

Тренды мясной индустрии

*Что происходит с категорией
и как меняются тренды?*

Май 2024

NIQ | 30
лет в России



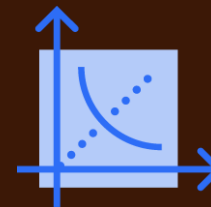
Тренды ключевых сегментов мясной индустрии



Рост
продаж



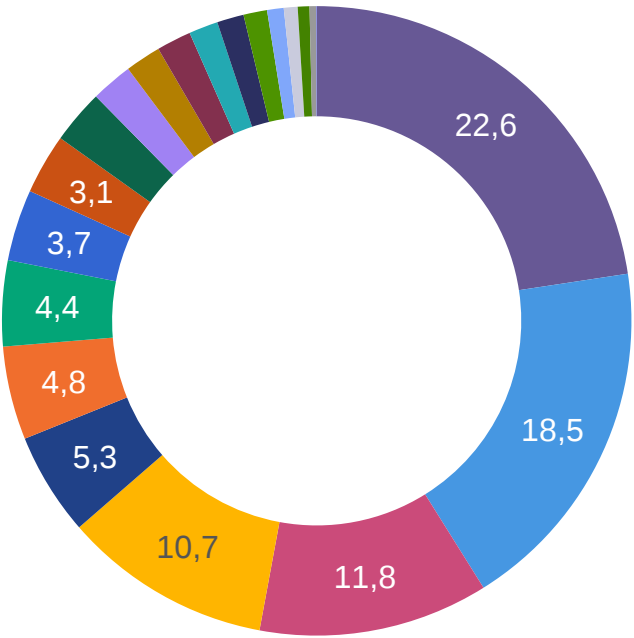
Расширение
ассортимента



Смена
покупательских
привычек

Мясо и мясные изделия занимают почти пятую часть омниканального рынка FMCG

Доли категорий в структуре продаж денежное выражение, %



Динамика продаж FMCG
12 месяцев по март 2024 к аналогичному периоду ранее, %



Индустрия мясных изделий входит в список шести самых быстрорастущих и вносит самый большой вклад в рост омниканального рынка FMCG: из 12.7% его роста 3.0 п.п. обеспечено группой мясных товаров — больше, чем какой-либо другой.

Источник: ритейл-аудит омниканального рынка Нильсен (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок). 12 месяцев по март 2024 года.

Все основные категории в мясной индустрии растут в денежном выражении

Доли и динамика категорий в индустрии мясных изделий денежное выражение, офлайн-рынок, %

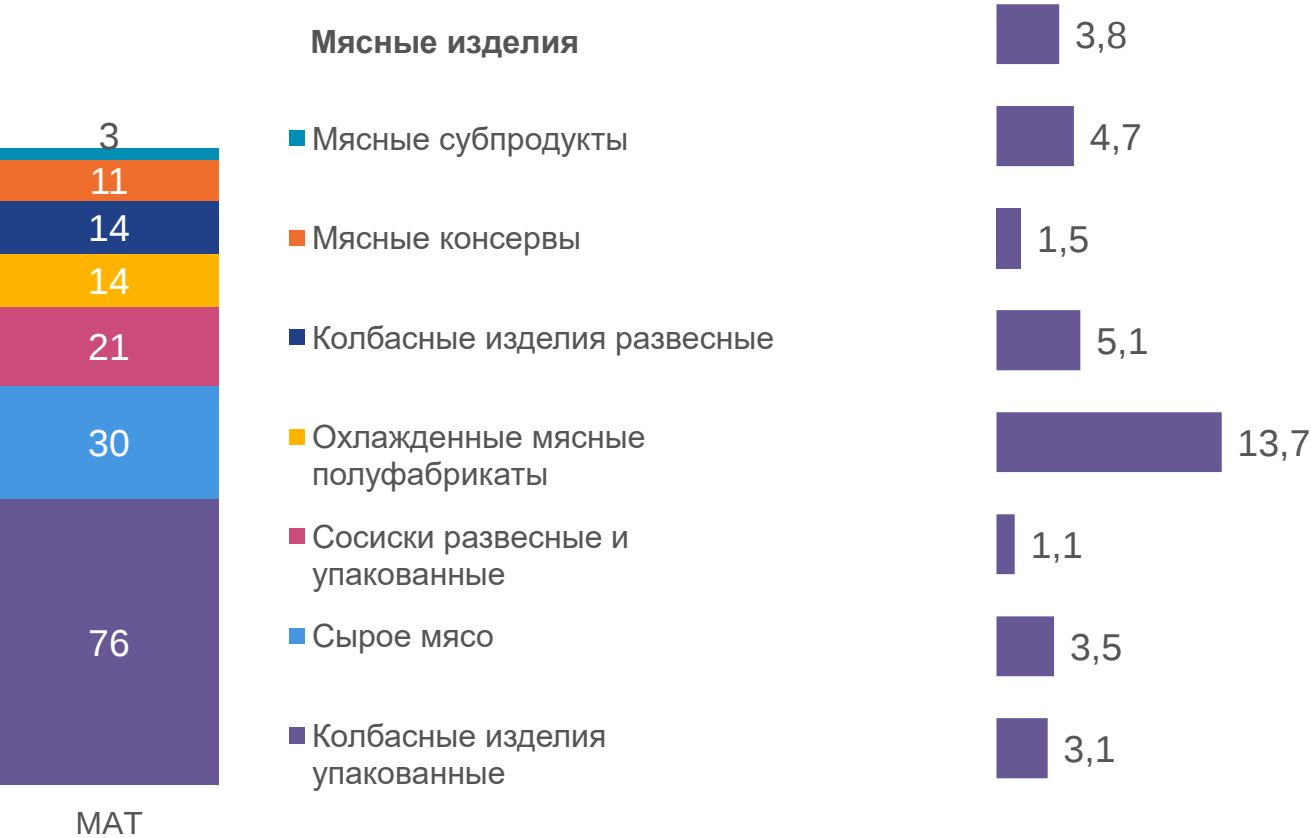


**Сырое мясо
и упакованные
колбасные изделия —
ключевые сегменты
в индустрии, отвечающие
за 70% продаж**

Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

Ассортимент в индустрии мясных изделий расширяется

Среднее количество SKU на магазин и изменение ассортимента, 12 месяцев по март 2024 к предыдущему году, %



39

новых брендов
появилось в категории
сырого мяса в 2023
году

109

новых брендов
появилось в категории
колбасных изделий
в 2023 году

Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

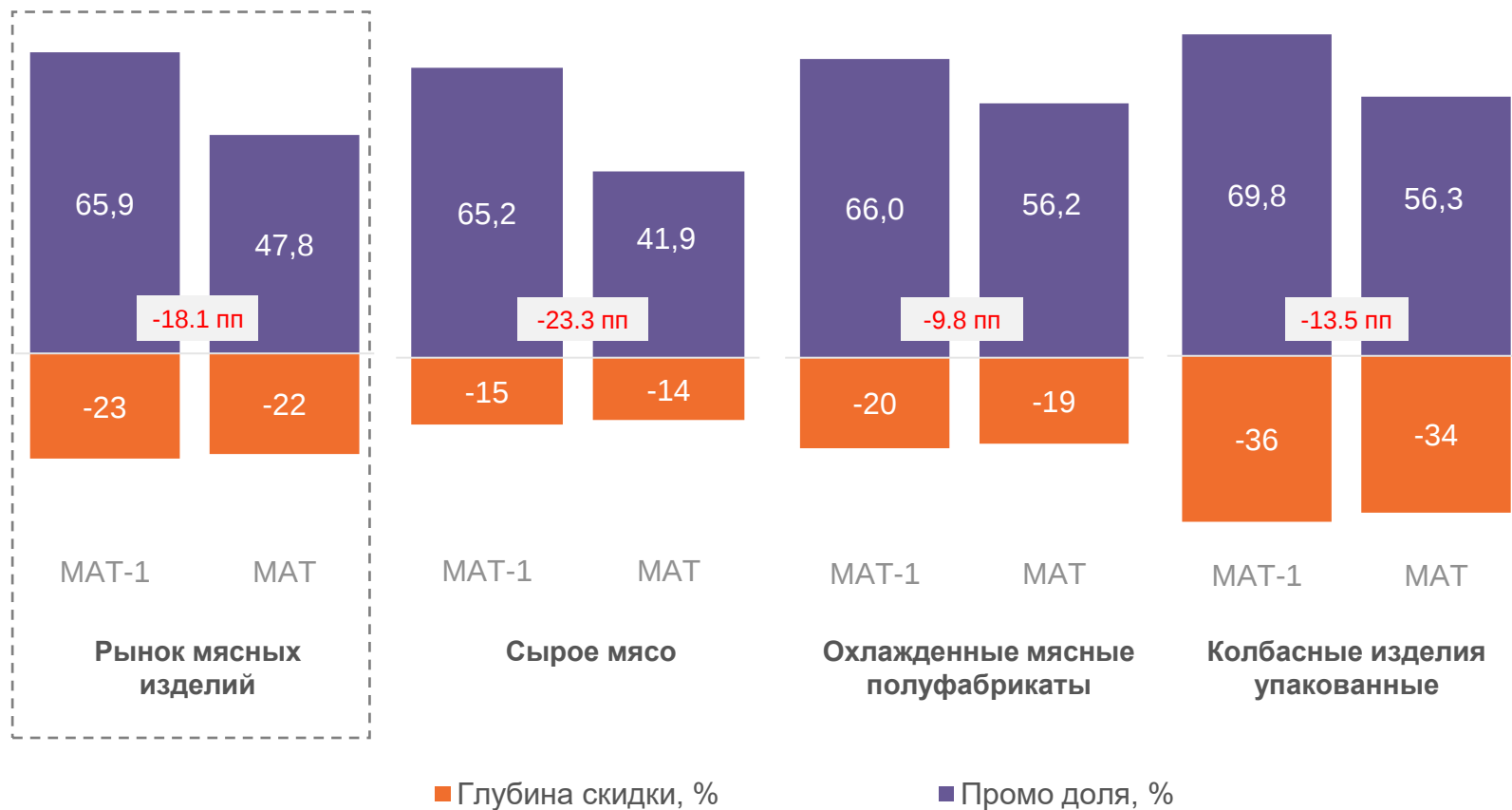
Доля промо
в индустрии мясных
изделий *снизилась*
за последний год



За последний год доля промо снизилась во всех категориях
по сравнению с аналогичным периодом прошлого года

На колбасные изделия делается самая большая скидка

Доля натуральных продаж по промо и глубина скидки в индустрии мясных изделий, %

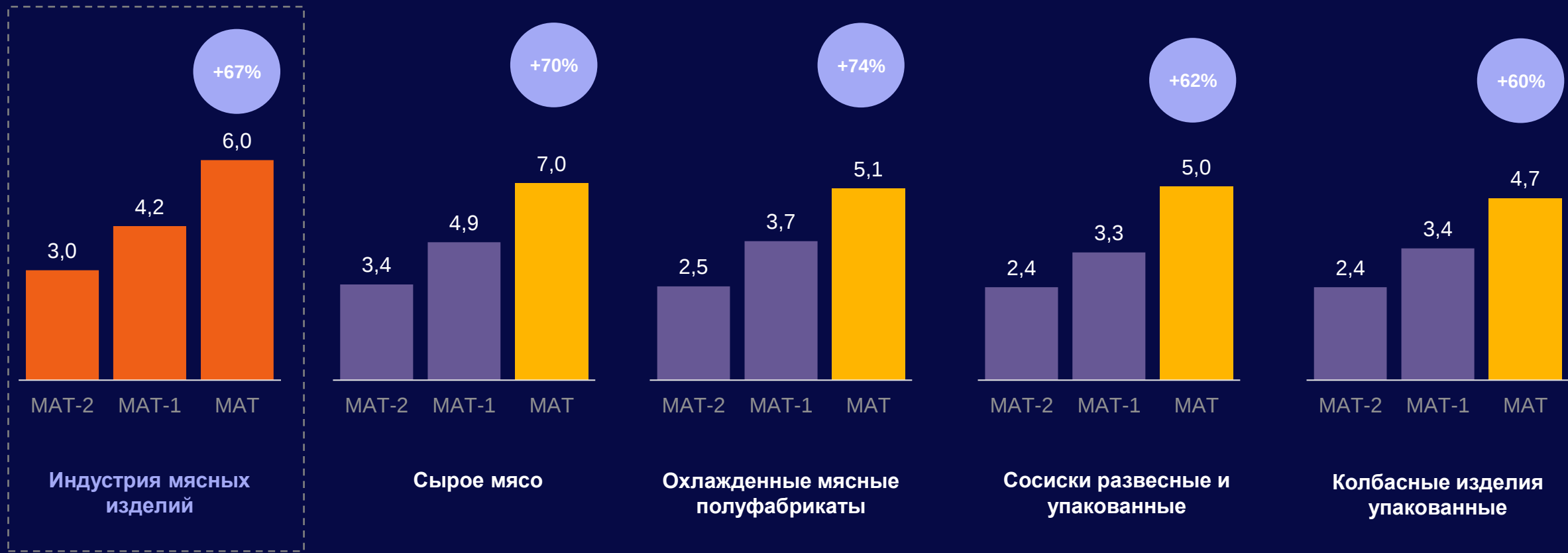


Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее

Доля онлайн-продаж мяса превысила 5% на омниканальном рынке

Во всех ключевых сегментах индустрии продажи через интернет растут двузначными темпами

Доля и динамика онлайн-продаж категорий мясной индустрии,
Денежное выражение, %

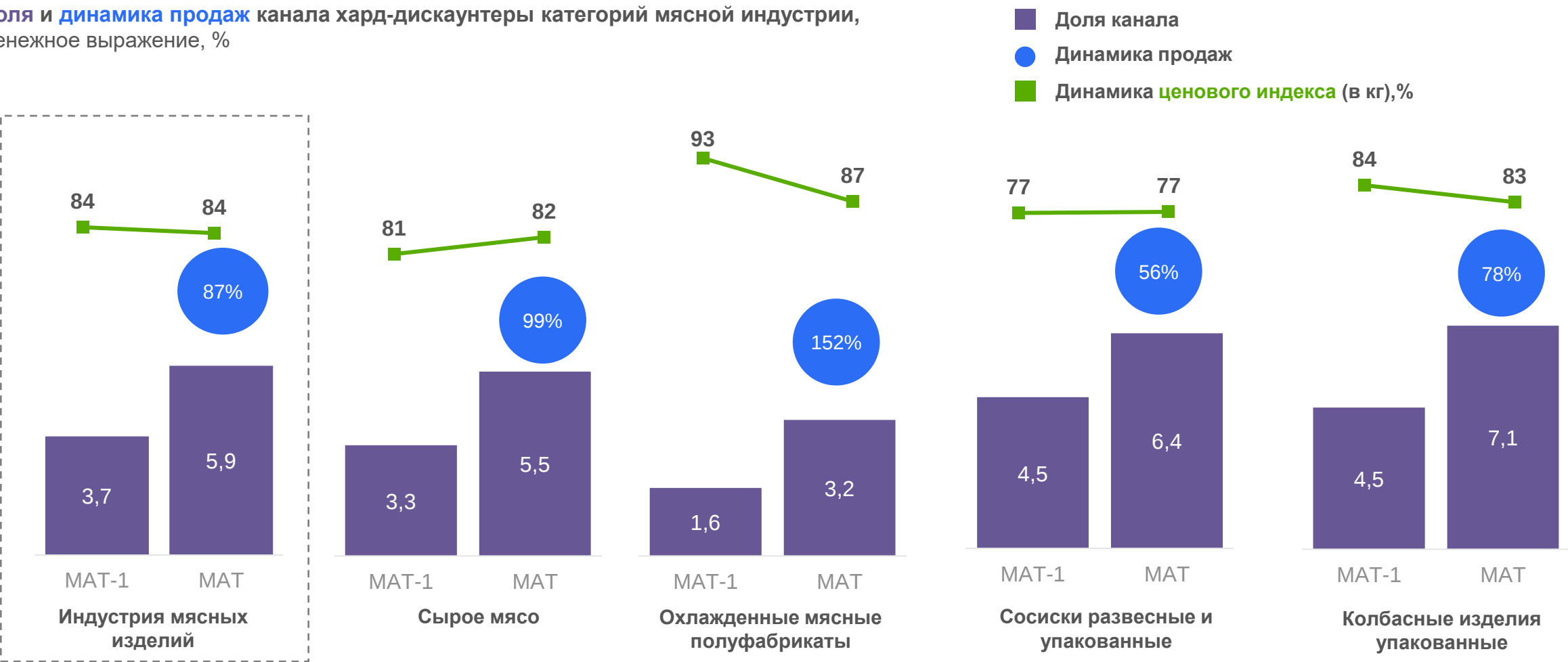


Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

Доля хард-дискаунтеров в индустрии превысила 5% на омниканальном рынке

Категория мяса в хард-дискаунтерах выросла почти в 2 раза за последний год — при более низкой средней цене

Доля и динамика продаж канала хард-дискаунтеры категорий мясной индустрии, Денежное выражение, %



Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

Частная марка — лидирующий «бренд» в хард-дискаунтерах

Ключевые бренды в канале сильно отличаются от лидеров на рынке в среднем

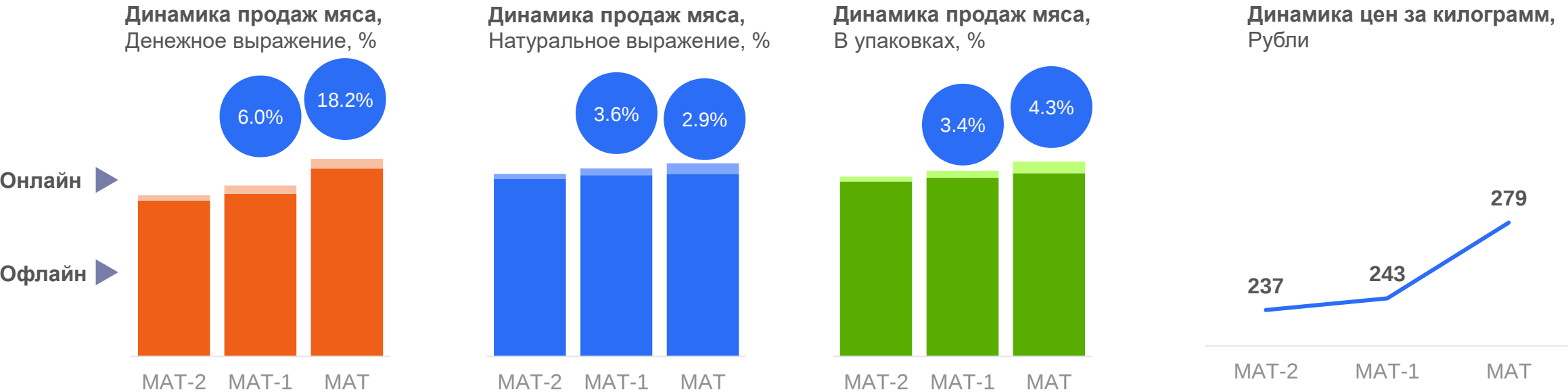
Сырое мясо		Охлажденные мясные полуфабрикаты		Сосиски развесные и упакованные		Колбасные изделия упакованные	
Рейтинг брендов в хард-дискаунтерах	Рейтинг на рынке*	Рейтинг брендов в хард-дискаунтерах	Рейтинг на рынке*	Рейтинг брендов в хард-дискаунтерах	Рейтинг на рынке*	Рейтинг брендов в хард-дискаунтерах	Рейтинг на рынке*
1. Мясо в ассортименте	2	1. Частная Марка	1	1. Частная Марка	4	1. Частная Марка	1
2. Частная Марка	1	2. Атяшево	11	2. Папа Может!	2	2. Папа Может!	2
3. Енисейский Бройлер	21	3. Мираторг	2	3. Черкизово	8	3. Черкизово	4
4. Сибagro	11	4. Слово Мясника	9	4. Вязанка	1	4. Останкино	6
5. Камский Бекон	64	5. Петруха Мастер	25	5. Колбасы от Макарова	60	5. Дымов	12
6. Ставропольский Бройлер	76	6. Сельторг	48	6. Владимирский Стандарт	5	6. Атяшево	14
7. Равис	65	7. Сосновоборская	29	7. Сибирская прод. компания	28	7. Сосновоборская	39

Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024. *Среднее по омниканальному рынку FMCG. Отсортировано по денежным продажам.

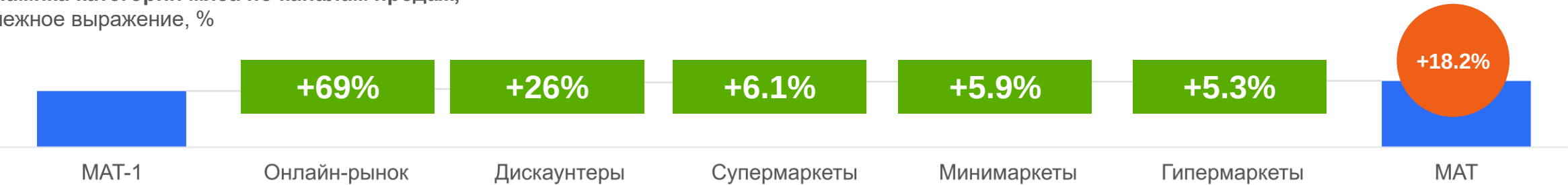
Сырое мясо

Продажи мяса в денежном выражении сильно выросли за последний год за счет инфляции

При этом динамика продаж в натуральном выражении остается стабильно низкой



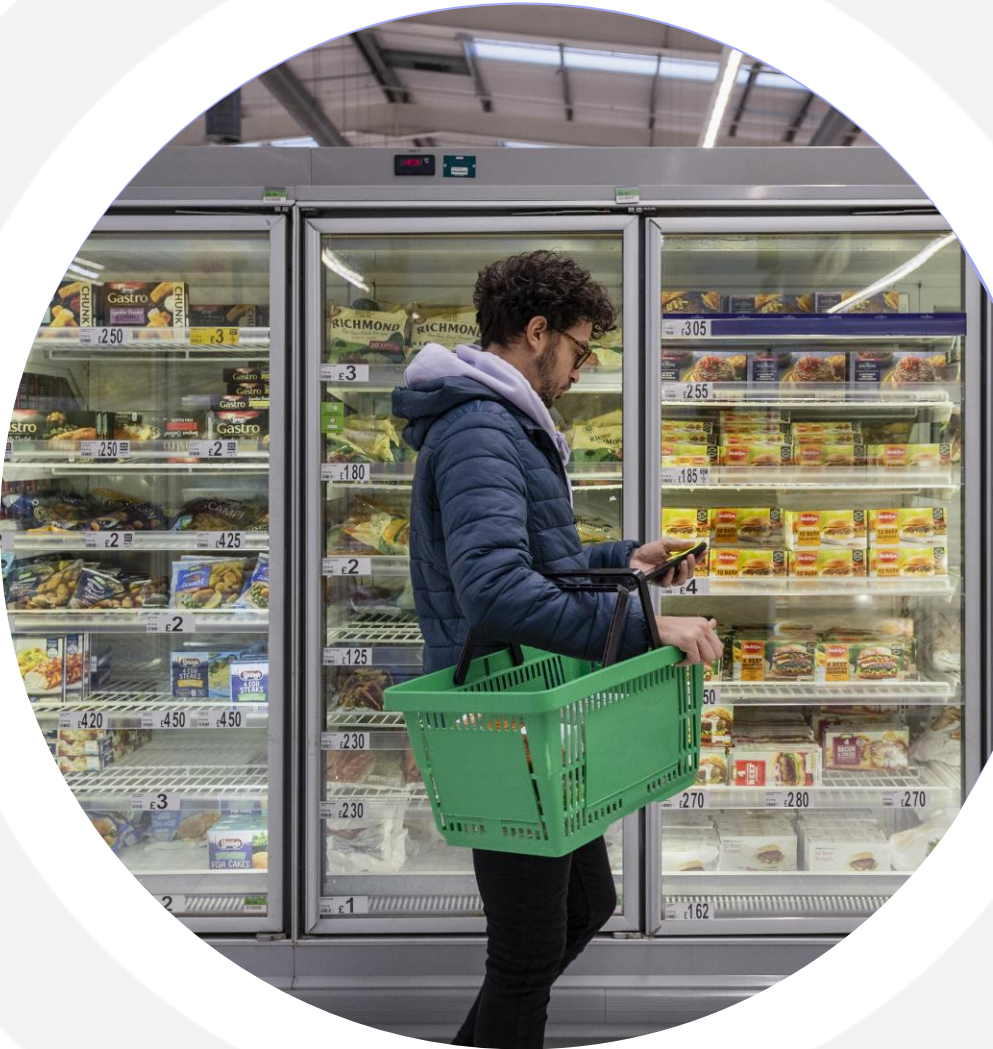
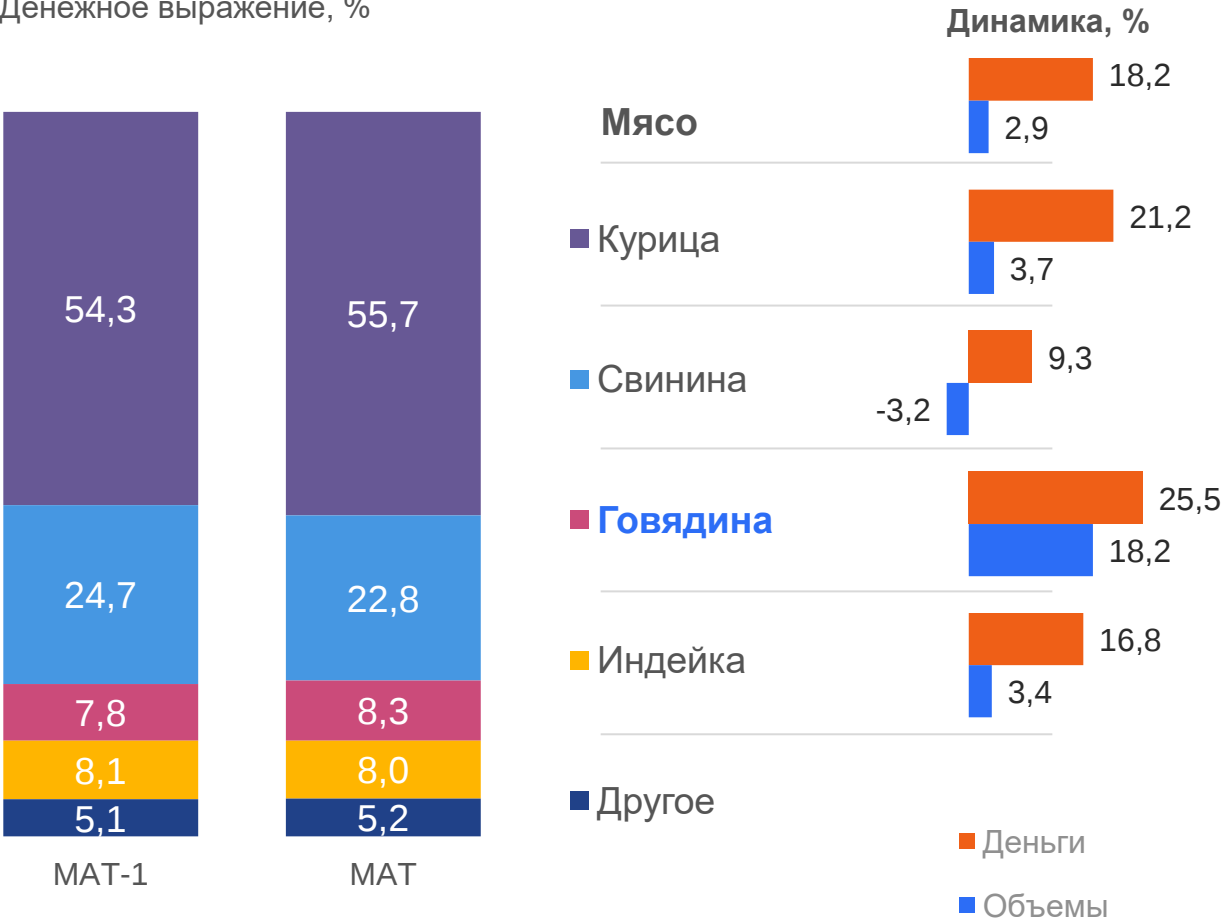
Динамика категории мяса по каналам продаж, Денежное выражение, %



Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

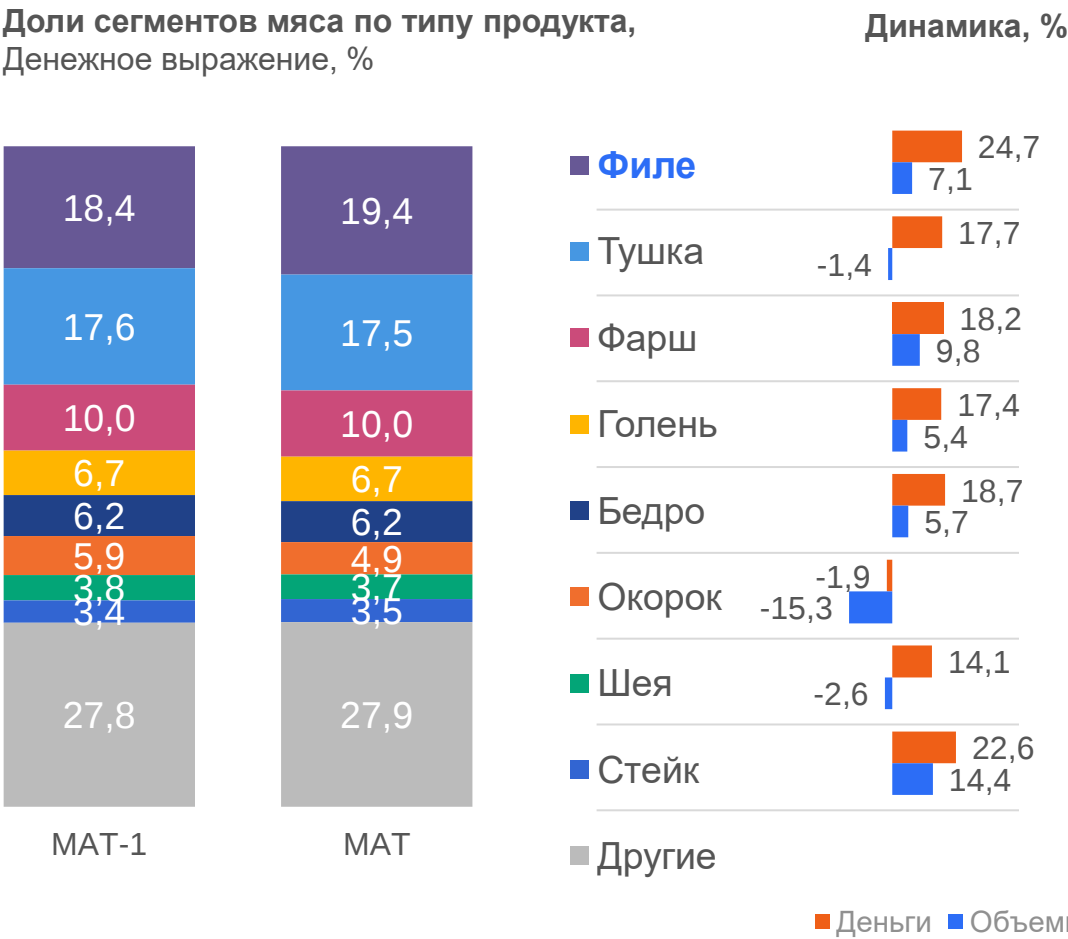
Говядина показала самые высокие темпы роста и увеличила долю продаж, обогнав индейку

Доли сегментов в категории мяса по типу мяса, Денежное выражение, %

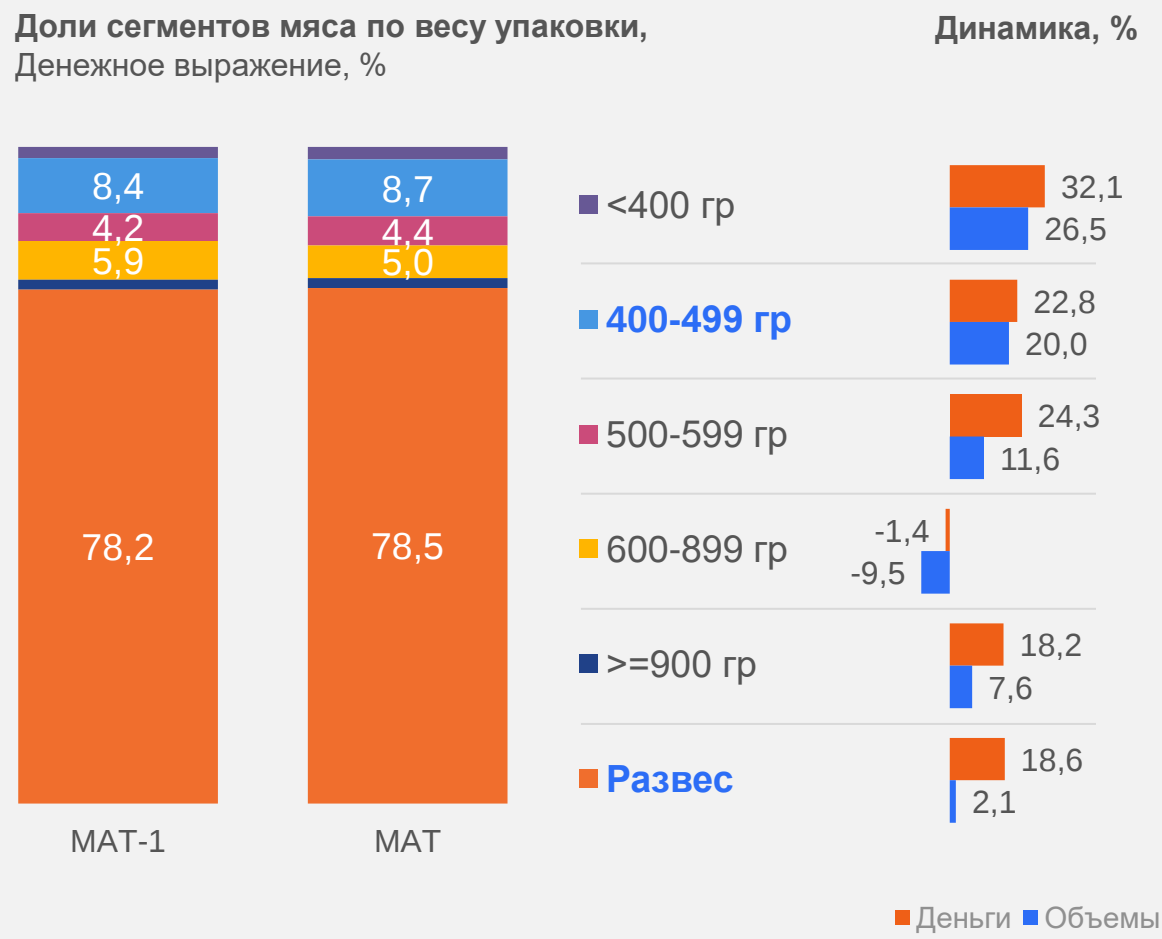


Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

Сегмент филе нарастил долю продаж и стал крупнейшим в категории мяса



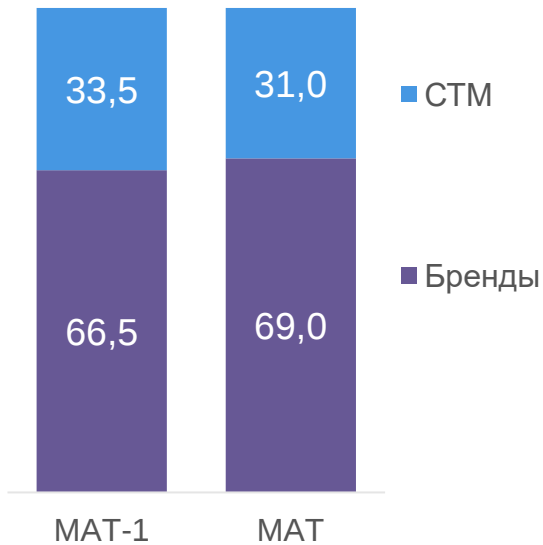
Мясо на развес — самый распространенный, а формат маленьких упаковок — наиболее быстрорастущий



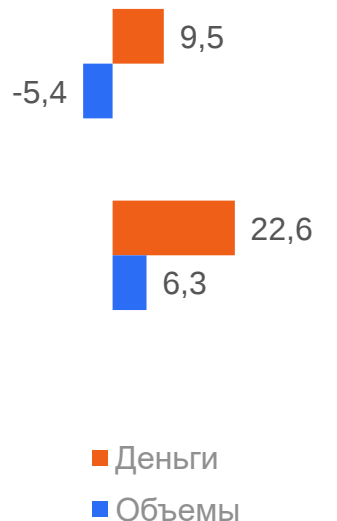
Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

Частные марки занимают почти треть категории сырого мяса

Доли продаж частных марок, Денежное выражение, %



Динамика продаж, %



Топ-10 брендов в категории, Денежное выражение, %

- 1 Частная марка
- 2 Мясо в ассортименте
- 3 Петелинка
- 4 Мираторг
- 5 Индилайт
- 6 Троекурово
- 7 Первая Свежесть
- 8 Приосколье
- 9 Благояр
- 10 Пава-Пава



В среднем СТМ сырого мяса дороже категории на 15%

Динамика ценового индекса СТМ (в кг), %

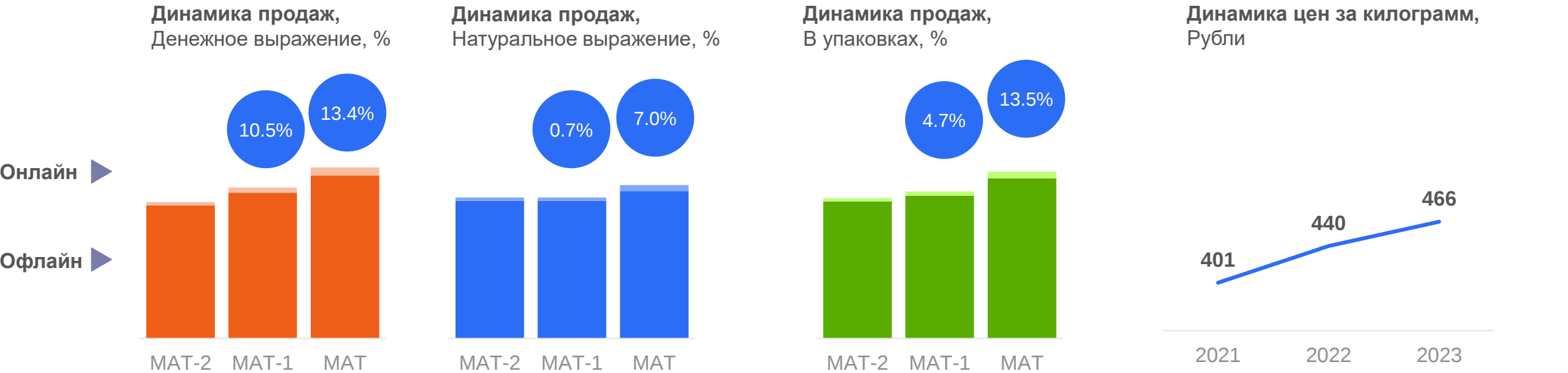


Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

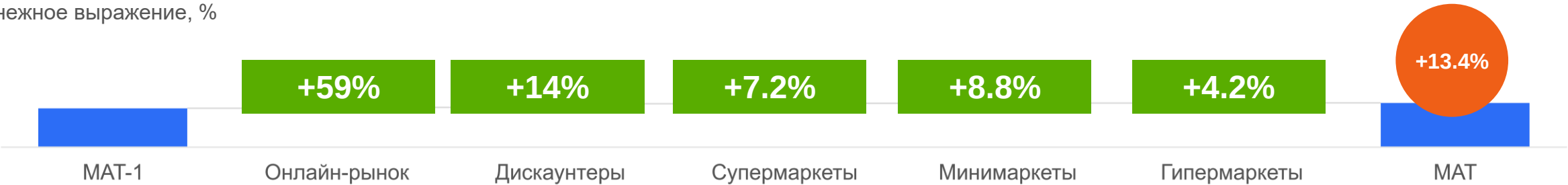
Колбасные изделия

Продажи колбасных изделий в натуральном выражении **вернулись к росту после стагнации**

При этом рост в деньгах остается стабильно более 10% два года подряд при снижающемся темпе роста цены.



Динамика категории колбасных изделий по каналам продаж, Денежное выражение, %

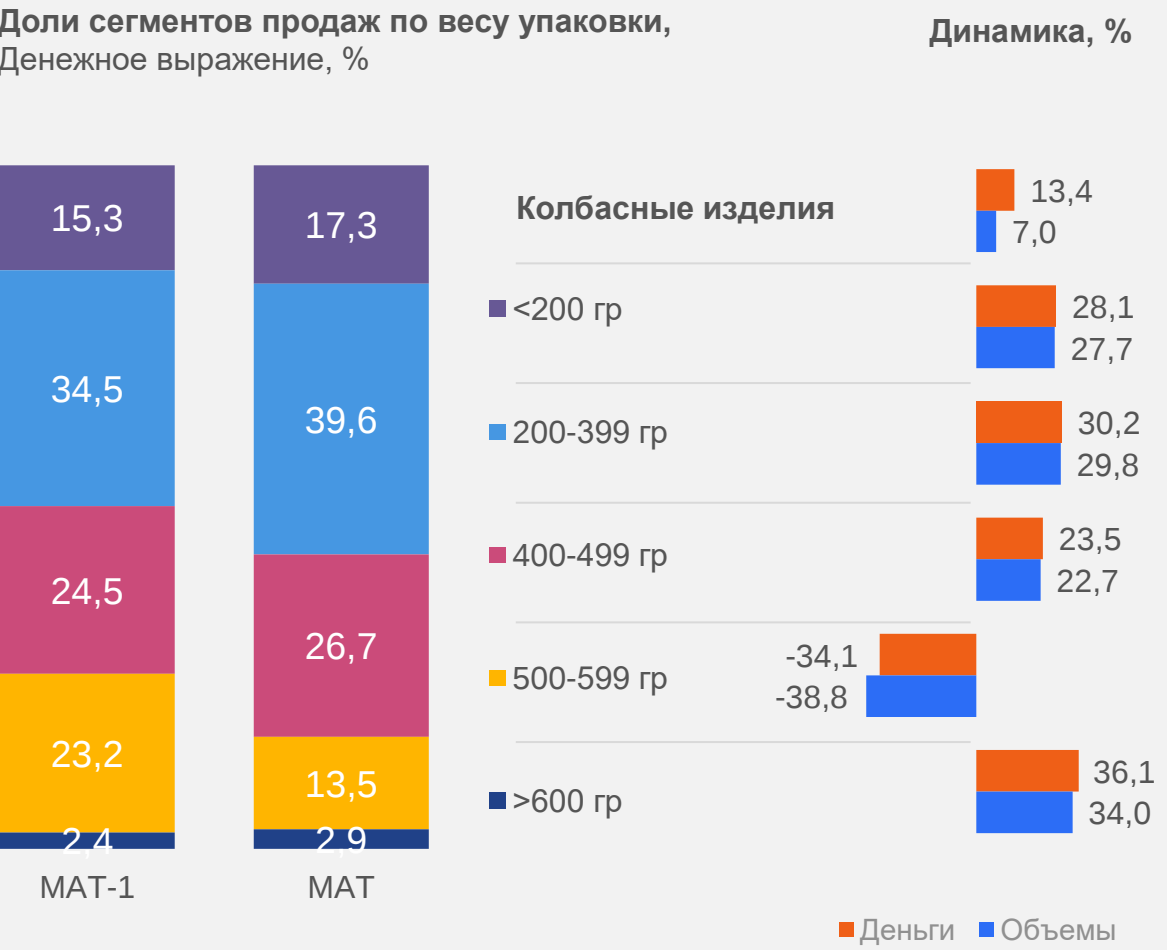


Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

Почти все сегменты колбасных изделий растут двузначными темпами в деньгах



Все форматы увеличивают свою долю за счет падения значимости 500-600г упаковок



Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

Несмотря на рост доли СТМ, категория остается в основном представлена брендами

При этом в среднем цена СТМ на 20% ниже категории

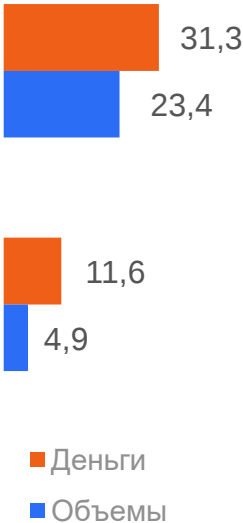
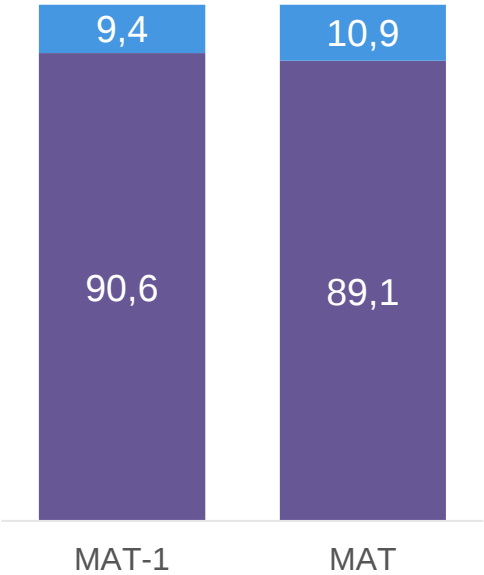
Доли сегментов продаж колбасных изделий,
Денежное выражение, %

Динамика, %

Топ-10 SKU в категории,
Денежное выражение, %



Топ-10 SKU
категории
представлен
пятью
производителями



- 1 Вязанка Молокуша 450г
- 2 Вязанка Классическая 450г
- 3 Вязанка Докторская ГОСТ 400г
- 4 Папа может Пражский сервелат 350г
- 5 Папа может Мясная 500г
- 6 Великолукский мясокомбинат Докторская ГОСТ 500г
- 7 Ветчина По-Черкизовски 400г
- 8 Мираторг Балыковая 300г
- 9 Черкизово Премиум Сальчичон 100г
- 10 Папа может Финский сервелат 420г

Динамика ценового индекса СТМ (в кг), %

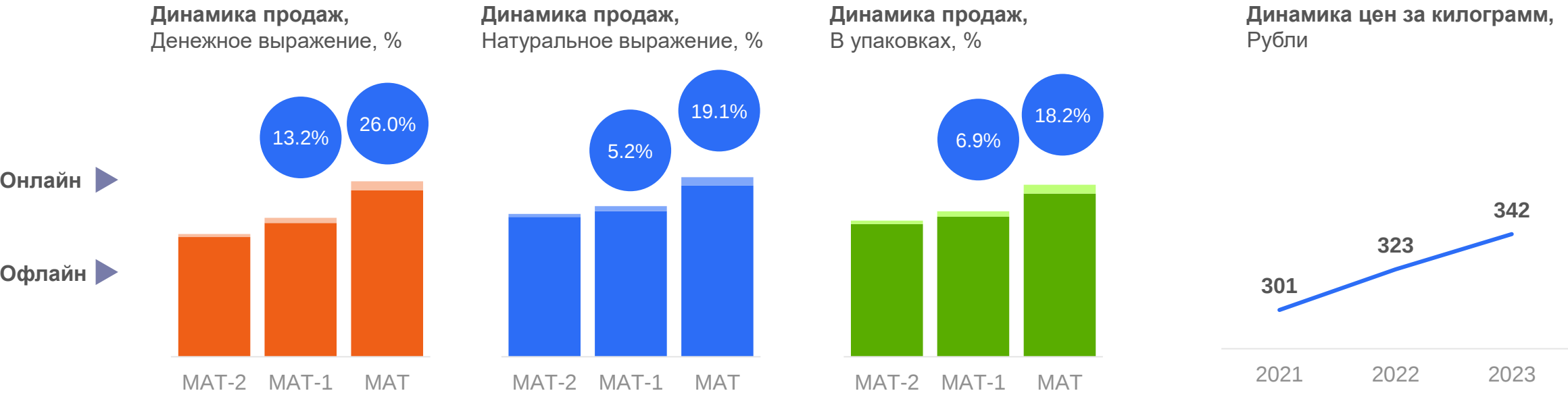


Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

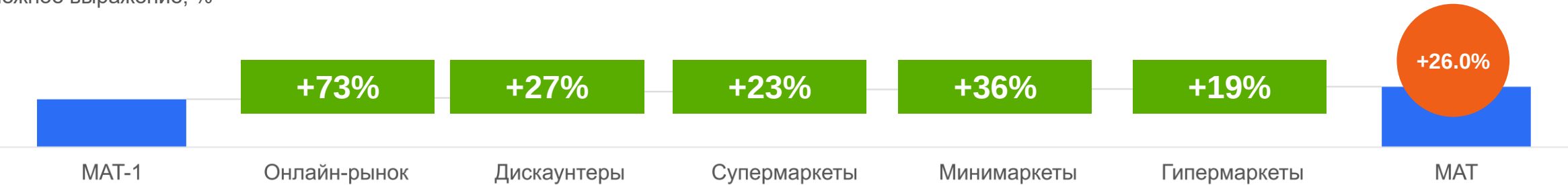
Полуфабрикаты

Продажи полуфабрикатов за последний год значительно увеличились

При этом средние цены выросли лишь на 6% по сравнению с прошлым годом



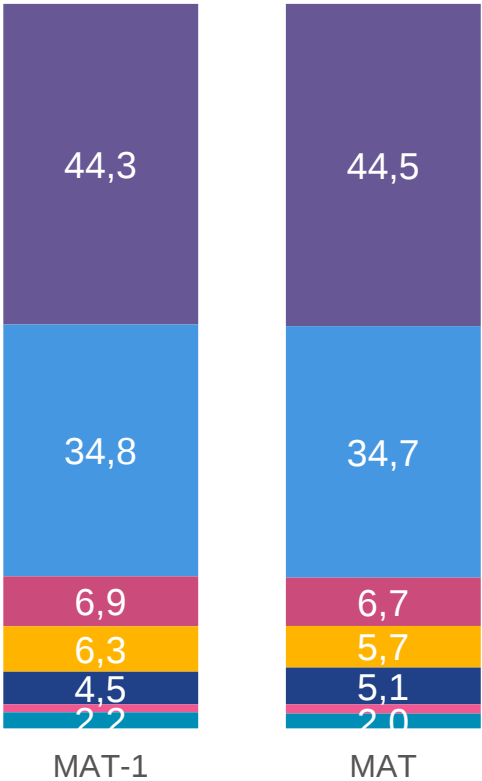
Динамика категории полуфабрикатов по каналам продаж, Денежное выражение, %



Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

Говядина показала самые высокие темпы роста и увеличила долю продаж

Доли сегментов полуфабрикатов по типу мяса, Денежное выражение, %



Динамика, %

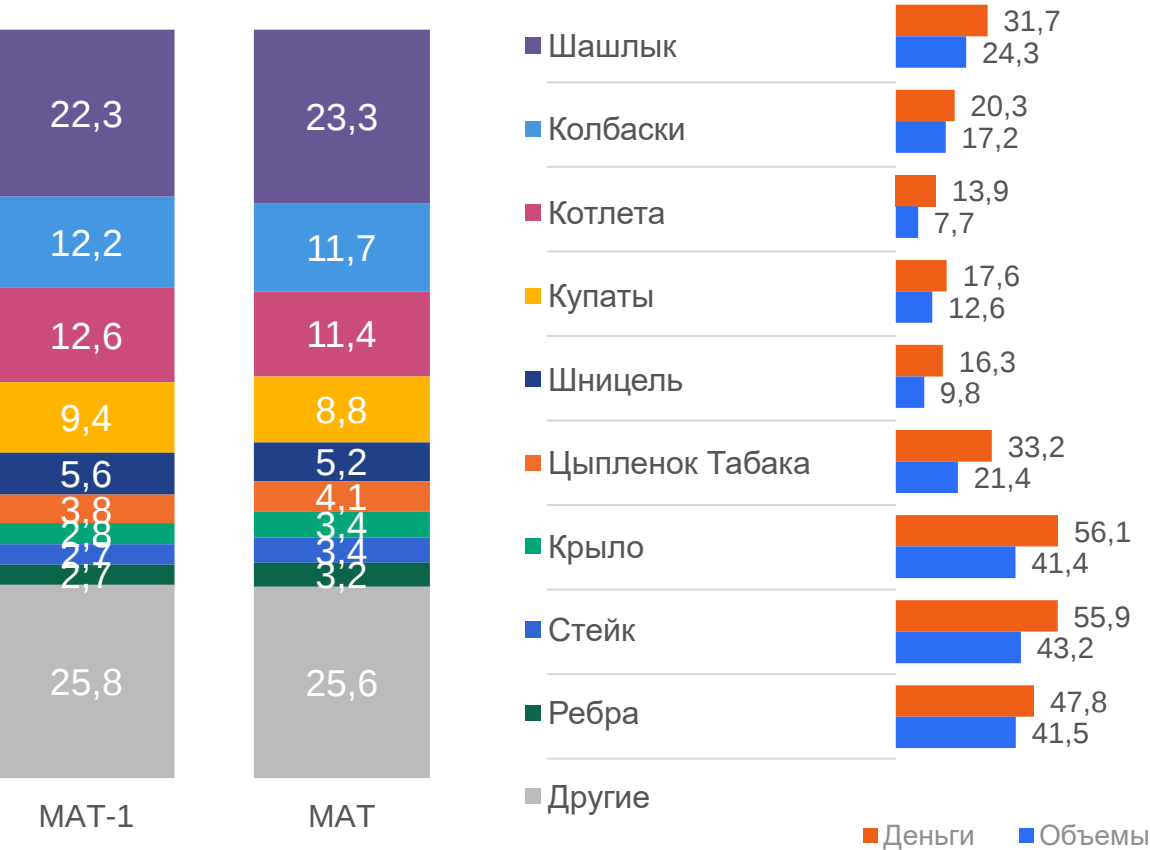


Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

Шашлык, самый крупный сегмент в категории, продолжает растить долю продаж

Доли сегментов полуфабрикатов по типу продукта, Денежное выражение, %

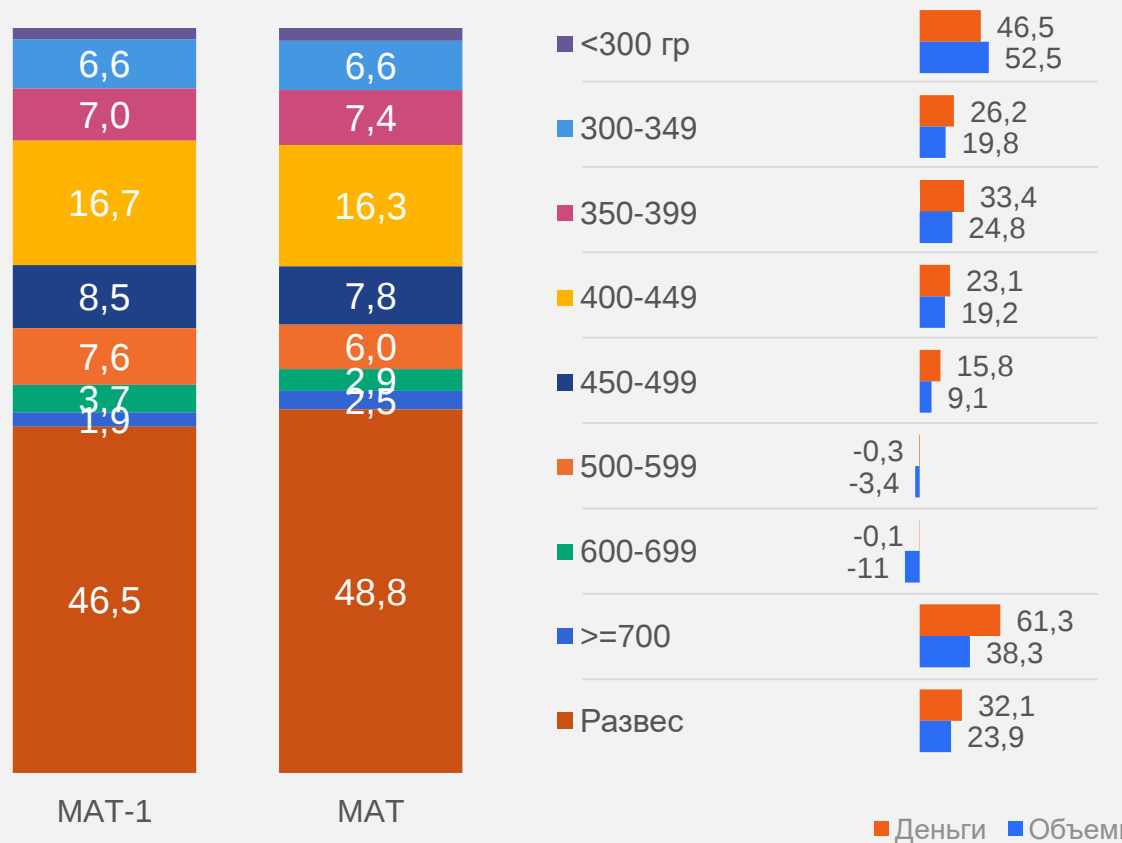
Динамика, %



Развесной сегмент увеличил долю и достиг почти 50% значимости категории

Доли сегментов полуфабрикатов по весу упаковки, Денежное выражение, %

Динамика, %

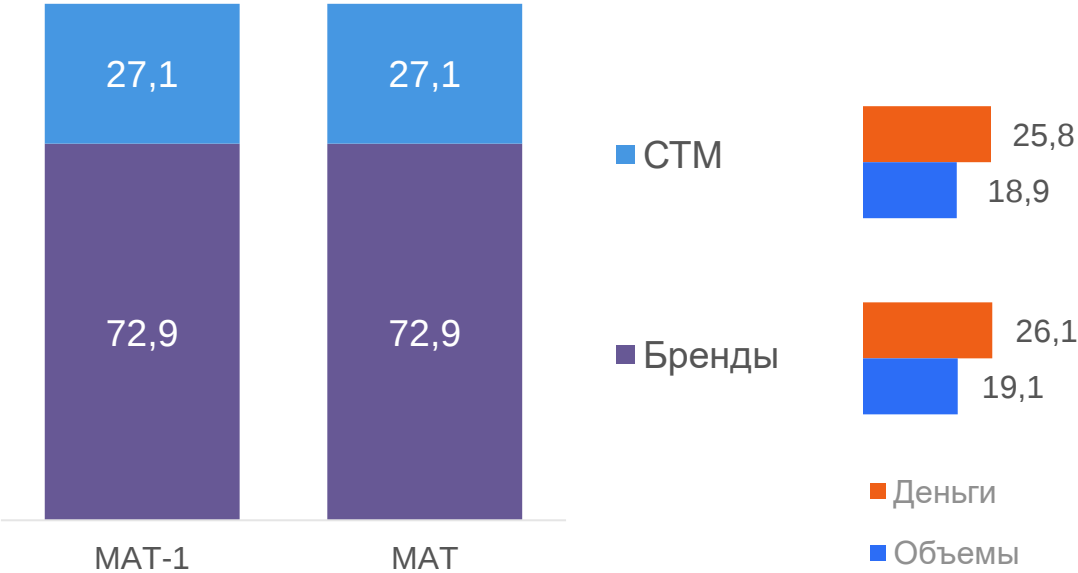


Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

Бренды и СТМ в категории полуфабрикатов растут одинаковыми темпами

При этом средняя цена СТМ почти совпадает с ценой категории

Доля продаж частных марок в полуфабрикатах,
Денежное выражение, %



▼ Динамика ценового индекса СТМ (в кг), %



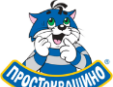
Топ-10 SKU в категории,
Денежное выражение, %

- | Ранг | SKU | Доля (%) |
|------|---|----------|
| 1 | Мираторг шашлык деликатесный свиной 1кг | 25,8 |
| 2 | Первая Свежесть шарики куриные 450г | 18,9 |
| 3 | Троекурово шницель рубленый курица 350г | 26,1 |
| 4 | Черкизово колбаски гриль по-домашнему 450г | 19,1 |
| 5 | Мираторг колбаски Блэк Ангус Чевапчичи 300г | |
| 6 | Рококо цыпленок табака 1кг | |
| 7 | Мираторг колбаски 400г | |
| 8 | Индилайт стейк по-мексикански индейка 600г | |
| 9 | Черкизово котлета домашняя 400г | |
| 10 | Петелинка котлета сливочная 500г | |

Источник: ритейл-аудит Нильсен на омниканальном рынке (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок FMCG), 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее.

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.



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

t.me/nielsenrussia

