

Тренды масложировой индустрии

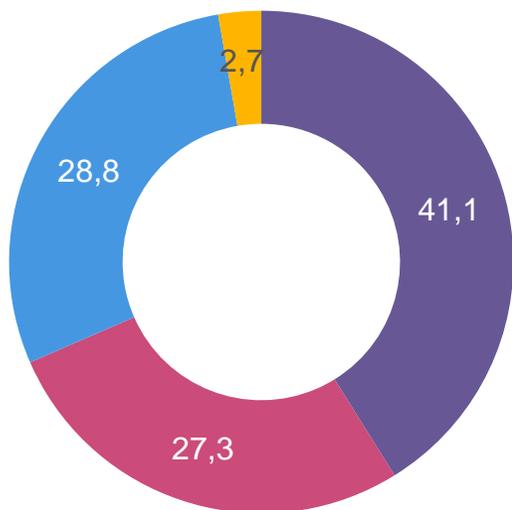
Май 2024

NIQ | 30
лет в России



Единственным растущим сегментом в масложировой индустрии стала **самая маленькая категория — майонезные соусы**

Структура продаж масложировой индустрии, денежное выражение, %



Динамика продаж, денежное выражение, 2024* к 2023, %

Динамика продаж, натуральное выражение, 2024* к 2023, %

Масложировая индустрия



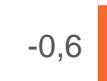
■ Сливочное масло и маргарин



■ Растительное масло



■ Майонез



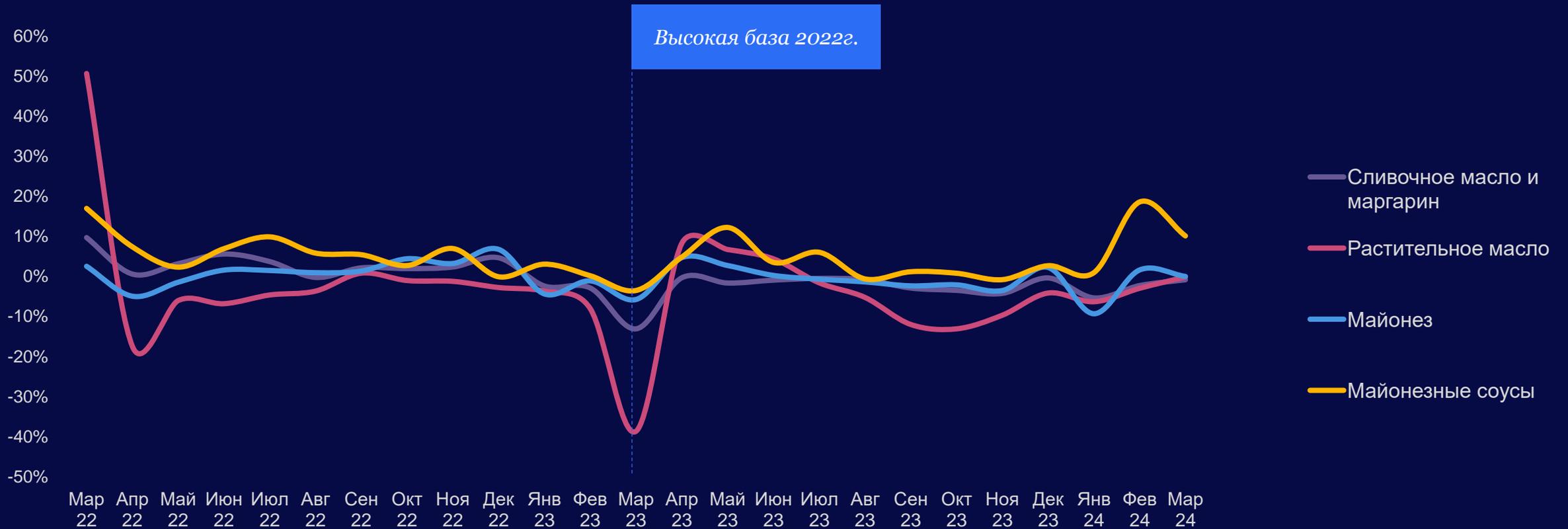
■ Майонезные соусы



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен; офлайн-рынок, 2024=12 месяцев по март 2024 года к аналогичному периоду годом ранее.

Майонезные соусы находятся в зоне роста на протяжении всего года

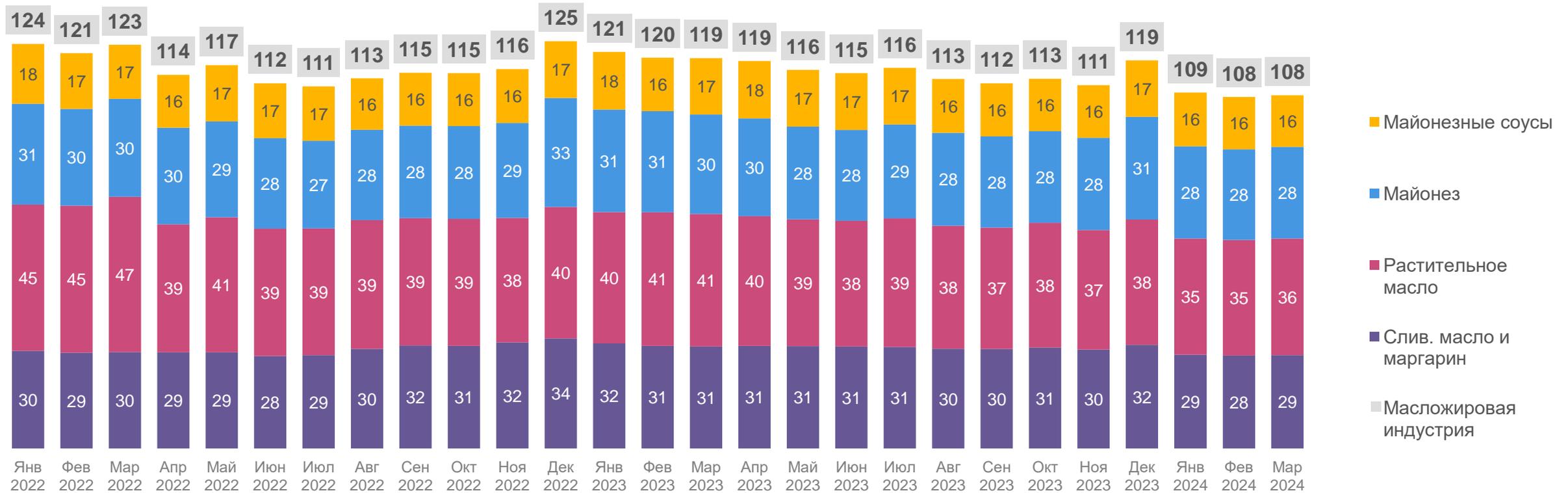
Динамика продаж категорий,
натуральное выражение, %



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, 12 месяцев по март 2024 года по сравнению с аналогичными периодами годами ранее.

Ассортимент индустрии еще не полностью восстановился после падения в 2022 году. Самое заметное сокращение полки приходится на **растительное масло**

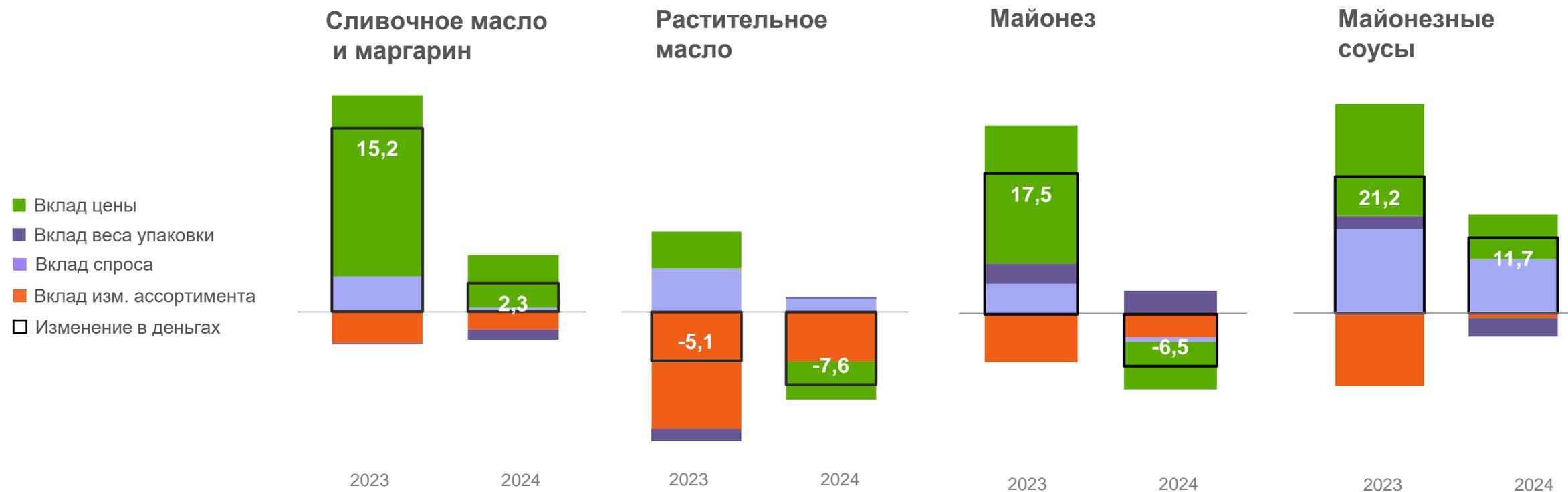
Среднее количество SKU в месяц на категорию



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн-рынок. 12 месяцев по март 2024 по сравнению с аналогичными периодами ранее. Среднее кол-во SKU рассчитан а на основе формулы (CWD/WD (категории))

Сужение ассортимента и уменьшение цены — основные драйверы сокращения денежных продаж растительного масла и майонеза, в то время как динамика майонезных соусов растет на фоне **укрепления покупательского спроса**

Ассортимент вносит негативный вклад в изменение денежных продаж во всех категориях, в майонезах наблюдается апсайзинг продуктов



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен; офлайн-рынок, 12 месяцев по март 2024 года

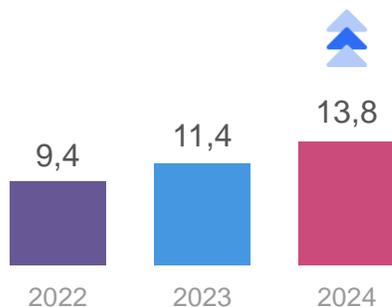
В большинстве категорий масложировой индустрии **доля СТМ** достигает **двузначных значений**

Ценовой индекс СТМ при росте доли уменьшается в сливочном масле и маргарине

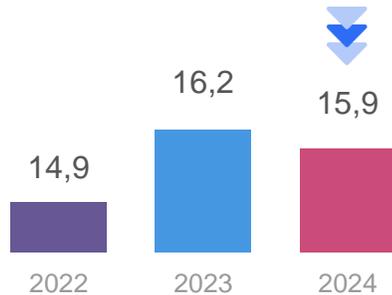


Сливочное масло и маргарин

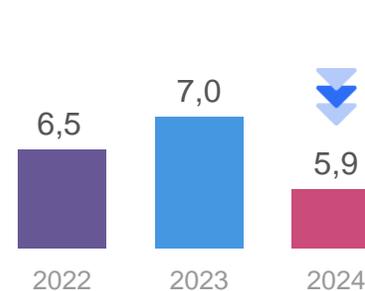
Доля СТМ в категории, натуральное выражение, %



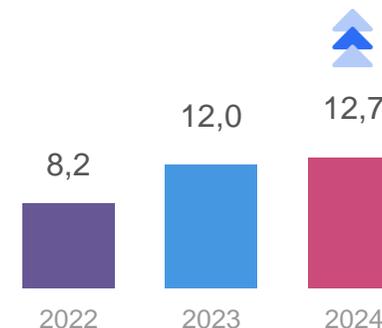
Растительное масло



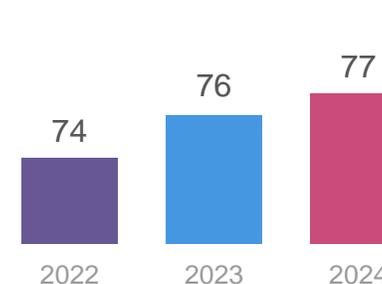
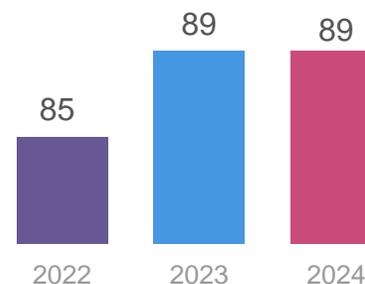
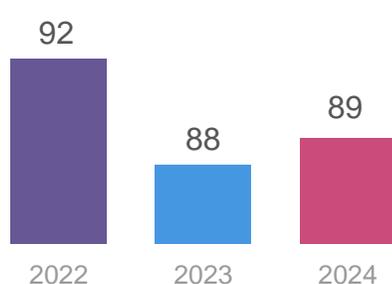
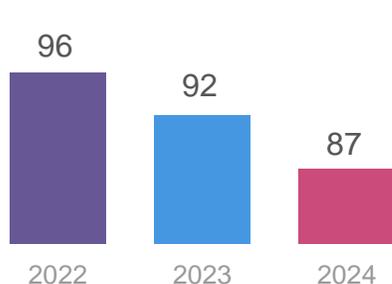
Майонез



Майонезные соусы



Ценовой индекс СТМ в категории, %

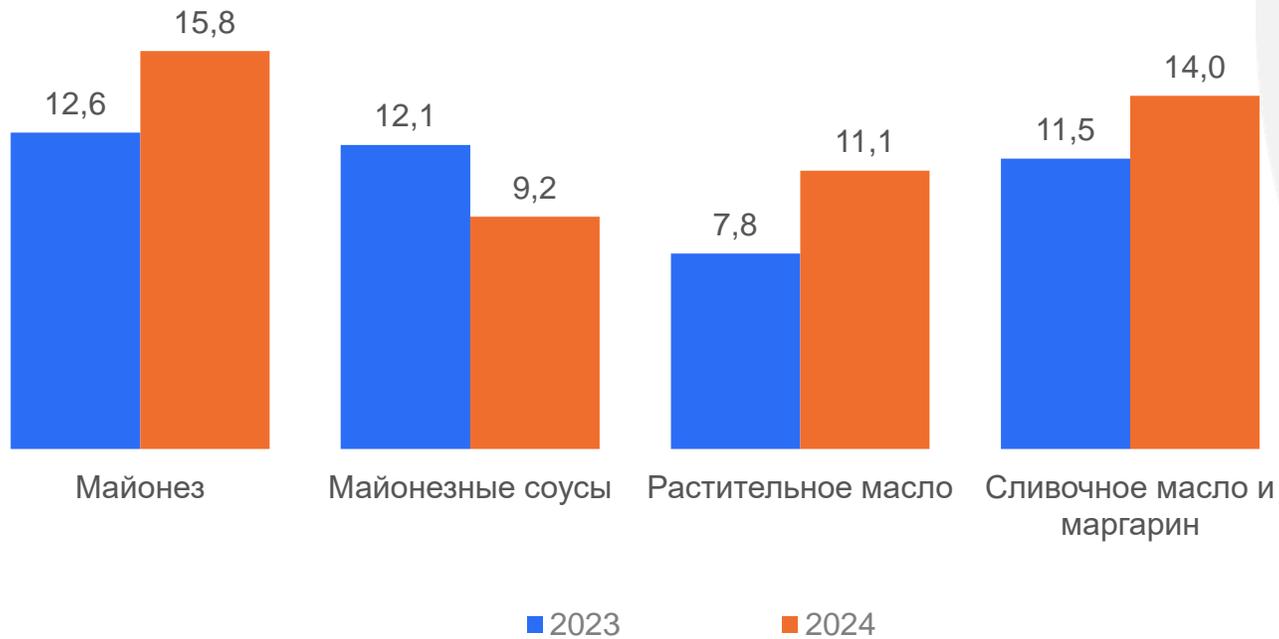


Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен; офлайн-рынок, 12 месяцев по март 2024 года

На **хард-дискаунтеры** приходится уже 10-15% продаж крупнейших категорий в этой группе

Значимость такого формата магазинов увеличивается для всех категорий, кроме майонезных соусов

Доля продаж категорий в хард-дискаунтерах, натуральное выражение, %



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен; офлайн-рынок, 12 месяцев по март 2024 года

Ассортимент масложировых категорий в хард-дискаунтерах повторяет специфику других индустрий

Количество брендов, продающихся в среднем магазине канала



Майонез

Дискаунтеры	7
Гипермаркеты	12
Супермаркеты	7
Минимаркеты	6
Хард-дискаунтеры	4

ТОП-10 брендов в хард-дискаунтерах

1	Ряба	№3
2	Печагин	№9
3	Mr.Ricco	№5
4	Частная марка	№6
5	Махеевъ	№2
6	Слобода	№1
7	Мечта Хозяйки	№17
8	Гастроном	№12
9	Я люблю готовить	№4
10	Calve	№14
11	Ежк	№7

Место на рынке без учета хард-дискаунтеров

Количество брендов, продающихся в среднем магазине канала



Растительное масло

Дискаунтеры	15
Гипермаркеты	42
Супермаркеты	17
Минимаркеты	12
Хард-дискаунтеры	5

ТОП-10 брендов в хард-дискаунтерах

1	Частная марка	№1
2	Золотая семечка	№3
3	Слобода	№2
4	Благо	№6
5	Altero	№4
6	Злато	№5
7	Ideal	№10
8	Каролина	№21
9	Чистое Золото	№44
10	Ласка	№46
11	Миладора	№40

Место на рынке без учета хард-дискаунтеров

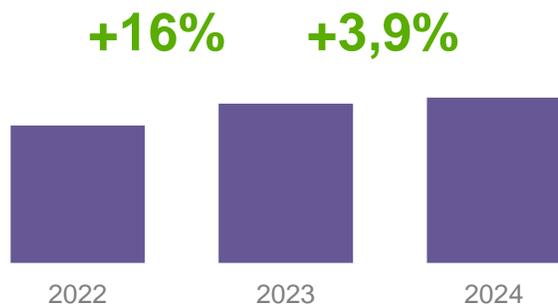
Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен; офлайн рынок, 12 месяцев по март 2024 года

Сливочное масло и маргарин

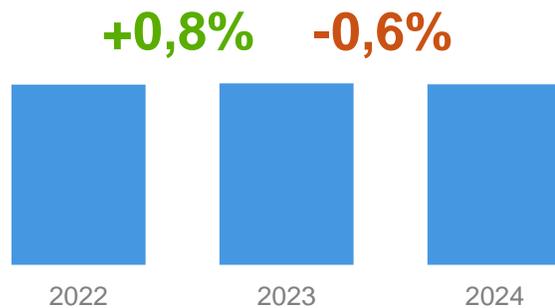
Продажи сливочного масла и маргарина остаются стабильны



Продажи в рублях



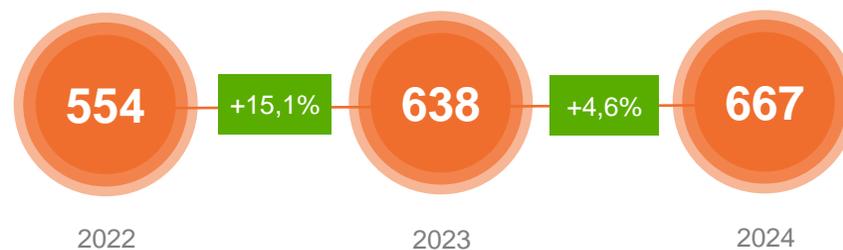
Продажи в килограммах



Продажи в упаковках



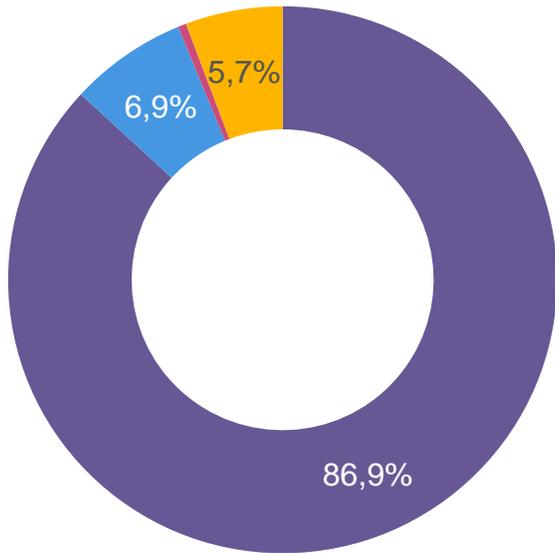
Средняя цена в рублях за килограмм



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (Городская Россия+онлайн-рынок), 12 месяцев по март 2024 года.

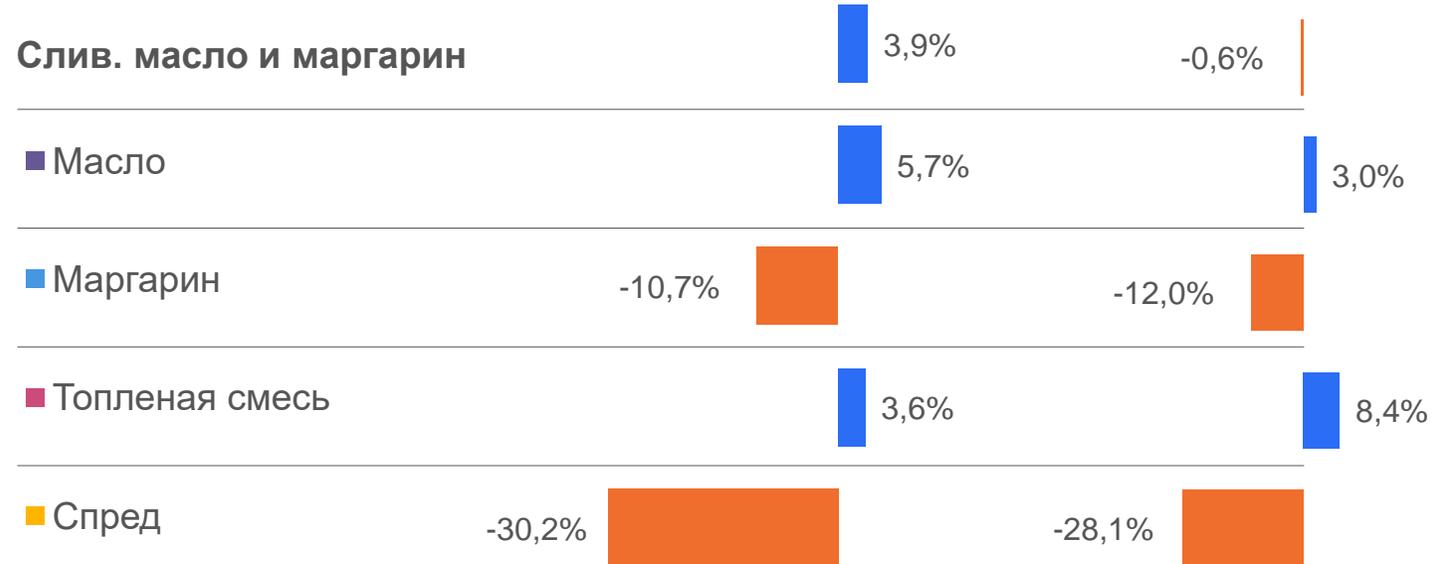
Однако внутри категории заметны **разнонаправленные тренды**: в то время как продажи масла и топленой смеси растут, динамика маргарина и спредов снижается и в денежном, и в натуральном выражении

Доля продаж в структуре сливочн. масла и маргарина, натуральное выражение, 12 месяцев по март 2024, %



Динамика продаж, денежное выражение, %

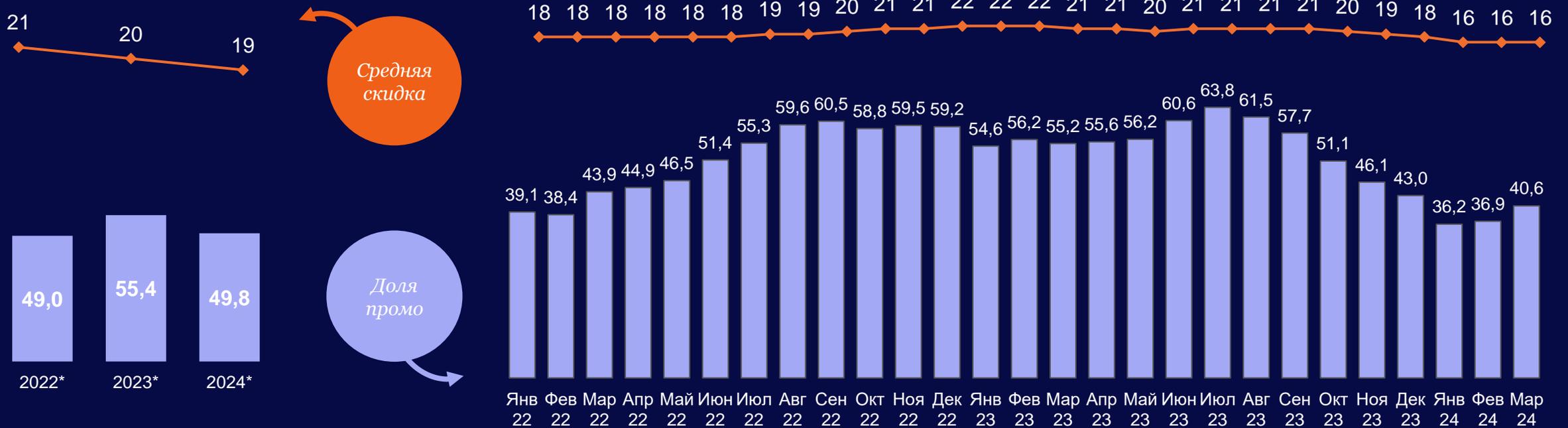
Динамика продаж, натуральное выражение, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (Городская Россия+онлайн-рынок), 12 месяцев по март 2024 года.

Доля high-low промо в категориях сливочного масла и маргарина заметно снижается после роста в 2023 году

Средняя скидка и доля промо в категории слив. масла и маргарина, офлайн-рынок, денежное выражение, 12 месяцев до марта 2024 к аналогичным периодам ранее



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн рынок. 2024*=12 месяцев по март 2024 года, 2023 и 2022 годы представлены аналогичными периодами.

Майонез

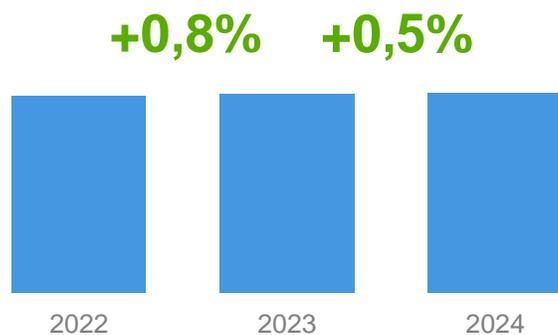
Продажи майонеза в денежном выражении падают после значительного роста годом ранее



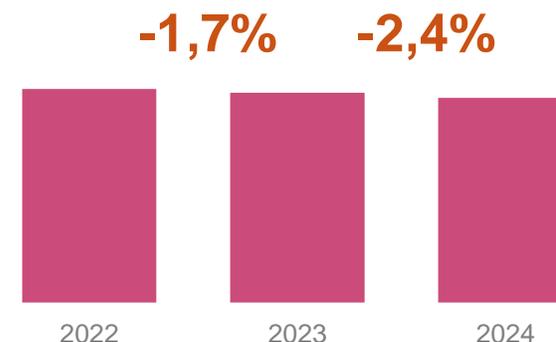
Продажи в рублях



Продажи в килограммах



Продажи в упаковках



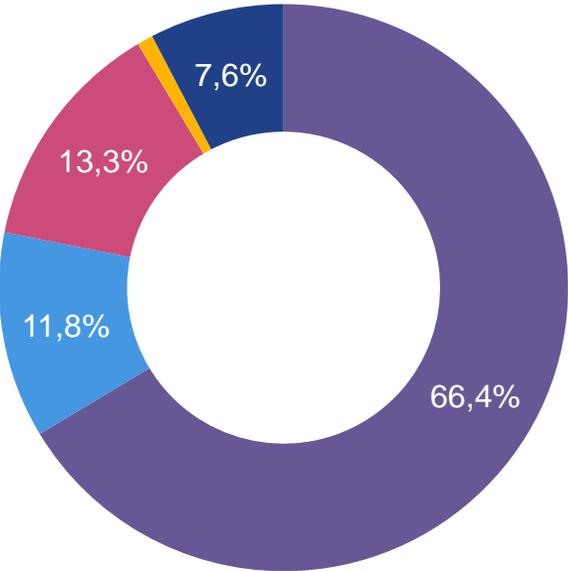
Средняя цена в рублях за килограмм



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (Городская Россия+онлайн-рынок), 12 месяцев по март 2024 года

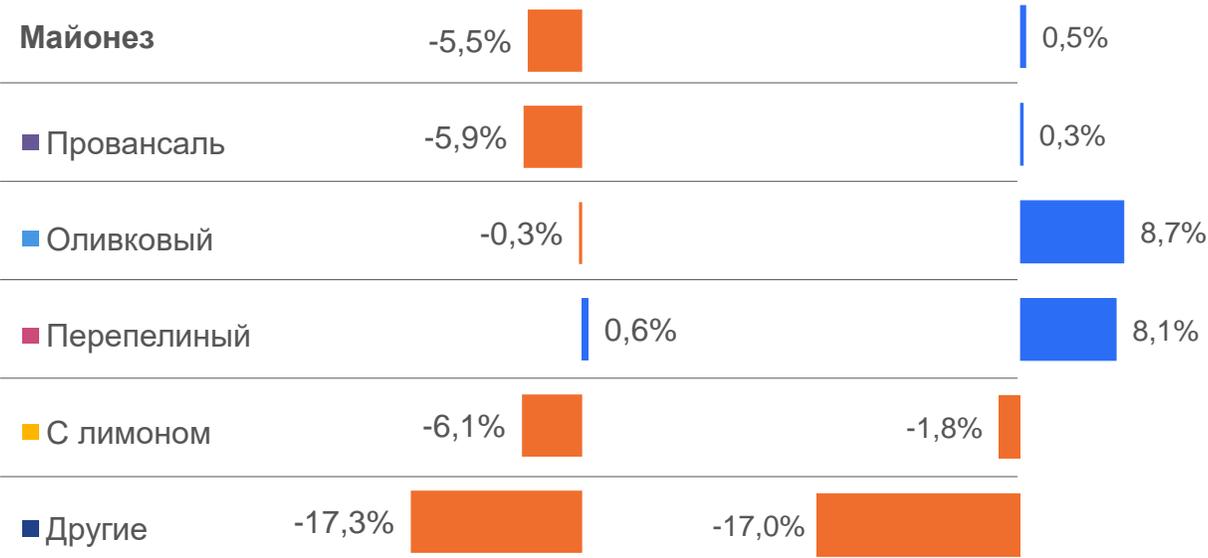
Натуральные продажи самых популярных вкусов майонеза ускорятся, в то время как небольшие сегменты показывают снижение

Доля продаж в структуре майонезов, натуральное выражение, 12 месяцев по март 2024, %



Динамика продаж, денежное выражение, %

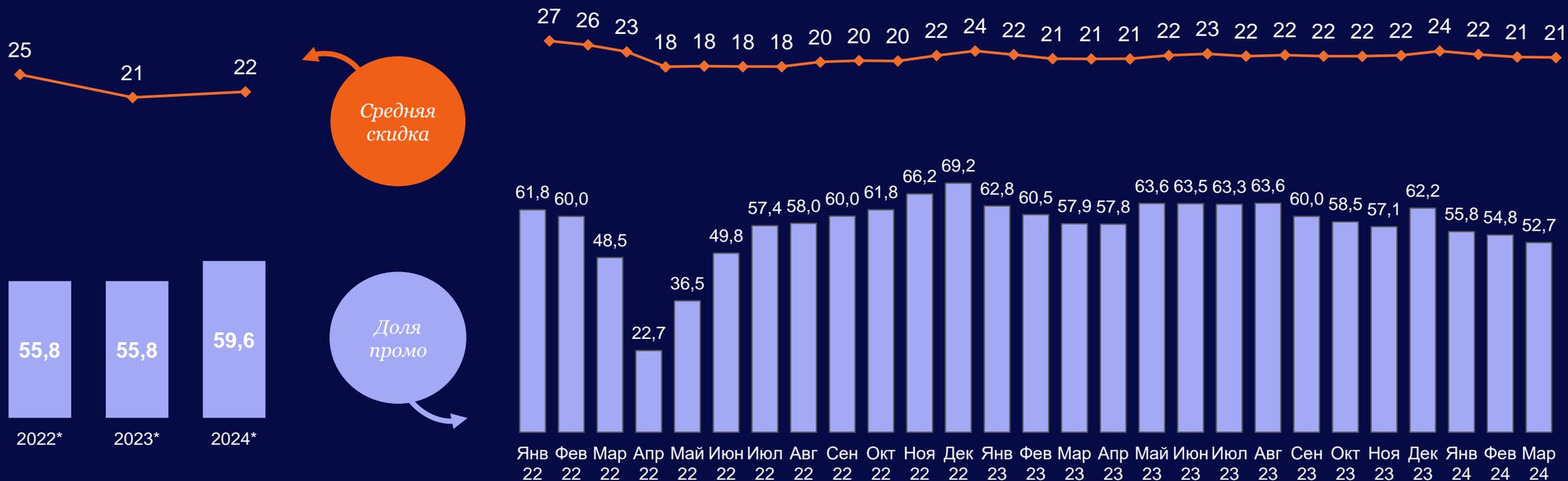
Динамика продаж, натуральное выражение, %



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (Городская Россия+онлайн-рынок), 12 месяцев по март 2024 года

В отличие от других категорий масложировой индустрии, доля краткосрочных промо в категории майонеза увеличивается

Средняя скидка и доля промо в категории майонеза, офлайн-рынок, денежное выражение, 12 месяцев до марта 2024 к аналогичным периодам ранее



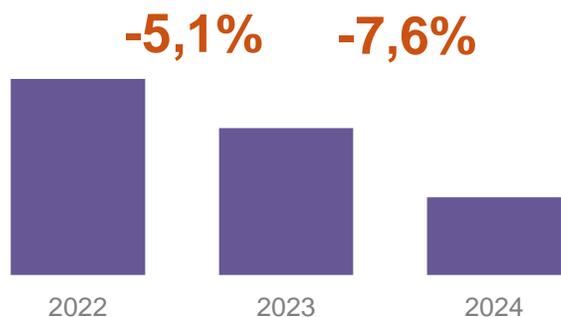
Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн рынок. 2024*=12 месяцев по март 2024 года, 2023 и 2022 годы представлены аналогичными периодами.

Растительное масло

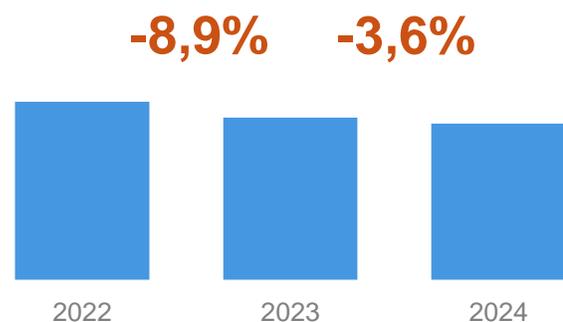
Продажи растительного масла продолжают сокращаться



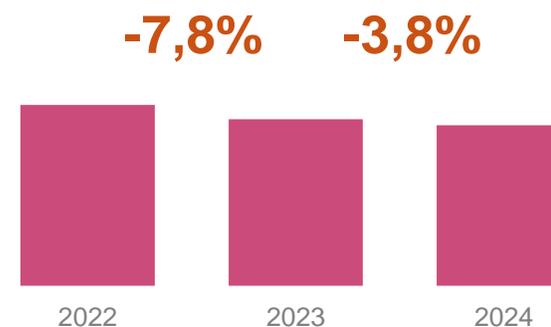
Продажи в рублях



Продажи в литрах



Продажи в упаковках



Средняя цена в рублях за литр

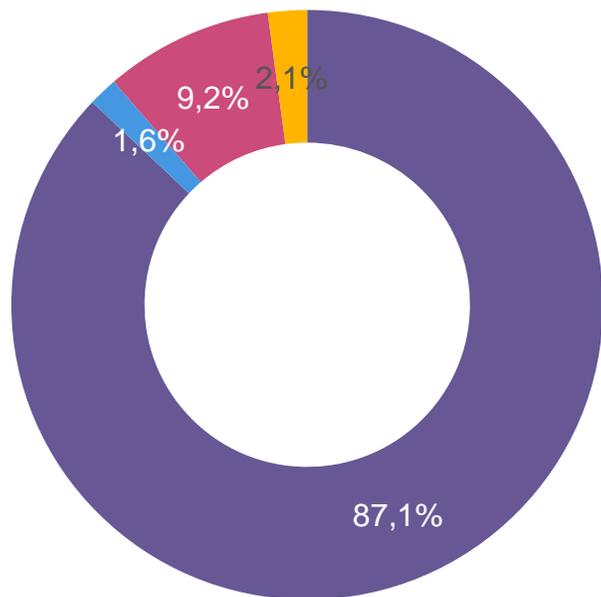


Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (Городская Россия+онлайн-рынок), 12 месяцев по март 2024 года

Самый значимый сегмент, подсолнечное масло, сокращается в динамике продаж

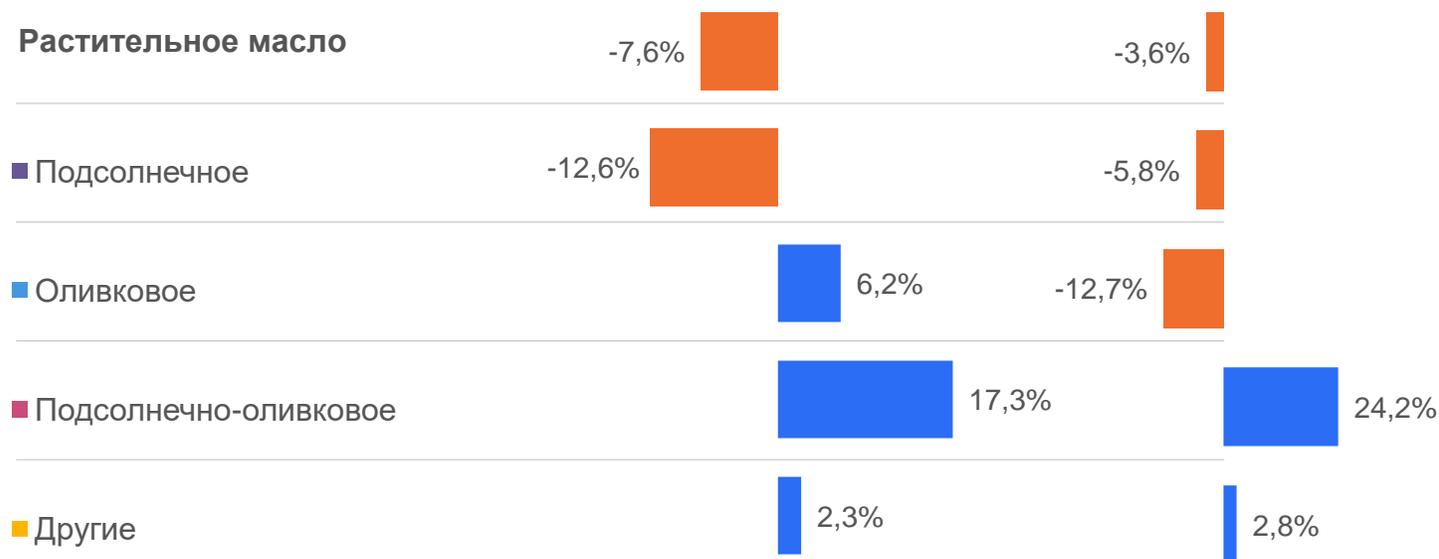
При этом темпы продаж подсолнечно-оливкового масла показывают наибольший прирост в деньгах и объемах, что способствует росту значимости этого сегмента. Год назад его доля составляла 7,1%

Доля продаж в структуре растительного масла, натуральное выражение, 12 месяцев по март 2024, %



Динамика продаж, денежное выражение, %

Динамика продаж, натуральное выражение, %

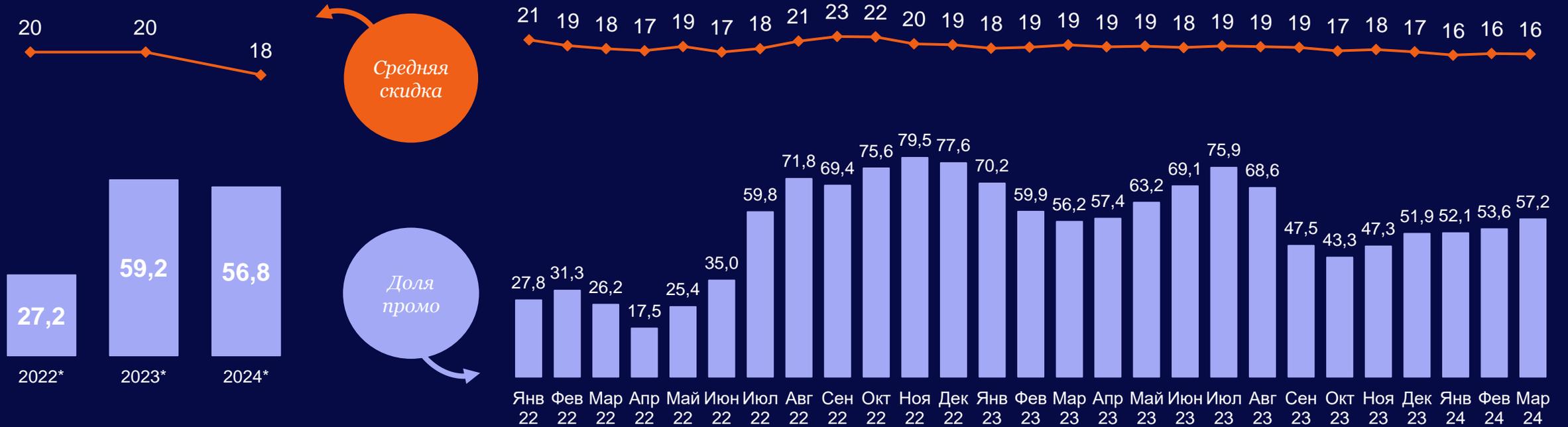


Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн-рынок. 12 месяцев по март 2024 года.

Доля промо в категории масла снижается после резкого скачка вдвое в прошлом году

Одновременно снижается и размер средней скидки до 18%

Средняя скидка и доля промо в категории растительного масла,
офлайн-рынок, денежное выражение, 12 месяцев до марта 2024 к аналогичным периодам ранее



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, 2024*=12 месяцев по март 2024 года, 2023 и 2022 годы представлены аналогичными периодами.

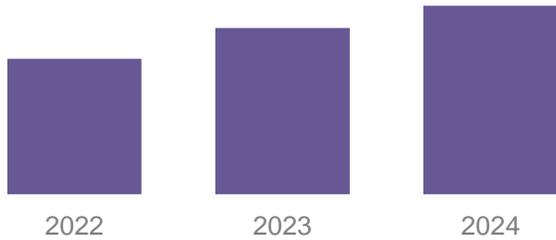
Майонезные соусы

Динамика небольшого сегмента майонезных соусов продолжает активно расти и в денежном, и в натуральном выражении



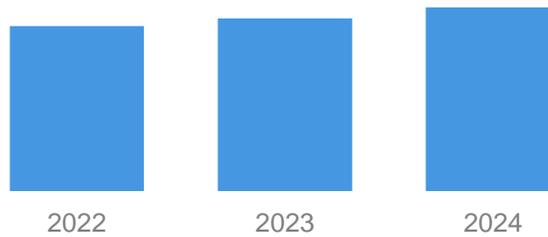
Продажи в рублях

+22,7% +13,4%



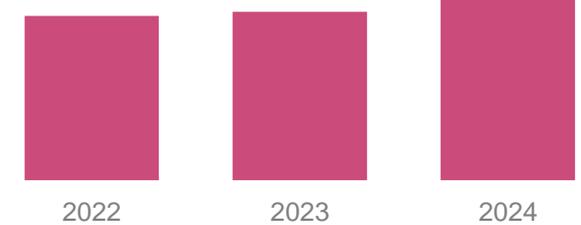
Продажи в килограммах

+4,6% +6,4%

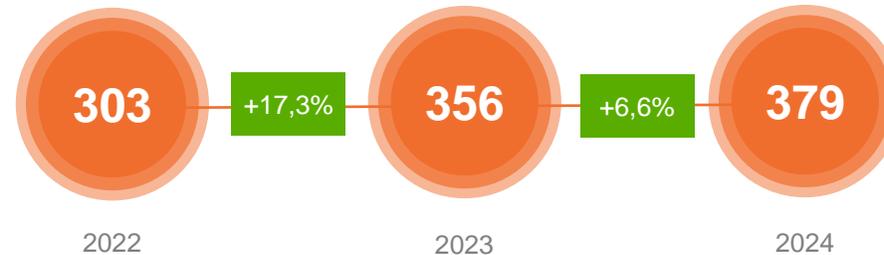


Продажи в упаковках

+2,5% +9,5%



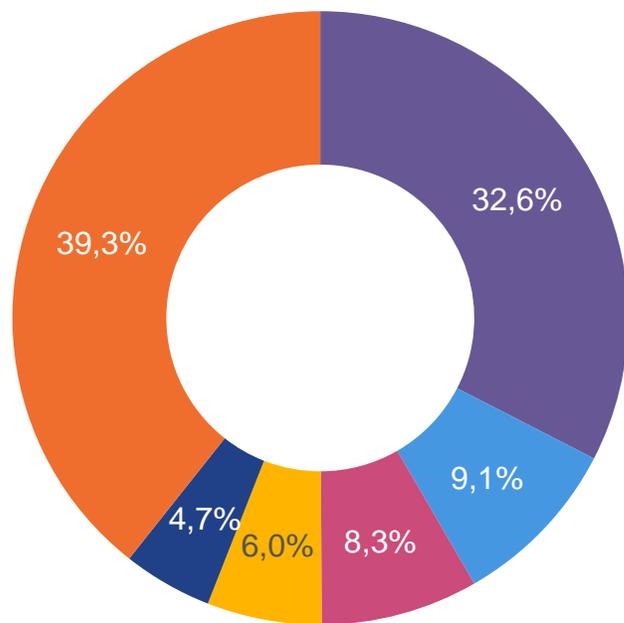
Средняя цена в рублях за килограмм



Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (Городская Россия+онлайн-рынок), 12 месяцев по март 2024 года

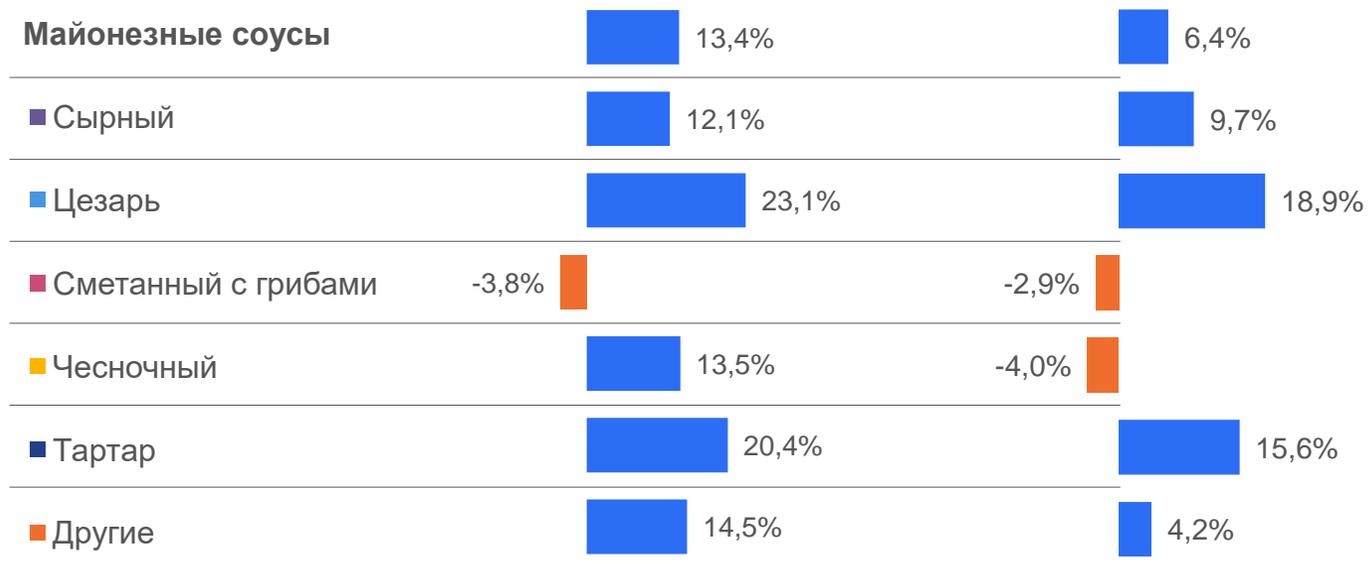
Продажи **всех ключевых вкусов майонезных соусов**, за исключением сметанного с грибами, растут в денежном выражении

Доля продаж в структуре майонезных соусов, натуральное выражение, 12 месяцев по март 2024, %



Динамика продаж, денежное выражение, %

Динамика продаж, натуральное выражение, %



В развитие сегмента «другие» основной вклад вносят горчиный и медово-горчиный соусы

Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (Городская Россия+онлайн-рынок), 12 месяцев по март 2024 года

Какие бренды вносят наибольший вклад в развитие майонезных соусов?



Astoria (НМЖК Группа Компаний)



Heinz (Kraft Heinz Company)



Махеев (Essen Production AG)



Я Люблю Готовить (РусАгро ГК)

ТОП-6 SKU-драйверов в категории майонезных соусов



Heinz Сырный
0.2 гр.



Astoria Для бутербродов
и закусок 0.2 гр.



Heinz
Цезарь 0.2 гр.



Махеев Цезарь
0.2 гр.



Heinz Чесночный
0.2 гр.



Heinz Горчичный
0.2 гр.

Как развиваются отдельные сегменты в категории?

➔ Кетчупы

9.1%

рост продаж в денежном
выражении к прошлому году

➔ Соевые соусы

8.0%

рост продаж в денежном
выражении к прошлому году

➔ Другие соусы

14.9%

рост продаж в денежном
выражении к прошлому году

Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (Городская Россия+онлайн-рынок), 12 месяцев по март 2024 года

Ключевые особенности масложировой индустрии

Продолжается
сокращение
ассортимента в
категории
растительного
масла

Категория майонезных
соусов опережает все
остальные категории
масложировой
индустрии по темпам
роста

Хард-дискаунтеры
наращивают
значимость для
категорий майонеза,
сливочного и
растительного масел

Растет доля
промо в
категории
майонеза



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

t.me/nielsenrussia

