



# БЫТОВАЯ ХИМИЯ: ДЕТАЛЬНОЕ ЗНАНИЕ РЫНКА – ЗАЛОГ УСПЕХА

Юлия Плисканос LAB Industries

Июнь 2023

## ► О ЧЕМ ПОГОВОРИМ?

- Как меняется рынок Бытовой химии во время кризисов
- Все ли категории прирастают за счет СТМ?
- Локализация мировых брендов

# ► HENKEL → LAB INDUSTRIES В РОССИИ



**30**  
лет  
успеха



**>2 500**  
сотрудников



**Топ-30**  
Крупнейшая  
международная  
компания по версии Forbes



**10**  
заводов  
**12** офисов



**>90%** продуктов  
производятся в  
России

**Москва**  
Центральный  
офис

**Ногинск**  
косметическое  
производство

**Коломна**  
HBT production

**Тосно**  
производство  
клеевых  
технологий  
и строительных  
смесей

**Ульяновск**  
производство  
строительных  
смесей

**Пермь**  
производство  
чистящих и моющих  
средств и клеевых  
технологий

**Челябинск**  
производство  
строительных смесей

**Ставрополь**  
производство  
строительных смесей

**Энгельс**  
производство чистящих и моющих  
средств и клеевых технологий

**Новосибирск**  
производство  
строительных смесей



Более **€265 миллиона**  
инвестировано в  
заводы в России



В **Перми** самый  
технологичный  
склад Henkel в  
мире



**Энгельс** первый завод  
Henkel в России  
Самый эффективный  
завод Henkel в мире

# ► ИНФОРМАЦИЯ И АНАЛИЗ – КЛЮЧ К УСПЕХУ



Профиль  
покупателя

Поведение  
покупателя на  
всех этапах  
покупки

**Методы исследования покупателей:**

Опросы, анкеты, интервью

Моделирование покупки

Тестирование продукта

Наблюдение

Фокус-группы и т.д.

Дневники

Дерево  
принятия  
решения

Исследования  
отдельного  
тренда на рынке

Исследование  
восприятия  
категории



ВСЕ ИЗМЕНИЛОСЬ







# ► БЫТОВАЯ ХИМИЯ – КАТЕГОРИЯ ПЕРВОЙ НЕОБХОДИМОСТИ

## Готовность отказаться от покупки категорий

Среди покупателей категорий



# ► КАТЕГОРИЯ БЫТОВОЙ ХИМИИ ЯРКО РЕАГИРУЕТ НА ВНЕШНЮЮ СИТУАЦИЮ



- Пандемия – пик роста



- Панические закупки



- Мой дом – моя крепость



- Скупой платит дважды



# ▶ РАЗВИТИЕ КАТЕГОРИИ БЫТОВАЯ ХИМИЯ (DET+SOF+ADW+WCB+ABR)

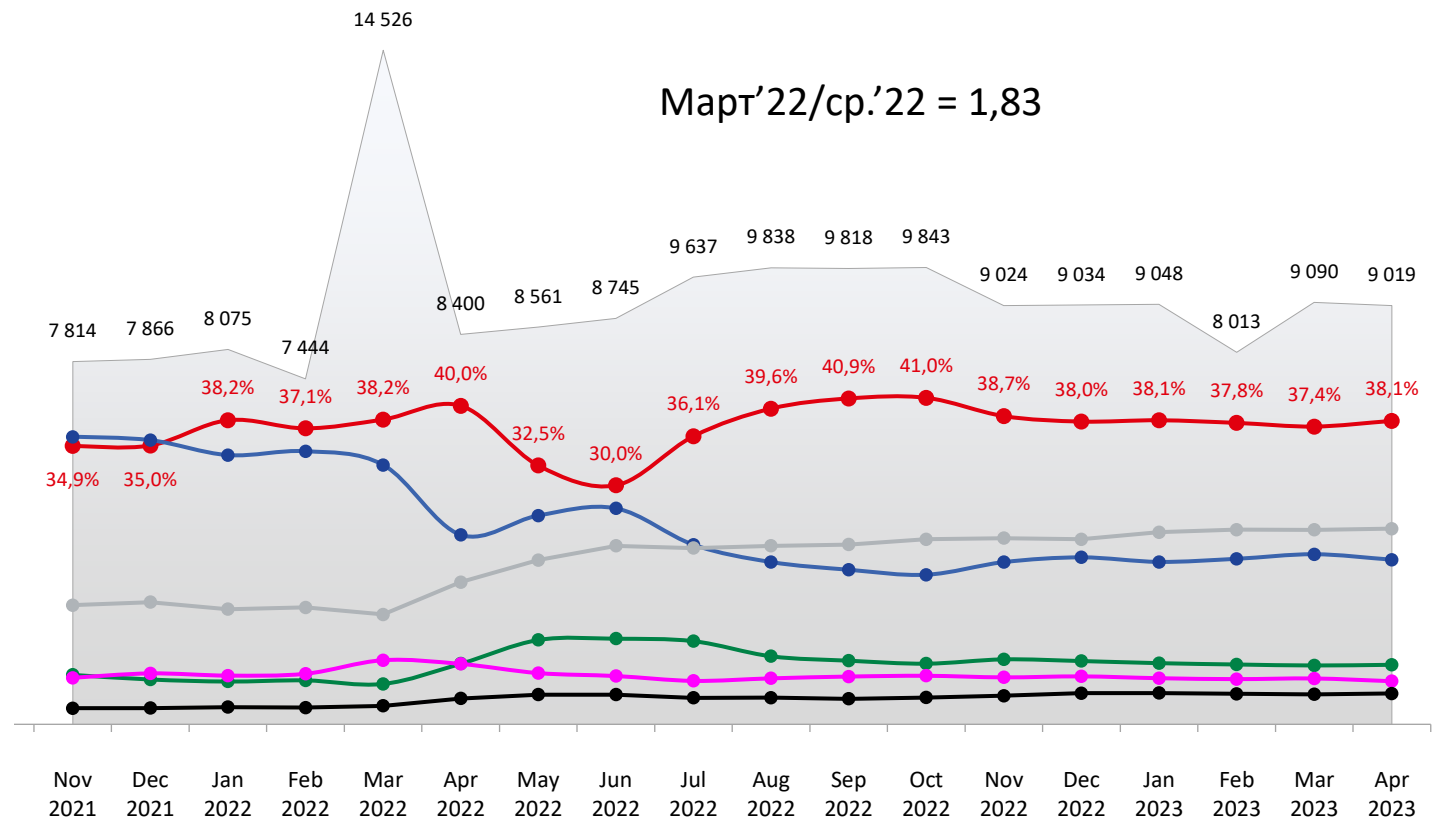
NIELSEN NATIONAL\*, 2023 VS 2019, РУБ.

Март'22/ср.'22 = 1,83

**LAB**  
**P&G**

**N**  
**NEFIS**

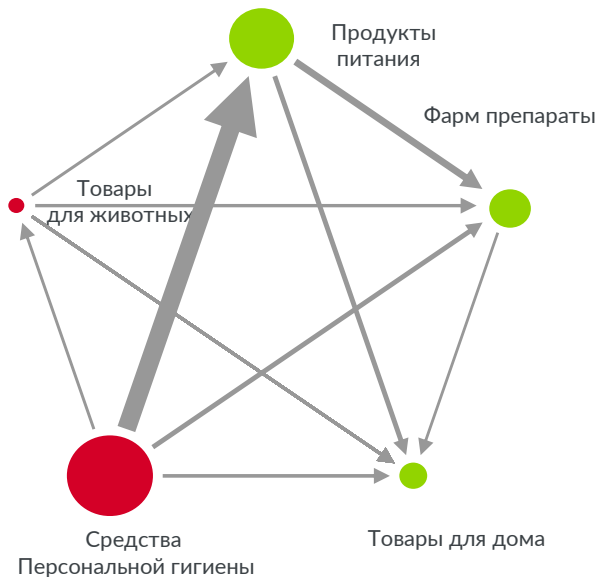
**Reckitt Benckiser**



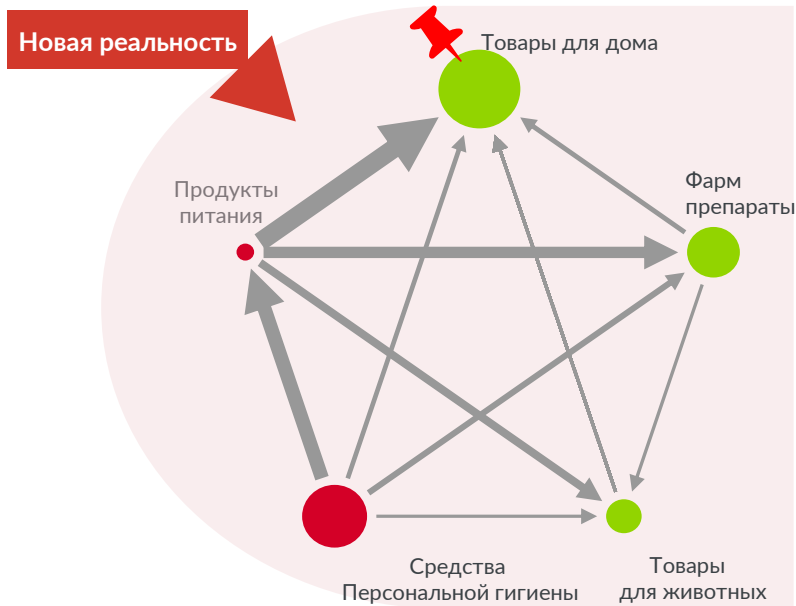
LAB PROCTER & GAMBLE NEFIS RECKITT BENCKISER PRIVATE LABEL All others

# ► ПЕРЕКЛЮЧЕНИЯ В КРИЗИС

Товары повседневного спроса  
Баланс переключений (000 Руб.)  
2020 по срав. с 2019



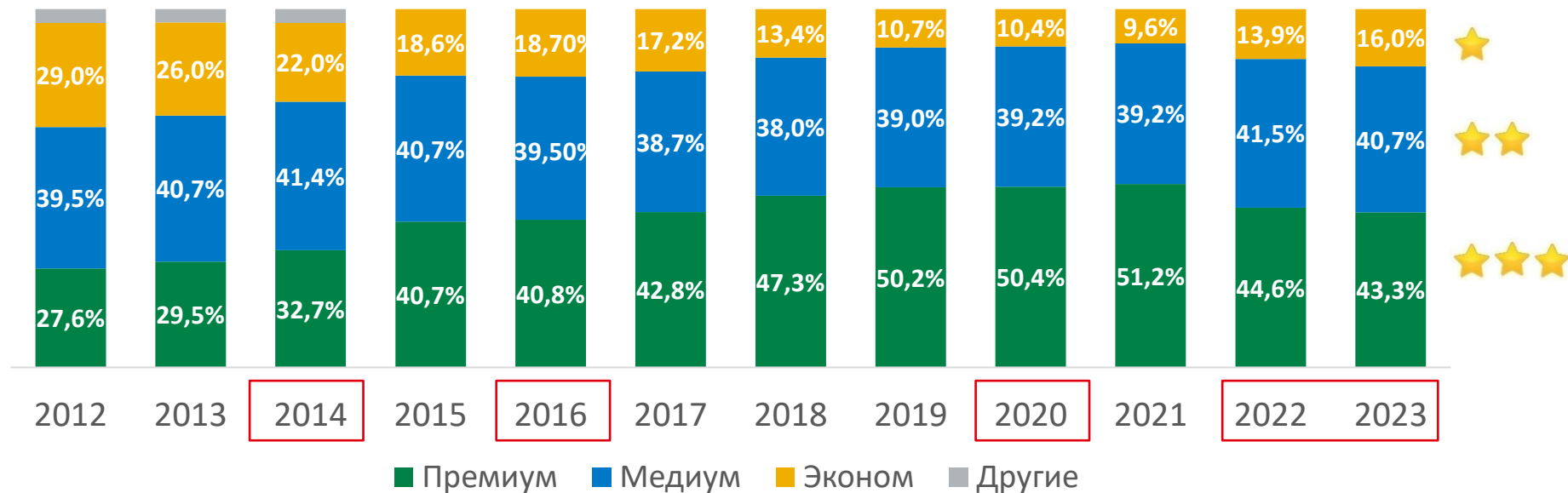
Товары повседневного спроса  
Баланс переключений (000 Руб.)  
2022 по срав. с 2021



- Всего приобретений
- Всего потерь
- Размер переключений

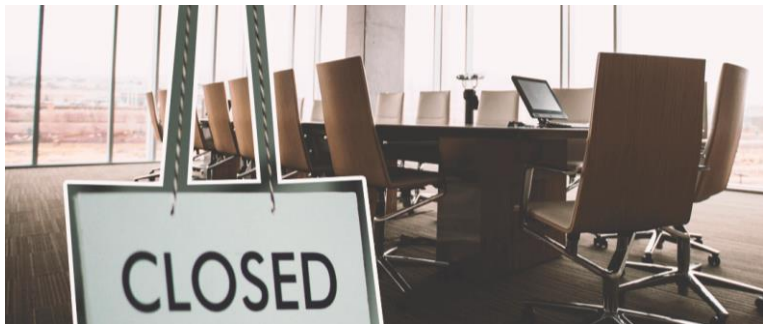
# РАЗВИТИЕ ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТОВ КАТЕГОРИИ СТИРКА В РОССИИ

NIELSEN MT, 2012-2022-2023(1-3), РУБ



- В средствах для стирки во время кризисов растет медиум сегмент
- Ценность средств премиум сегмента для пользователя высока

## ► ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ПЕРЕХОДА НА СТМ



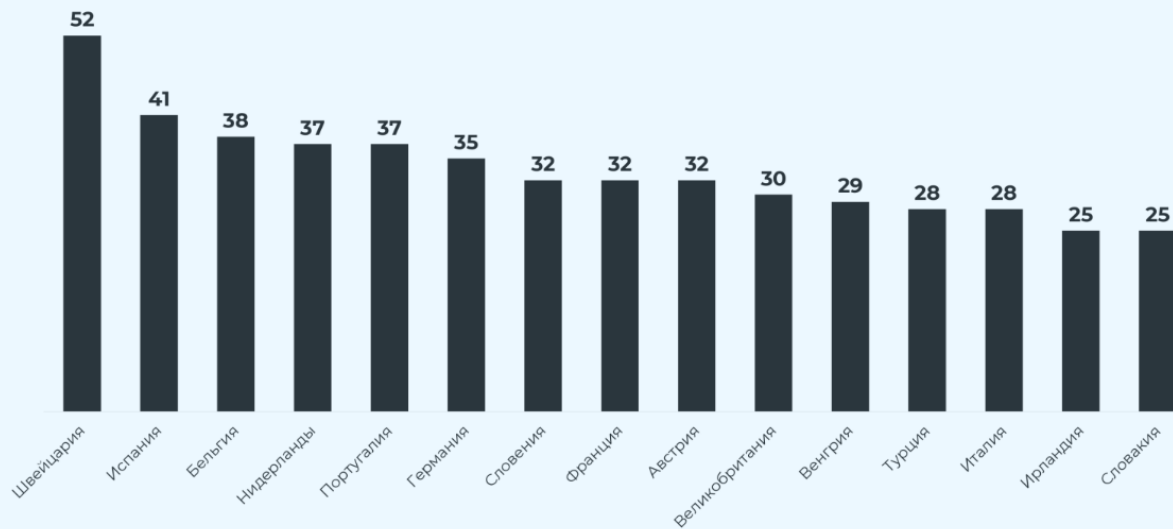
- Изменение товарного наполнения рынка и уход брендов



- Снижение реальных доходов и платежеспособности покупателей

# ▶ ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА СТМ В РОССИИ ЗНАЧИТЕЛЬНЫ

Доля СТМ в денежных продажах на рынках различных стран, %



Доля СТМ ~ 9-13%



# ► КАТЕГОРИИ FMCG: СТУМ РАЗВИВАЕТСЯ ПО-РАЗНОМУ

## Топ-10 категорий по динамике доли СТУМ в офлайн-канале

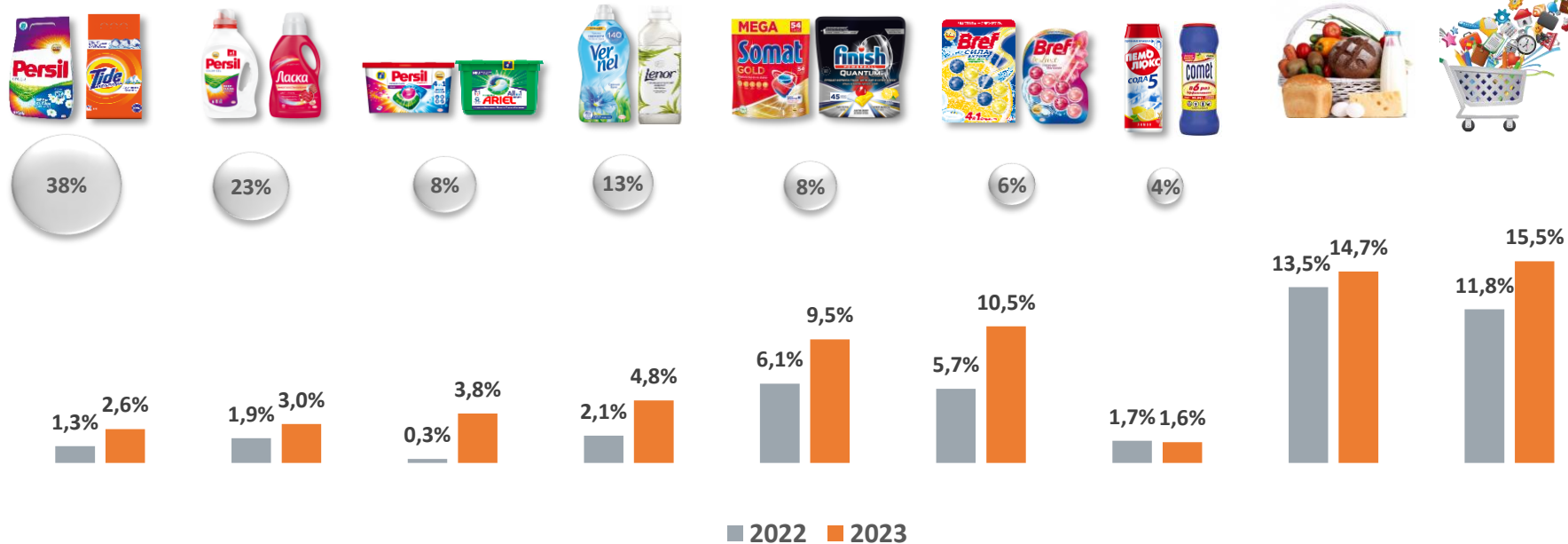


Telegram: [t.me/nielsenrussia](https://t.me/nielsenrussia) | Ритейл-аудит NielsenIQ | Рынок: Total Mixed Chains, Total E-Commerce | 100 категорий, для которых доступен аудит на рынке Scantrack и E-Commerce

# ▶ ДОЛЯ СТМ В КАТЕГОРИИ БЫТОВАЯ ХИМИЯ

NIELSEN NATIONAL, 2023 VS 2022, РУБ.

Руб.



- Доля СТМ в Бытовой химии значительно ниже, чем в среднем на рынке
- Покупатель склонен выбирать надежные средства, гарантирующие результат

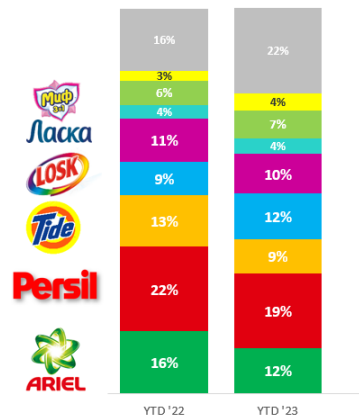
## ► В ЧЕМ ПРИЧИНЫ?



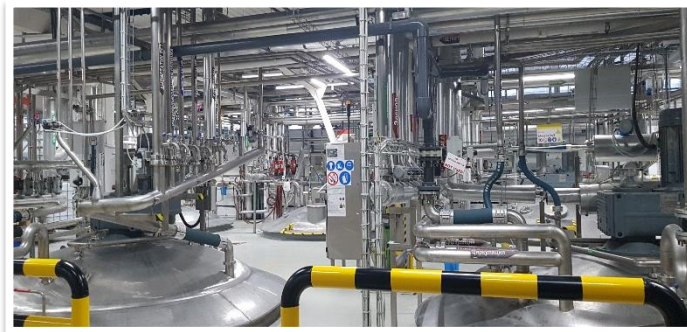
- Высокий уровень доверия брендам



- Высокие требования к результату



- Концентрированность рынка



- Сложное производство

# ► ПОКУПАТЕЛЬ РАД ВОЗВРАЩЕНИЮ БРЕНДОВ В БХ

## В КАКИХ КАТЕГОРИЯХ РОССИЯНЕ ЖДУТ БРЕНДЫ ОБРАТНО



Бытовая техника  
и электроника

**57%**



Автомобили

**53%**



Непродовольственные  
товары

**48%**



Косметика  
и парфюмерия

**47%**



Одежда  
и обувь

**47%**



Товары для дома  
и мебель

**40%**



Продукты  
питания

**36%**



Крепкий  
алкоголь

**30%**



Точки  
питания

**29%**



Пиво

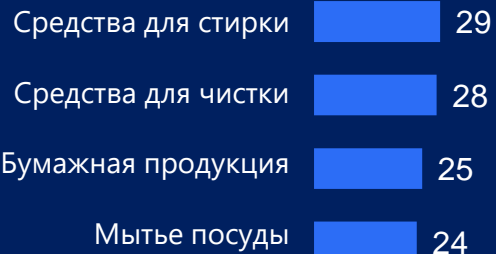
**27%**

Вопрос: «Хотел бы, чтобы эти иностранные марки и производители вернулись на российский рынок как можно скорее»

Источник: М-Пульс, Единая панель данных Ромир, 2022, Россия 10+

## ▶ ДОЛЯ РУССКИХ БРЕНДОВ В БХ НЕВЕЛИКА

### Home Care, %



### Personal Care, %





## ▶ НАШИ БРЕНДЫ



LAUNDRY & HOME CARE



BEAUTY CARE



ADHESIVE TECHNOLOGIES



## ► БРЕНДЫ БЕЗ ИЗМЕНЕНИЯ ЛОГОТИПА

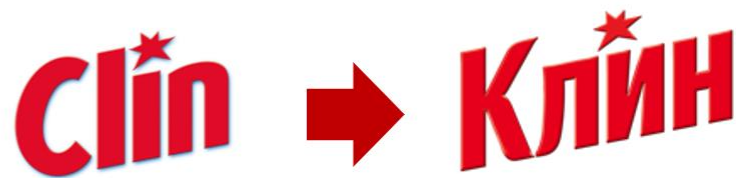
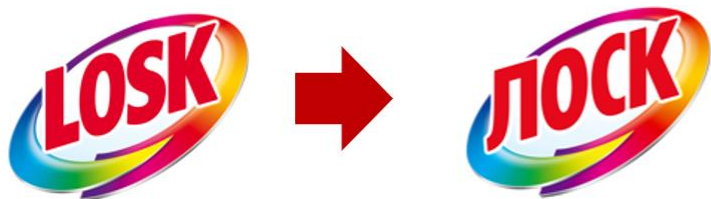
Ласка



ПЕМОС



## ► БРЕНДЫ С ПЕРЕХОДОМ НА КИРИЛЛИЦУ В 1 ШАГ



# ► БРЕНДЫ С ПЕРЕХОДОМ НА КИРИЛЛИЦУ В 2 ШАГА

Persil ➡ Персил<sup>Persil</sup> ➡ Персил



Ver nel

Вер нель<sup>Ver nel</sup>

Вер нель

Bref ➡ Брeф<sup>Bref</sup> ➡ Брeф



Somat

Сомат<sup>Somat</sup>

Сомат



# ► КАК СТРОИТЬ БИЗНЕС В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ?



- Максимально подробно знать своего покупателя
- Детально анализировать категорию
- Использовать опыт предыдущих кризисов
- Быть максимально гибкими
- Тесно взаимодействовать с клиентами





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ! УДАЧИ!