

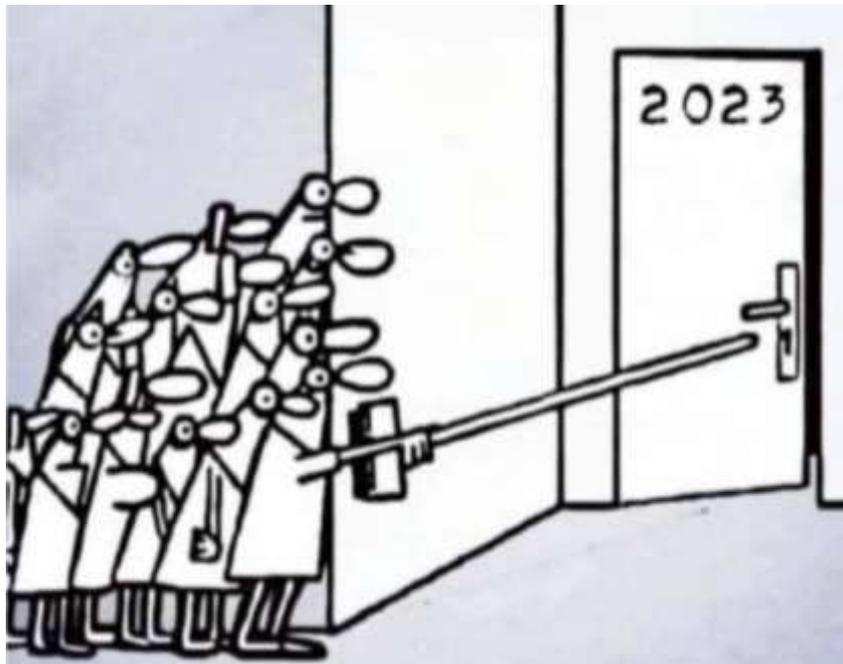
## **Что год грядущий нам готовит? Предпосылки развития рыночной ситуации**

УРАКЕХРО 2023





## Что год грядущий нам готовит...



На международной арене разыгрывается «партия в покер», последствия которой пока практически непредсказуемы...



## 2022. Ключевые макроэкономические факторы



- **Санкционное давление.** Совокупно **>10 000** санкций против государства, государственных и частных компаний, персональные ограничения против официальных и частных лиц. Ожидается очередной (10-й) пакет санкций ЕС.



- **Динамика курса рубля.** Резкое падение, затем укрепление рубля не только к доллару и евро, но и к национальным валютам ближайших стран. Как следствие, снижение конкурентоспособности экспортеров, возможности для импортеров.



- **Инфляция.** Антирекорд за последние 20 лет. Резкий всплеск в I полугодии ( $> 20\%$ ), угасание во II полугодии на фоне укрепления рубля и снижения спроса. 12% по итогам года.



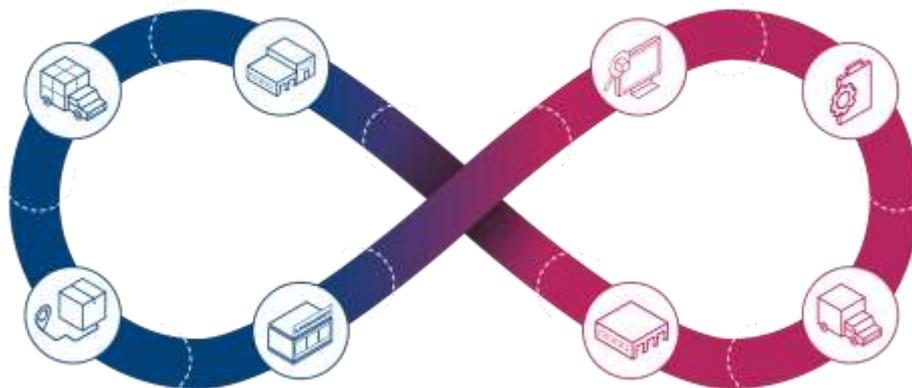
- **Занятость населения.** Низкий уровень безработицы (мобилизация, эмиграция), при этом снижение реальных заработных плат (простои, неполная занятость).



## Изменения в цепочках поставок

### Производство

- нехватка **компонентов и упаковки;**
- нехватка запасных частей;
- прекращение поставок оборудования;
- запуск **новых продуктов** в рамках импортозамещения.



### Дистрибуция

- расширение ареала поставок;
- тенденция к **росту стоимости** перевозок.

### Реализация

- замещение выпадающего импорта, сокращение ассортимента;
- снижение **покупательной способности.**

### Закупки

- уход иностранных компаний из России;
- сокращение привычного импорта, поиск альтернатив.

### Поставки

- **увеличение сроков и стоимости** поставок из-за рубежа.

### Хранение запасов

- необходимость **увеличения запасов** «проблемных» компонентов



## Запуск новинок

**28 000**

новинок было  
выпущено в 2022  
году

**62%**

опрошенных  
производителей  
планируют  
запускать новые  
продукты уже в  
2022 году

Вывод новинок на рынок был  
запланирован?



- Запуск станет реакцией на текущую ситуацию
- Запуск был запланирован

В каких ценовых сегментах  
планируется запуск новинок?





## Трансформация ассортимента

### Газированные напитки: новые бренды в категории

**102**

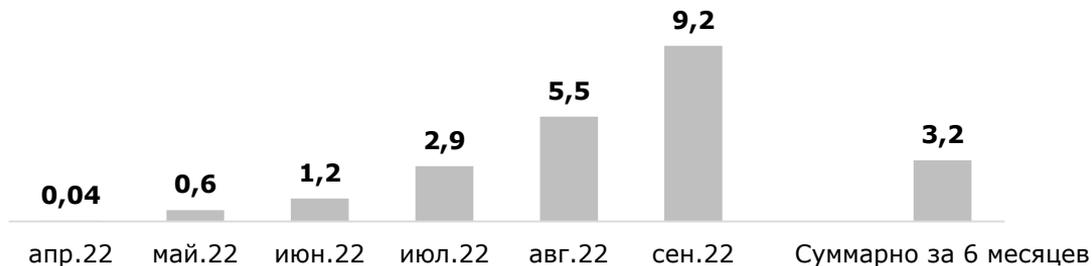
бренда, которые не продавались ранее и вышли на рынок в апреле-сентябре

**5 из 10**

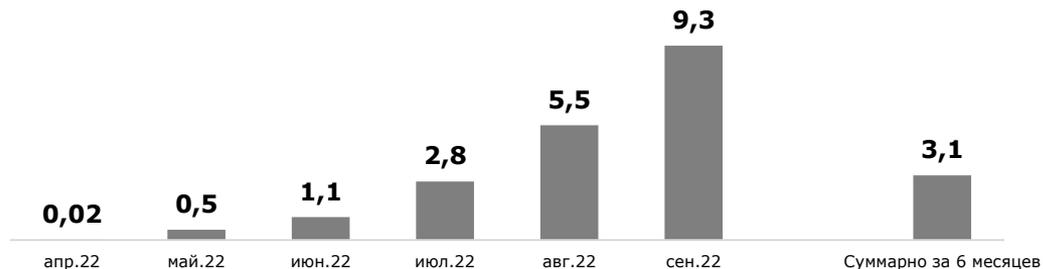
самых растущих брендов в категории – бренды российских производителей

### Газированные напитки: динамика доли новых брендов

Натуральная доля 102 новых брендов, %



Денежная доля 102 новых брендов, %





## Иностранные компании и бренды

**75,9%**

иностраннных компаний  
осталось в России

### Какие бренды сменили названия в 2022 году

Старое название	Новое название
Coca-Cola	Добрый Cola
Fanta	Добрый Orange
Valio	Viola
Oltermanni	Laplandia
L'occitane	Л'окситан
Maxibon	Maxiduo
eXtreme	Sunreme
Mövenpick	Monterra
Paulig	Poetti
Schweppes	Rich тоник



## Структурные изменения потребительского спроса

### Покупатель изменил стратегию совершения покупок

#### Паттерны поведения



Снижение доходов экономически активного работающего населения с детьми



#### Сценарии поведения при сокращении расходов на еду и товары первой необходимости



В текущий кризис доля населения, находящегося за чертой бедности вырастет с 16 млн. в 2021 году (уровень бедности 11%), до 25 млн. человек (18%) в 2022г., что ещё больше ухудшит ситуацию с потребительским спросом.



## Ритейл. СТМ растут двузначными темпами

Динамика топ-10 категорий СТМ  
Денежное выражение, %

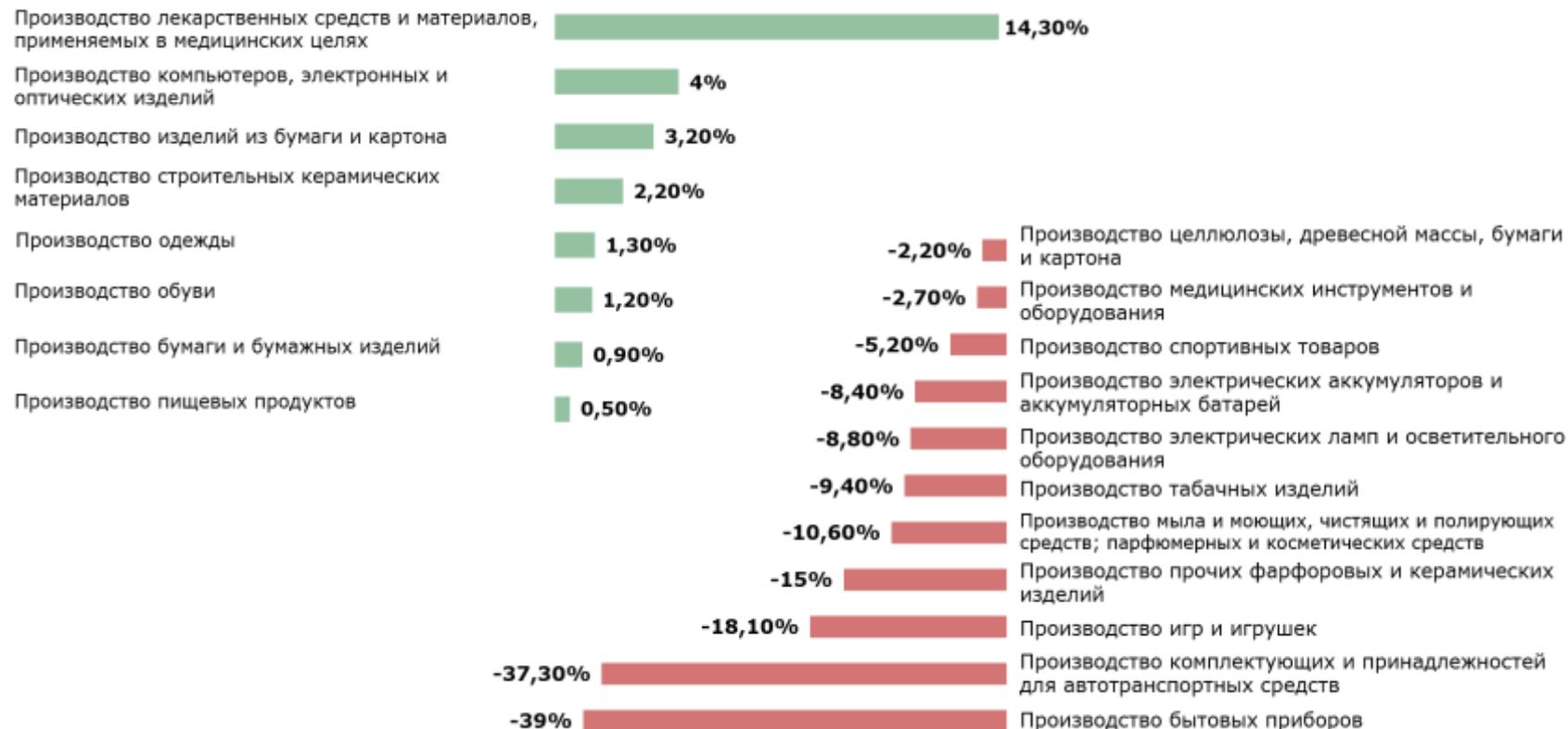


Доля СТМ в объёме продаж

	2021	2022
Магнит	16%	20%
Ашан	15%	23%
МЕТРО	12%	15%
Лента		15%
Х5 Пятёрочка	22%	25%
Х5 Перекрёсток	16%	18%
Х5 Чижик	-	40%
ВкусВилл	-	97%
Макси ритейл	-	4%



## Индексы производства (январь-ноябрь 22/21)





## Индексы производства пищевых продуктов (январь-ноябрь 22/21)

Производство растительных и животных масел и жиров



Производство продуктов мукомольной и крупяной промышленности, крахмала и крахмалосодержащих продуктов



Производство готовых кормов для животных



Производство напитков



Переработка и консервирование мяса и мясной пищевой продукции



Производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий



Переработка и консервирование фруктов и овощей



Производство молочной продукции

0%

-2,10%



Производство прочих пищевых продуктов

-8%



Переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков

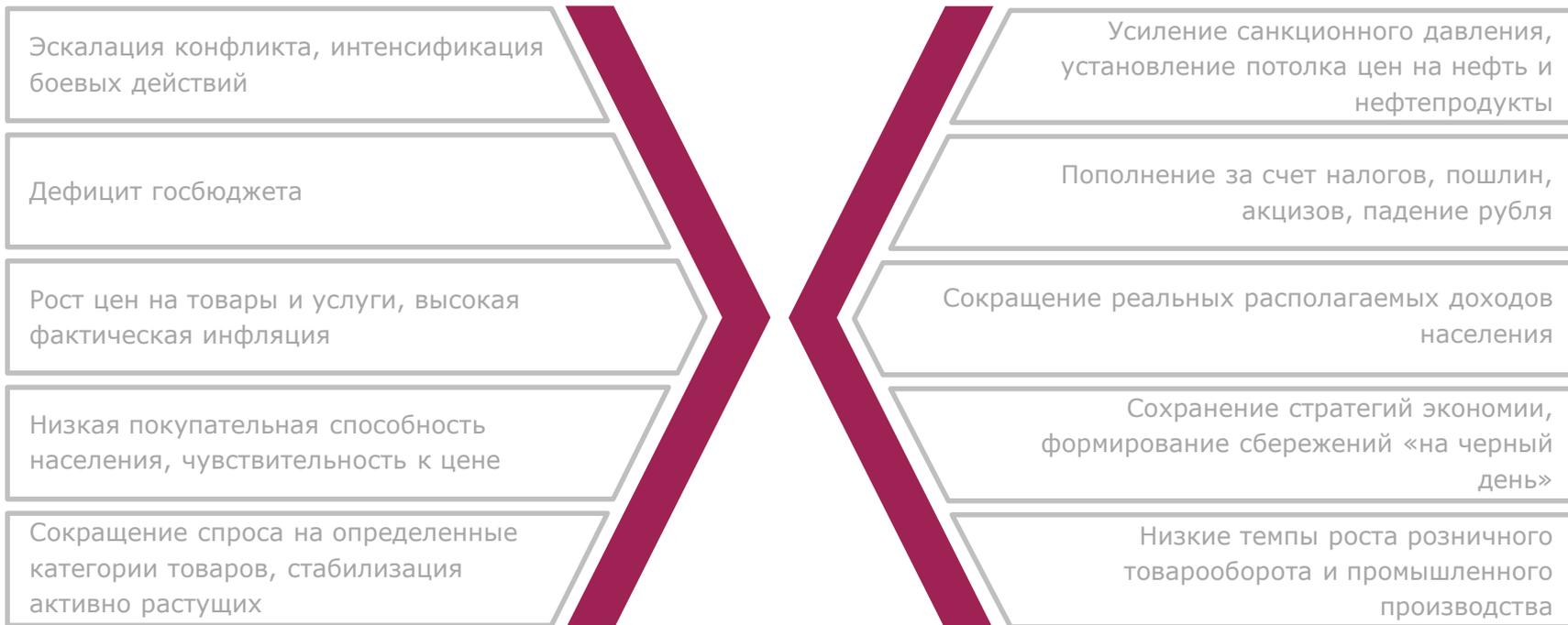


## **2023. Макроэкономические индикаторы. Прогноз МЭР**

	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
ВВП	4,7	-2,9	-0,8	2,6	2,6
Индекс потребительских цен	8,4	12,4	5,5	4,7	4,0
Реальные располагаемые доходы	3,0	-2,2	1,6	2,8	2,5
Реальная начисленная заработная плата	4,5	-2	2,6	2,9	2,8
Оборот розничной торговли	7,8	-6,1	2,7	3,7	3,1
Расходы на конечное потребление	9,5	-4,2	2,8	3,1	2,6
Обрабатывающая промышленность	7,3	-0,6	-0,2	3,0	2,8
Курс доллара	73,6	68	68	71	72



## **2023. Риски на уровне геополитики и макроэкономики**

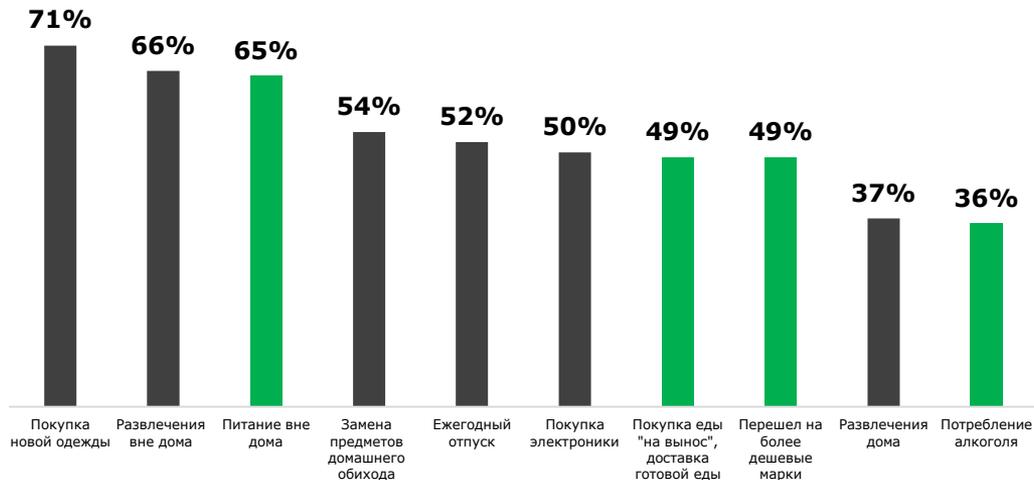




## 2023. Поведение покупателей

Большинство потребителей стремятся сократить свои расходы, и даже при улучшении экономической ситуации до 30% респондентов продолжают экономить на многих статьях расходов.

Сферы экономии (топ-10) в III квартале 2022 года



Какие привычки сохранятся при улучшении экономической ситуации?

- 29% Сокращение расходов на **питание** вне дома
- 28% Сокращение расходов на **развлечения** вне дома
- 25% Сокращение расходов на **доставку готовой еды и еды «на вынос»**
- 25% Сокращение расходов на **одежду**
- 17% Сокращение потребления **алкоголя**



## 2023. Перспективы потребления

### Потребительские настроения – стратегия экономии

- **72%** российских покупателей предпринимают действия, чтобы сэкономить;
- **61%** выбирают магазины с более низкими ценами;
- **41%** выбирают товары по сниженной цене.

### Предпочтительные каналы совершения покупок – где дешевле

- Офлайн: предпочтение хард дискунтерам и магазинам «у дома» с низкими ценами;
- Онлайн: возможность сравнивать, выбор лучшего ценового предложения для заказа.

### Реакция на изменение ассортимента – качество по доступной цене

- Новые продукты и бренды на замену привычным по более низким ценам;
- Продукты под СТМ ритейлеров.

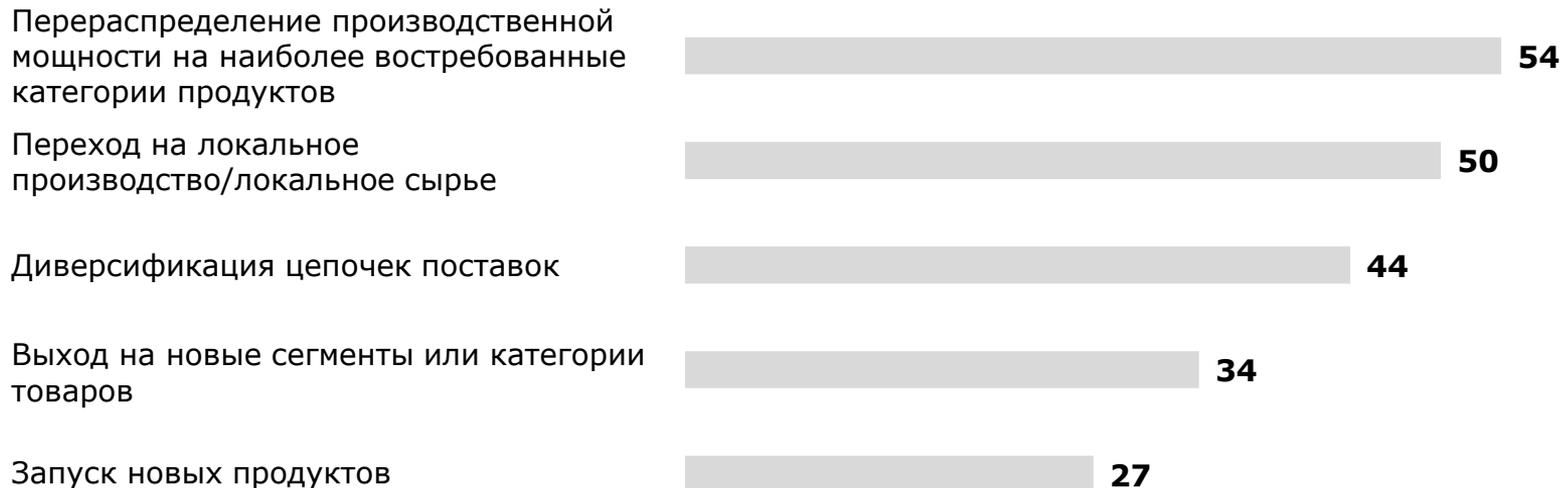


## 2023. Риски для ритейла и FMCG-производств

Риски	FMCG	Ритейл
Сокращение доходов потребителей	1	1
Цепочки поставок: перебои в поставках сырья/растущая стоимость сырья/нестабильность объёмов	2	2
Изменение покупательских привычек в связи с экономией и перераспределение спроса	5	3
Рост закупочных цен и влияние санкций	3	4
Логистика: проблемы с доставкой товара до РЦ/ТТ и/или растущая стоимость логистики	4	
Изменение ассортимента на полке	6	5
Падение трафика в офлайн магазинах		6

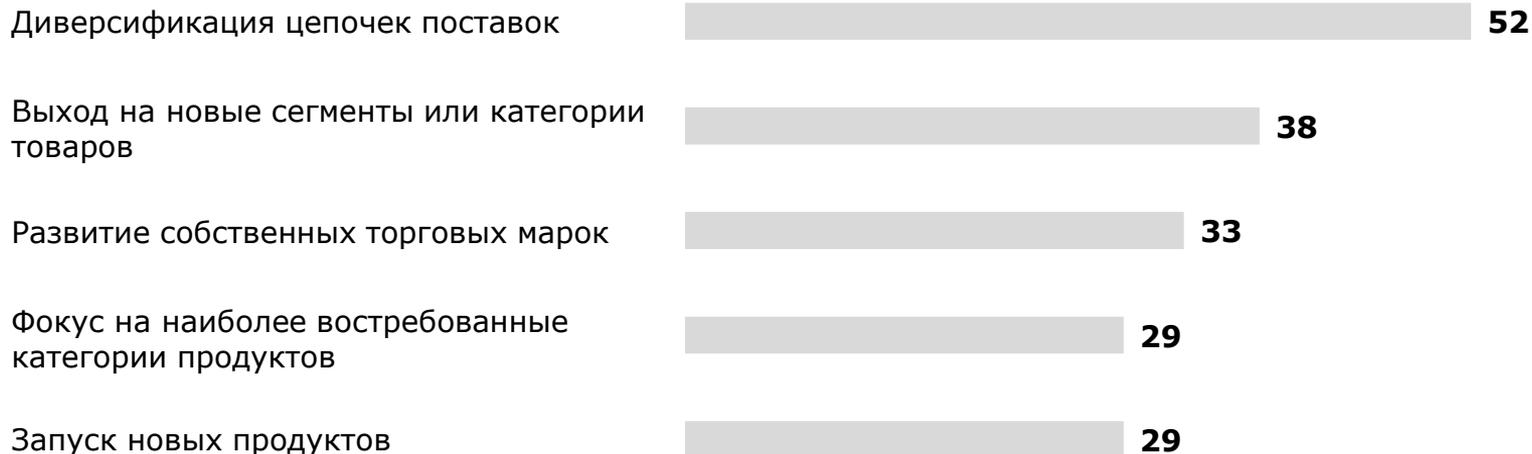


## **2023. Как FMCG-производители планируют достичь роста бизнеса в 2023 году?**





## **2023. Как FMCG-ритейлеры планируют достичь роста бизнеса в 2023 году?**

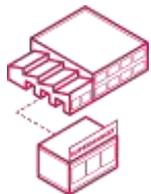




## 2023. Тренд на эффективную упаковку



- Сохранность продукта на всех этапах цепочки поставок при минимально допустимой материалоемкости.



- Повышение операционной эффективности в части логистических и производственных процессов (сокращение неэффективных операций, рост производительности ключевых операций, высвобождение дополнительных площадей и т.п.)



- Лучшая продающая способность, способствующая дифференциации и продвижению товара на полке.



## Могут ли вынужденные меры стать новыми трендами?

**70%**

заметили, что появилась упаковка с минимумом графических элементов

**52%**

считают, что компаниям не стоит возвращаться к красочному оформлению

**54%**

положительно относятся к минималистичному дизайну

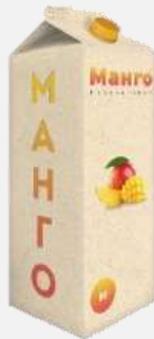
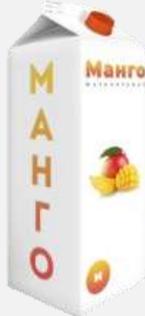
### **Чаше всего:**

*Молодежь 18-30 лет (65%)*

*Респонденты с ежемесячным доходом больше 70 тыс. ₽ (61%)*

*Источник: Анкетолог*

**Оцените по 10-бальной шкале, насколько вам нравится представленная упаковка (ответы представлены в баллах)**

			
18-30 лет	6	6,2	5,5
31-45 лет	6,5	5,8	5,4
46-55 лет	6,7	5,3	5
Старше 55 лет	7	5,1	5,3
<b>Среднее</b>	<b>6,6</b>	<b>5,6</b>	<b>5,3</b>

**Благодарю за внимание!**

**Константин Глушенков**

Директор департамента управления клиентским опытом,  
Управляющая компания ГП «Готэк»

Konstantin.Glushenkov@gotek.ru

+7 (903) 684-22-29

www.gotek.ru



Узнайте о наших возможностях  
по созданию эффективного  
упаковочного решения  
[www.4th-dimension.info](http://www.4th-dimension.info)