

Тренды молочного рынка

Май 2024

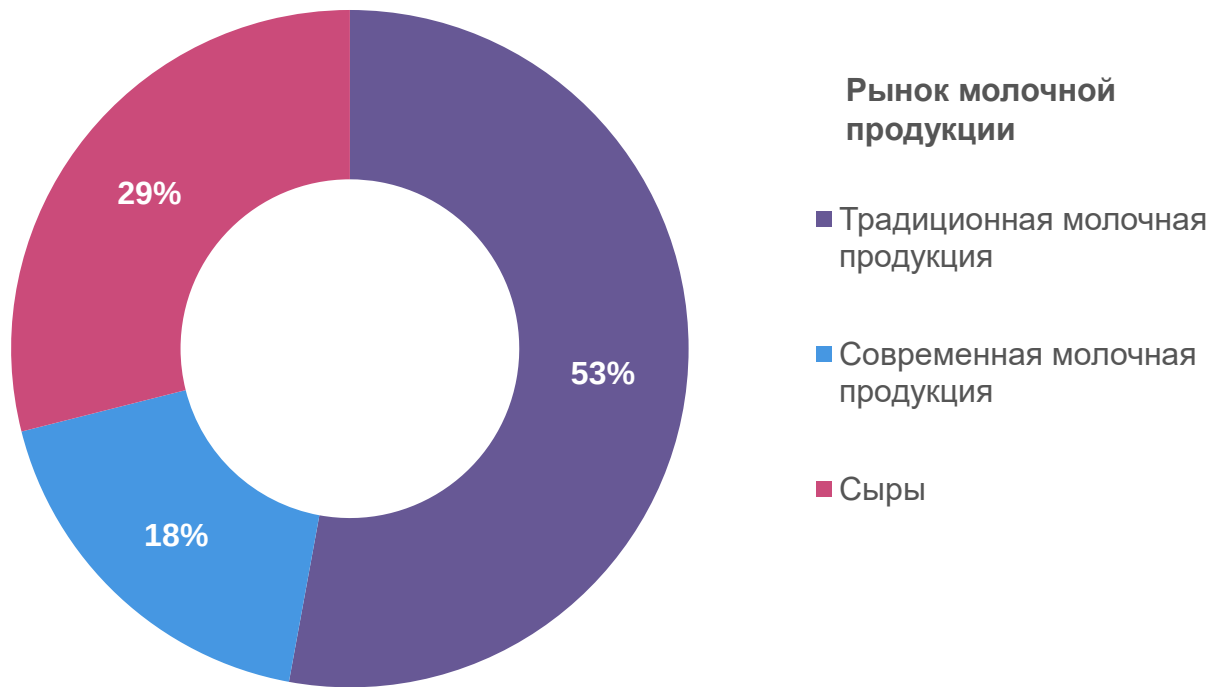
NIQ | 30
лет в России



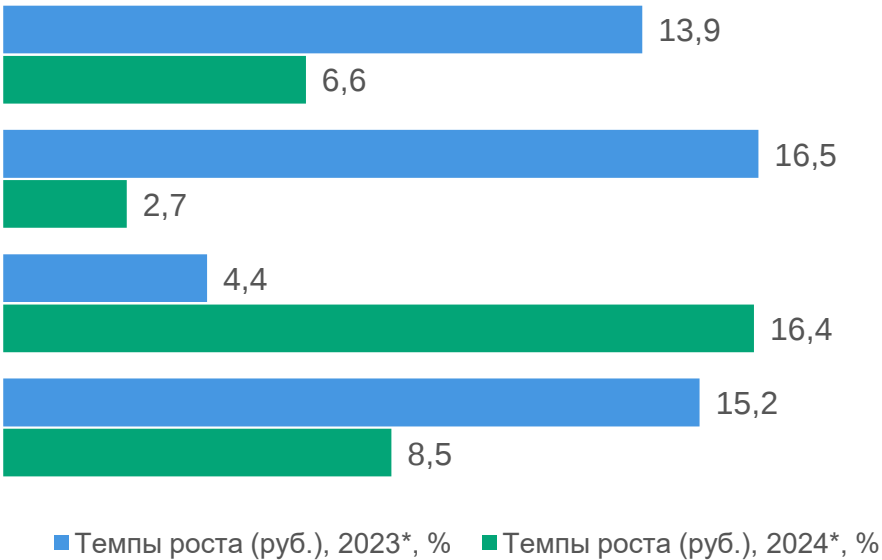
Как изменился молочный рынок за последние три года?

Динамика денежных продаж замедляется *на фоне снижения инфляции*

Структура продаж молочного рынка,
денежное выражение, омниканальный рынок, %



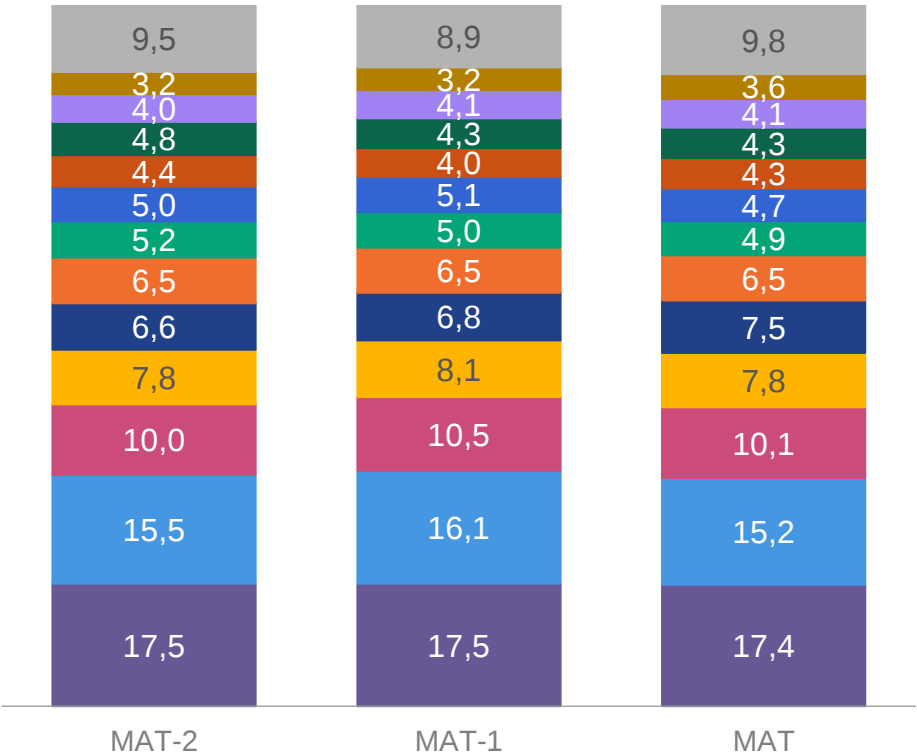
Динамика продаж за два последних года,
денежное выражение, %



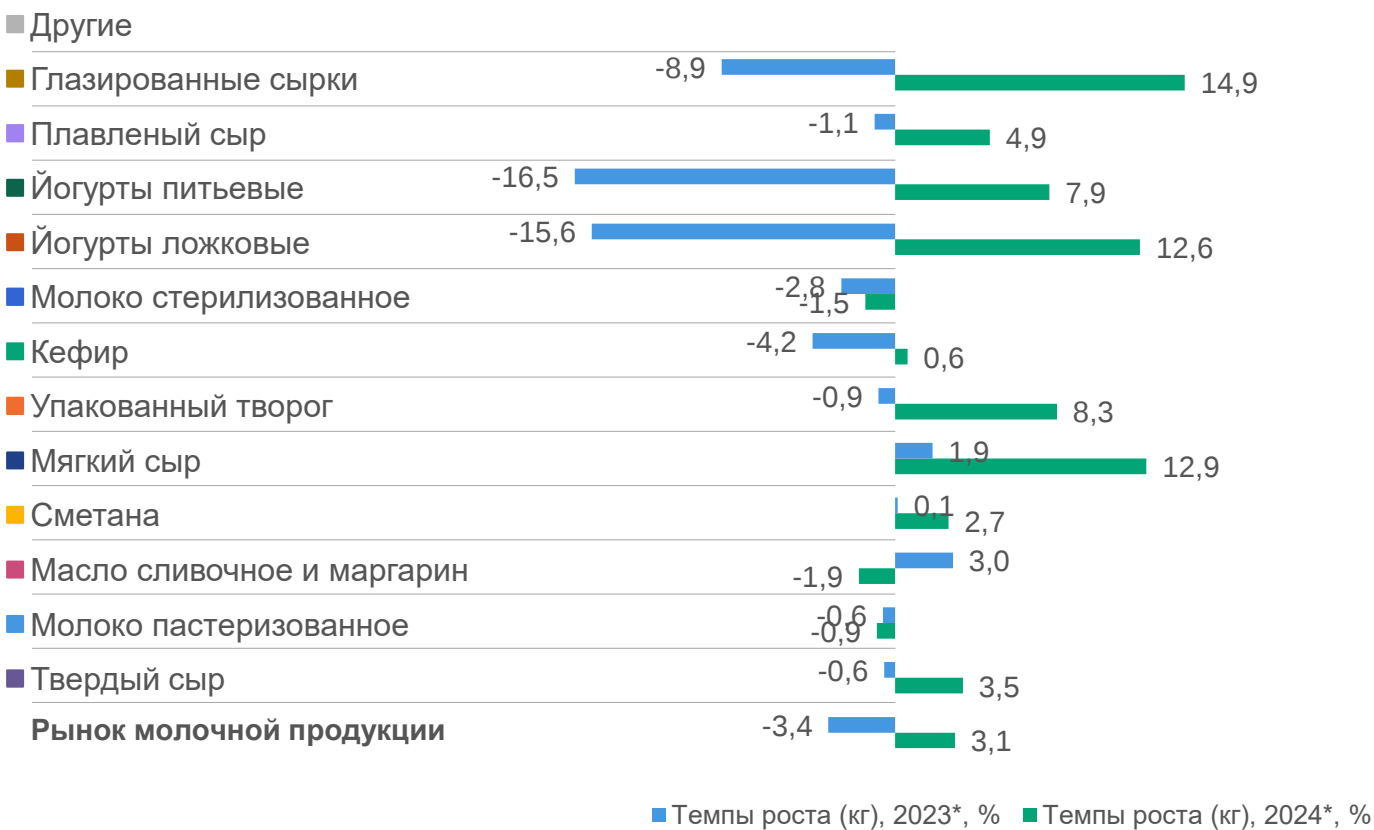
Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024, 2023, 2022 = аналогичные периоды ранее.

При этом в натуральном выражении динамика продаж большинства категорий на омниканальном рынке перешла к росту

Структура продаж молочного рынка, денежное выражение, омниканальный рынок, %



Динамика продаж за два последних года, натуральное выражение, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024, 2023, 2022 = аналогичные периоды ранее.

Одновременно с этим в большинстве категорий **расширяется ассортимент**

Изменение ассортимента на молочном рынке, розничные сети, %

Молочный рынок	0,5
Масло и маргарин	-3.6
Сгущенное молоко	-3.3
Сливки	14.6
Творог	0.5
Творожные десерты	1.7
Питьевые йогурты	-3.8
Глазированные сырки	4.1
Гранулированный творог	-3.4
Твердый сыр	1.0
Кефир	2.3
Пастеризованное молоко	0.1
Стерилизованное молоко	-2.2
Молоко с добавлением сока	1.9
Растительная молочная продукция	9.8
Плавленный сыр	-3.2
Простокваша	-6.4
Ряженка	5.1
Мягкие сыры	3.4
Сметана	-0.2
Густые йогурты	-2.7

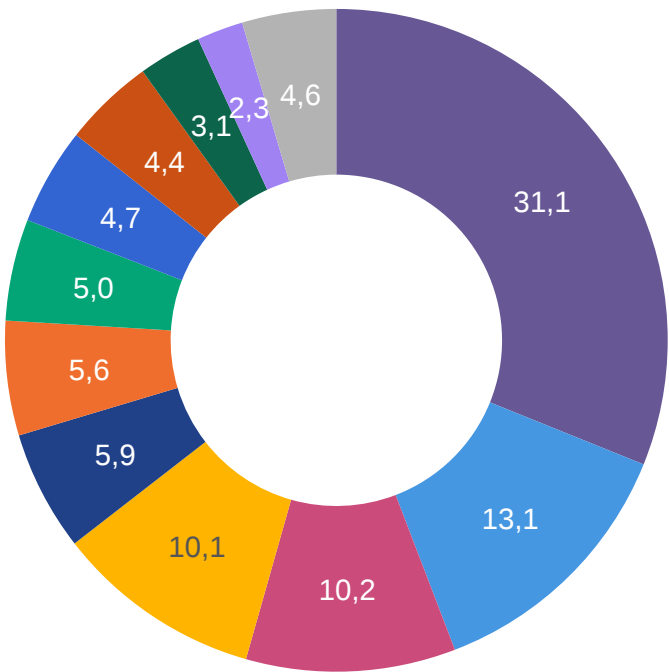
Измерения рынка Нильсен (офлайн-рынок, розничные сети), 12 месяцев по март 2024.



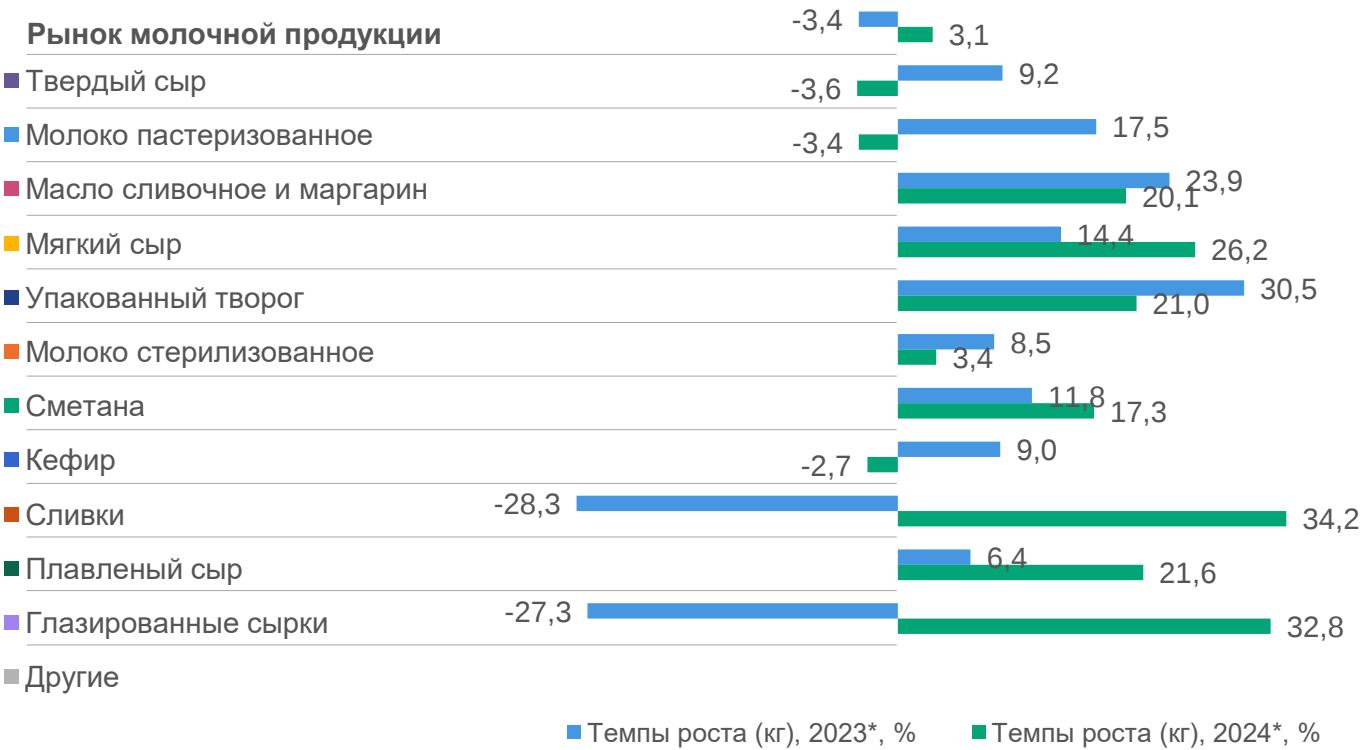
Динамика продаж СТМ также значительно укрепилась после замедления годом ранее

Исключением стали крупнейшие категории частных марок: твердые сыры и пастеризованное молоко

Структура продаж СТМ,
денежное выражение, омниканальный рынок, %



Динамика продаж за два последних года,
натуральное выражение, %

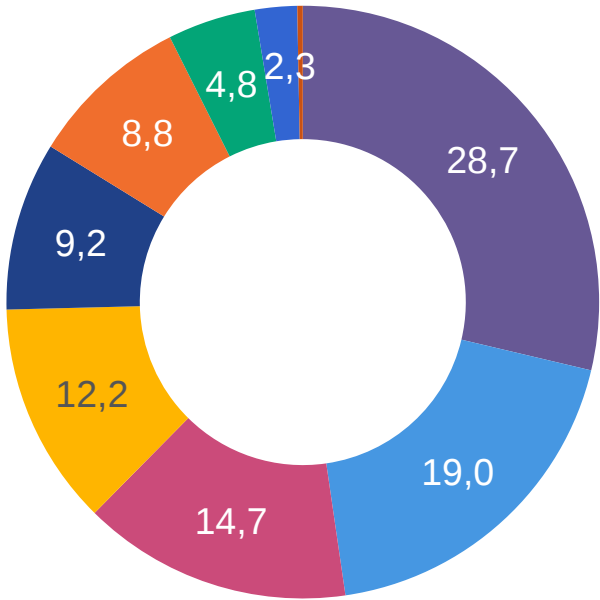


Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024, 2023, 2022 = аналогичные периоды ранее.

Традиционная молочная продукция

Объемы продаж сегмента постепенно восстанавливаются после снижения в 2023 году

Структура продаж традиционной молочной продукции, денежное выражение, %



Динамика продаж, денежное выражение, %

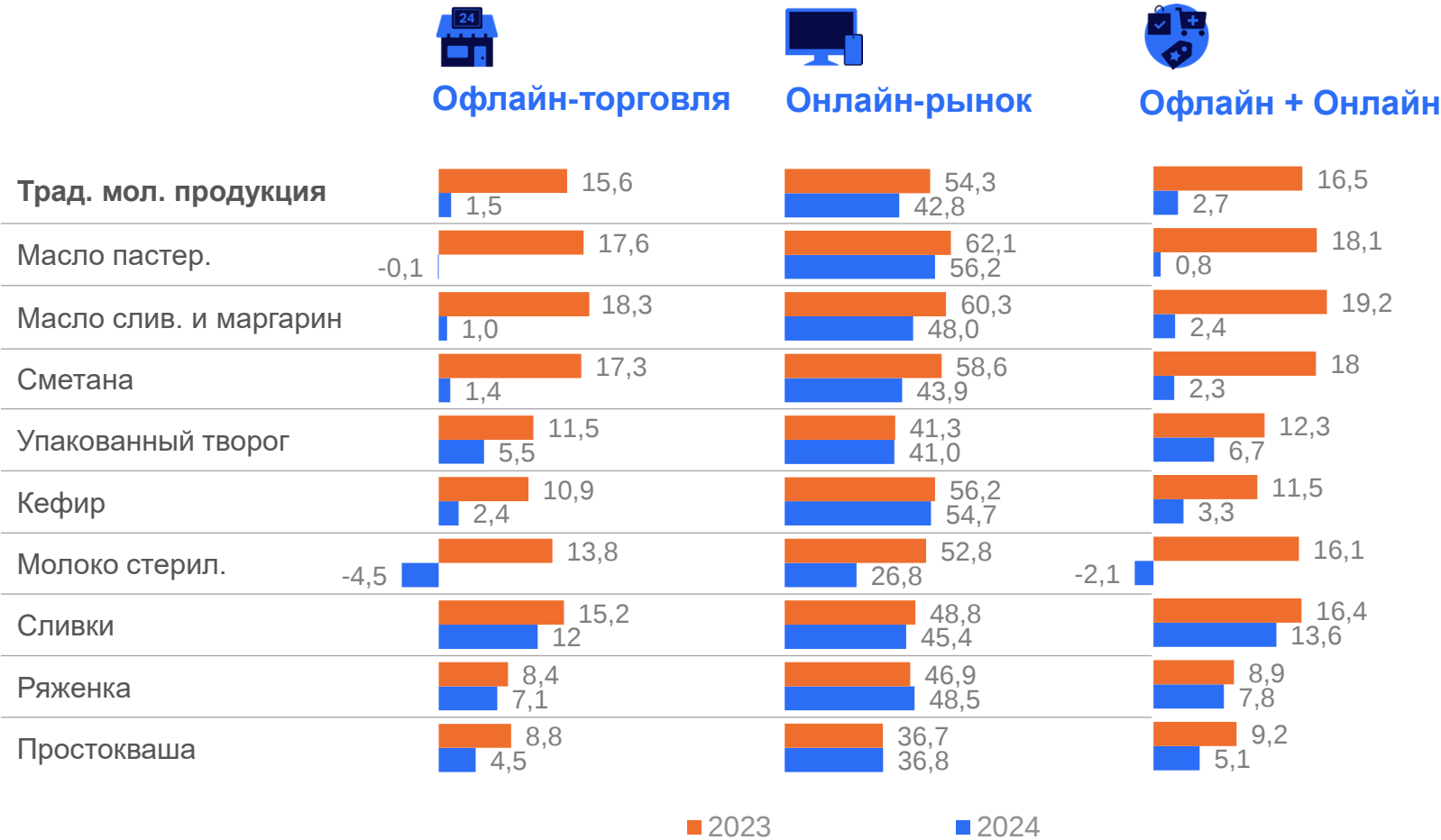
Динамика продаж, натуральное выражение, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024, 2023, 2022 = аналогичные периоды ранее.

При этом все большую значимость продолжает приобретать онлайн-рынок

Динамика **онлайн-продаж** традиционной молочной продукции, денежное выражение, %



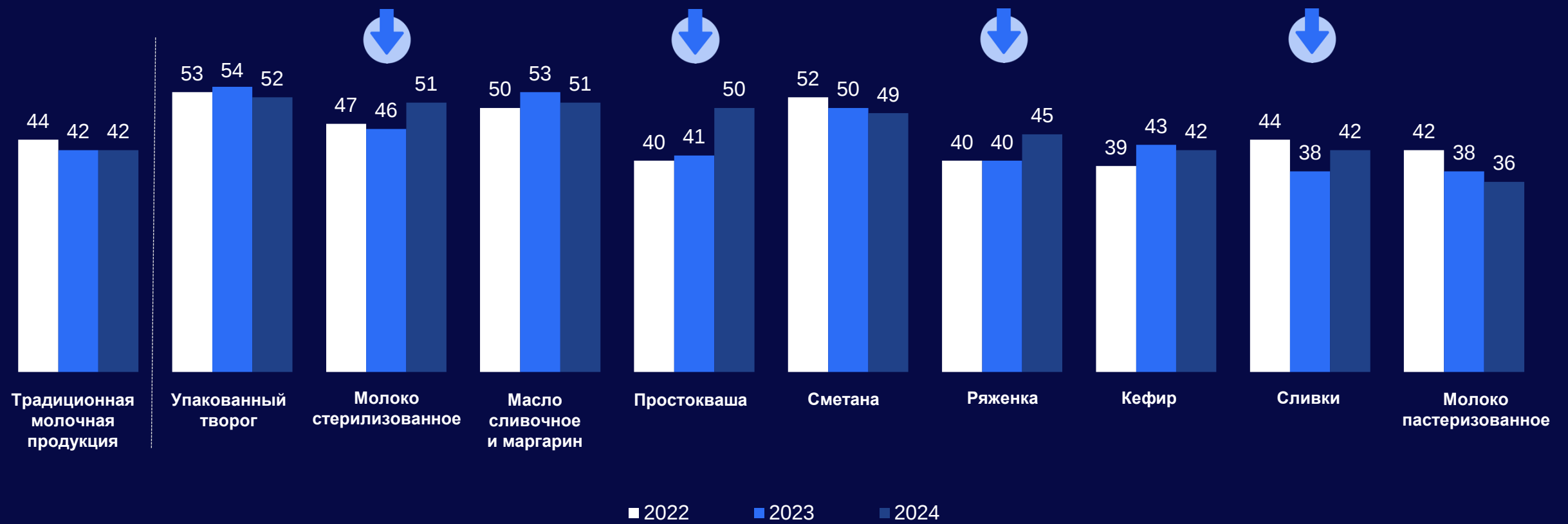
Доля **онлайн-продаж** в категориях, денежное выражение, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024.

Во всех ключевых категориях рынка снижается доля промопродаж — а в менее крупных развивается обратный тренд

Доля промопродаж традиционной молочной продукции, натуральное выражение, %



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн-рынок, 12 месяцев по февраль 2024 к аналогичным периодам годами ранее.



**Одна из особенностей
текущего состояния рынка —
в каждой из категорий
развиваются свои
уникальные тренды**

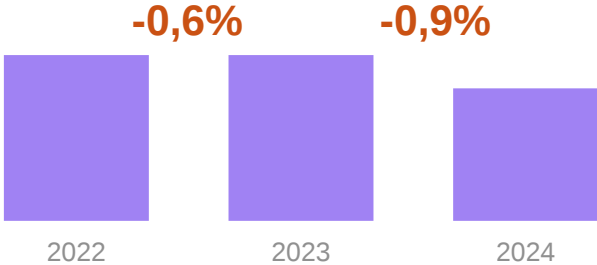
Один из ярких примеров — пастеризованное молоко

Если на уровне категории цифры стабильны, то в отдельных сегментах сильно меняются тренды

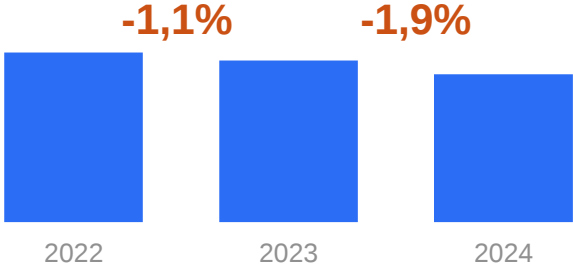
₽ Продажи в рублях



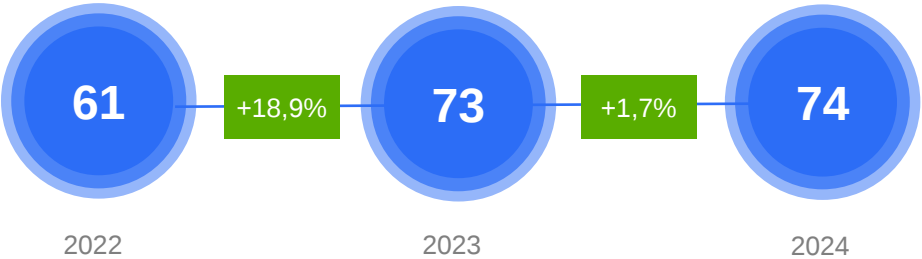
 Продажи в литрах



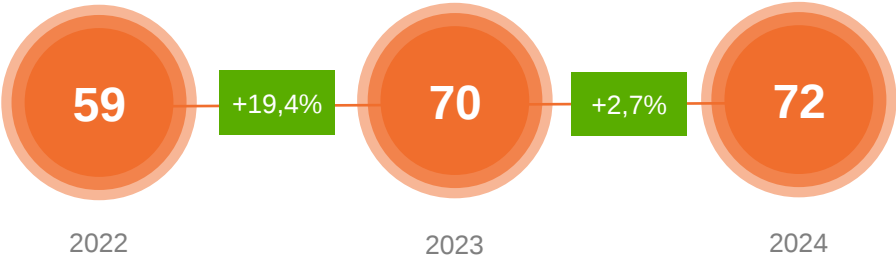
 Продажи в упаковках



 Средняя цена за литр (руб.)



 Средняя цена за упаковку (руб.)



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024. 2023, 2022 = аналогичные периоды ранее.

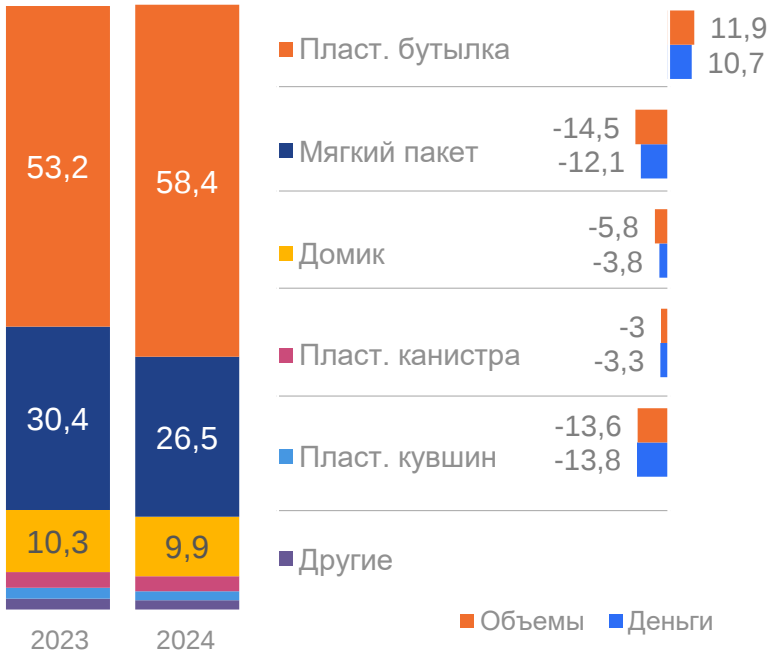
Тип упаковки, объем, жирность — покупательские предпочтения и форматы продукции меняются во многих направлениях одновременно



Тип упаковки

Доля рынка,
денежное выражение, %

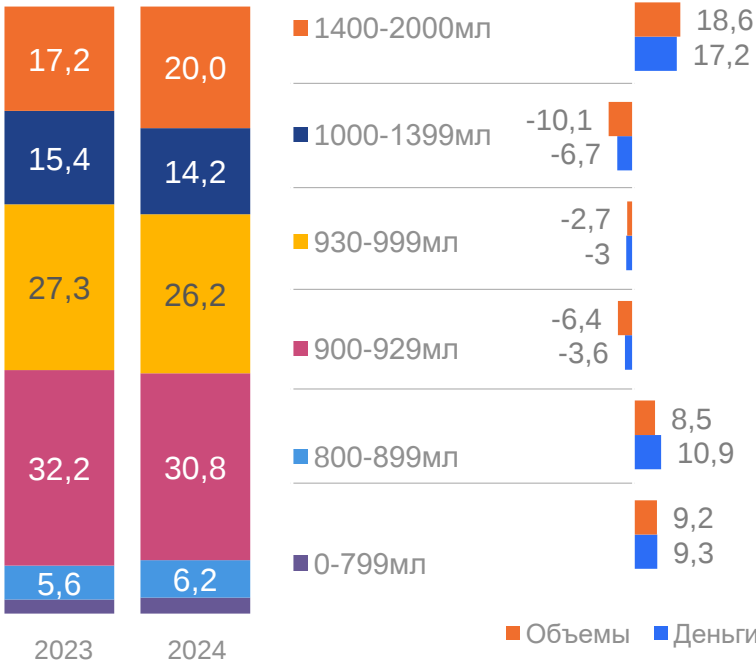
Динамика продаж,
2024 к 2023 году, %



Объем

Доля рынка,
денежное выражение, %

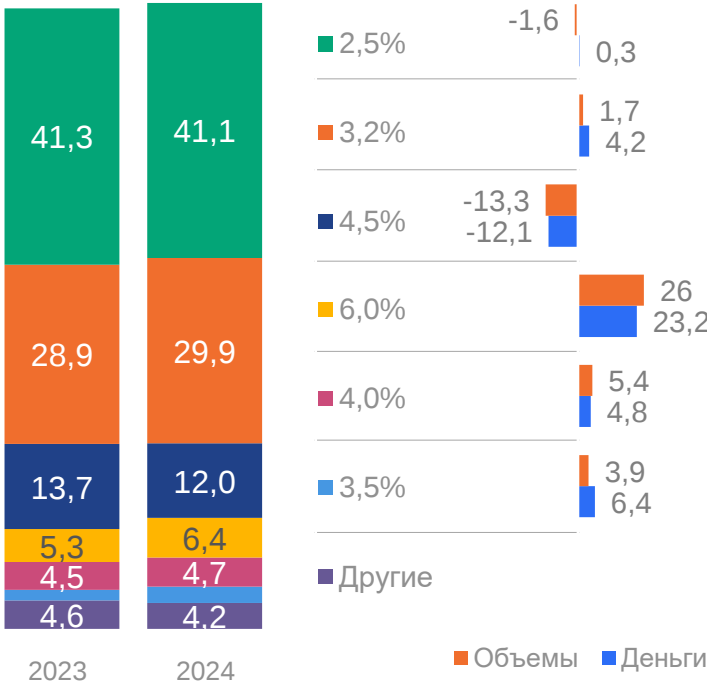
Динамика продаж,
2024 к 2023 году, %



Жирность

Доля рынка,
денежное выражение, %

Динамика продаж,
2024 к 2023 году, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024.

Какие новинки в категории за последний год больше всего пришлись по вкусу покупателям?

Топ-10 новинок за последний год, отсортированы по объему продаж

Производитель и продукт	
1	Бежин луг, 1,4кг, 2,5% (Тульский МК)
2	ЛебедяньМолоко отборное, 1,4кг, 3,4-6% (ООО «ЛебедяньМолоко»)
3	Кунгурское, 0,8л, 3,2% (PepsiCo)
4	Первый вкус, 0,9кг, 2,5% (АО «ГЛ «Российское Молоко»)
5	Нашей дойки, 0,9л, 3,4-6% (Шестаково)
6	Богдаша, 0,8л, 2,5% (Сырный Дом)
7	Лакт отборное, 0,85кг, 3,5-4,5% (Барнаульский МК)
8	Биоснежка, 0,8кг, 2,5% (Барнаульский МК)
9	Новая Деревня, 0,9кг, 3,5% (Нальчикский МК)
10	Молочная сказка, 0,85кг, 2,5% (Барнаульский МК)

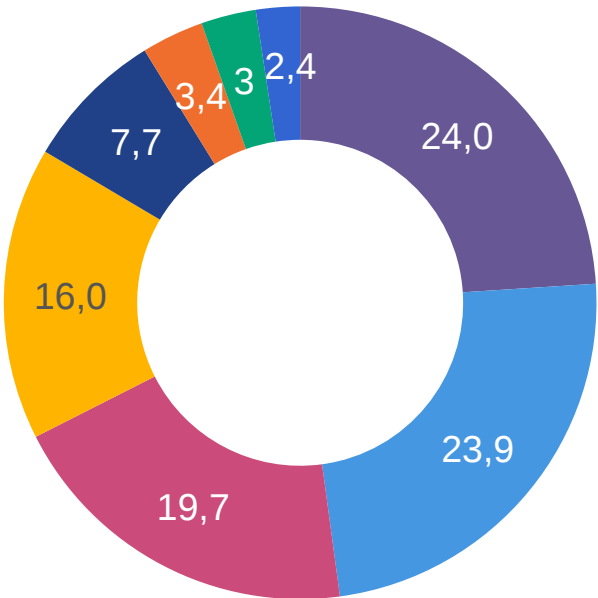
Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024



Современная молочная продукция

После резкого снижения почти всем категориям удалось вернуться к прежнему уровню с точки зрения объемов продаж

Структура продаж современной молочной продукции, денежное выражение, %



Динамика продаж, денежное выражение, %

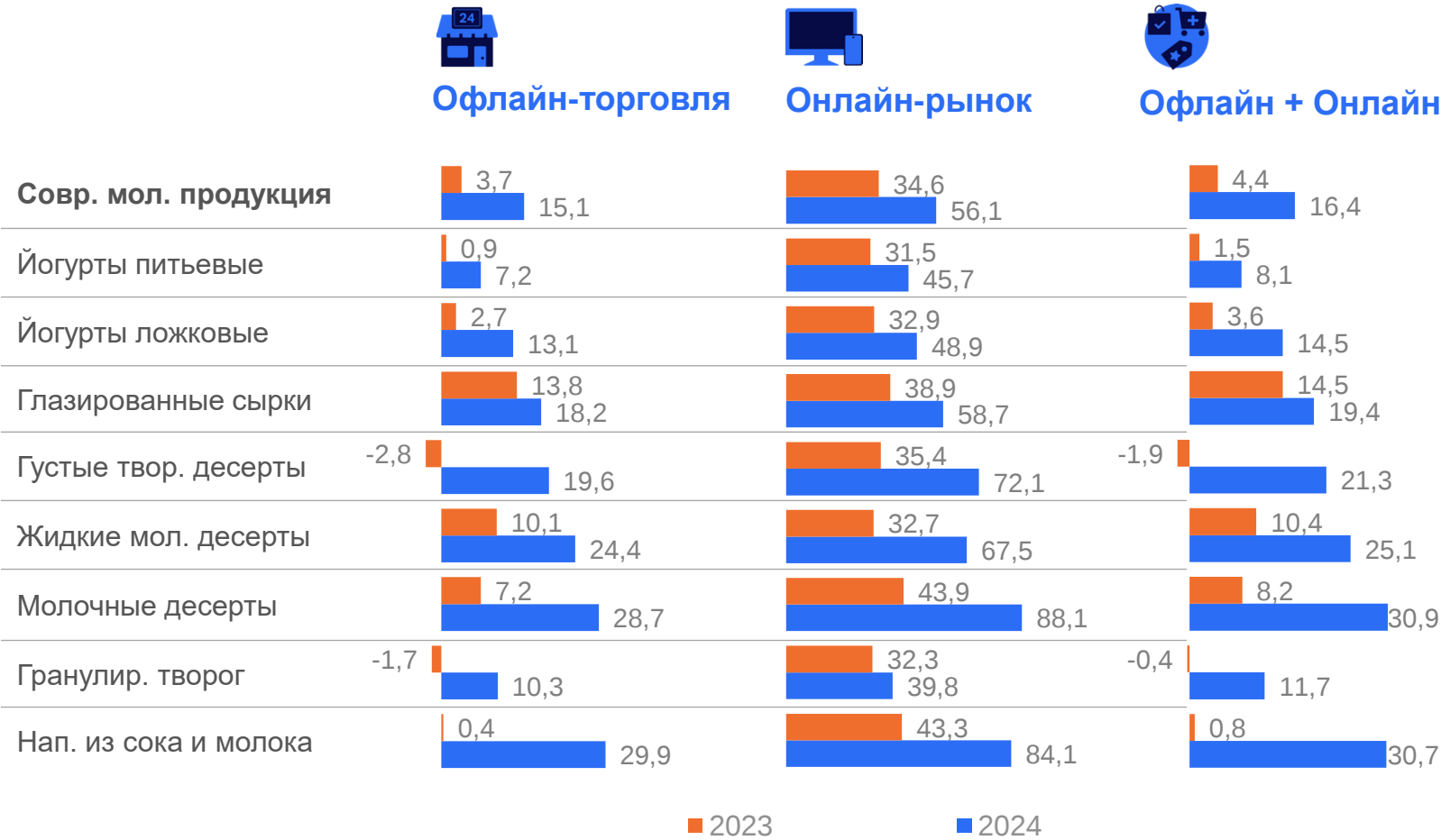
Динамика продаж, натуральное выражение, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024. 2023, 2022 = аналогичные периоды ранее.

Как и в других категориях, значимость онлайн-рынка для современной молочной продукции заметно растет

Динамика **онлайн-продаж** современной молочной продукции, денежное выражение, %



Доля **онлайн-продаж** в категориях, денежное выражение, %

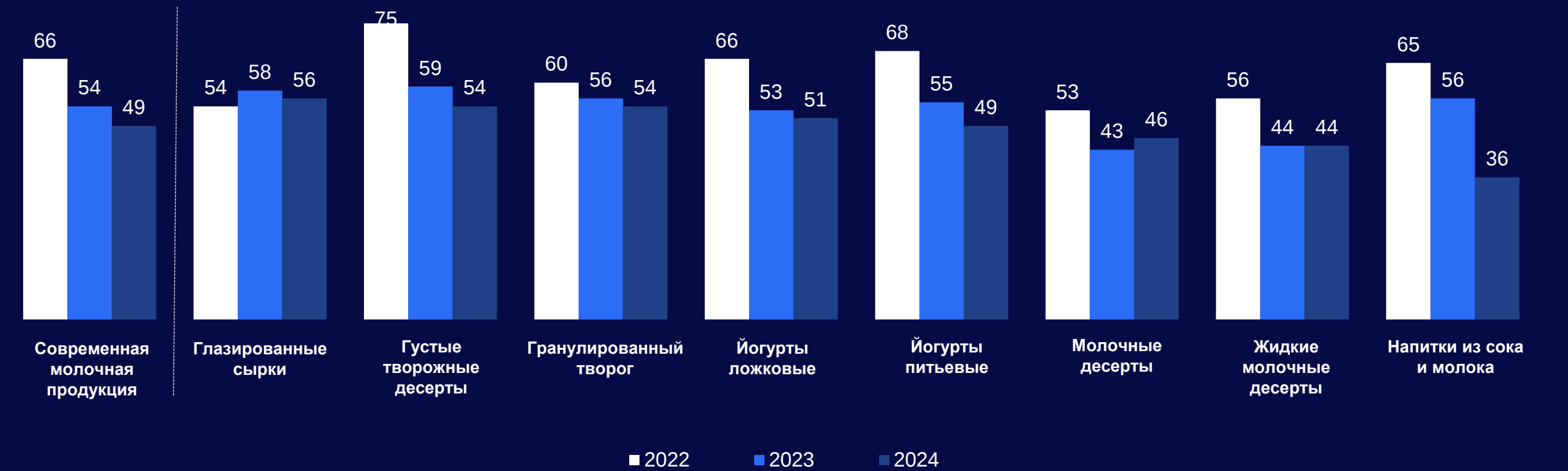


Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024.

Доля промопродаж стагнирует либо продолжает снижаться в большинстве категорий

Единственной категорией с обратным трендом стали молочные десерты

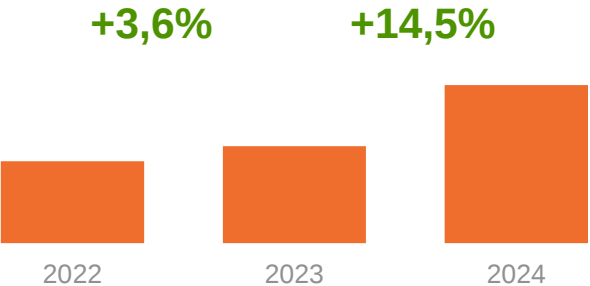
Доля промопродаж современной молочной продукции, натуральное выражение, %



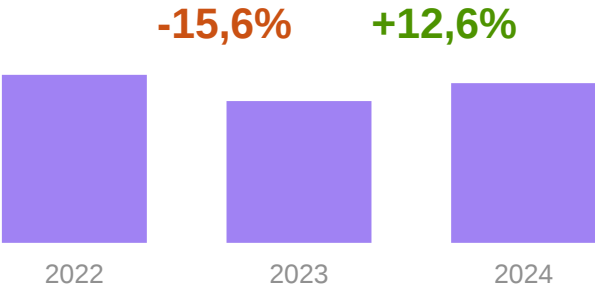
Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн-рынок, 12 месяцев по февраль 2024 к аналогичным периодам годами ранее.

Густые йогурты: как и в случае многих видов молочной продукции за стабильностью или восстановлением скрывается множество мелких трендов

₽ Продажи в рублях



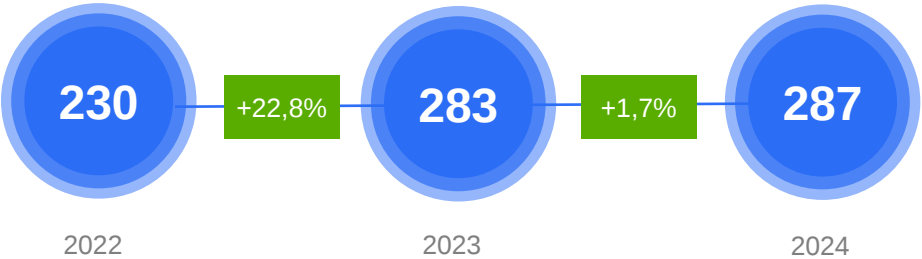
🥛 Продажи в килограммах



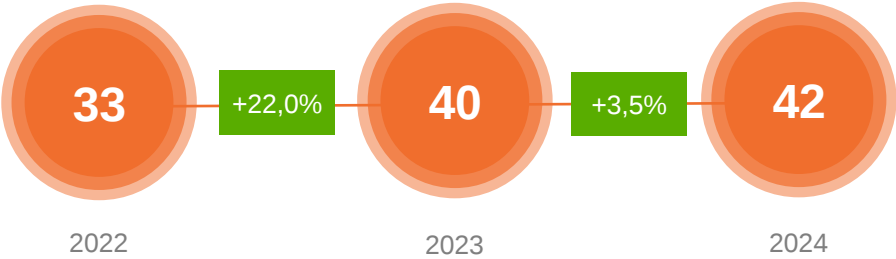
📦 Продажи в упаковках



💰 Средняя цена за килограмм (руб.)



💰 Средняя цена за упаковку (руб.)



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024. 2023, 2022 = аналогичные периоды ранее.

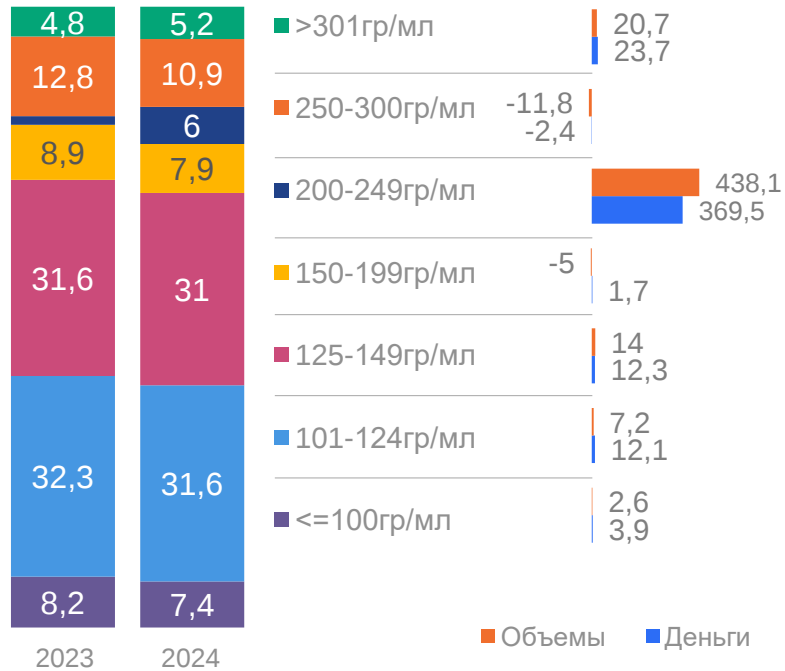
В категории происходят серьезные изменения в структуре продаж, которые могут быть не очевидны за общими цифрами



Вес

Доля рынка,
денежное выражение, %

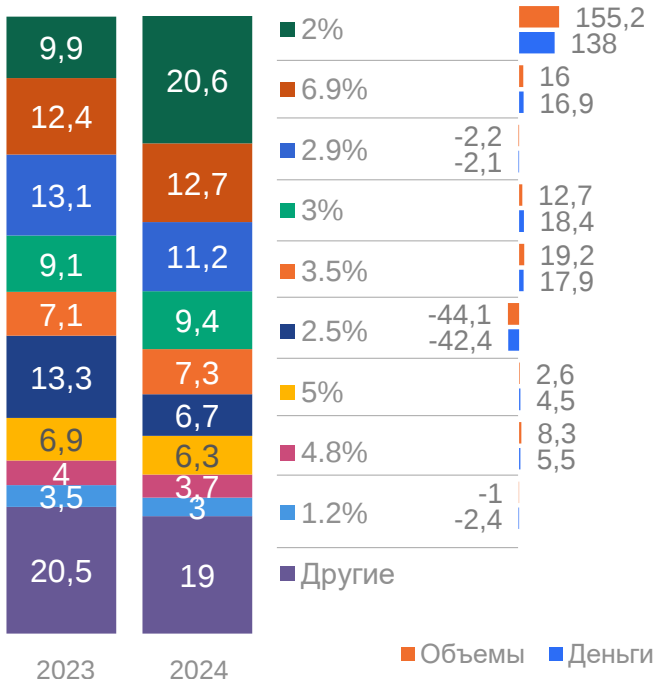
Динамика продаж,
2024 к 2023 году, %



Жирность

Доля рынка,
денежное выражение, %

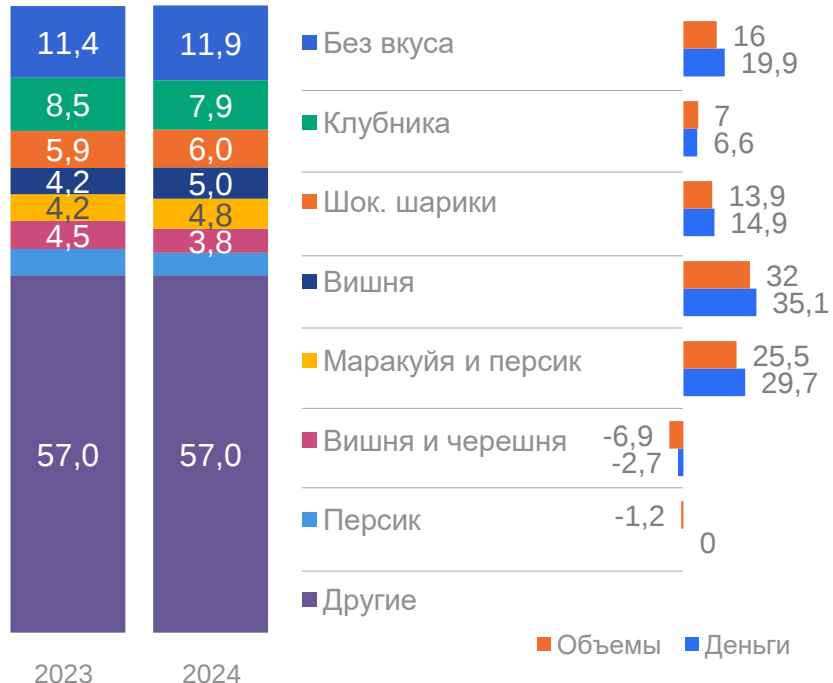
Динамика продаж,
2024 к 2023 году, %



Вкус

Доля рынка,
денежное выражение, %

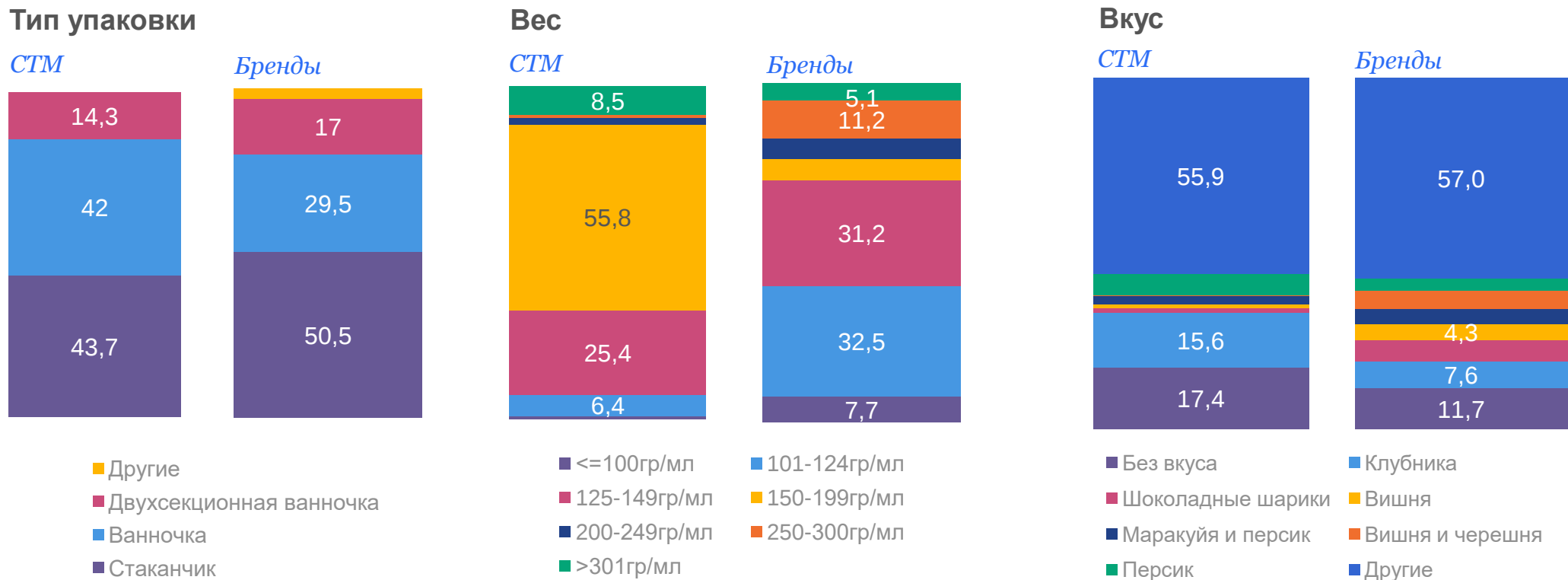
Динамика продаж,
2024 к 2023 году, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024.

Структура СТМ и брендов сильно отличается друг от друга, что также позволяет найти направления для развития обоих сегментов с учетом пожеланий покупателей

Структура продаж по типу упаковки,
денежное выражение, 12 месяцев по февраль 2024, омниканальный рынок, %



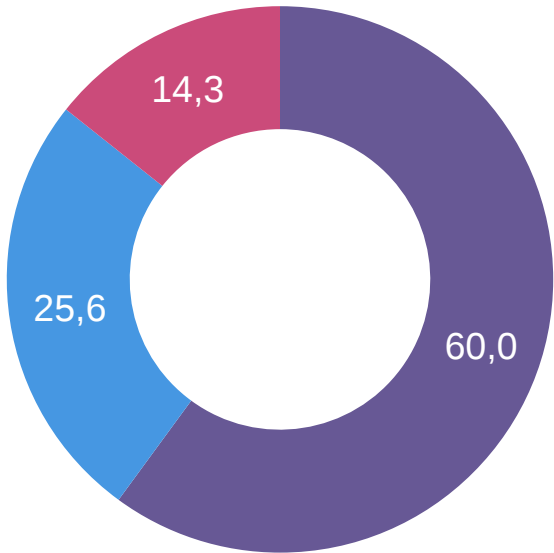
Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024.

Сыры

Рынок сыров также перешел к активному восстановлению продаж

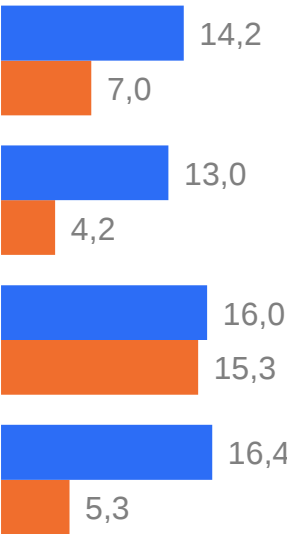
Спрос на мягкие сыры растет быстрее всего, почти в три раза опережая средние темпы роста

Структура продаж сыров, денежное выражение, %

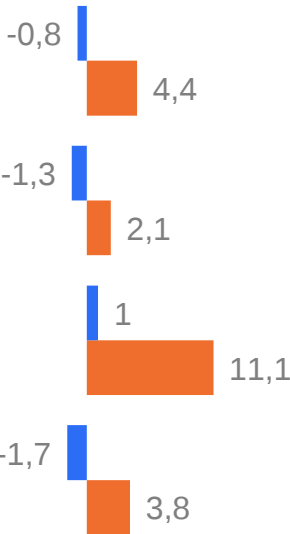


Динамика продаж, денежное выражение, %

- Сыры
- Твердые сыры
- Мягкие сыры
- Плавленые сыры



Динамика продаж, натуральное выражение, %



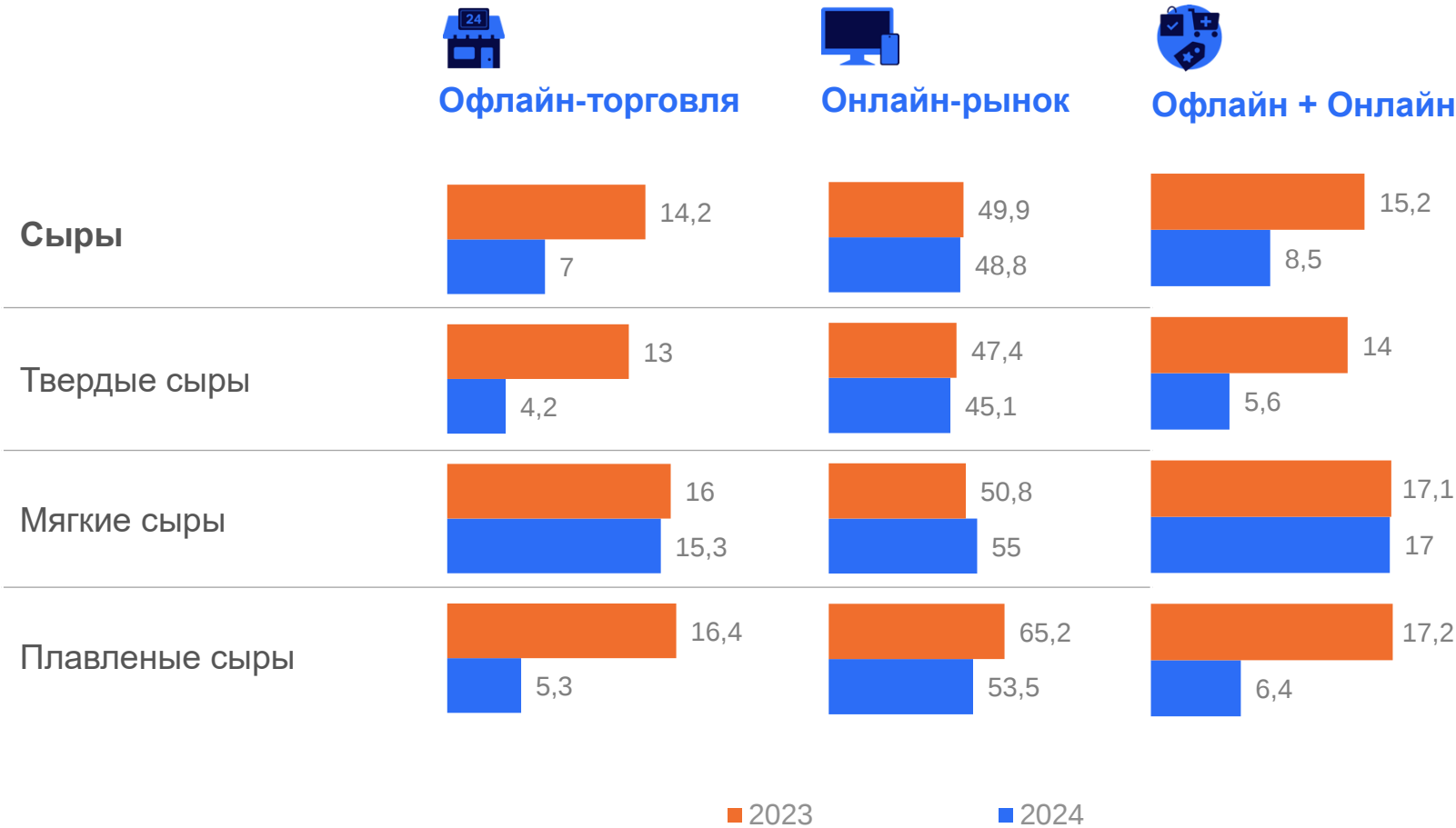
■ 2023 к 2022 ■ 2024 к 2023

Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024. 2023, 2022 = аналогичные периоды ранее.



Динамика продаж мягких сыров особенно сильно растет на онлайн-площадках

Динамика **онлайн-продаж** современной молочной продукции, денежное выражение, %



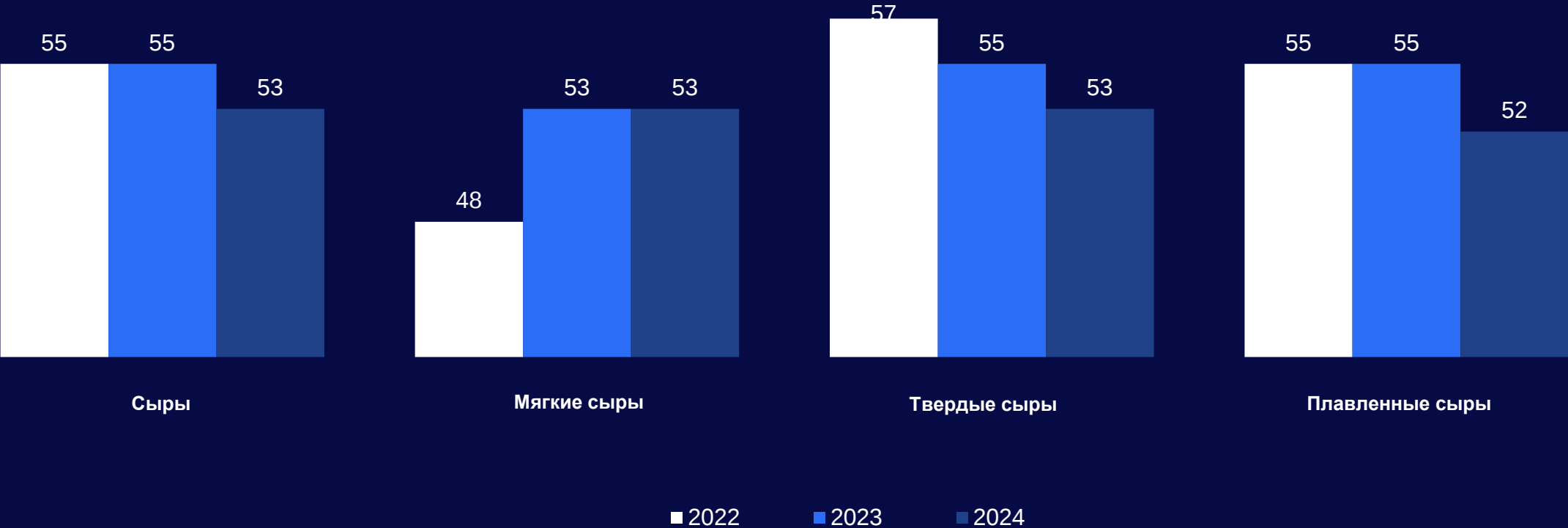
Доля **онлайн-продаж** в категориях, денежное выражение, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный аудит и онлайн-рынок), 12 месяцев по февраль 2024.

Как и в других сегментах рынка доля промопродаж в категории сыров плавно снижается

Доля промопродаж современной молочной продукции,
натуральное выражение, %



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн-рынок, 12 месяцев по февраль 2024 к аналогичным периодам годами ранее.

Как меняются покупательские предпочтения?

Динамика продаж,
12 месяцев по февраль 2024, %

15,3%

составила динамика продаж категории в денежном выражении

Мягкие сыры



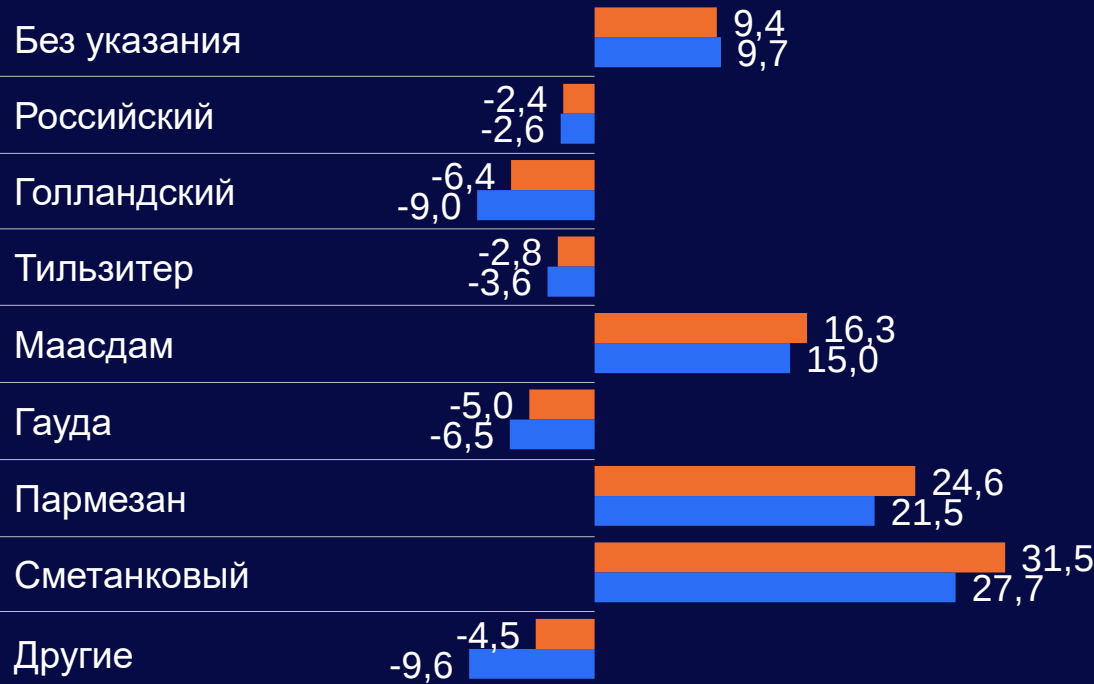
Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный ритейл-аудит и онлайн-рынок). 12 месяцев по февраль 2024 года.

Динамика продаж,
12 месяцев по февраль 2024, %

4,2%

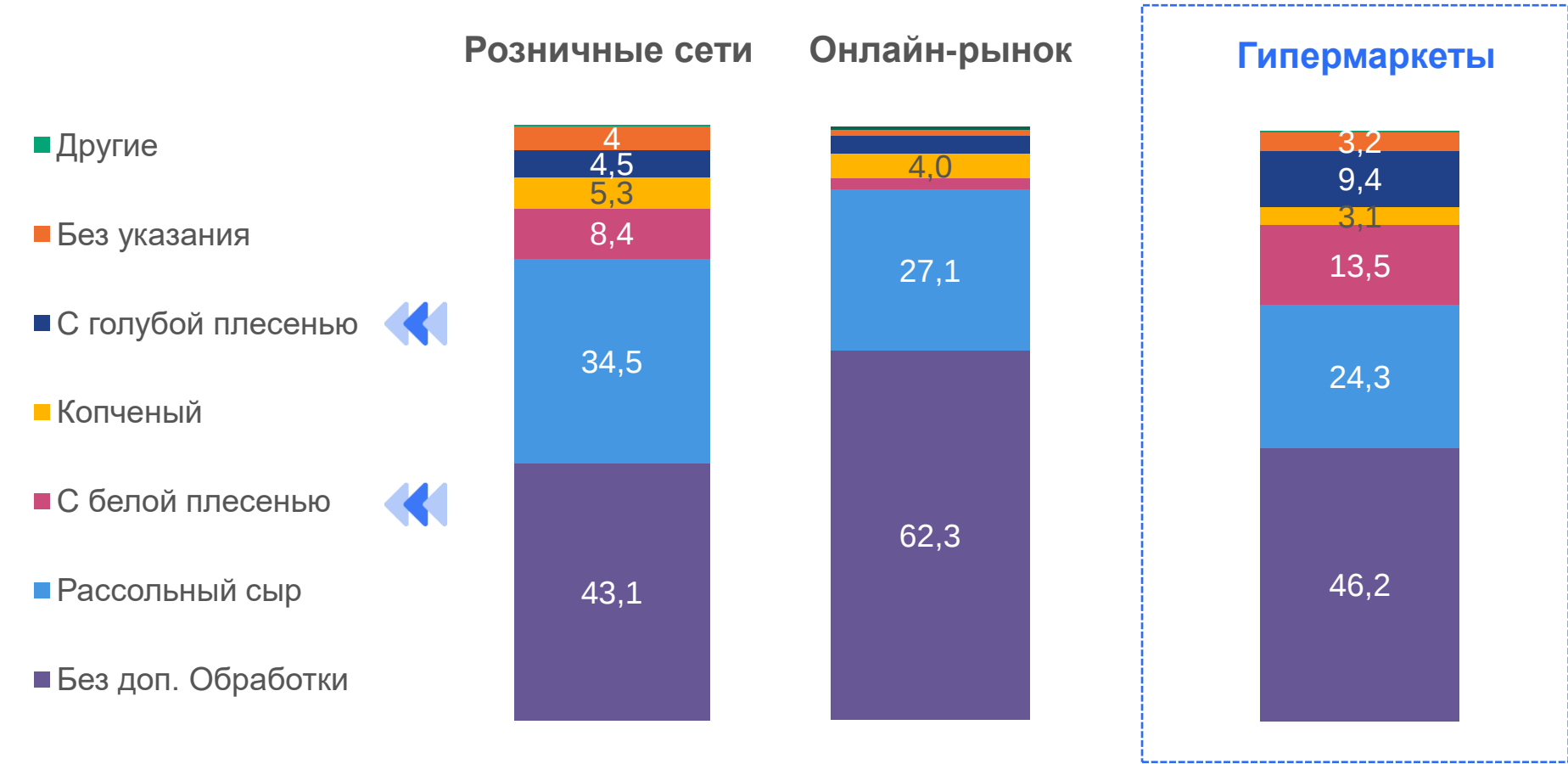
составила динамика продаж категории в денежном выражении

Твердые сыры



Сыры с плесенью: как гипермаркеты привлекают покупателей?

Доли продаж мягких сыров по каналам торговли,
12 месяцев по февраль 2024, %



В структуре продаж гипермаркетов сыры с плесенью занимают почти вдвое большую долю, чем в среднем на рынке FMCG

Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный ритейл-аудит и онлайн-рынок). 12 месяцев по февраль 2024 года.



Бренды и СТМ: в чем ключевое отличие в структуре продаж?

Доля продаж твердого сыра по типу упаковки, денежное выражение, %



40% продаж брендированного твердого сыра приходится на развесной сегмент

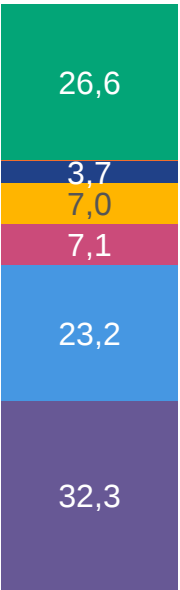
Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн-рынок. 12 месяцев по февраль 2024 года.

Продажи **плавленных сыров со вкусом шоколада** растут быстрее всего

На онлайн-рынке доля шоколадного плавленого сыра в структуре продаж уже вдвое больше, чем в офлайн-рознице.

Онлайн-рынок

Доля продаж плавленого сыра денежное выражение, %



Офлайн-рынок

Динамика продаж плавленого сыра, 12 месяцев по февраль 2024, %



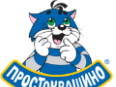
Однако и в офлайн-магазинах данный сегмент стал самым быстрорастущим



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (национальный ритейл-аудит и онлайн-рынок). 12 месяцев по февраль 2024 года.

Топ-50 брендов FMCG на российском рынке

Позиция бренда в рейтинге, изменение позиции к аналогичному периоду 2023 и доля бренда от общих продаж на FMCG-рынке в России (12 месяцев по март 2024, денежное выражение)

1-10	 #1 (=) 1.2%	 #2 (=) 0.8%	 #3 (+7) 0.8%	 #4 (-1) 0.7%	 #5 (-1) 0.7%	 #6 (=) 0.6%	 #7 (=) 0.5%	 #8 (+3) 0.5%	 #9 (-4) 0.5%	 #10 (+8) 0.5%
11-20	 #11 (+6) 0.5%	 #12 (-3) 0.5%	 #13 (+2) 0.5%	 #14 (-6) 0.5%	 #15 (+12) 0.4%	 #16 (-2) 0.4%	 #17 (+4) 0.4%	 #18 (+1) 0.4%	 #19 (+3) 0.4%	 #20 (-8) 0.4%
21-30	 #21 (+8) 0.4%	 #22 (+3) 0.4%	 #23 (-3) 0.4%	 #24 (+8) 0.4%	 #25 (-2) 0.4%	 #26 (+9) 0.4%	 #27 (+3) 0.4%	 #28 (-12) 0.4%	 #29 (-1) 0.3%	 #30 (+1) 0.3%
31-40	 #31 (+7) 0.3%	 #32 (-6) 0.3%	 #33 (-9) 0.3%	 #34 (=) 0.3%	 #35 (-2) 0.3%	 #36 (+1) 0.3%	 #37 (+4) 0.3%	 #38 (+8) 0.3%	 #39 (+5) 0.3%	 #40 (-1) 0.3%
41-50	 #41 (+7) 0.3%	 #42 (+11) 0.3%	 #43 (=) 0.3%	 #44 (+13) 0.3%	 #45 (-5) 0.3%	 #46 (+3) 0.3%	 #47 (-11) 0.3%	 #48 (+4) 0.2%	 #49 (-7) 0.2%	 #50 (-5) 0.2%

Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (более 150 сетей, включая специализированные магазины), офлайн-рынок. На основе данных более 230 категорий. 12 месяцев по март 2024 к аналогичному периоду годом ранее.

Топ-50 брендов в молочной индустрии на российском рынке

Позиция бренда в рейтинге, изменение позиции к аналогичному периоду 2022 года и доля бренда от общих продаж в молочной индустрии в России (Январь-Декабрь 2023)

1-10	 #1 (=) 4.71%	 #2 (=) 3.10%	 #3 (=) 2.77%	 #4 (+1) 2.26%	 #5 (-1) 2.21%	 #6 (+1) 1.83%	 #7 (-1) 1.77%	 #8 (+1) 1.54%	 #9 (+2) 1.24%	 #10 (=) 1.13%
11-20	 #11 (+1) 1.13%	 #12 (+2) 0.84%	 #13 (+3) 0.80%	 #14 (+20) 0.79%	 #15 (-2) 0.78%	 #16 (+31) 0.75%	 #17 (+16) 0.75%	 #18 (+1) 0.74%	 #19 (-2) 0.74%	 #20 (-5) 0.71%
21-30	 #21 (-13) 0.67%	 #22 (=) 0.63%	 #23 (-5) 0.61%	 #24 (+5104) 0.60%	 #25 (-5) 0.58%	 #26 (-5) 0.57%	 #27 (+5) 0.57%	 #28 (-5) 0.56%	 #29 (-4) 0.55%	 #30 (-2) 0.55%
31-40	 #31 (-5) 0.53%	 #32 (-2) 0.52%	 #33 (-9) 0.50%	 #34 (-3) 0.47%	 #35 (+7) 0.46%	 #36 (+1) 0.44%	 #37 (-2) 0.43%	 #38 (+62) 0.43%	 #39 (+2) 0.43%	 #40 (-2) 0.42%
41-50	 #41 (-5) 0.40%	 #42 (-3) 0.40%	 #43 (+5) 0.37%	 #44 (-15) 0.36%	 #45 (-2) 0.36%	 #46 (-6) 0.35%	 #47 (-1) 0.35%	 #48 (+6) 0.33%	 #49 (+14) 0.33%	 #50 (-5) 0.32%

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн-рынок



Следите за результатами свежих исследований
Нильсен в нашем телеграм-канале:

t.me/nielsenrussia

