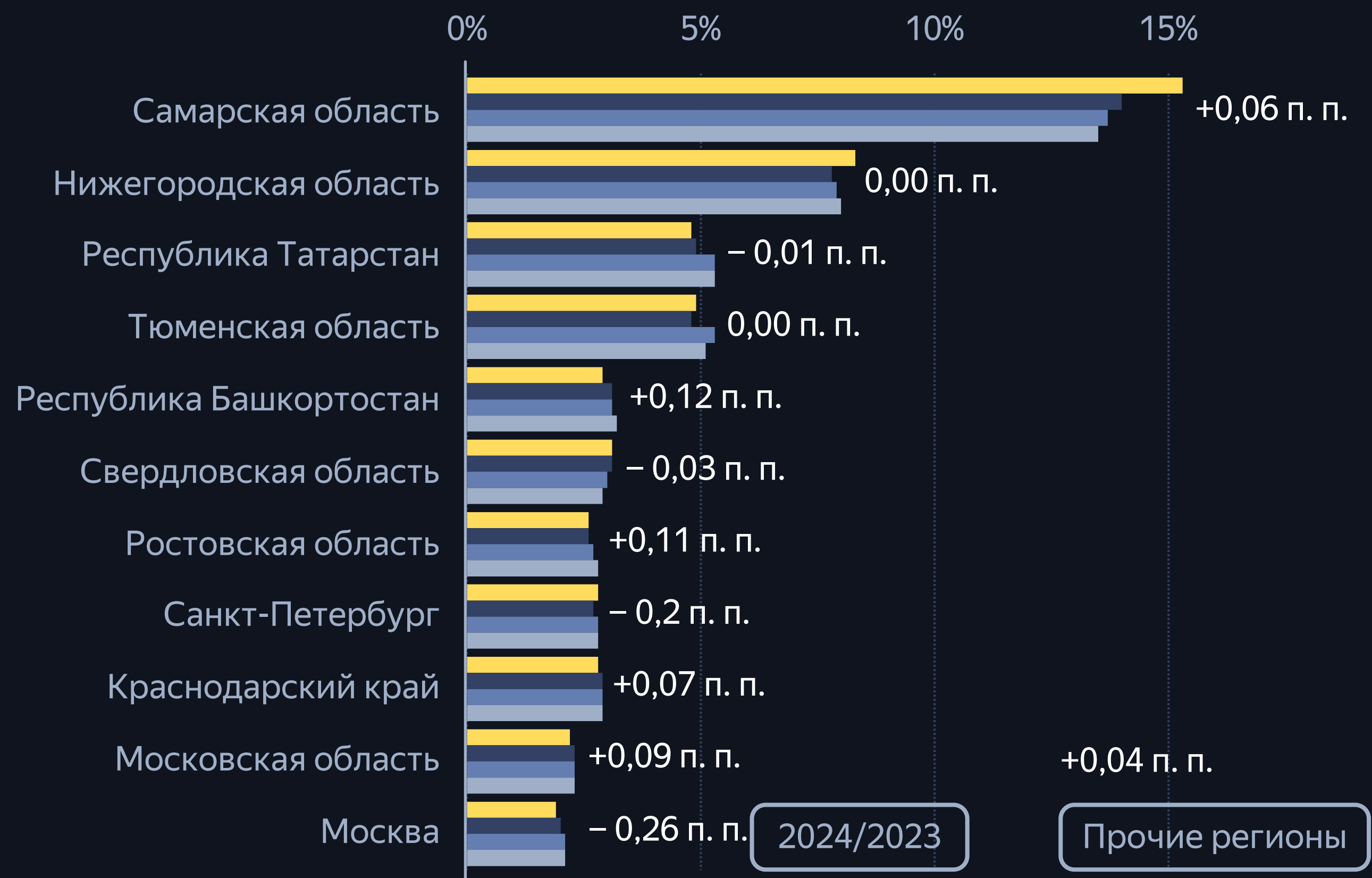


Новые группы в среднем классе — «синие воротнички»

Доходы в регионах растут быстрее

Структура РТО Food в 2021–2024 гг.

■ 2024 ■ 2023 ■ 2022 ■ 2021



- Заработные платы в регионах растут опережающими темпами
- Ограничения для работы мигрантов ускорят процесс индексации зарплат в ряде отраслей

строительство

грузоперевозки

курьерская доставка

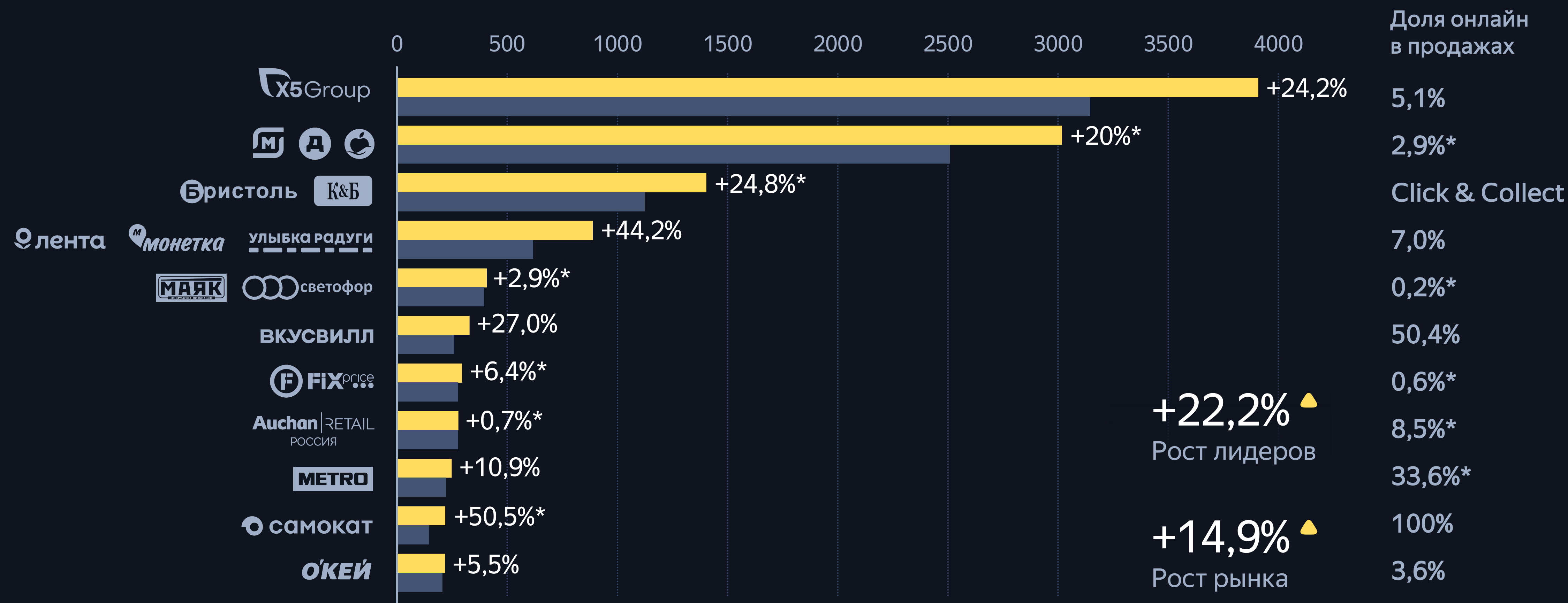
такси

- Внутренний туризм — важный драйвер роста потребления в ритейле, общепите и сфере услуг

Рейтинг крупнейших ритейлеров FMCG

Выручка, млрд руб. без НДС

■ 2023 ■ 2024

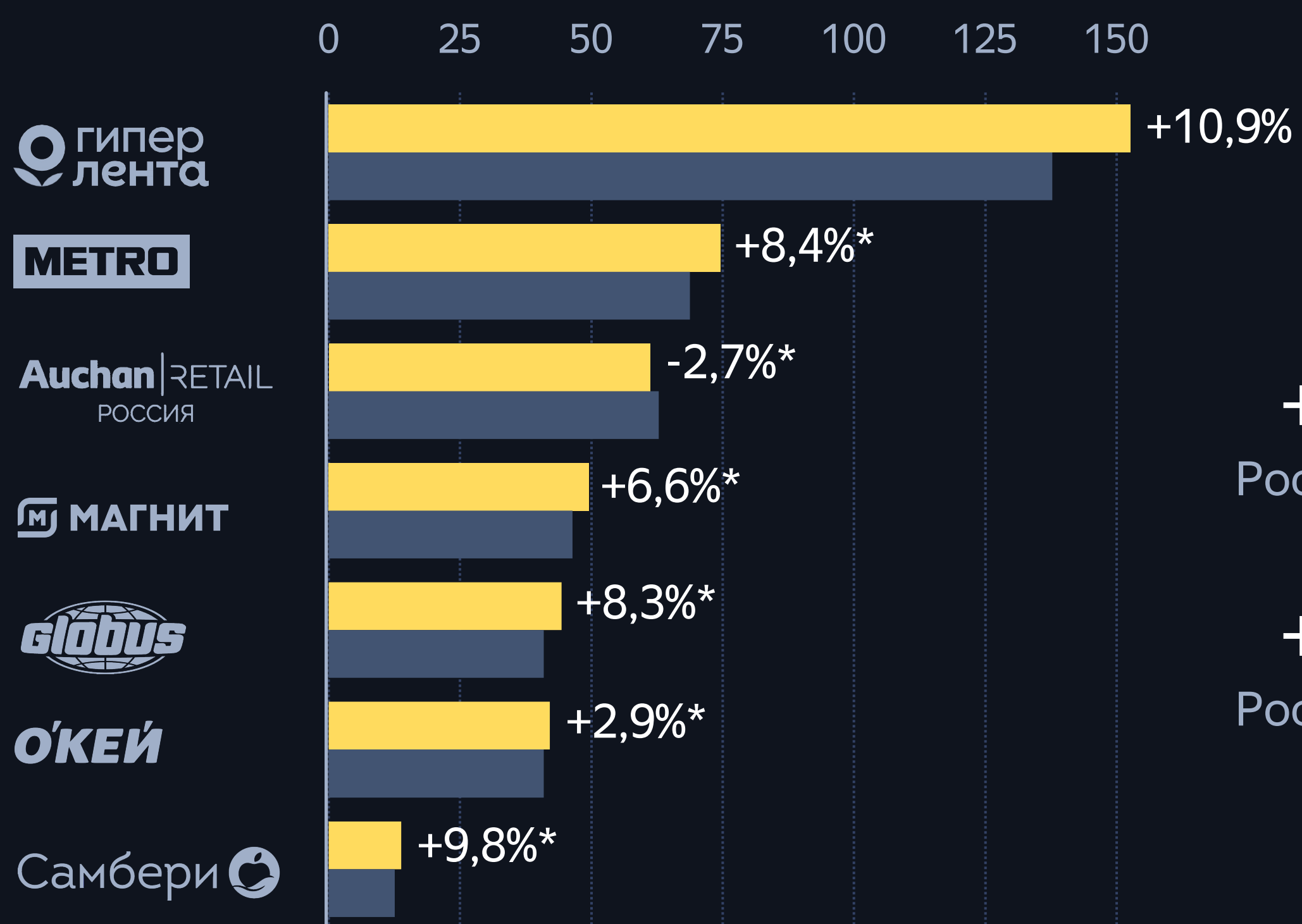


Источники: данные компаний; * расчёты и оценка INFOLine

Рейтинг сетей гипермаркетов: давление на формат усиливается

Выручка, млрд руб. без НДС

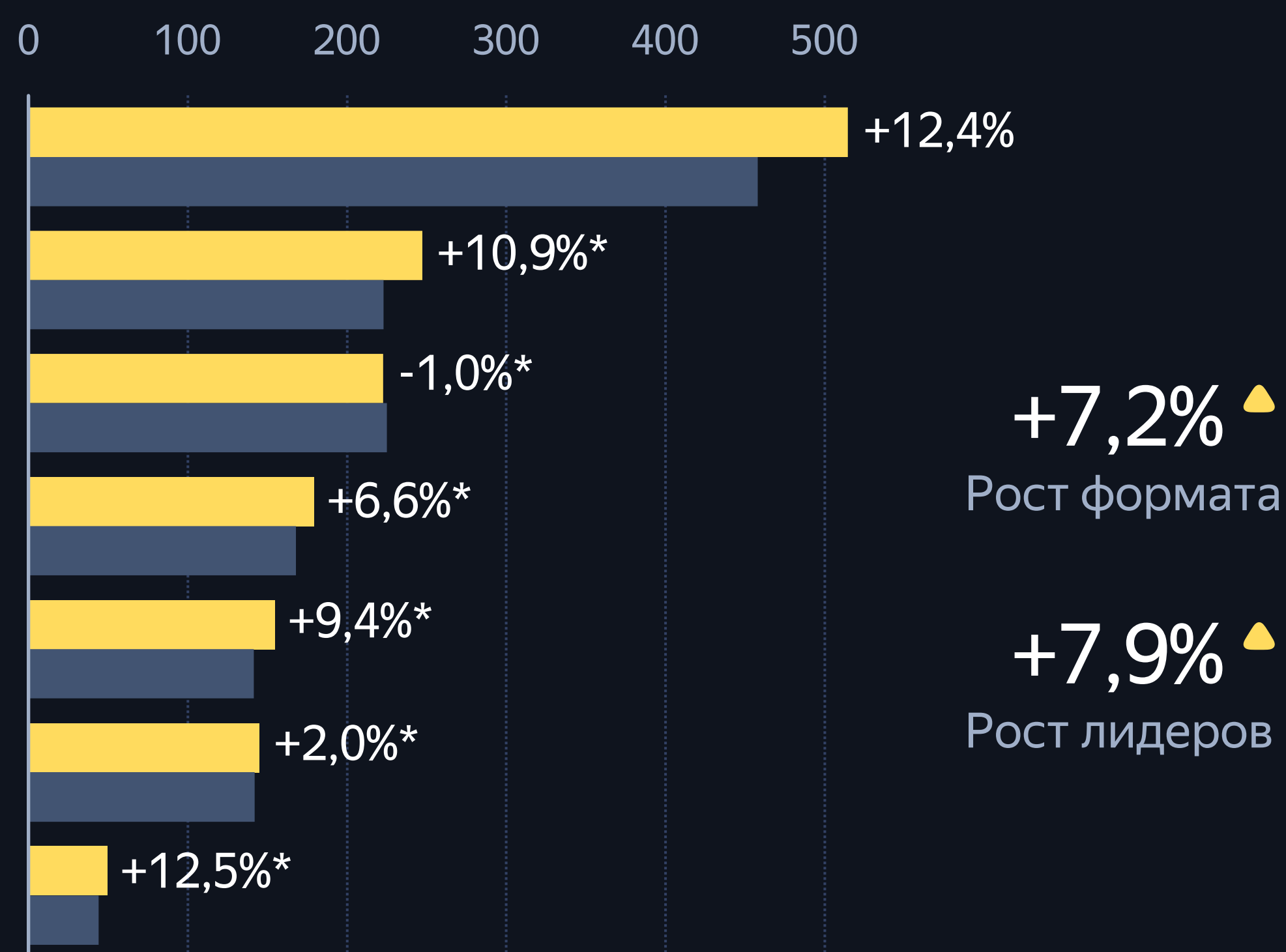
■ IV кв. 2023 г. ■ IV кв. 2024 г.



+6,4% ▲
Рост формата

+6,8% ▲
Рост лидеров

■ 2023 ■ 2024



+7,2% ▲
Рост формата

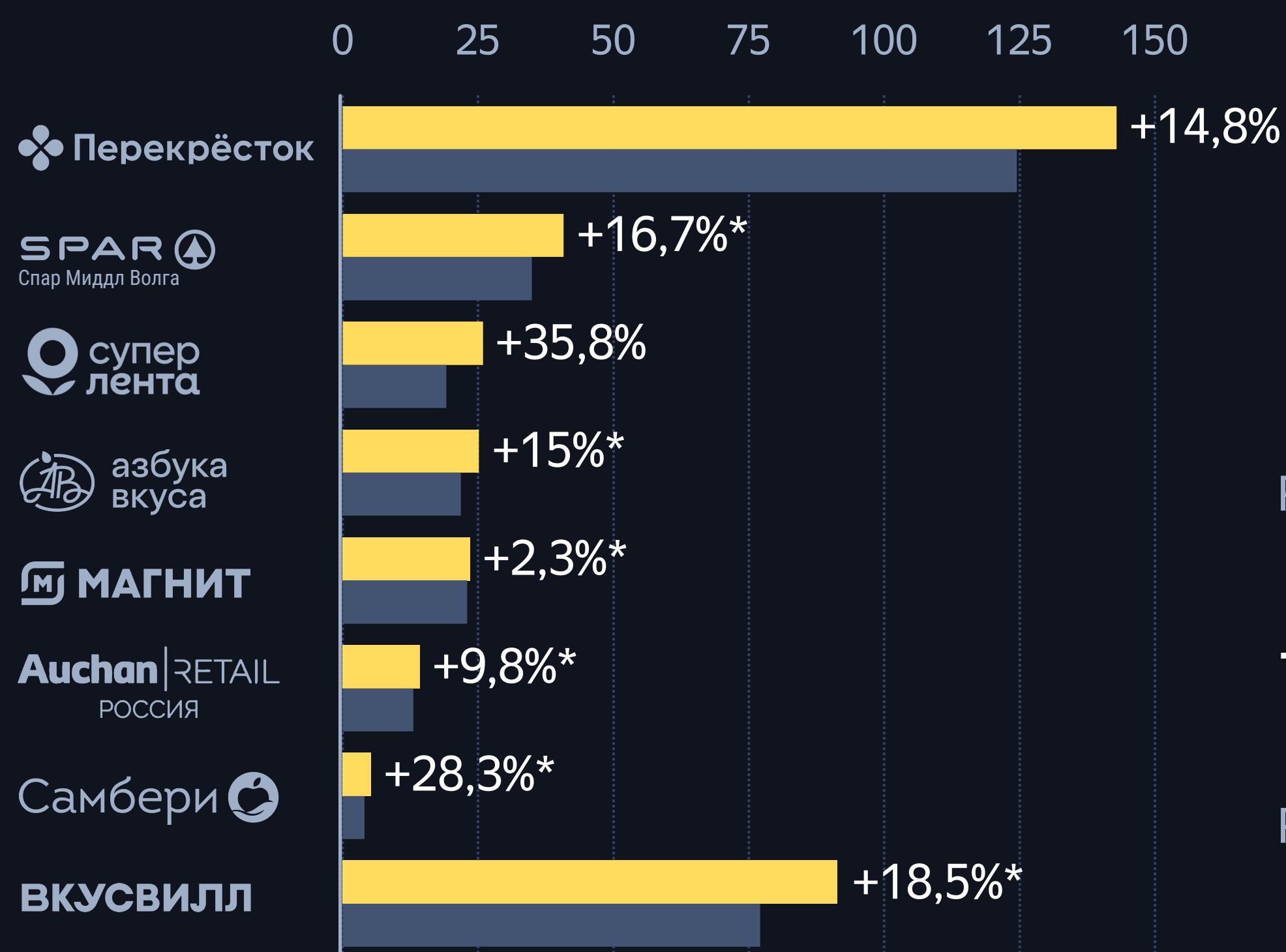
+7,9% ▲
Рост лидеров

Источники: данные компаний; * оценка INFOLine. Компании ранжированы по убыванию выручки за 2024 год

Рейтинг сетей супермаркетов: позитив на фоне роста доходов

Выручка, млрд руб. без НДС

■ IV кв. 2023 г. ■ IV кв. 2024 г.



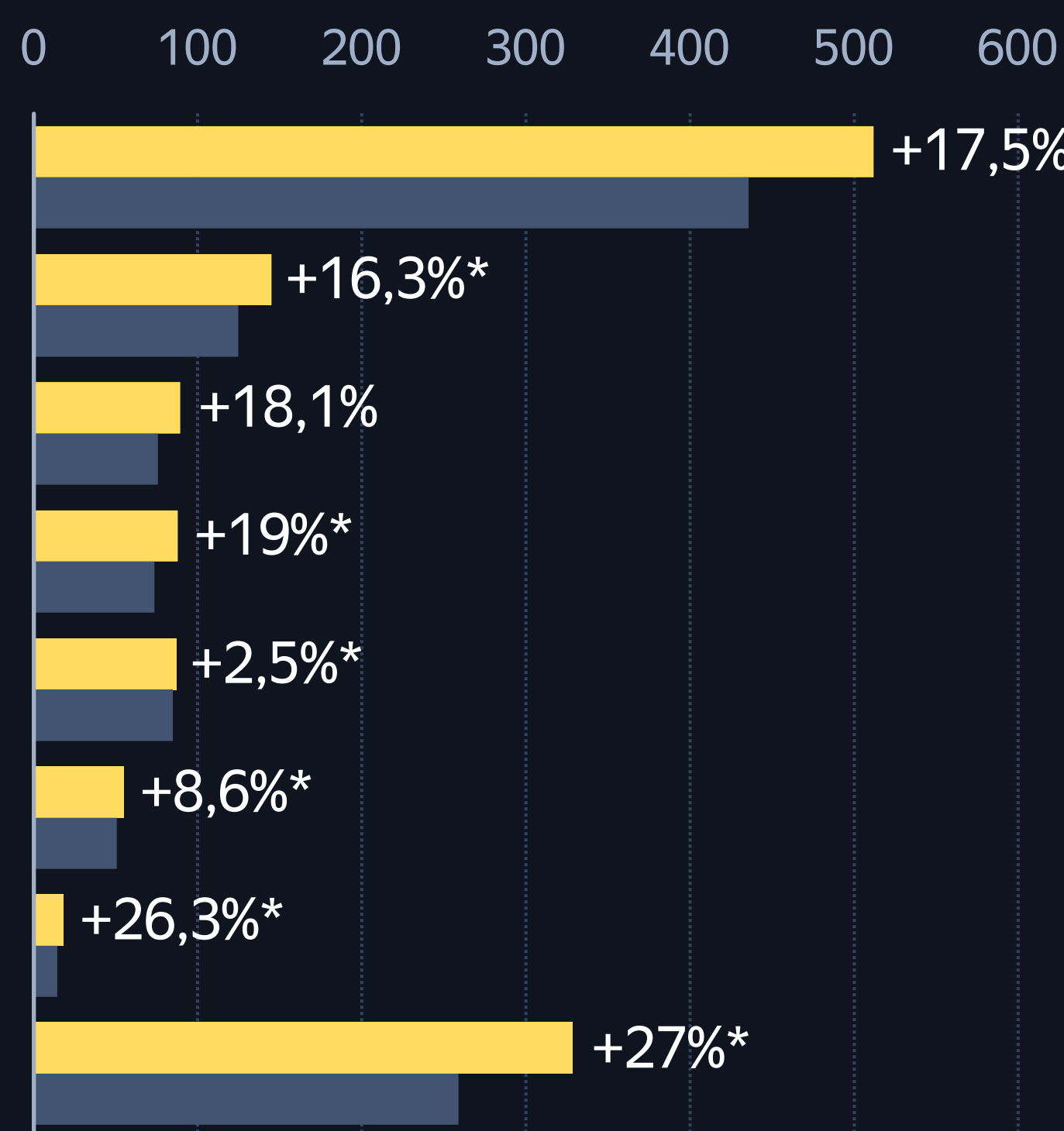
+7,4% ▲
Рост формата

+15,5% ▲

+16,2%

Рост лидеров

■ 2023 ■ 2024



+6,4% ▲
Рост формата

+15,6% ▲

+18,3%

Рост лидеров

Источники: данные компаний, * оценки INFOline. Компании ранжированы по убыванию выручки за 2024 год

Мягкие дискаунтеры задают тренды для всех розничных форматов

Выручка, млрд руб. без НДС

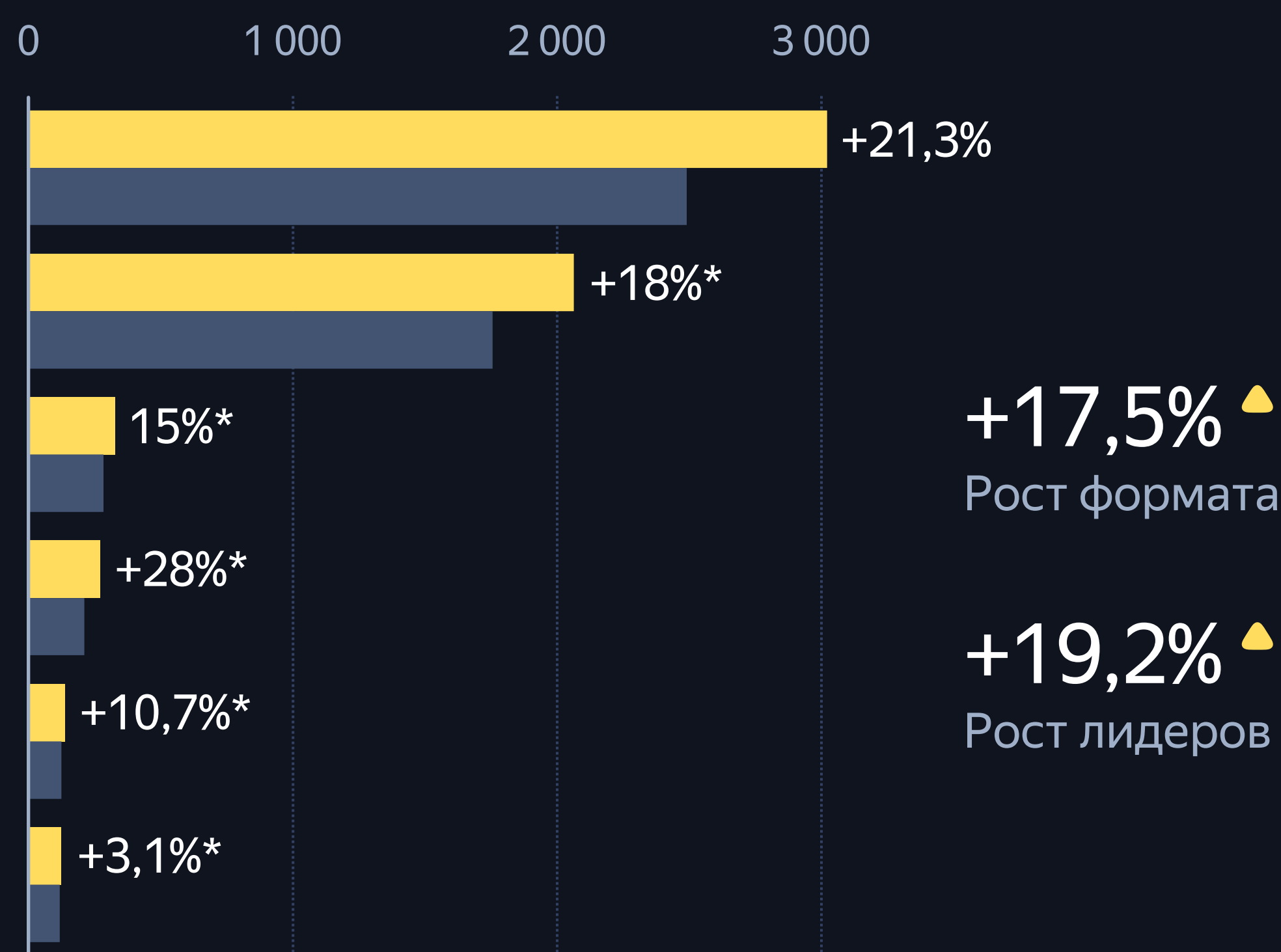
■ IV кв. 2023 г. ■ IV кв. 2024 г.



+15,4% ▲
Рост формата

+17,1% ▲
Рост лидеров

■ 2023 ■ 2024



+17,5% ▲
Рост формата

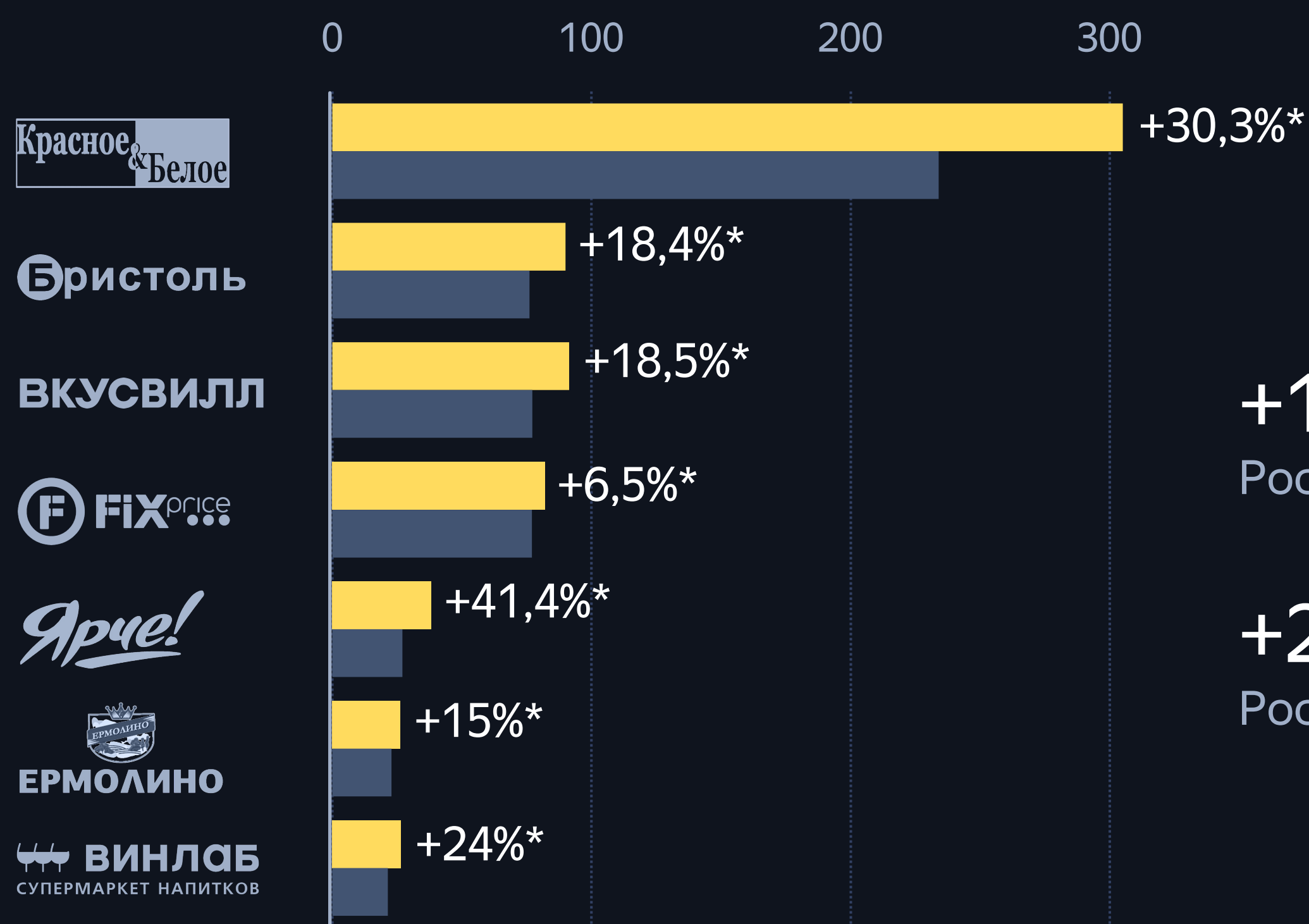
+19,2% ▲
Рост лидеров

Источники: данные компаний; * оценка INFOLine. Компании ранжированы по убыванию выручки за 2024 год

Магазины у дома FMCG: фокус на ультрамалых площадях (до 150 м²)

Выручка, млрд руб. без НДС

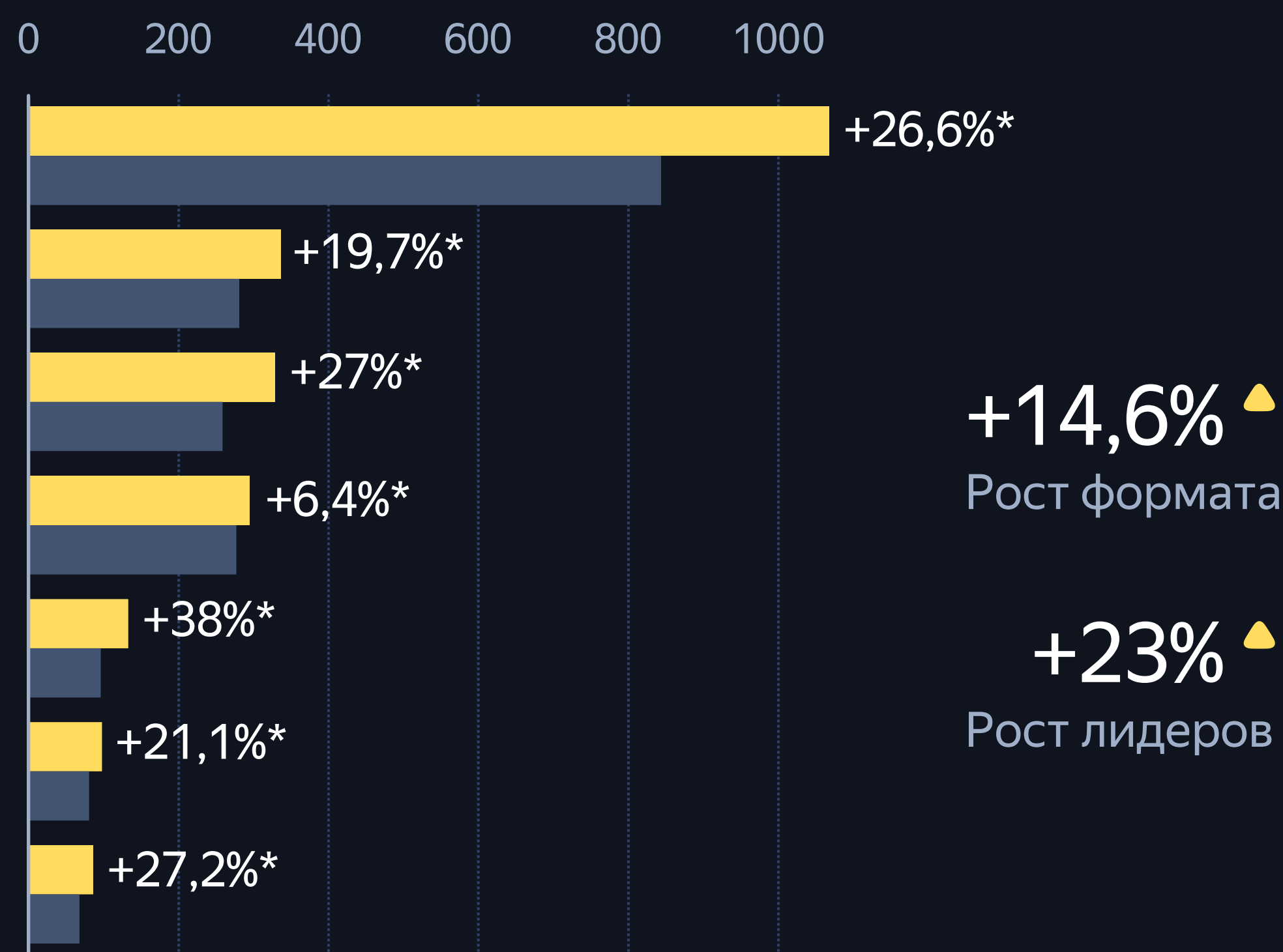
■ IV кв. 2023 г. ■ IV кв. 2024 г.



+14,5% ▲
Рост формата

+23,2% ▲
Рост лидеров

■ 2023 ■ 2024



+14,6% ▲
Рост формата

+23% ▲
Рост лидеров

Источники: данные компаний; * оценка INFOLine. Компании ранжированы по убыванию выручки за 2024 год

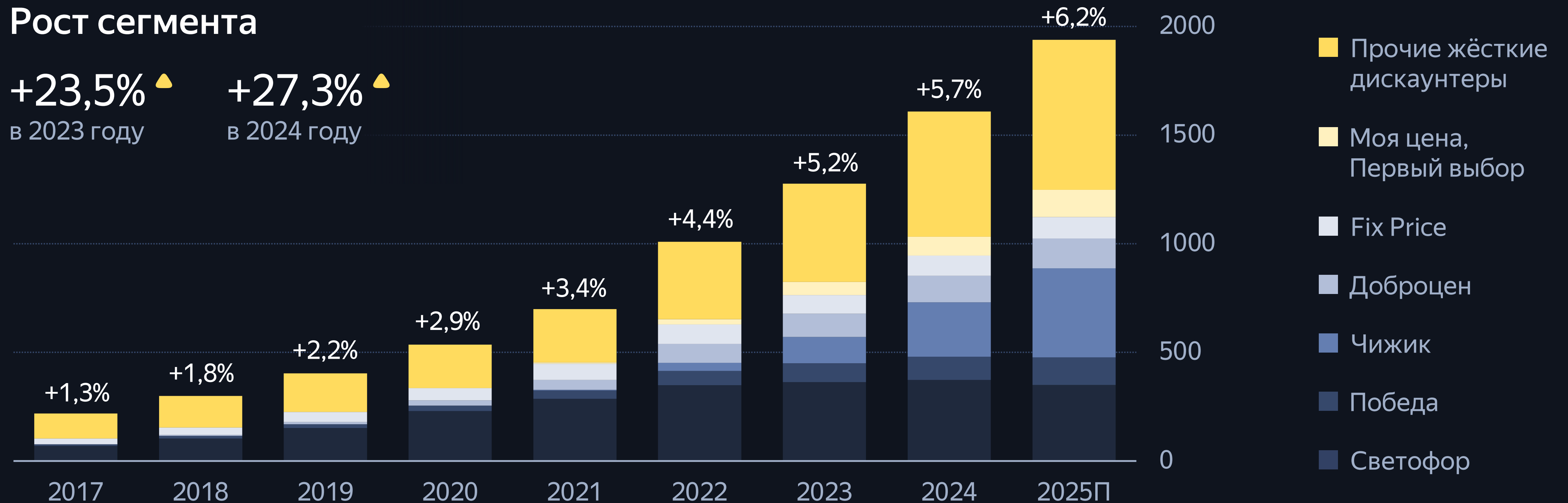
Жёсткие дискаунтеры — ценовой бенчмарк для всего рынка

Динамика продаж Food в жёстких дискаунтерах, млрд руб. с НДС и доля в РТО Food, %

Рост сегмента

+23,5% ▲
в 2023 году

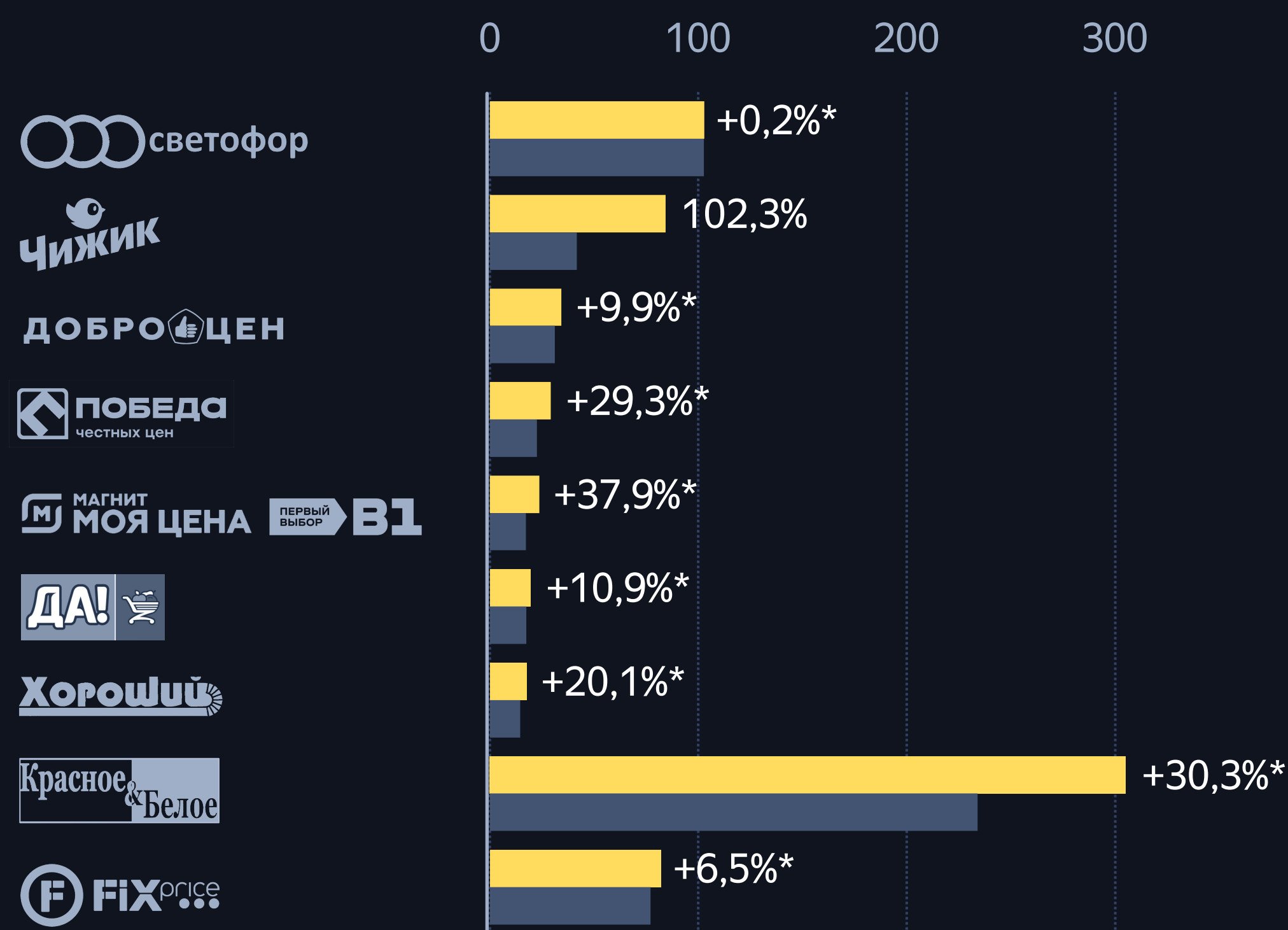
+27,3% ▲
в 2024 году



Рейтинг жёстких дискаунтеров и сетей ценовых лидеров

Выручка, млрд руб. без НДС

■ IV кв. 2023 г. ■ IV кв. 2024 г.



+28,8% ▲

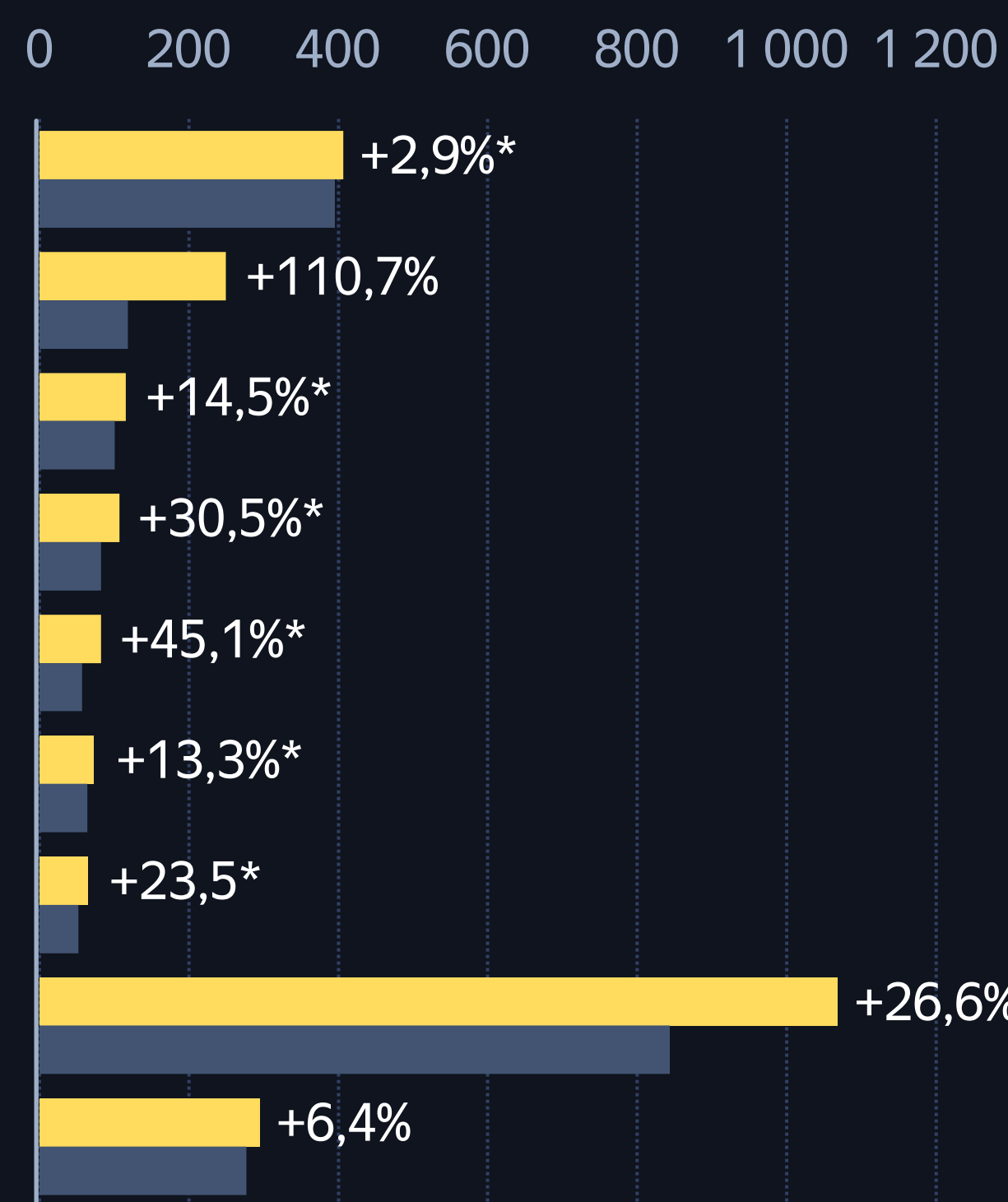
Рост формата

+25,8% ▲

Рост лидеров

+25%

■ 2023 ■ 2024



+27,3% ▲

Рост формата

+26,3% ▲

Рост лидеров

+23,6%

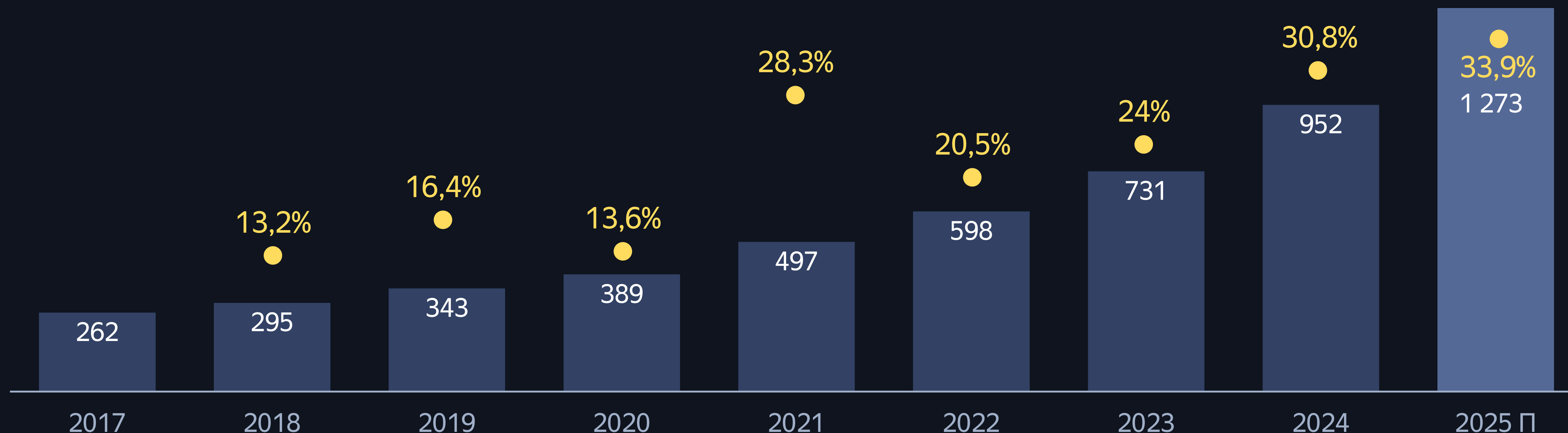
Источники: данные компаний; * оценка INFOLine. Компании ранжированы по убыванию выручки за 2024 год

Готовая еда — ключевой драйвер и фокус продаж у сетей Сегмент растёт быстрее, чем HORECA

Динамика продаж готовой еды в торговых сетях

■ Объём рынка готовой еды, млрд руб. с НДС

● Динамика, %



Источник: оценка INFOLine

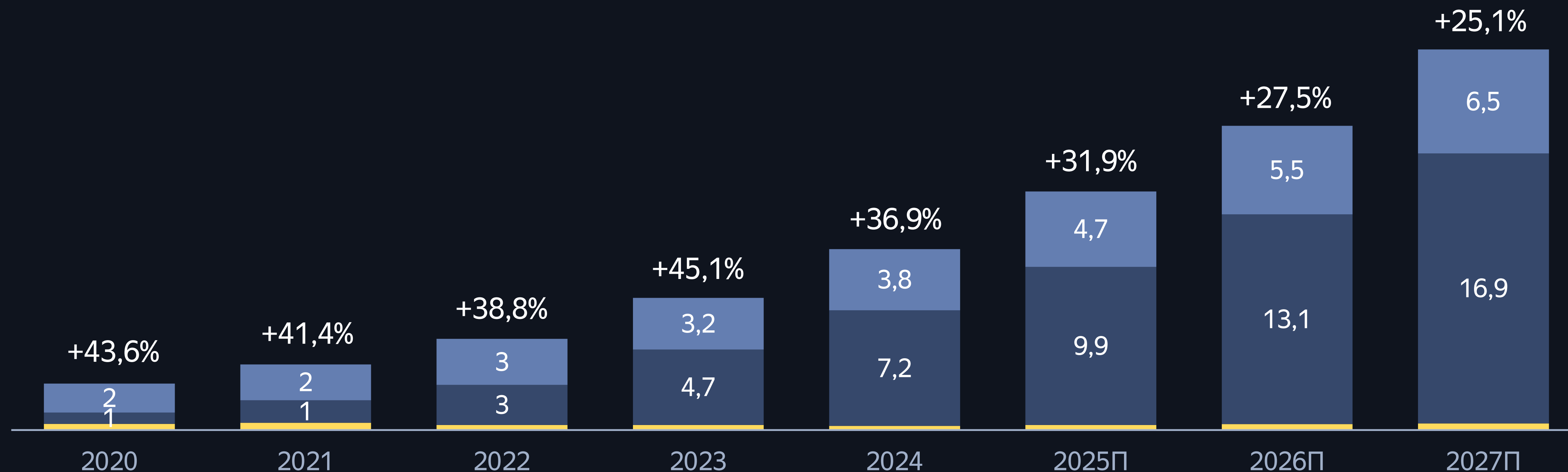
Россия — страна с преобладающей омниканальной моделью потребления

Рынок онлайн-продаж материальных товаров в России, трлн руб. с НДС

■ Рынок трансграничной онлайн-торговли, млрд руб.

■ Маркетплейсы на локальном рынке, млрд руб.

■ Рынок трансграничной онлайн-торговли, млрд руб.



Доля онлайн-продаж в РТО

★ Москва

2021

2024

17,5% 37%

70%¹

▣ Санкт-Петербург

2021

2024

14,7% 32%

60%¹

	2020	2022	2023	2024	2025П	2027П
Розничная торговля	8,6%	13,4%	17,1%	20,3%	24,1%	32,4%
Food	0,9%	3,0%	4,0%	4,8%	6,0%	9,2%
Non-food	15,9%	23,5%	29,2%	34,4%	41%	53%
Non-food (без нецелевых ²)	21,6%	34,2%	42,6%	50,9%	59%	74%

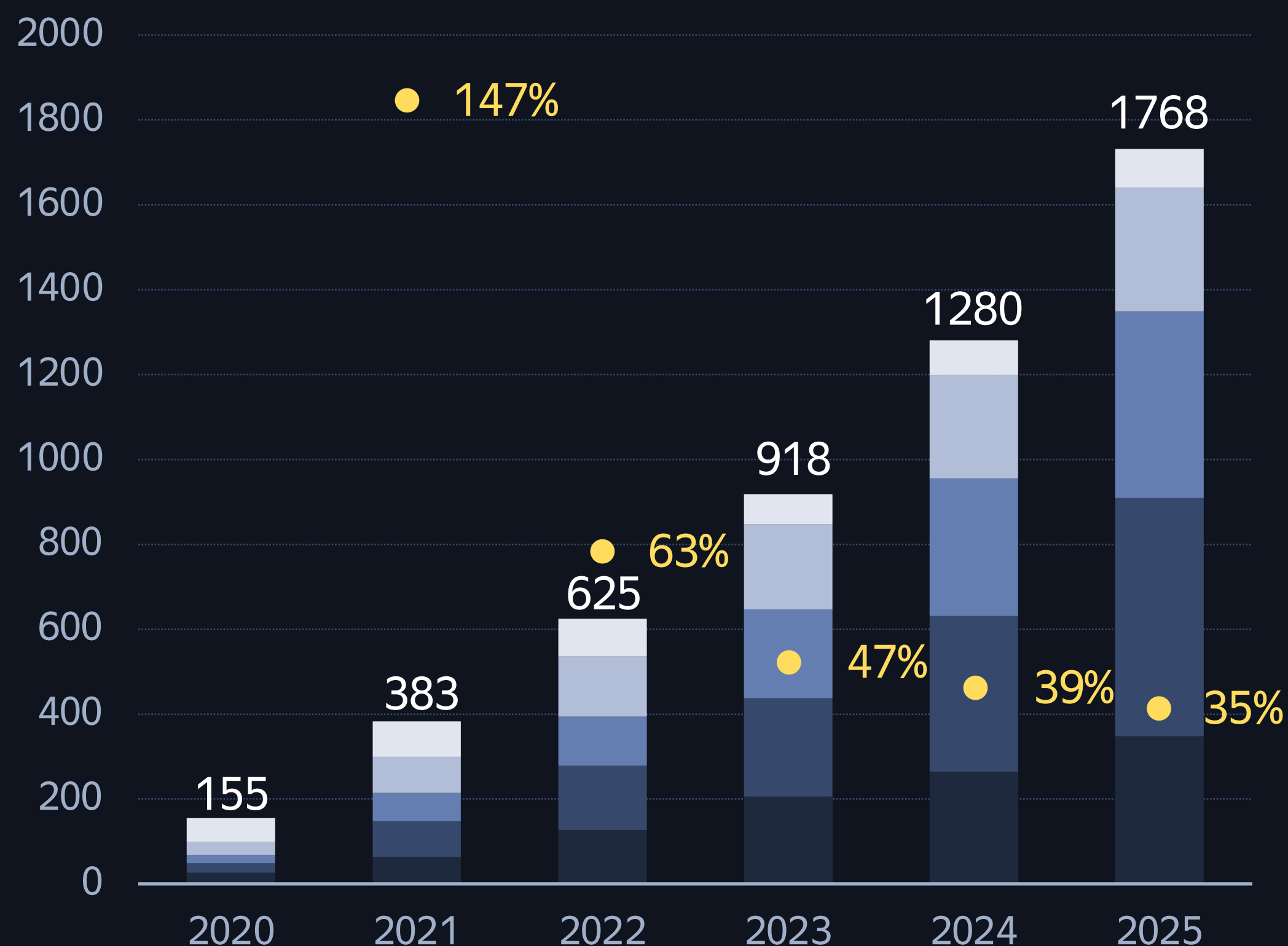
¹ Автомобили и моторное топливо. Источник: INFOLine

² Доля онлайн-продаж по всем категориям

Прогноз рынка онлайн-продаж продовольственных товаров

Динамика и структура онлайн-продаж Food по группам игроков, млрд руб. с НДС

■ Маркетплейсы
■ Компании экспресс-доставки
■ Суперэкспресс-доставка
■ Сервисы доставки
■ Прочие
● Динамика, %



Доля онлайн в РТО Food

	2021	2021	2023	2024	2025
Россия	2,1%	3,0%	4,0%	4,8%	6,0%
Москва и МО	4,8%	6,9%	8,6%	9,9%	11,7%
Прочие регионы	1,2%	1,8%	2,7%	3,4%	4,4%

Источник: INFOline (продажи Ozon Fresh отнесены к Ozon, без B2B-продаж Metro)

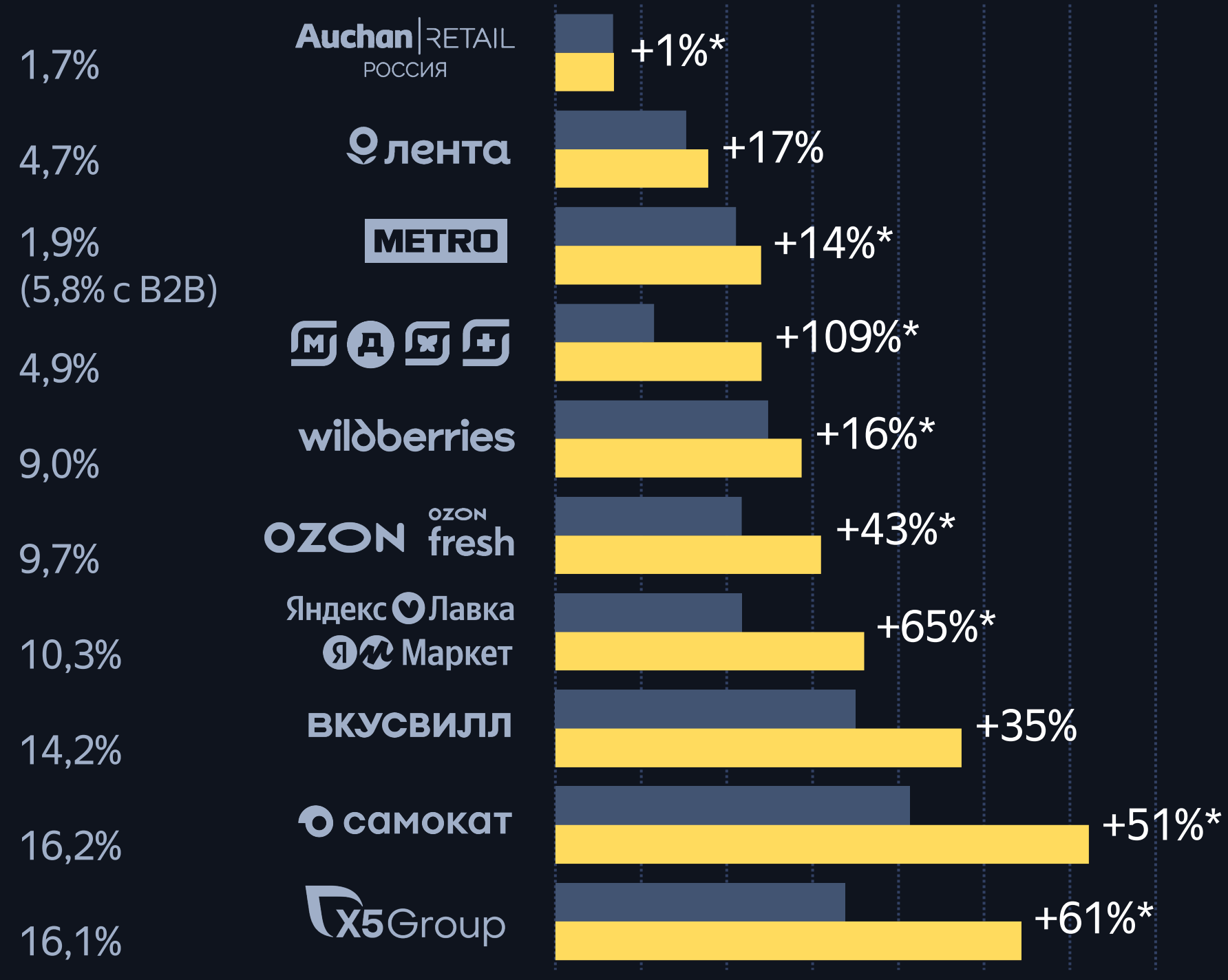
Рейтинг лидеров рынка E-grocery за 2024 год

Рейтинг сетей FMCG по онлайн-продажам, млрд руб. с НДС

Оборот ритейлеров по FMCG с учётом сервисов доставки, маркетплейсы — оборот только по Food

Доля в онлайнe, Food, 2024 г. ■ 2023 ■ 2024

88,9% (92,8%)
с B2B METRO



+39% ▲

РЫНОК

+43% ▲

Лидеры

+16% ▲

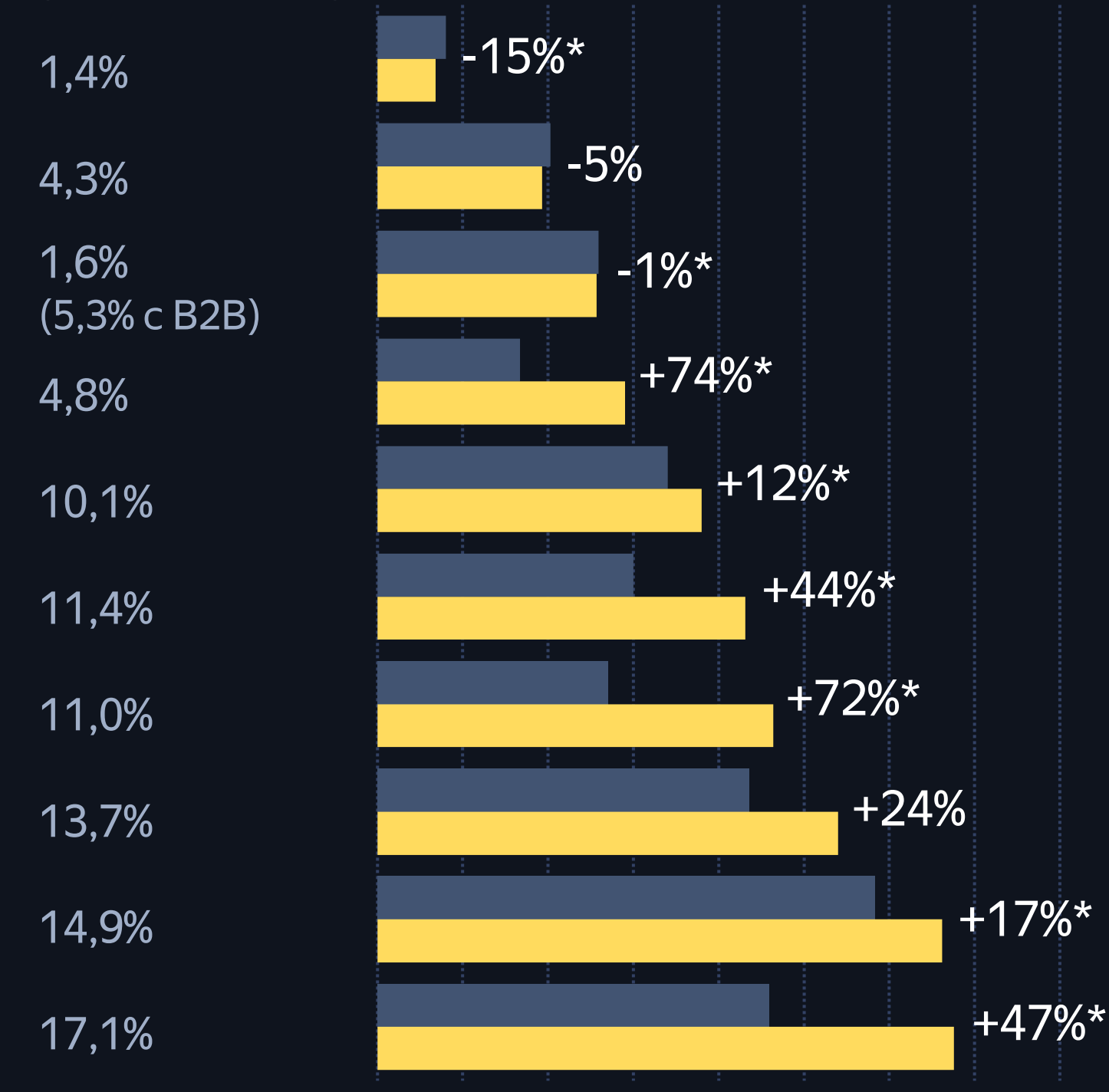
Сервисы

+28% ▲

Маркетплейсы

Доля в онлайнe, Food, IV кв. 2024 г. ■ IV кв. 2023 ■ IV кв. 2024

90,3% (94,0%)
с B2B METRO



+27% ▲

РЫНОК

+28% ▲

Лидеры

-13% ▲

Сервисы

+25% ▲

Маркетплейсы

Источник: INFOline (* — оценка)

Усиление конкуренции

Фокус на повышении эффективности

Позиционирование и борьба за покупателя

Оmnиканальность и экспресс-доставка

ритейлеры

vs

маркетплейсы

➤ ЭКОСИСТЕМЫ

Рациональное потребление цена и рост значимости ассортимента, качества и сервиса

Развитие B2B-продаж

офисы

HORECA

несетевой ритейл

Финансовые сервисы и продукты

рассрочка

BNPL

для Non-Food

Усиление
конкуренции

**Фокус
на повышении
эффективности**

Позиционирование
и борьба
за покупателя

Цифровизация и автоматизация

➤ AI, роботы дефицит кадров

Прямой и параллельный импорт

Развитие дистрибуции

Логистические услуги сети для
поставщиков

Персонализация промо

Программа лояльности

Усиление
конкуренции

Фокус
на повышении
эффективности

Позиционирование
и борьба
за покупателя

Партнёрство поставщиков и ритейла

- финансы
- цепочки поставок
- планирование

СТМ и ЭТМ ➤ дифференциация

Собственное производство,
готовая еда, общепит

- доход и лояльность

Новинки, товары для ЗОЖ,
микробренды селебрити

- маржа и бренд

Энергии и драйва в 2025 году!

Я Реклама

Получить рейтинг



Михаил Бурмистров
Генеральный директор, INFOLine-Аналитика