



# Новая потребительская реальность. Трансформация торгового пространства и покупателей

*Тренды покупательского поведения на основе данных потребительской панели Romir Scan Panel*



# Российский покупатель в цифрах



Среднемесячный доход на семью:  
**58 800 рублей\***

Медианный доход:  
**22 729 рублей\***

Модальный доход:  
**12 665 рублей\***

Накопленная инфляция за последние 12 мес.:  
**6,84%\***

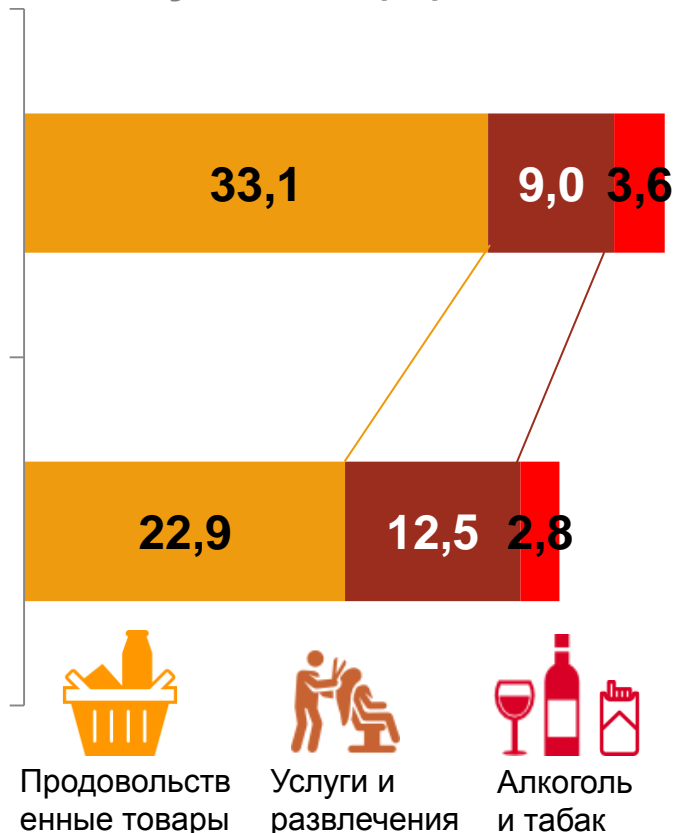


Среднемесячные траты семьи на FMCG:  
**19 460 рублей (+9%)\*\***

## Кошелек покупателя (%)

Среднее по России\*\*\*  
45,7%

Среднее по Европе\*\*\*\*  
38,2%



Продовольственные товары

Услуги и развлечения

Алкоголь и табак

\*Источник: Росстат, 2016

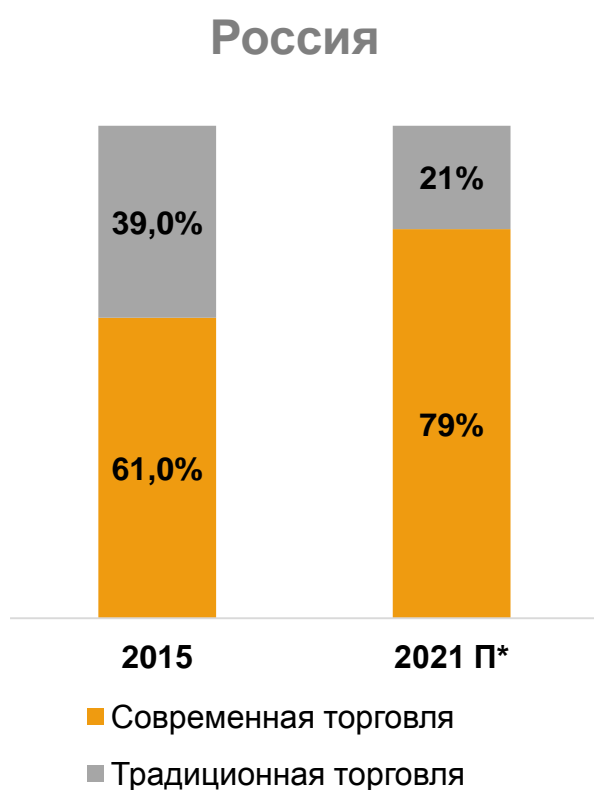
\*\*Источник: Ромир-Панель, YTD'16, География: Россия 100+

\*\*\*Источник: Ромир Панель, YTD'16, Россия 100+

\*\*\*\*Источник: Росстат, МВФ, 2015

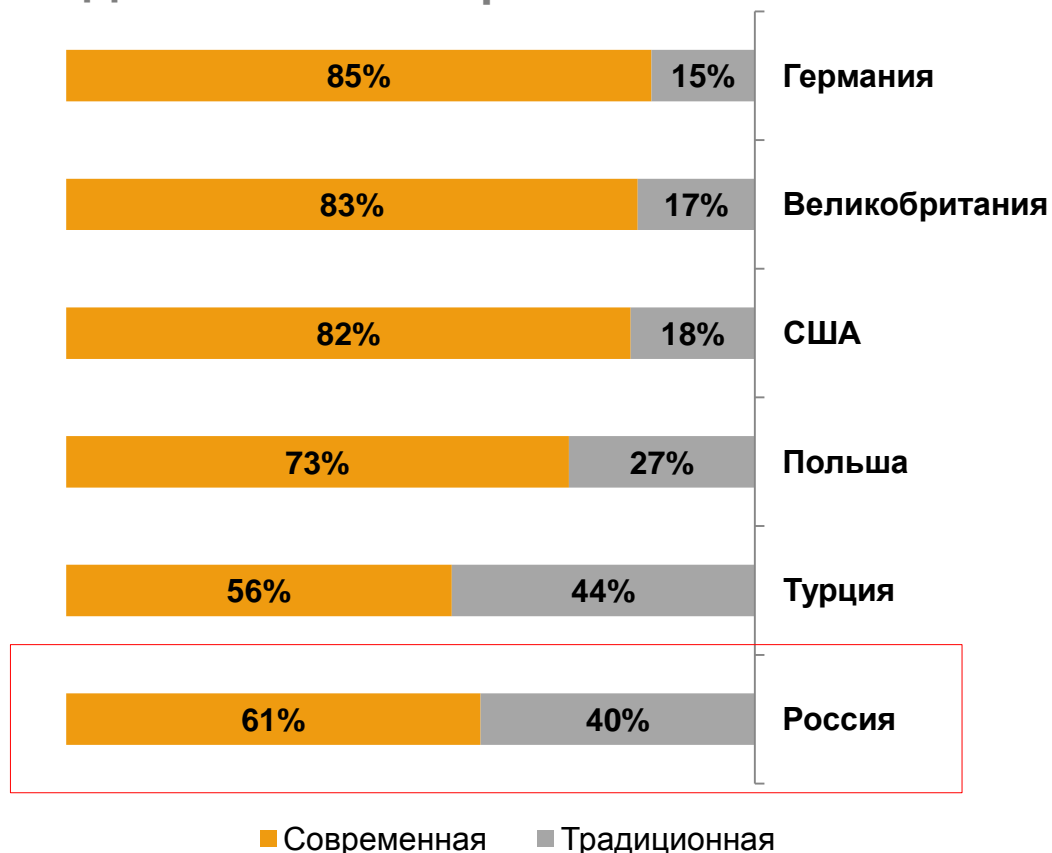
# Новая реальность: современная торговля

Ожидается, что доля каналов современной торговли достигнет 79% к 2021 году, что может привести к ценовым войнам.



\*П - прогнозируемая

### Доли каналов торговли в 2016 г.



# Ритейлеры в Европе и в России

## Европа



Определенные группы товаров из гипермаркетов потребители предпочитают покупать в интернете (корма для животных, бытовая химия, косметика, витамины)

## Россия



Расширение категорий →

Рост продаж +22% в H1'16



Продажи неэлектронных категорий →

Продажи в целом +34% в H1'16



Повседневные продукты, как правило, докупаются в магазинах у дома (Дискаунтер)

## Категории, покупаемые в дискаунтерах



Алкоголь



Кисломолочные продукты, яйца



Фрукты и овощи

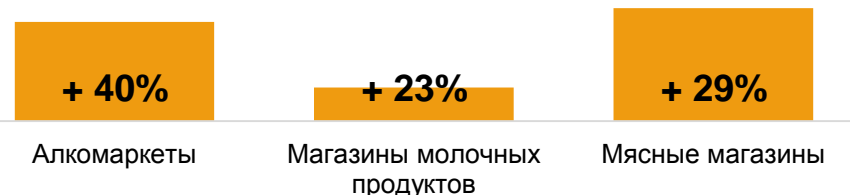


Хлебобулочные изделия



Набирают популярность специализированные магазины

## Пенетрация специализированных магазинов\*, динамика 2013-2016 гг..



\*Источник: Ромир Панель, YTD'2016, Россия 100+

\*\*Источник: Competition in food retail sector. ECON Committee. 2016

Источник: Рынок ритейла в I полугодии 2016, Business Rin

# СТМ - распределение

Доли продаж СТМ товаров в денежном выражении\*



## Основные преимущества СТМ по мнению покупателей

Низкая цена  
**72%**

Срок годности  
**54%**

Состав продукта  
**48%**

Ассортимент  
**20%**

# Стратегии экономии

	Оптимизаторы 	Рационалисты 	Cherry pickers 	Запасливые 
2011 г.	23%	32%	3%	10%
2016 г.	34%	23%	16%	11%
2021 г.	30%	17%	25%	13%

Не экономящие

2011  
**32%**

2016  
**16%**

2021  
**15%**

The logo for Romir, featuring the word "Romir" in a bold, black, sans-serif font. The letter "i" is stylized with three small black squares stacked vertically below it. The logo is set against a solid orange rectangular background.

**Romir**

---

Спасибо за  
внимание!

---