

Тренды и перспективы СТМ

Май 2024

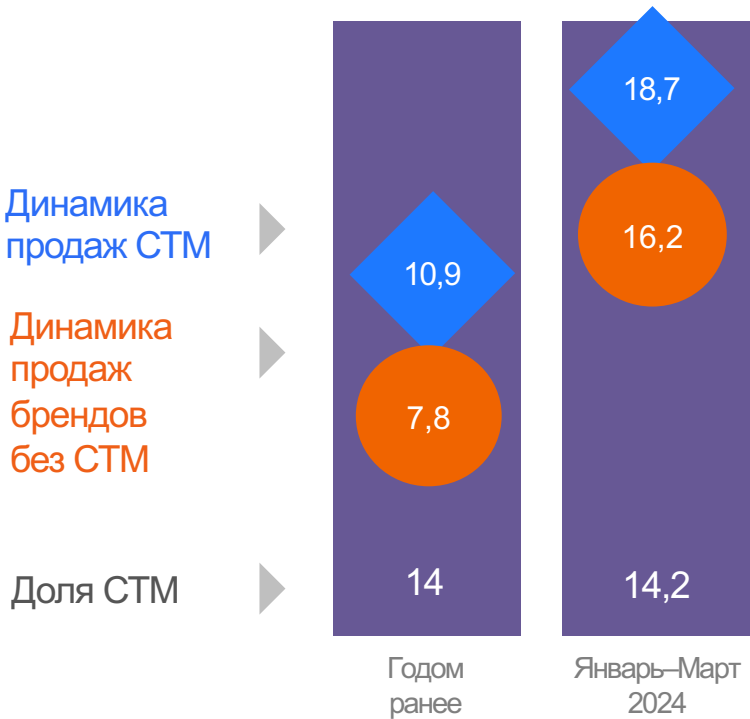
NIQ | 30
лет в России



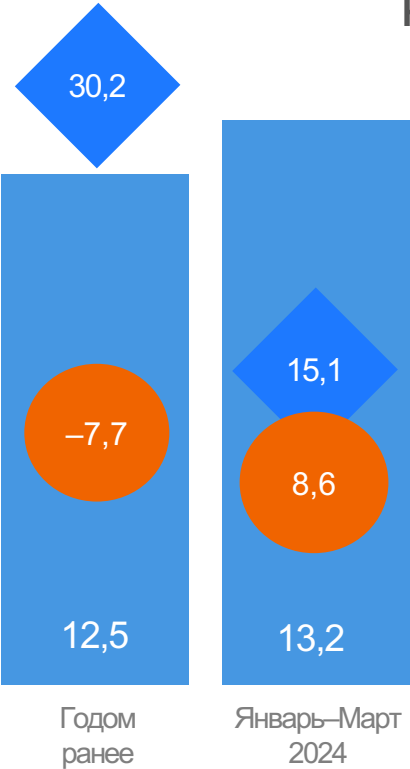
После замедления динамики продаж и роста доли в 2023 году **сегмент СТМ вернулся на траекторию опережающего развития**

Динамика и доли продаж СТМ,
денежное выражение, %

Продовольствие



Непродовольствие

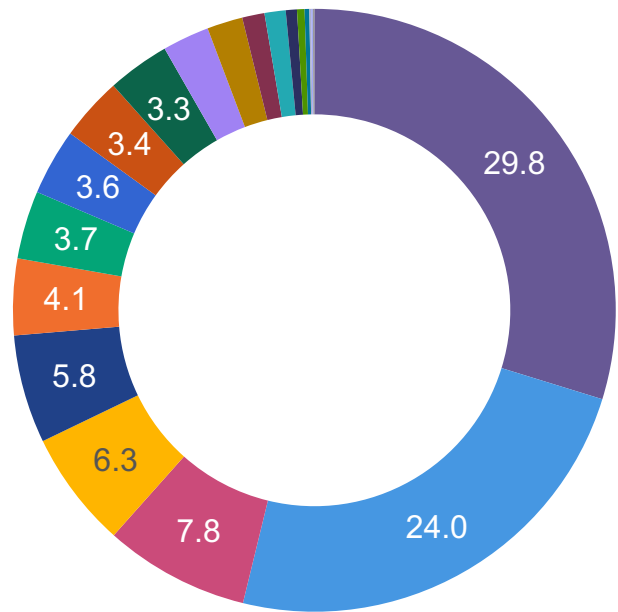


На омниканальном рынке FMCG частным маркам в группе продовольствия удалось вновь опередить бренды по динамике продаж. За счет высокой значимости продовольствия в структуре продаж СТМ такое изменение повлияло на результат всего сегмента.

Источник: ритейл-аудит омниканального рынка Нильсен (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок). январь–март 2024 года, денежное выражение, %.

Частные марки: динамика категорий и вклад в развитие сегмента

Доли категорий в структуре продаж денежное выражение, %



Динамика продаж СТМ денежное выражение, 12 месяцев по март 2024, %



Топ-5 категорий СТМ по позитивному вкладу в рост:

Продовольствие

- 1. Сырое мясо
- 2. Колбасные изделия упакованные
- 3. Мягкие и плавленые сыры
- 4. Фруктовые соки
- 5. Охлажденные мясные полуфабрикаты

Непродовольствие

- 1. Подгузники для детей
- 2. Средства для стирки
- 2. Бумажные кухонные полотенца
- 3. Персональные средства гигиены
- 4. Влажные салфетки для детей
- 5. Туалетная бумага

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

В каких категориях за год сильнее всего выросла доля СТМ?

Категории СТМ с наибольшим ростом значимости,
денежное выражение, %

Продовольствие

Рост доли
к прошлому году

Доля СТМ
в категории



Непродовольствие

Рост доли
к прошлому году

Доля СТМ
в категории



Измерения омниканального рынка Нильсен (розничные сети и онлайн-торговля), 12 месяцев по март 2024 года.

Что стоит за ростом СТМ?



**Развитие
в хард-дискаунтерах**

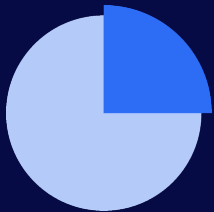


**Укрепление
онлайн-продаж**



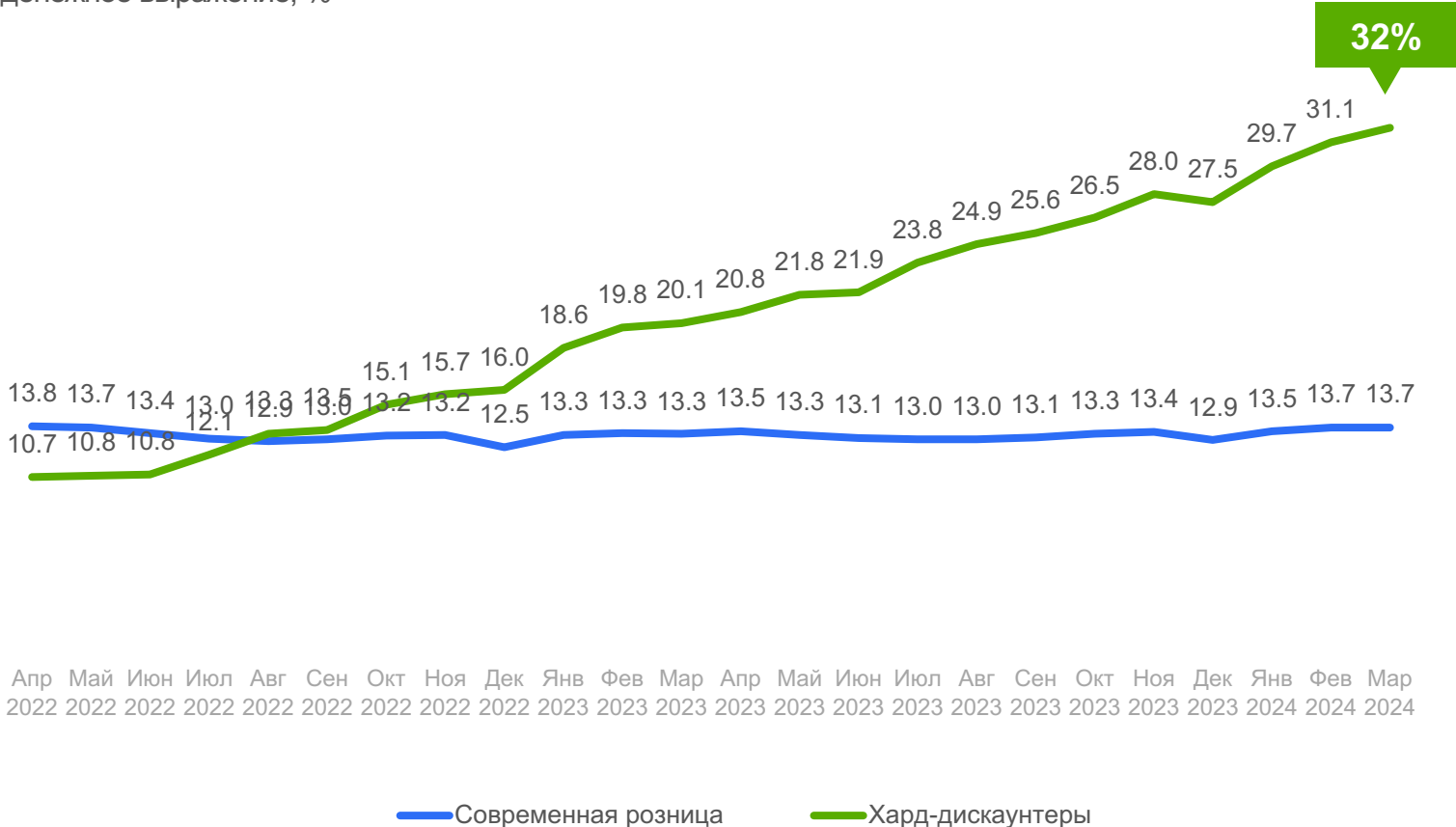
**Усиление сегмента
в регионах**

К марту 2024 года доля
СТМ в хард-дискаунтерах
превысила порог в 30%



Один из ключевых источников роста СТМ в настоящий момент — **канал хард-дискаунтеров**

Динамика доли СТМ,
денежное выражение, %

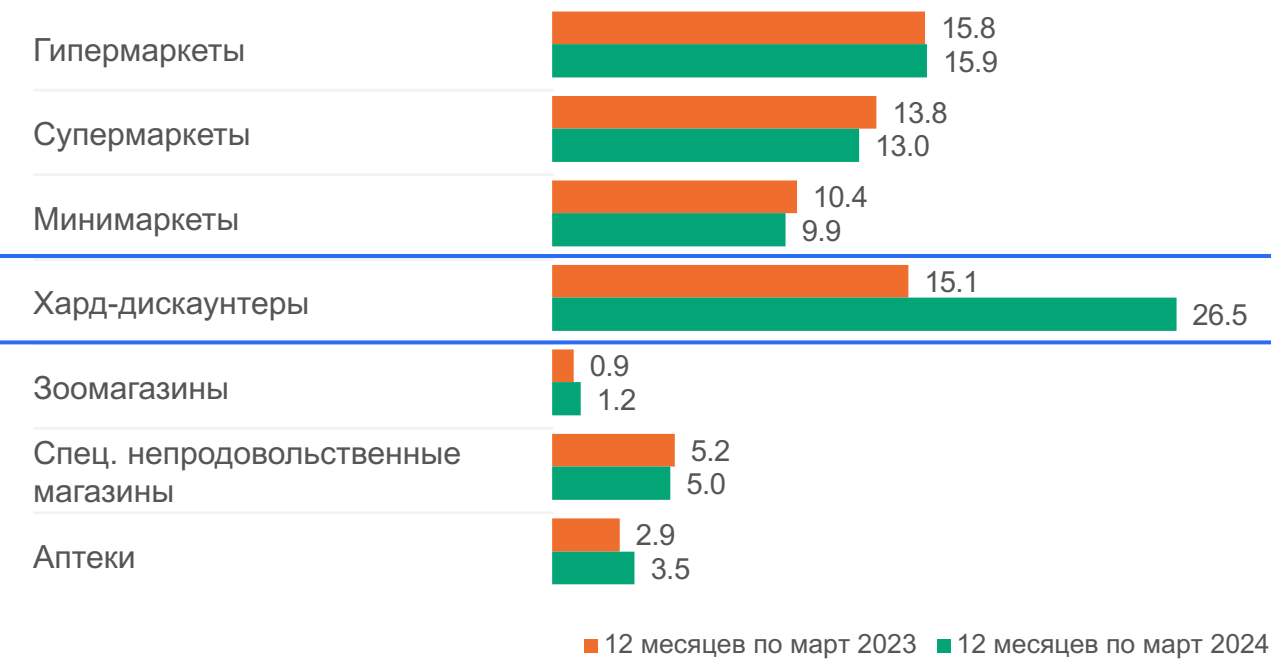


Апр 2022 Май 2022 Июн 2022 Июл 2022 Авг 2022 Сен 2022 Окт 2022 Ноя 2022 Дек 2022 Янв 2023 Фев 2023 Мар 2023 Апр 2023 Май 2023 Июн 2023 Июл 2023 Авг 2023 Сен 2023 Окт 2023 Ноя 2023 Дек 2023 Янв 2024 Фев 2024 Мар 2024

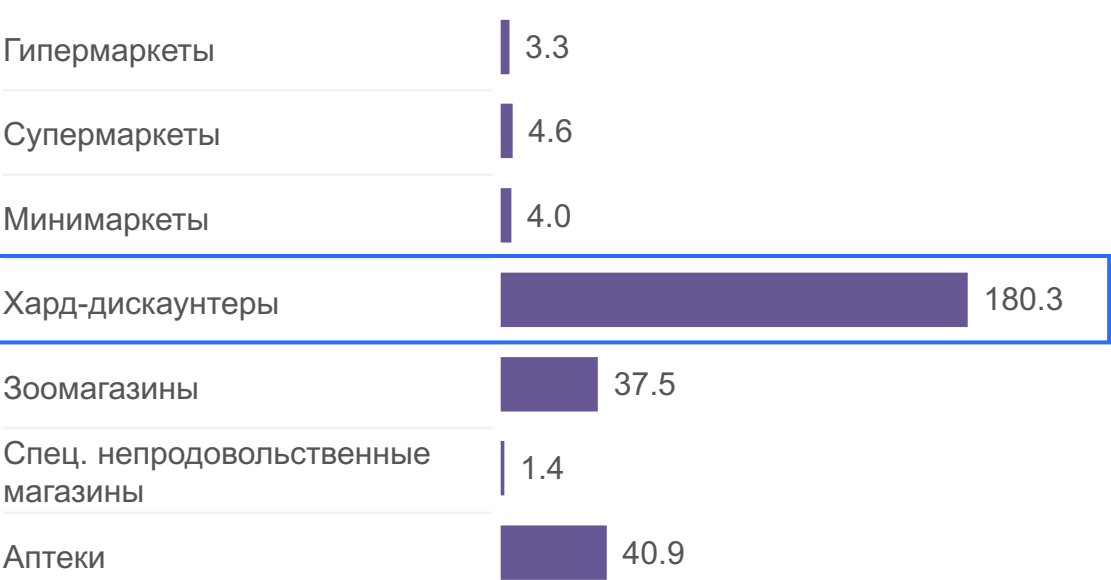
Измерения рынка Нильсен (розничные и специализированные торговые сети), офлайн-рынок.

Несмотря на рекордную долю СТМ в хард-дискаунтерах, канал остается неоспоримым лидером по темпам продаж с огромным отрывом

Доля продаж СТМ в каналах торговли, денежное выражение, %

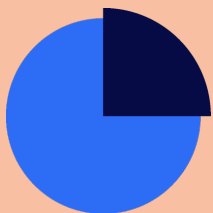


Динамика продаж СТМ, денежное выражение, 12 месяцев по март 2024, %



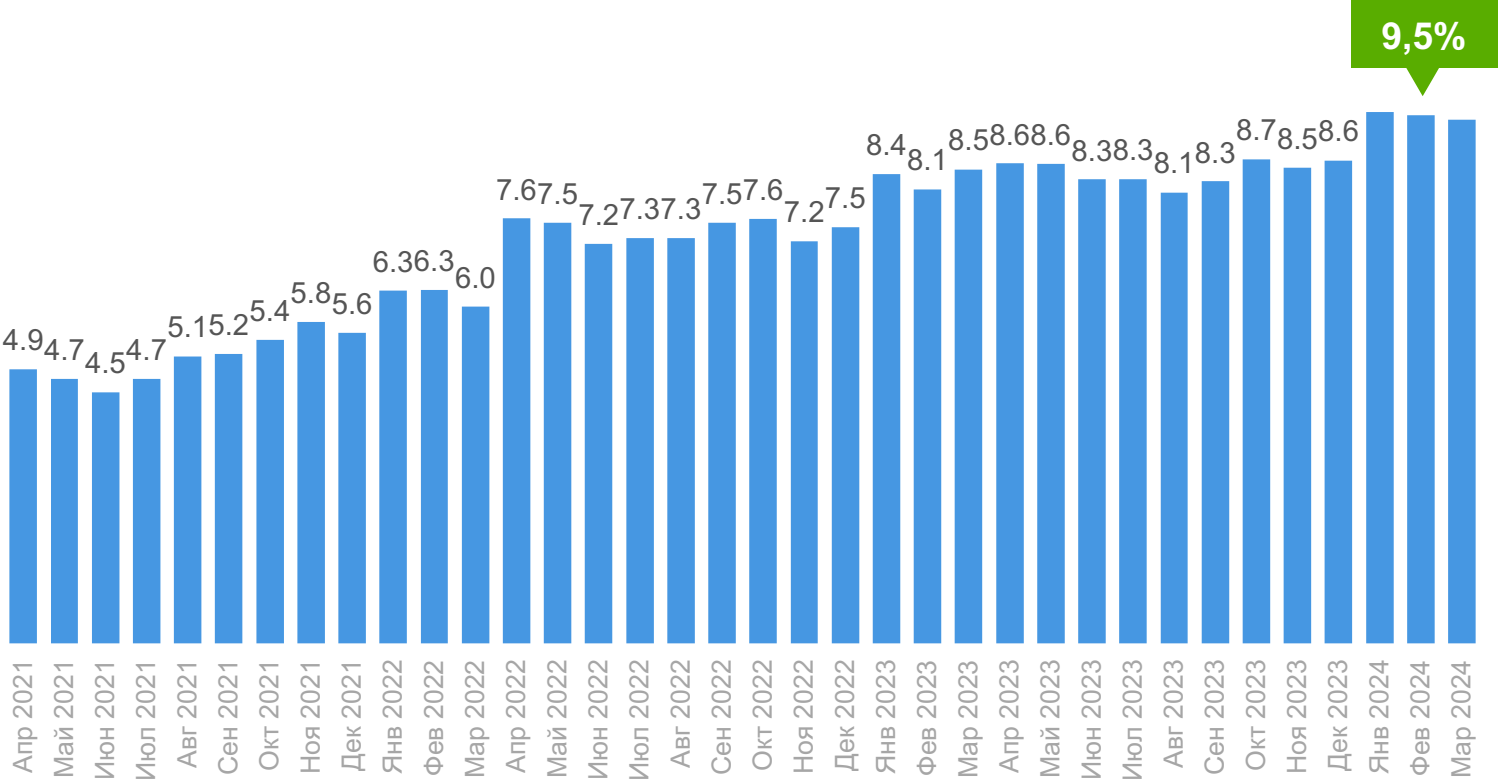
Измерения рынка Нильсен (розничные и специализированные торговые сети), офлайн-рынок. 12 месяцев по март 2024 года.

К марту 2024 года доля
СТМ на онлайн-рынке
FMCG приблизилась к 10%



Доля продаж СТМ на онлайн-рынке FMCG приближается к значениям офлайн-розницы

Динамика онлайн-продаж СТМ,
денежное выражение, %



Измерения онлайн-рынка Нильсен.

Одним из главных драйверов развития СТМ на онлайн-рынке остается рост спроса в регионах страны

Динамика онлайн-продаж СТМ по ФО, денежное выражение, %



45,5% составляет динамика онлайн-продаж FMCG в среднем на рынке

Измерения онлайн-рынка Нильсен. 12 месяцев по март 2024 года.



На онлайн-рынке сформировался список категорий-лидеров по доле СТМ, однако игроки активно инвестируют в развитие и других товарных групп

Категории с самой высокой долей СТМ на онлайн-рынке, денежное выражение, %

	Доля СТМ
Замороженные овощи и фрукты	52.7
Солёные орехи	45.1
Оливки	40.9
Сушеные морепродукты, рыбные закуски	39.7
Консервированные грибы и овощи (в рассоле)	32.9
Свежее мясо	31.9
Консервированные готовые блюда	30.6
Томатная паста	28.6
Влажные салфетки для детей	28.4
Консервированные грибы и овощи (в собственном соку)	27.3
Охлажденные мясные полуфабрикаты	22.7
Сливки	22.5

Категории с самой высокой динамикой продаж СТМ*, денежное выражение, онлайн-рынок, %

	Динамика, %	Доля СТМ
Холодный кофе (готовый к употреблению)	5907.8	3.8
Растворимые напитки и чайные напитки для детского питания (требующие приготовления)	318.5	5.5
Энергетические и спортивные напитки	201.6	1.7
Жидкие молочные десерты	201.4	2.3
Напитки для детского питания (готовые к употреблению)	192.5	3.8
Шоколадная паста	165.2	8.5

Измерения онлайн-рынка Нильсен. 12 месяцев по март 2024 года. *Учтены категории с долей СТМ не менее 1%.

Центральный ФО генерирует наибольший вклад в рост рынка СТМ, однако он меньше, чем суммарный вклад регионов — как в продовольственной, так и в непродовольственной группе товаров



Рост спроса в регионах подталкивает не только онлайн-продажи, но и весь рынок FMCG

Динамика продаж СТМ по ФО и вклад в рост, денежное выражение, %



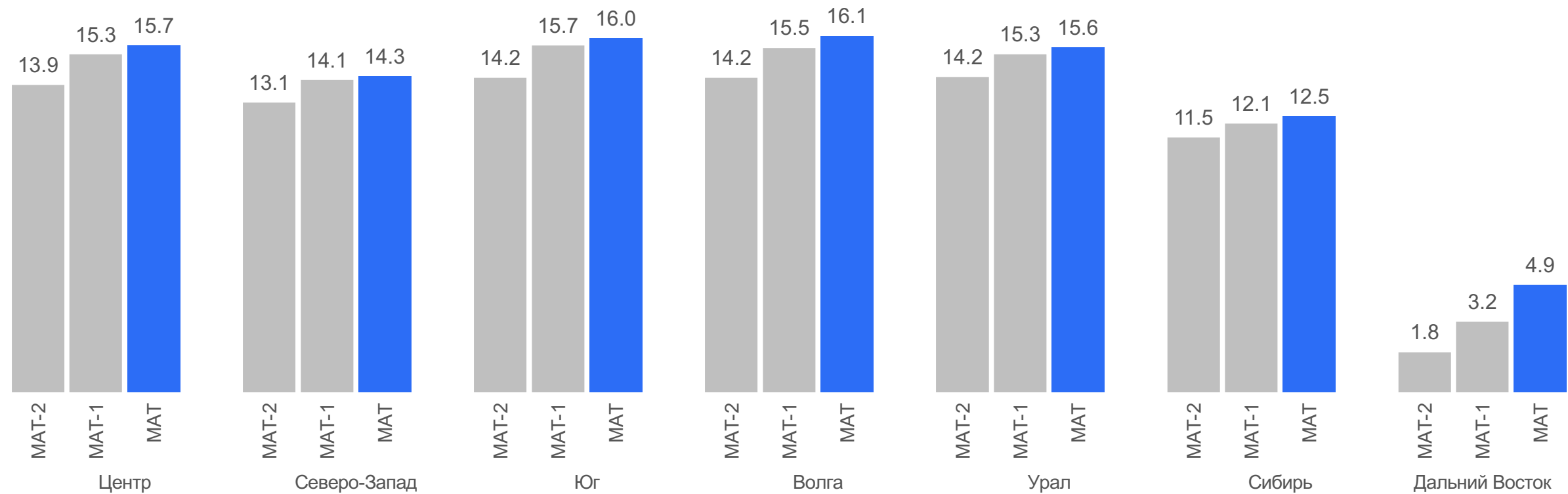
Из 12,2% роста рынка СТМ 6,8 п.п. пришлось на Южный, Приволжский, Уральский ФО и Сибирь и Дальний Восток

Из 13,9% роста рынка СТМ 8,4 п.п. пришлось на Южный, Приволжский, Уральский ФО и Сибирь и Дальний Восток

Источник: измерения омниканального рынка Нильсен (Скантрек+онлайн-торговля), 12 месяцев по март 2024.

При этом во всех регионах растет **доля ассортимента СТМ**

Доля ассортимента СТМ от FMCG,
рассчитана на основе кумулятивного количества торговых точек,
12 месяцев по март 2024 и аналогичные периоды ранее, %

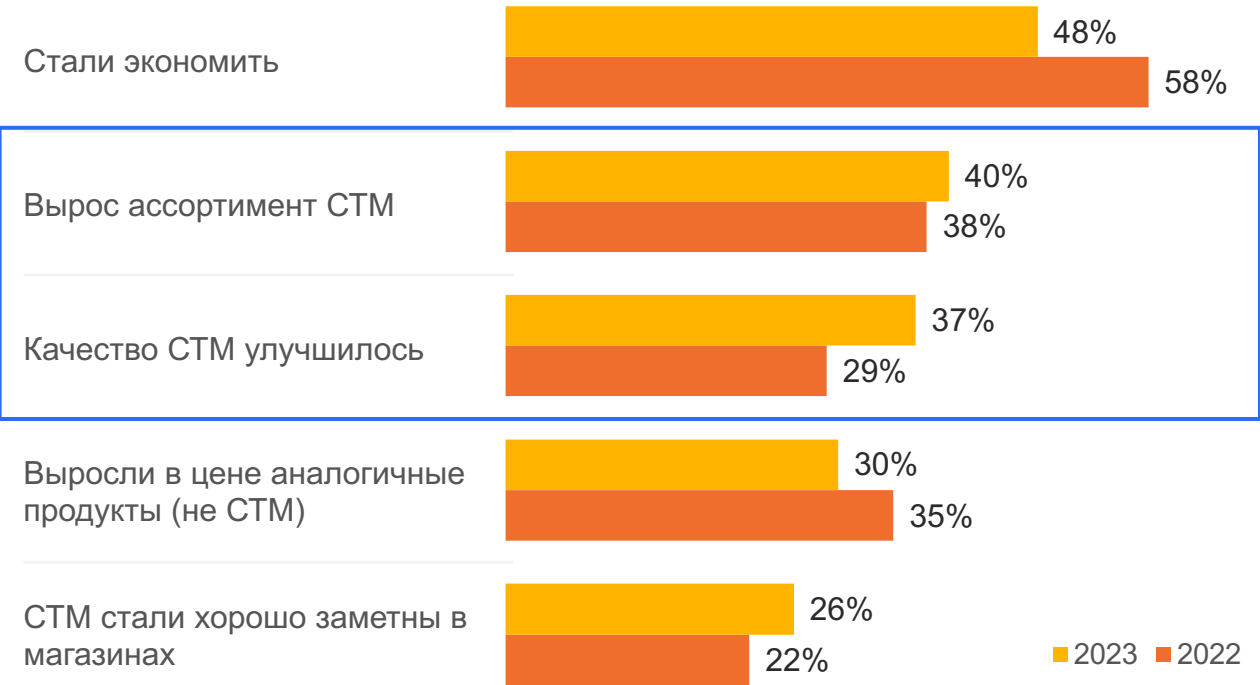


Измерения рынка Нильсен (розничные сети, офлайн-рынок). Категории, в которых представлены СТМ и доступен аудит, исключая уход за детьми и товары для кормления на уровне региона. 12 месяцев по март 2024

Точки роста и ожидания покупателей



Почему покупатели увеличивают интерес к частным маркам сетей?



Источник: покупательское исследование Частные марки России 2023 год.

Популярность СТМ среди покупателей растет, но насколько эффективно ритейлеры работают с этим сегментом?



Продажи среднего SKU под СТМ на среднюю торговую точку в денежном выражении на 5% ниже среднего по рынку

Топ-10 категорий с эффективным ассортиментом СТМ

Категории отсортированы по убыванию значимости СТМ

- Детские влажные салфетки
- Замороженный картофель
- Очистители электр. оборудования
- Подгузники для взрослых
- Бумажные полотенца
- Печеная фасоль
- Сырые яйца
- Красная рыба
- Сырое мясо
- Охлажденные мясные полуфабрикаты

Топ-10 категорий с наименее эффективным ассортиментом СТМ

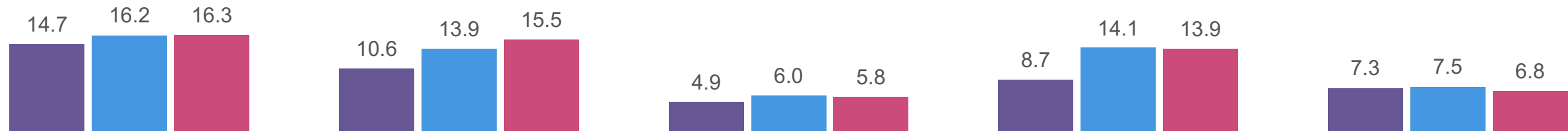
Категории отсортированы по убыванию эффективности СТМ

- Мужская косметика после бритья
- Лаки для ногтей
- Косметика для глаз и бровей
- Сидр
- Чистящие средства для плит
- Бульоны быстрого приготовления
- Биттеры
- Средства от плесени
- Детский мармелад
- Соусы (сухие)

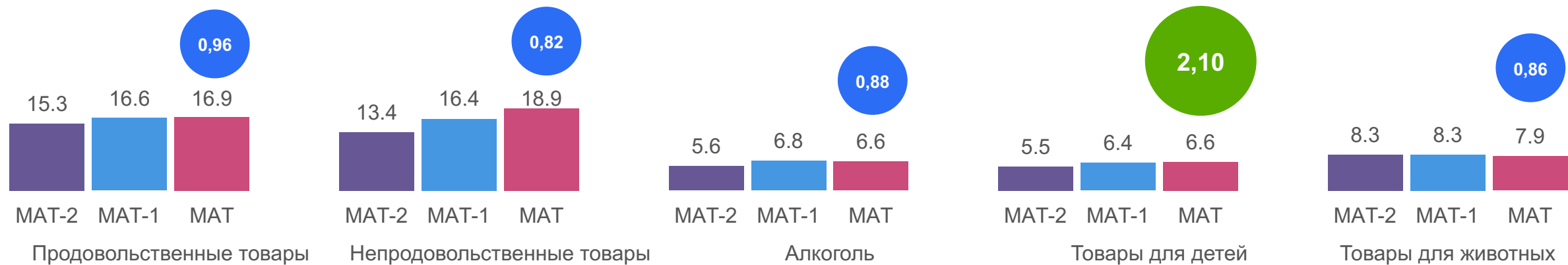
Источник: измерения рынка Нильсен (розничные сети, офлайн-рынок). 231 категории, в которых представлены СТМ и доступен аудит. Период: 12 месяцев по март 2024. Эффективность СТМ показывает соотношение спроса СТМ к среднему спросу на категорию в денежном выражении, значения >1 считаются эффективными, т.к. на них спрос выше среднего, за спрос считаются продажи среднего SKU на среднюю торговую точку в рублях

Группа категорий для детей имеет самую высокую эффективность ассортимента и дальнейший потенциал для увеличения доли полки

Доля продаж СТМ,
денежное выражение, %



Доля ассортимента СТМ, %



● Эффективность ассортимента

Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек)| Продукты: FMCG (231 категории, в которых представлены СТМ и доступен аудит на рынке Total Mixed Chains) | Период: МАТ Февраль 2024



Какие критерии качества СТМ выделяют для себя покупатели?

- 1 Качественные и натуральные ингредиенты в составе
- 2 Цена, сопоставимая с ценами на бренды
- 3 Репутация сети

49%

покупателей считают, что улучшение качества СТМ больше всего влияет на рост покупок частных марок в будущем

Источник: покупательское исследование Частные марки России 2023 год.



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

t.me/nielsenrussia

