

ТЕНДЕНЦИИ И ВЫЗОВЫ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА

Михаил Бурмистров
Генеральный директор, INFOLine-Аналитика



НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ЭКОНОМИКИ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

НАЧАЛО 90-х



Переход к рыночной экономике

1995–1999



Появление современных магазинов

2000-е



Старт online

2000–2007



Приход международных игроков

2000



Выход на федеральный уровень

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ЭКОНОМИКИ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

2008–2014



Выход
на федеральный
уровень

2014–2020



Оmnиканальность

2020–2024

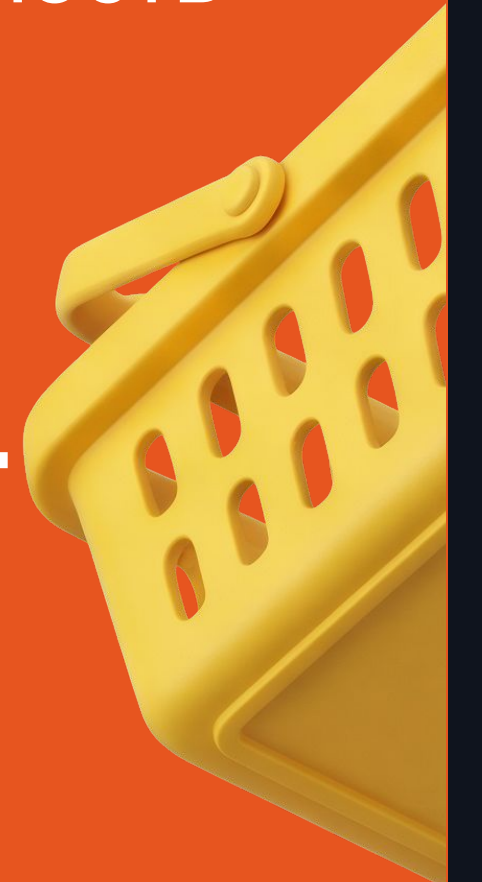


Маркетплейсы
и дарксторы

Новая реальность
ритейла

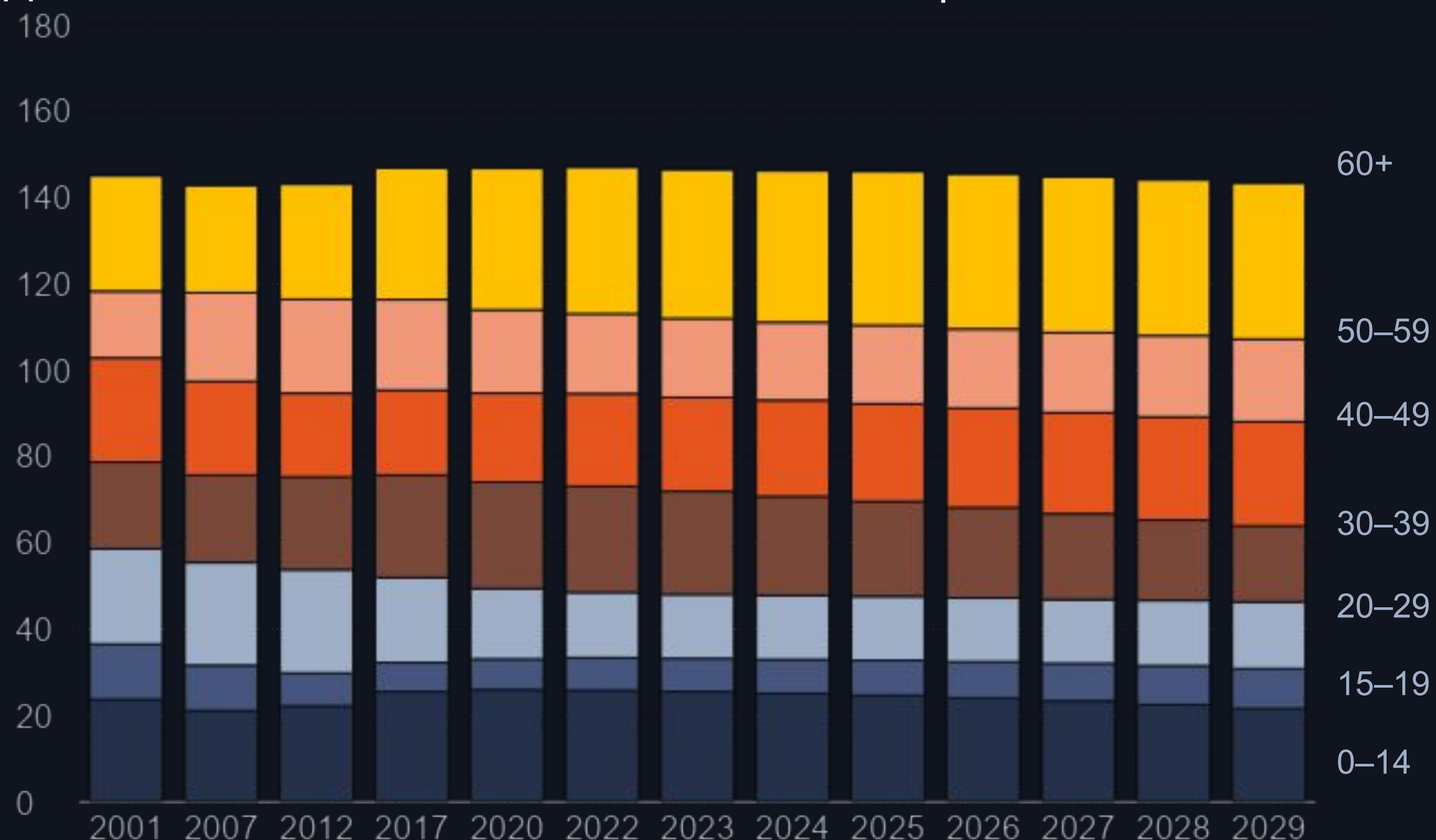
2025–...

Сокращение
спроса, рост
налогов, усиление
госрегулирования



ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ И ИЗМЕНЕНИЯ В СПРОСЕ

Динамика численности населения РФ по возрастам, млн



По данным INFOline, май 2026 г.

В 1,6

РАЗА
Рост количества домохозяйств
из 1 человека, с 14 до 22 млн
за 2010–2025 гг.



55–64 ГОДА

Пенсионный возраст, сохранение
трудовой активности



15–19 ЛЕТ

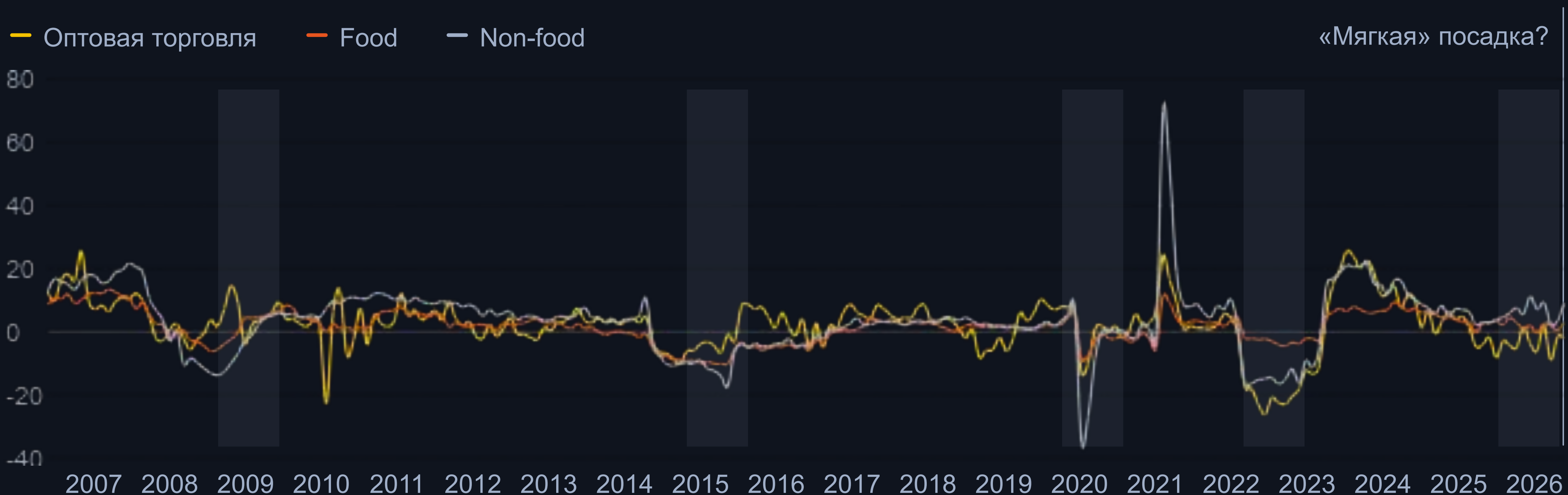
Рост доли в расходах, фокус
на общепите, поколение «перекусов»

РОСТ КОЛИЧЕСТВА ПОКУПАТЕЛЕЙ- МУЖЧИН

БИЗНЕСУ НЕ УДАЁТСЯ ПЕРЕЛОЖИТЬ РОСТ ИЗДЕРЖЕК В ЦЕНЫ.

L-СЦЕНАРИЙ ВОССТАНОВЛЕНИЯ (КАК В 2015–2017 гг.)

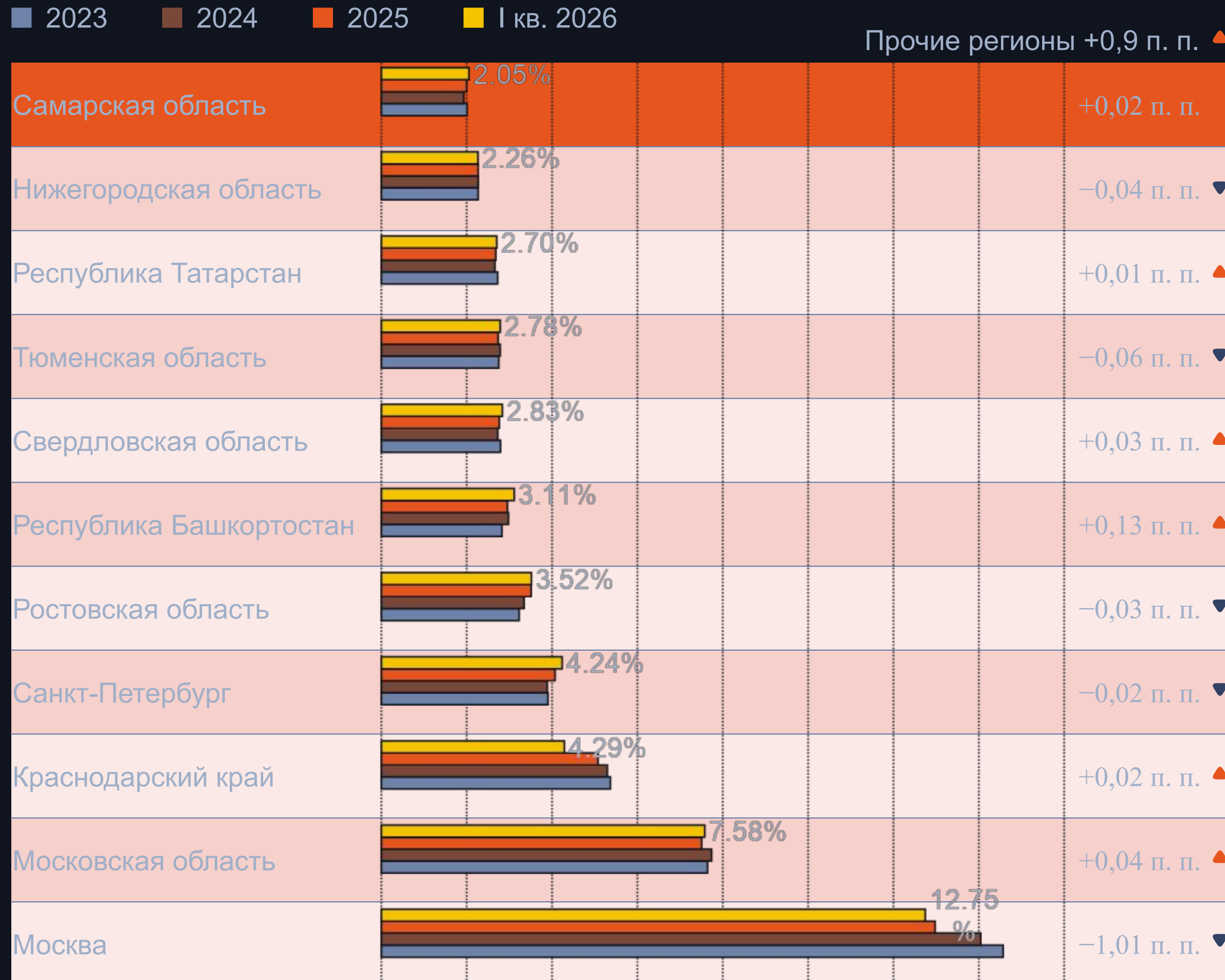
Динамика оборота розничной торговли (РТО) РФ в сопоставимых ценах, %
к соответствующему периоду предыдущего года



ПОТРЕБИТЕЛИ ПЕРЕШЛИ В РЕЖИМ ЭКОНОМИИ. ЗАВЕРШАЕТСЯ ЦИКЛ СМЕЩЕНИЯ СПРОСА В РЕГИОНЫ

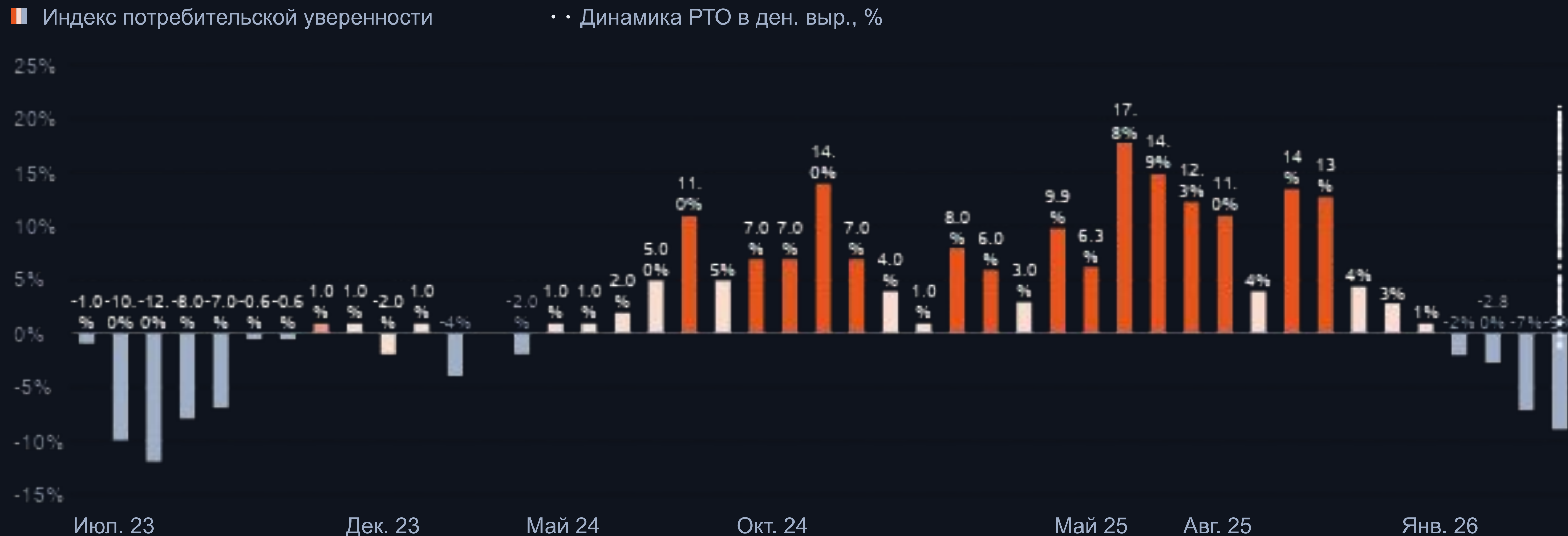
Структура РТО Food в 2022–2026 гг.

I кв. 26/25 г.*



ПОТРЕБИТЕЛИ ПЕРЕШЛИ В РЕЖИМ ЭКОНОМИИ. ЗАВЕРШАЕТСЯ ЦИКЛ СМЕЩЕНИЯ СПРОСА В РЕГИОНЫ

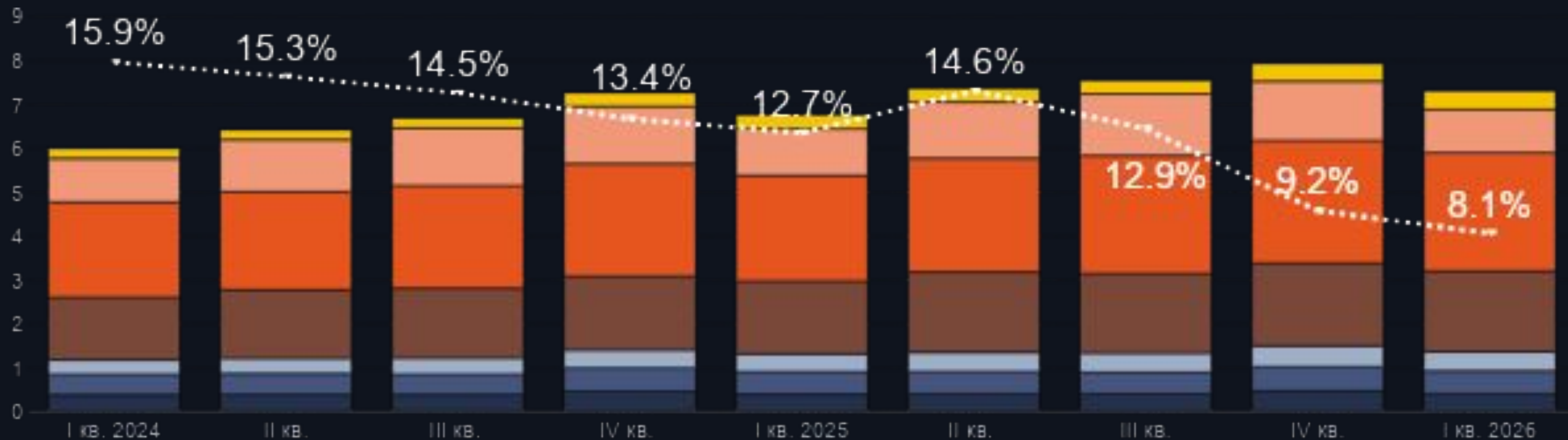
Потребители наращивают сбережения, но неохотно тратят. Время фокуса на маркетинге



РОСТ РТО FOOD И ИНФЛЯЦИЯ ЗАМЕДЛЯЮТСЯ, ФИЗИЧЕСКИЕ ОБЪЁМЫ ПРОДАЖ ПАДАЮТ, 2024–2026 гг.

Оборот розничной торговли Food в РФ, трлн ₹

- Онлайн-продажи без сервисов доставки
- Магазины
- Жёсткие дискаунтеры
- Гипермаркеты
- Традиционная торговля
- Мягкие дискаунтеры
- Супермаркеты
- Динамика рынка Food, %



РОСТ РТО FOOD И ИНФЛЯЦИЯ ЗАМЕДЛЯЮТСЯ, ФИЗИЧЕСКИЕ ОБЪЁМЫ ПРОДАЖ ПАДАЮТ, 2017–2026 гг.

Оборот розничной торговли Food в РФ, трлн ₹



Х5, МАГНИТ, ЛЕНТА, К&Б — 40% РТО FOOD. ПЛАТА ЗА РОСТ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ УВЕЛИЧИЛАСЬ

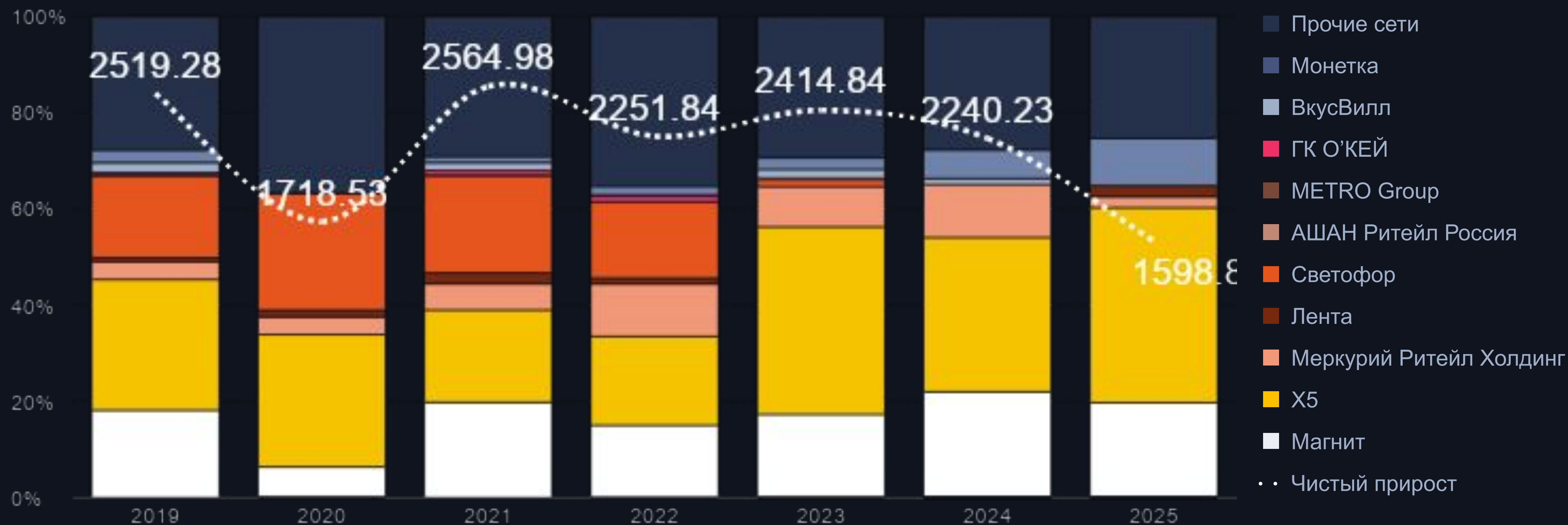
Динамика долей топ-10 сетей FMCG в структуре РТО Food по годам



Расчёты INFOline, «Магнит» с учётом «Самбери» с 11 января 2024 г. и «Азбуки Вкуса» с 20 мая 2025 г., «Группа Лента» с учётом ГК «Реми» с декабря 2025 г.

Х5, МАГНИТ, ЛЕНТА, К&Б — 70% НОВЫХ ПЛОЩАДЕЙ. РОСТ В ФОРМАТАХ С ФОКУСОМ НА НИЗКОЙ ЦЕНЕ

Динамика структуры прироста площадей топ-200 сетей FMCG РФ



Расчёты INFOline; без учёта дарксторов, сделок M&A, в результате которых приобретённая компания продолжает работать под собственным брендом, а также сетей дрoгери — «Магнит Косметик» и «Улыбка радуги»

РОСТ КРУПНЕЙШИХ СЕТЕЙ ЗАМЕДЛЯЕТСЯ, ФОКУС РАЗВИТИЯ: ДИСКАУНТЕРЫ И ONLINE

+11,7 ▲

%
Рост топ-10

+11,5 ▲

%
С учётом Fix Price

+8,1% ▲

Рост рынка

Данные компаний, (*) оценки INFOline, по X5, «Магнит» и «Группа Лента» приведена общая выручка.

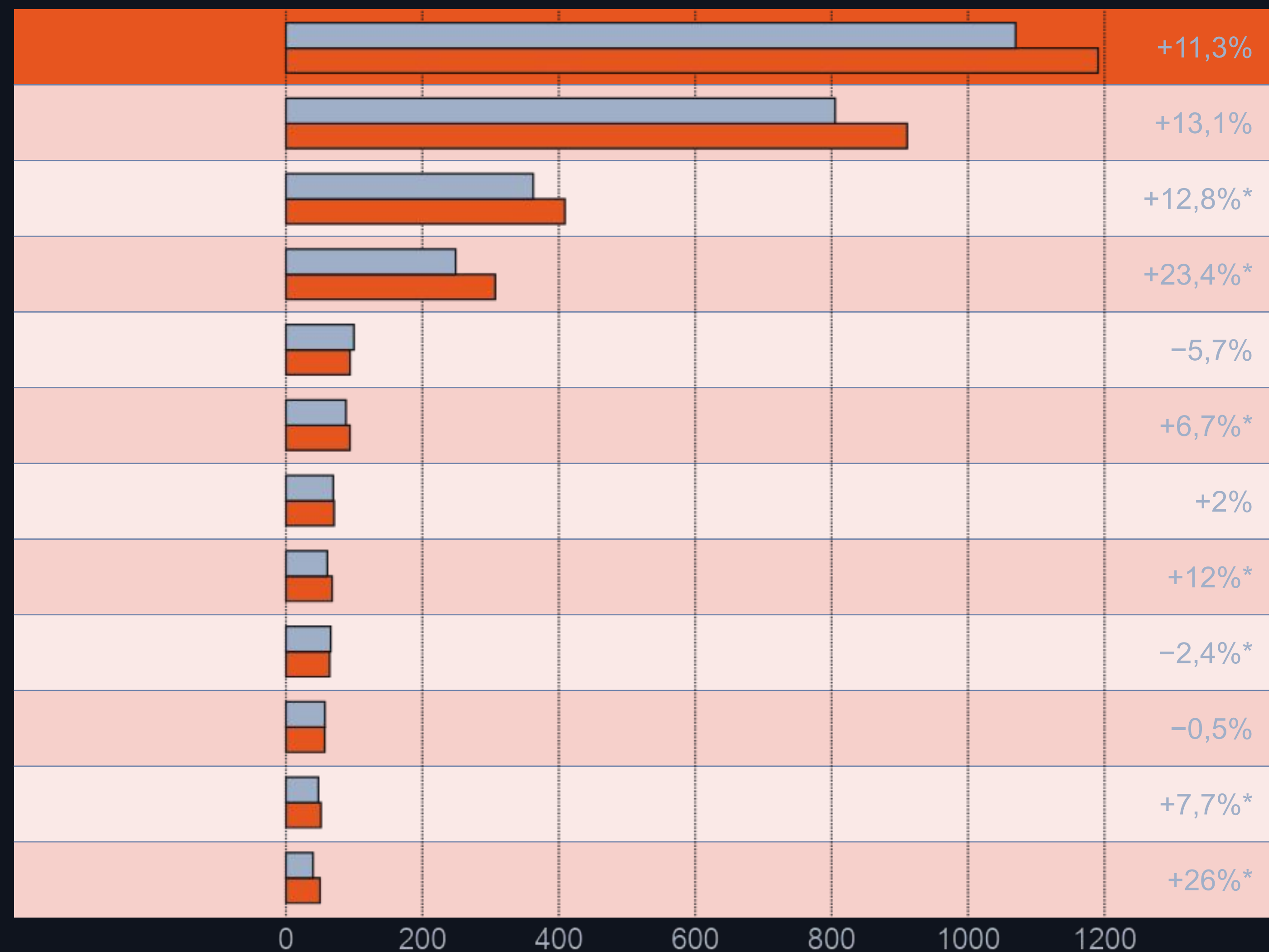
* Лента консолидирует управление «Улыбкой радуги» с декабря 2024 г., ООО «Молл» — с 26 июня 2025 г., ГК «Реми» — с декабря 2025 г., «Магнит» консолидирует «Самбери» с 11 января 2024 г., «Азбуку вкуса» — с мая 2025 г.

Выручка, млрд ₺ без НДС

I кв. 26/25 г.

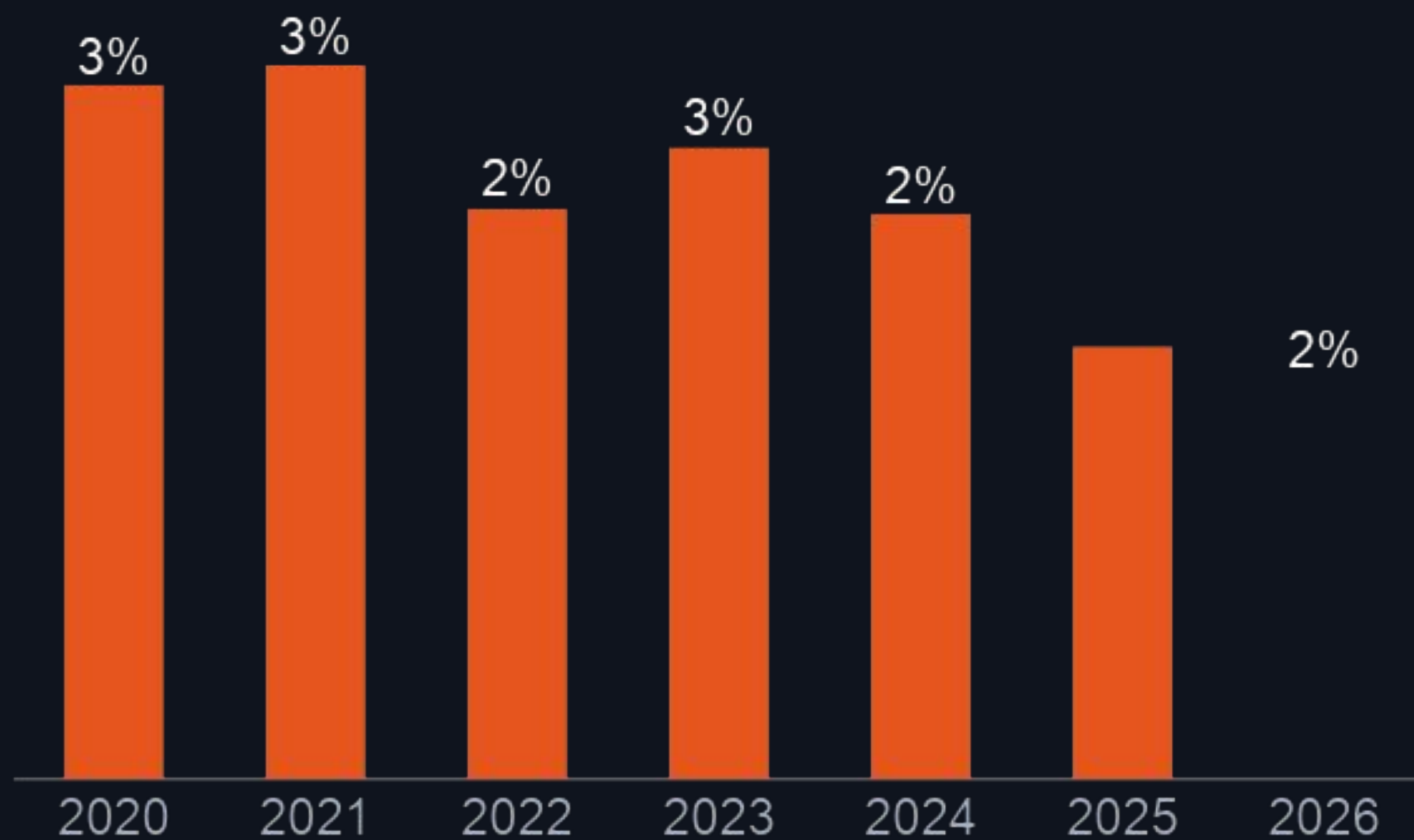
■ I кв. 2025

■ I кв. 2026



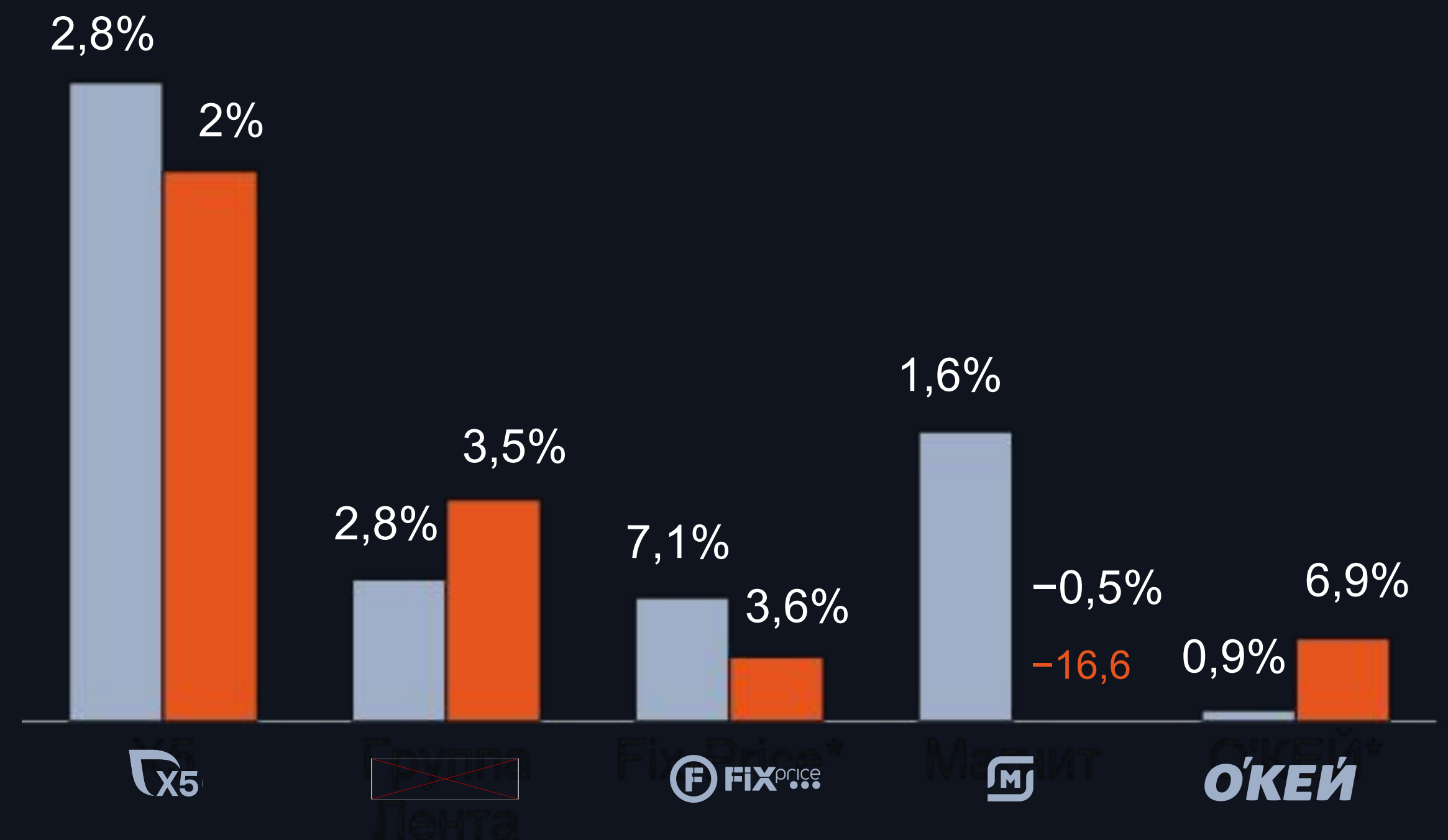
РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КРУПНЕЙШИХ СЕТЕЙ СНИЖАЕТСЯ, РИТЕЙЛЕРЫ ИЩУТ НОВЫЕ ИСТОЧНИКИ МАРЖИНАЛЬНОСТИ

Средняя рентабельность по чистой прибыли топ-10 сетей FMCG, %



Чистая прибыль и рентабельность публичных компаний, млрд ₹

■ 2024 ■ 2025



МСФО-17, (*) МСФО-16, по Fix Price за 2024–2025 гг. приводятся данные ПАО «Фикс Прайс»; ГК «ОКЕЙ» — приведённая чистая прибыль с учётом гипермаркетов до момента сделки

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА КРУПНЕЙШИХ ПОСТАВЩИКОВ

Тренды на рынке, которые будут определяющими для развития пищевой отрасли в ближайшие полгода

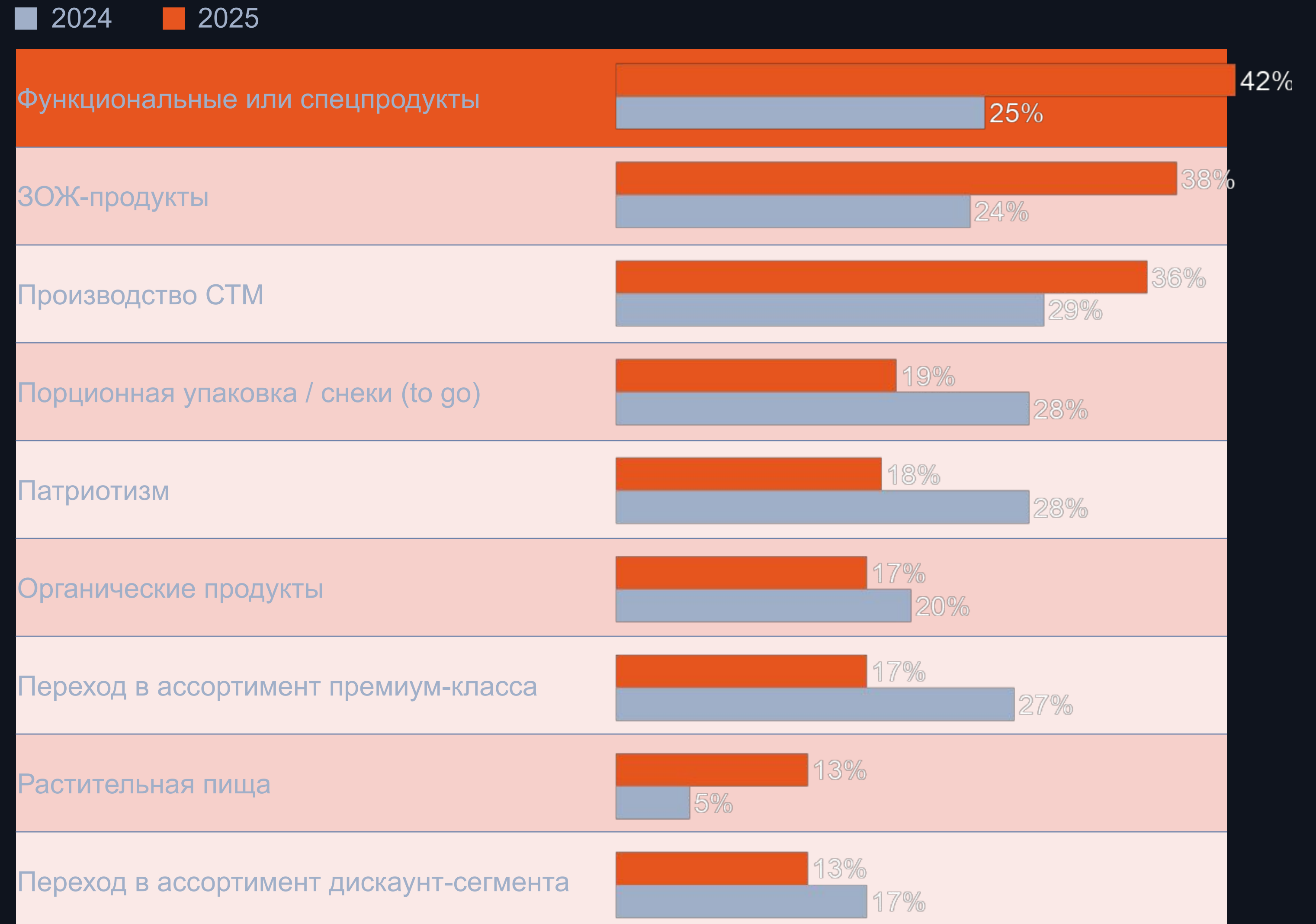
% ответов респондентов, которые выбрали три главных тренда

■ 2024 ■ 2025



РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА КРУПНЕЙШИХ ПОСТАВЩИКОВ

Какие тренды на рынке вы будете использовать для обновления ассортимента в 2026 году?



РАСХОДЫ НА ПИТАНИЕ ВНЕ ДОМА И ПОКУПКУ ГОТОВОЙ ЕДЫ В РИТЕЙЛЕ БУДУТ РАСТИ

Доля расходов на питание вне дома и готовую еду в структуре потребительских расходов, %

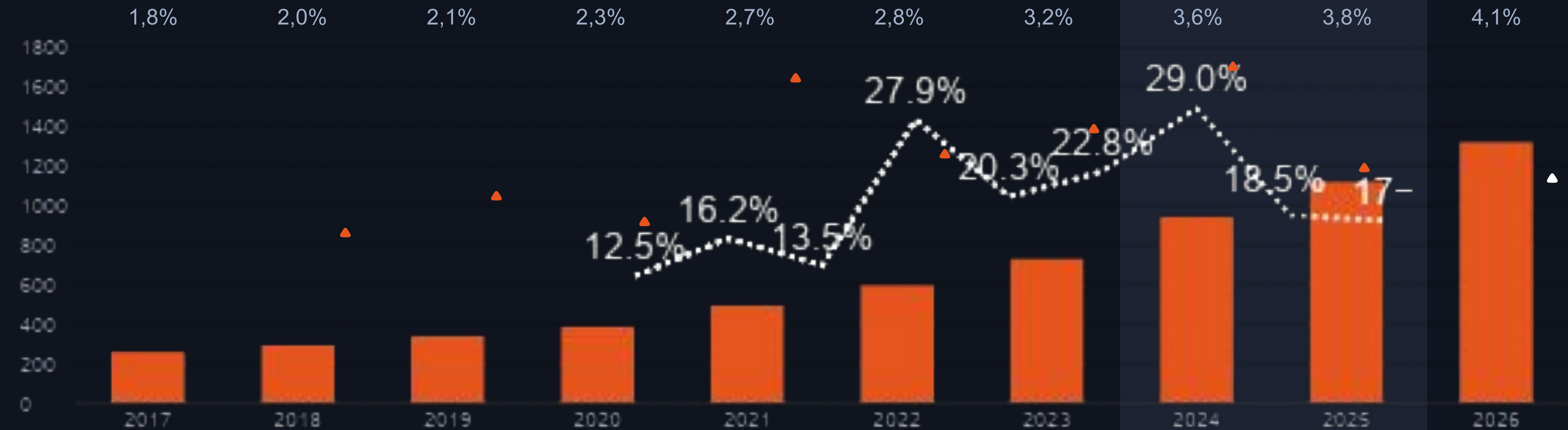
■ Готовая еда в ритейле ■ Общественное питание



ГОТОВАЯ ЕДА — КЛЮЧЕВОЙ ДРАЙВЕР ПРОДАЖ У СЕТЕЙ. ФОКУС — УПАКОВАННАЯ ГОТОВАЯ ЕДА И ЗОНЫ КАФЕ

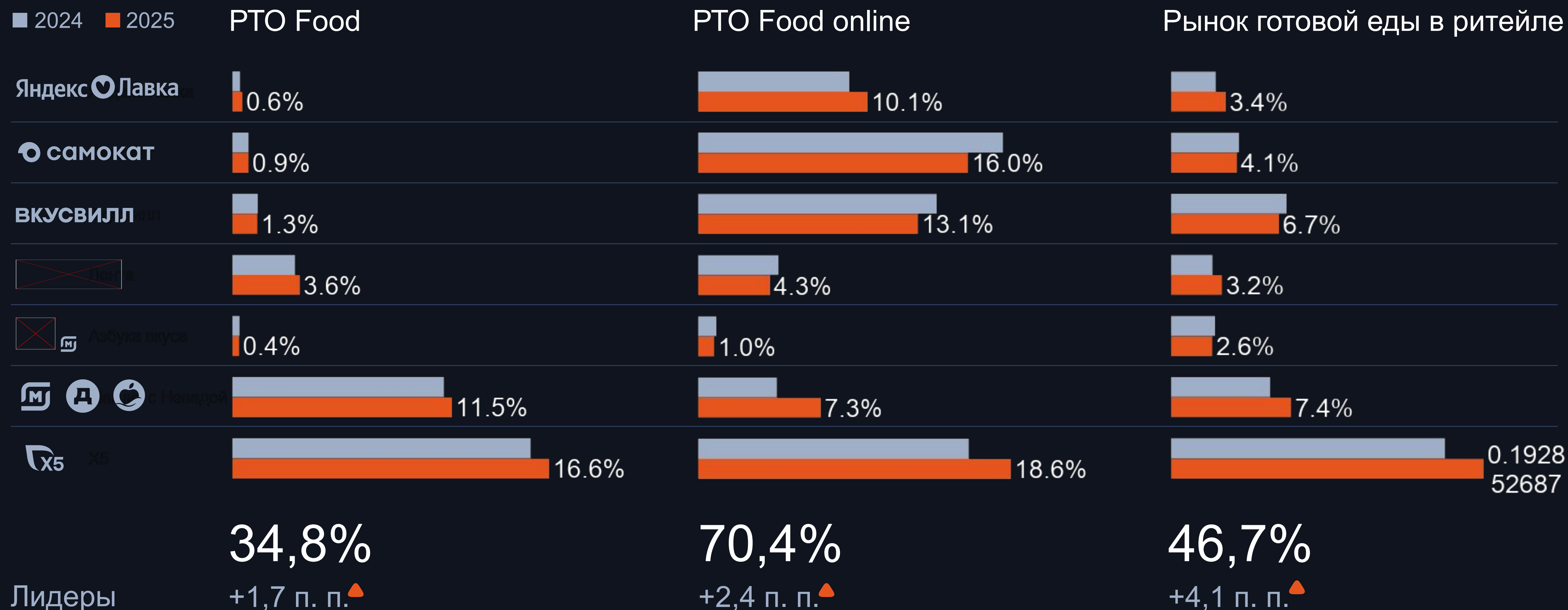
Продажи готовой еды в ритейле и доля в ГЕ в РТО Food, млрд ₹ с НДС

■ Объём рынка готовой еды · · Динамика, %



Не добрали > 100 млрд ₹
из-за дефицита

ДОЛЯ ЛИДЕРОВ НА РЫНКЕ БЫСТРО РАСТЁТ. ГОТОВАЯ ЕДА — В ТОПЕ ПО ТЕМПАМ КОНСОЛИДАЦИИ



РЕКОРДНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

ФОКУС НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ И

БОРЬБА ЗА ПОКУПАТЕЛЯ

Оmnиканальность и экспресс-доставка

➤ ключевой драйвер привлечения

Цена становится

➤ главным фактором выбора

Сервис и ассортимент

➤ остаются очень значимыми (россияне — гедонисты с ограниченным бюджетом)

Рост B2B-направления

➤ офисы, трейдеры, NORECA

РЕКОРДНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

ФОКУС НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ И

БОРЬБА ЗА ПОКУПАТЕЛЯ

ИИ, автоматизация и роботизация

Ритейл расширяет сервисы для поставщиков
(логистика, финтех, упаковка, импорт)

EDLP, персонализация промо и цен,
кластеризация торговых объектов

Трансформация программ лояльности

РЕКОРДНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

ФОКУС НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ И

БОРЬБА ЗА ПОКУПАТЕЛЯ

Партнёрства ритейла и поставщиков

СТМ и ЭТМ

➤ инструмент дифференциации

Собственное производство и ready-to-eat

➤ лояльность и доход

ЗОЖ, функциональные продукты, бренды
с маркетплейсов, проекты с селебрити

➤ маржа и бренд

Михаил Бурмистров

Генеральный директор NFC-Line-Аналитика

**ЭНЕРГИИ,
ТЕРПЕНИЯ,**

www.infoline.spb.ru

+7 495 772-76-40

burmistrovmb@infoline.spb.ru

+7 911 178-27-80

И УДАЧИ!

**НЕ
ОТКЛАДЫВАЙТЕ
СЛОЖНЫЕ
РЕШЕНИЯ**

