



Развитие СТМ на рынке FMCG в России и Сибири

Мария Гаранина

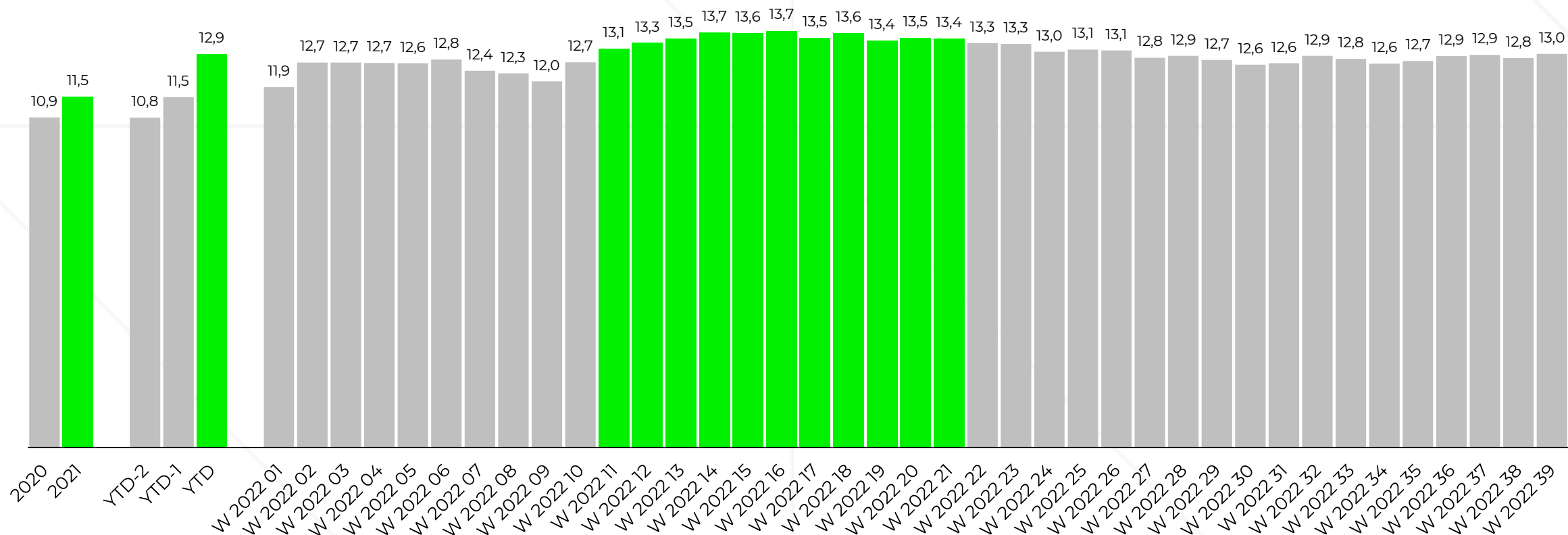
Руководитель направления по работе с
розничными сетями Сибири и Дальнего Востока

28 октября 2022

Значимость СТМ в 2022 выросла сильнее, чем в предыдущем году и основная часть роста пришлась на кризисный период

Динамика доли продаж СТМ в денежном выражении, %

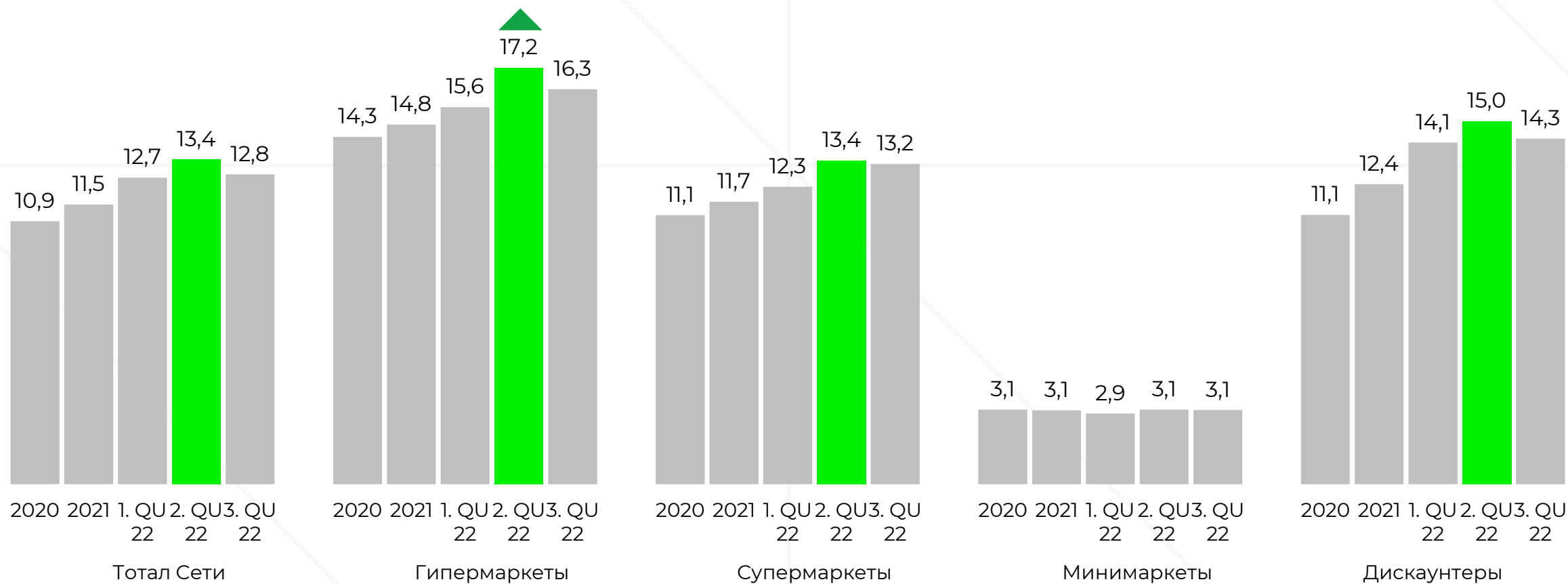
Расчет произведен на сумме 222 категорий, в которых представлены СТМ и доступен аудит на рынке Scantrack



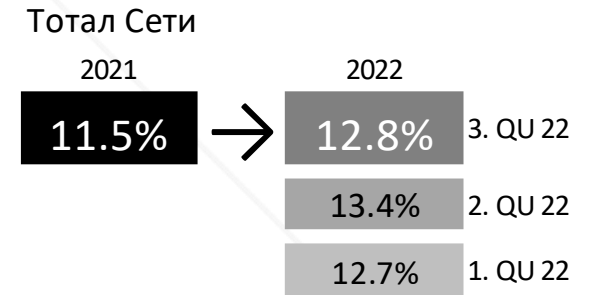
Прирост значимости СТМ в Q2'22 произошел во всех каналах кроме Минимаркетов, где доля СТМ самая низкая

Динамика доли продаж СТМ в денежном выражении по каналам продаж, %

Расчет произведен на сумме 222 категорий, в которых представлены СТМ и доступен аудит на рынке Scantrack

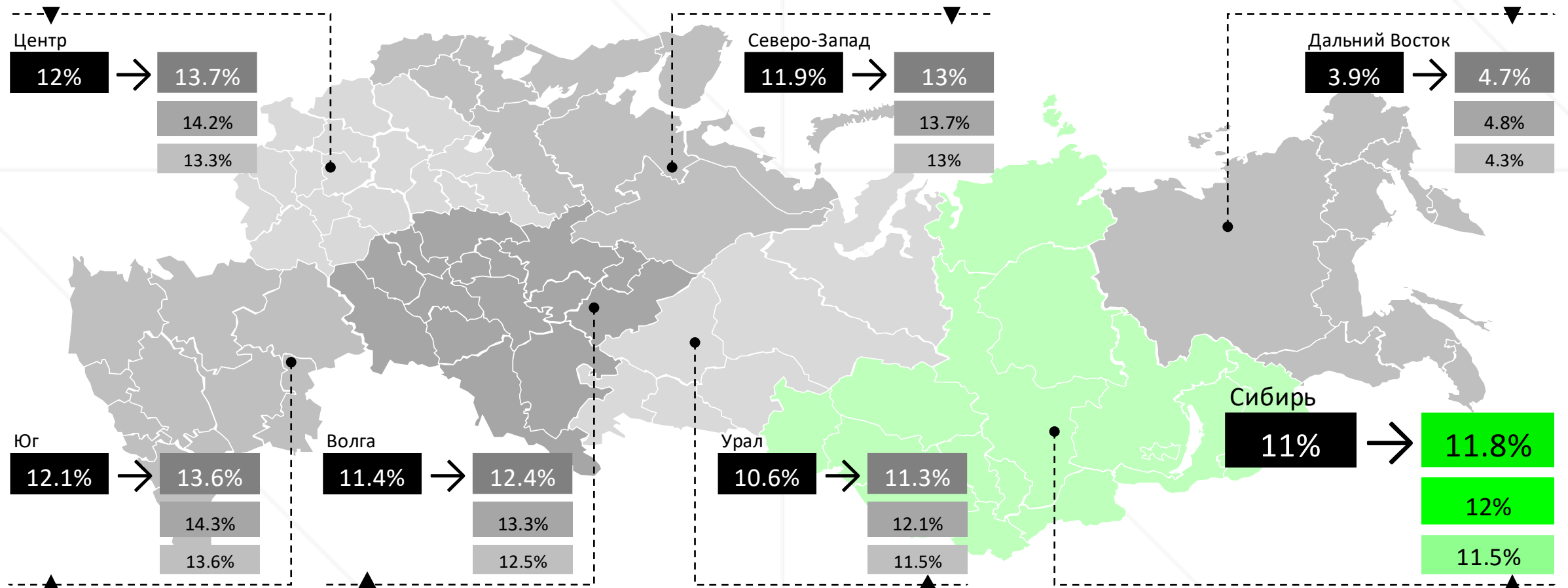


Q2'22 стал пиковым для СТМ во всех регионах, также как и дальнейший откат в Q3'22



Динамика доли продаж СТМ в денежном выражении по федеральным округам, %

Расчет произведен на сумме 222 категорий, в которых представлены СТМ и доступен аудит на рынке Scantrack

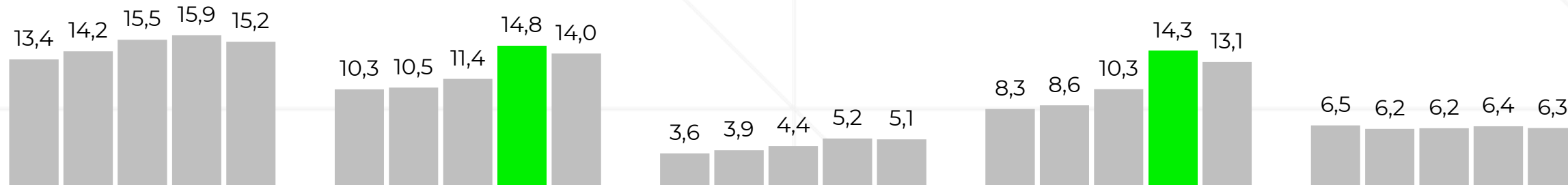


Наибольший прирост СТМ в Q2'22 произошел в непродовольственной группе и товарах для детей как в целом по России, так и в Сибири

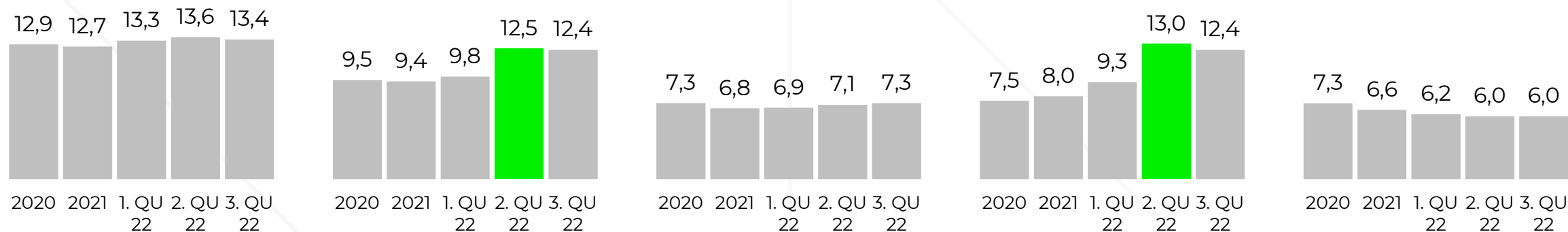
Динамика доли продаж СТМ в денежном выражении внутри макро групп товаров, %

Расчет произведен на сумме 222 категорий, в которых представлены СТМ и доступен аудит на рынке Scantrack

Тотал Сети



Сибирь



Продовольственные товары

Непродовольственные товары

Алкоголь

Товары для детей

Товары для животных

Наибольший прирост значимости СТМ в Сибири происходит в консервах и индустрии здоровья и гигиены

Топ 10 индустрий внутри продовольственной и непродовольственной групп товаров по доле СТМ в Q3'22

Расчет произведен на сумме 124 продовольственных и 62 непродовольственных категорий, в которых представлены СТМ и доступен аудит на рынке Scantrack

Продовольственные товары

Тотал Сети

Сибирь

Доля продаж СТМ в денежном выражении, %

Доля продаж СТМ в денежном выражении, %

1 Яйца	37.9	(+2.8)	20.6	(+1)
2 Консервы	33.1	(+7.8)	26.4	(+5.4)
3 Мясные изделия	27.4	(+0.8)	22.2	(-2.7)
4 Морепродукты	24.5	(+1.2)	23.0	(0)
5 Сыр	23.0	(+2.3)	16.7	(+2.7)
6 Крупы	23.0	(+3.3)	28.6	(+2.6)
7 Заморозка	17.7	(+1.7)	12.4	(+0.2)
8 Бакалея	14.2	(+1.1)	21.4	(-1.1)
9 Соусы и масла	13.2	(+1.4)	12.5	(+2.7)
10 Традиционные молочные категории	13.1	(+1.1)	14.6	(+1.9)



Изменение доли к аналогичному периоду прошлого года

Непродовольственные товары

Тотал Сети

Сибирь

Доля продаж СТМ в денежном выражении, %

Доля продаж СТМ в денежном выражении, %

Товары для дома	39.6	(+7.8)	32.3	(+4.3)
Ватно-бумажная продукция	38.2	(+4.6)	35.8	(+3.6)
Здоровье & Гигиена	15.1	(+5.4)	14.4	(+4.8)
Чистящие средства	8.2	(+2.9)	8.9	(+2)
Товары для борьбы с насекомыми	8.1	(+3.1)	4.2	(+1.1)
Персональный уход	7.5	(+2.6)	5.9	(+1.8)
Средства для мытья посуды	5.7	(+1)	7.6	(+1.7)
Средства для стирки	4.3	(+1.9)	3.9	(+1.5)
Средства для бритья	3.4	(+1.4)	3.0	(+1.2)
Макияж	2.9	(-0.3)	0.7	(-0.9)



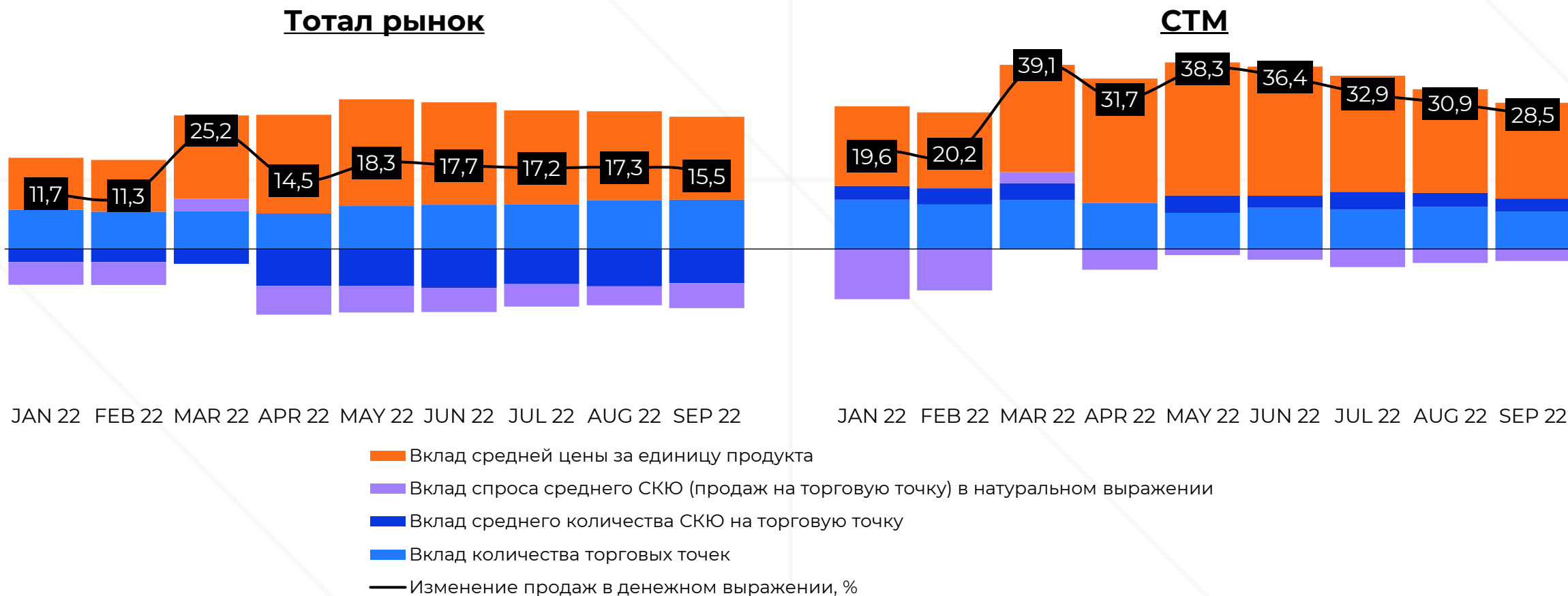
С чем связан рост СТМ?



В отличие от брендированной продукции, у СТМ продолжается рост количества СКЮ на полке, а также значительно замедляется сокращение спроса

Декомпозиция изменения продаж в денежном выражении на тотал рынке

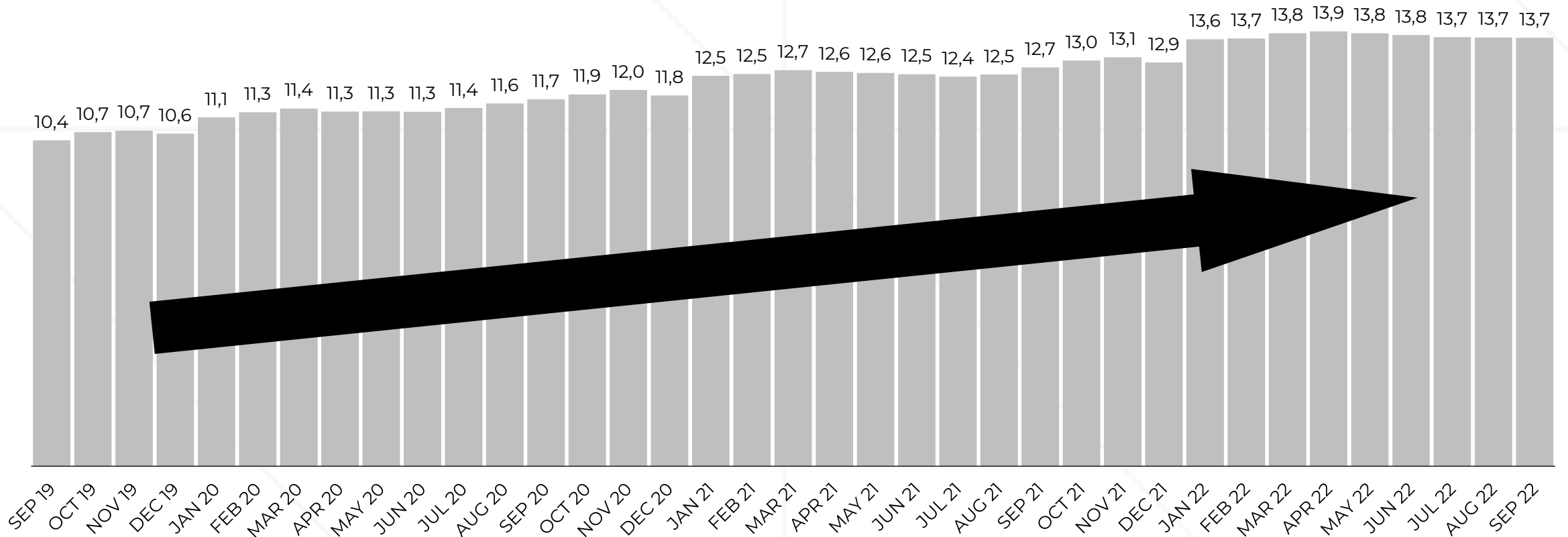
Построена с помощью мультипликативной факторной модели декомпозиции на уровне категорий



Представленность СТМ на полках показывает непрерывную положительную динамику на протяжении последних 3 лет

Динамика доли ассортимента СТМ на тотал рынке

Расчет произведен на сумме 222 категорий, в которых представлены СТМ и доступен аудит на рынке Scantrack



Самые растущие СТМ развиваются благодаря расширению их представленности на полках торговых точек

Топ 10 категорий по приросту значимости СТМ в денежном выражении на тотал рынке

Основная причина роста СТМ выявлена с помощью декомпозиции роста продаж на фактора

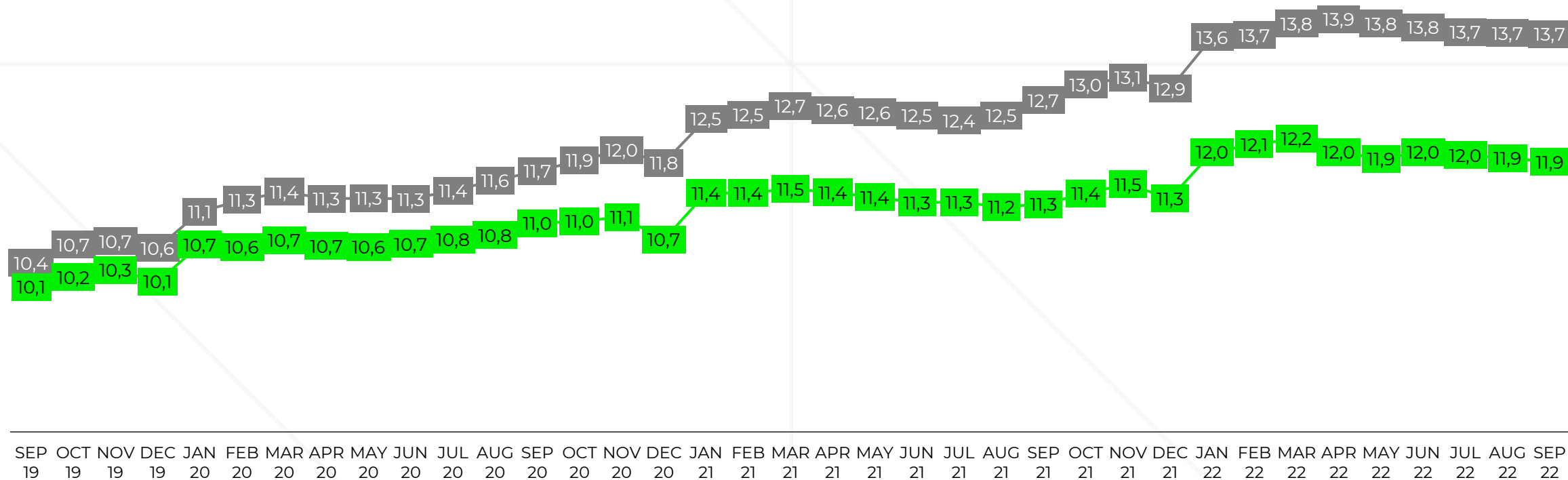
	Прирост доли СТМ, п.п.	Основной драйвер роста
Очистители электронного оборудования	+24.4 п.п.	Ассортимент
Детские подгузники	+19.9 п.п.	Инфляция и ассортимент
Влажная туалетная бумага	+19.5 п.п.	Инфляция и ассортимент
Пластыри	+15.8 п.п.	Инфляция и ассортимент
Прокладки, пеленки и дайперсы для взрослых	+14.3 п.п.	Ассортимент
Гранулированный творог	+13.3 п.п.	Ассортимент
Бритвенные машинки и электрические триммеры	+11.4 п.п.	Ассортимент
Консервированные грибы и овощи в собственном соку	+11.1 п.п.	Инфляция и ассортимент
Средства для прочистки труб и стоков	+10.9 п.п.	Инфляция и ассортимент
Охлажденный фруктовый сок	+10.7 п.п.	Ассортимент

Доля ассортимента СТМ в Сибири тоже растет на протяжении 3 лет, но медленнее, чем в среднем по России

Динамика доли ассортимента СТМ на тотал рынке и в Сибири

Расчет произведен на сумме 222 категорий, в которых представлены СТМ и доступен аудит на рынке Scantrack

■ Тотал Сети ■ Сибирь



Ассортимент стал основным источником роста и для СТМ в Сибири

Топ 10 категорий по приросту значимости СТМ в денежном выражении в Сибири

Основная причина роста СТМ выявлена с помощью декомпозиции роста продаж на фактора

	Прирост доли СТМ, п.п.	Основной драйвер роста
Очистители электронного оборудования	+20.8 п.п.	Ассортимент и спрос
Шампанское	+16.1 п.п.	Ассортимент
Влажная туалетная бумага	+13.8 п.п.	Инфляция и ассортимент
Детские подгузники	+13.2 п.п.	Инфляция и ассортимент
Бритвенные машинки и электрические триммеры	+11.9 п.п.	Ассортимент
Ватные шарики	+10.1 п.п.	Инфляция и ассортимент
Пластыри	+9.8 п.п.	Инфляция и ассортимент
Средства ухода за мебелью	+9.6 п.п.	Ассортимент и спрос
Антисептики для рук	+9.0 п.п.	Ассортимент
Упакованный творог, продающийся на вес	+8.1 п.п.	Инфляция и ассортимент

Эффективность ассортимента СТМ

Показывает соотношение спроса СТМ к среднему спросу на категорию в денежном выражении, значения >1 считаются эффективными, т.к. на них спрос выше среднего, за спрос берутся продажи среднего СКЮ на среднюю торговую точку в рублях

0,93

Тотал Сети

<

0,99

Сибирь

**Ассортимент СТМ в Сибире
эффективнее, чем в среднем по России**

В каких категориях СТМ эффективен?

Топ 10 категорий с эффективным ассортиментом СТМ

Категории отсортированы по убыванию значимости СТМ в Q3'2022

Тотал рынок

Детские влажные салфетки

Универсальные влажные салфетки

Очистители электронного оборудования

Прокладки, пеленки и дайперсы для взрослых

Бумажные полотенца

Халва

Сырые яйца

Сырое мясо

Красная рыба

Туалетная бумага

Сибирь

Универсальные влажные салфетки

Тряпки и губки

Ватные шарики

Замороженный картофель

Очистители электронного оборудования

Прокладки, пеленки и дайперсы для взрослых

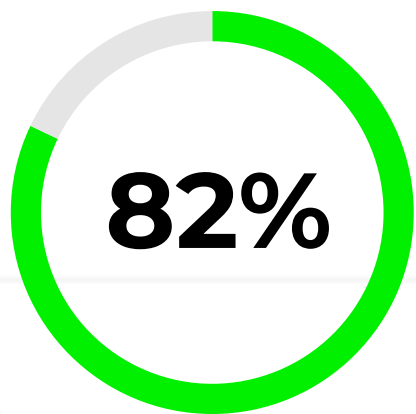
Детские подгузники

Бумажные носовые платочки

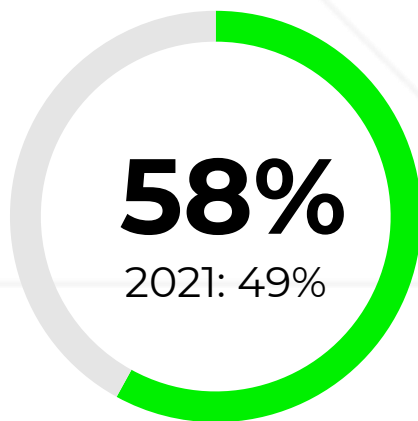
Бумажные полотенца

Сырые яйца

Стремление потребителя к экономии дает новый импульс для СТМ



Покупателей СТМ **сравнивают цены СТМ** магазина с ценами на товары ведущих производителей



Покупателей, у которых выросла частота покупки СТМ, **увеличили к ней интерес, потому что стали экономить**

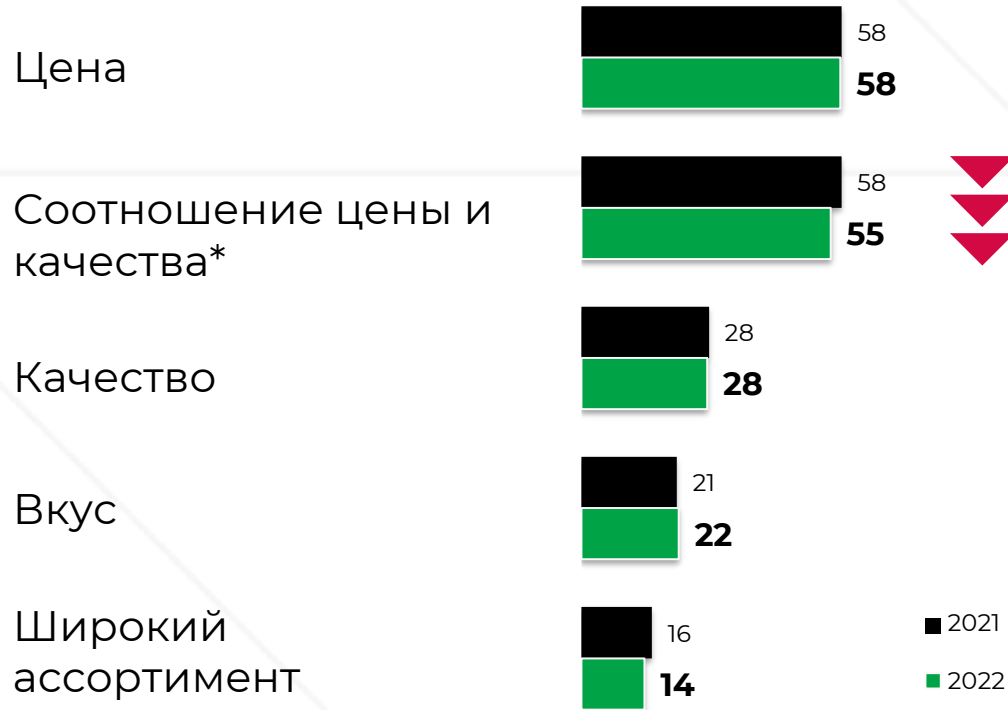


Цена – по-прежнему главная причина покупки частной марки

Однако слишком низкая цена в совокупности с недостаточным хорошим качеством и вкусом продукта отталкивает покупателей от СТМ

Почему покупают СТМ, %

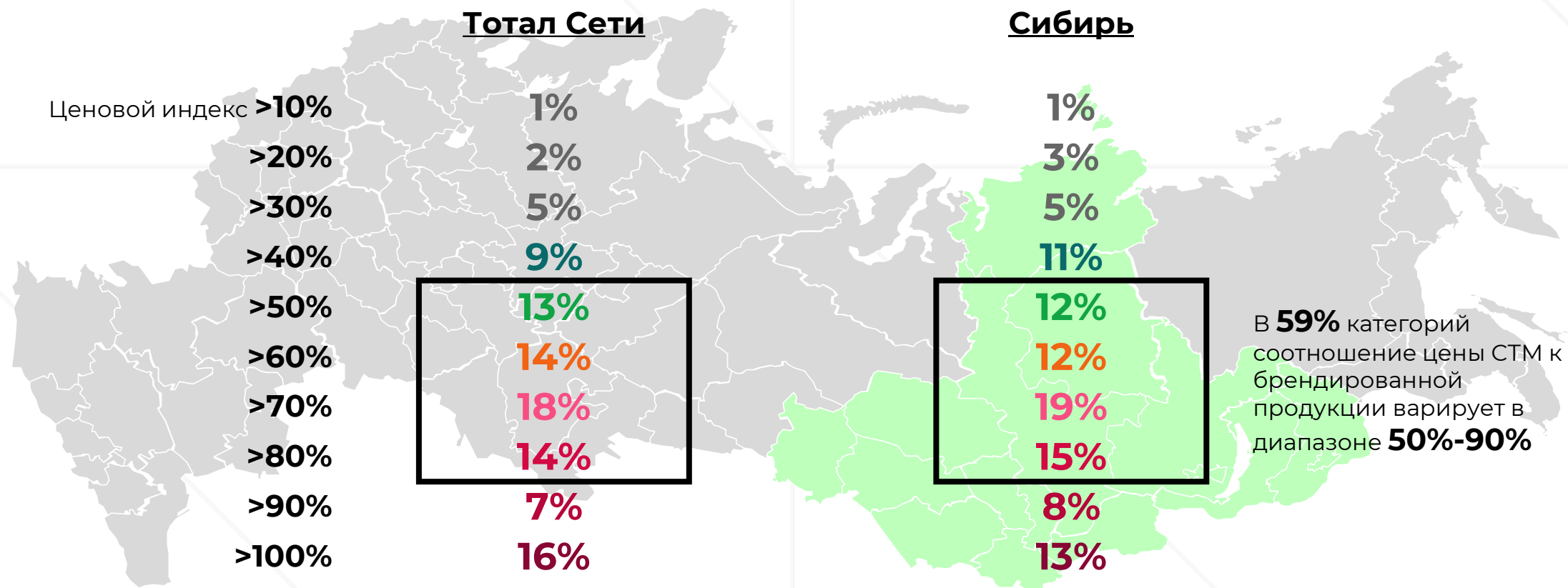
Почему НЕ покупают СТМ, %



База: все покупатели частных марок (база ответов по сетям), w3n=2331, w4 n=2956, w5 n=2263, W6 n=2082, W7 n=2065
 Ref.: Q3. Причины покупки ЧМ в сетях? / Q10. Почему не покупают ЧМ Сети

В подавляющем большинстве категорий СТМ дешевле брендов как в среднем по России, так и в Сибири

Распределение категорий по уровню соотношения средней цены за единицу объема к брендированной продукции в Q3'22
Доля рассчитана относительно 222 категорий, в которых представлены СТМ и доступен аудит на рынке Scantrack



Основной потенциал к росту покупок СТМ остается улучшение их качества

Что может повлиять на рост покупок ЧМ в будущем, топ-10, %



Следите за результатами свежих исследований от NielsenIQ
в нашем телеграм-канале: t.me/nielsenrussia

