

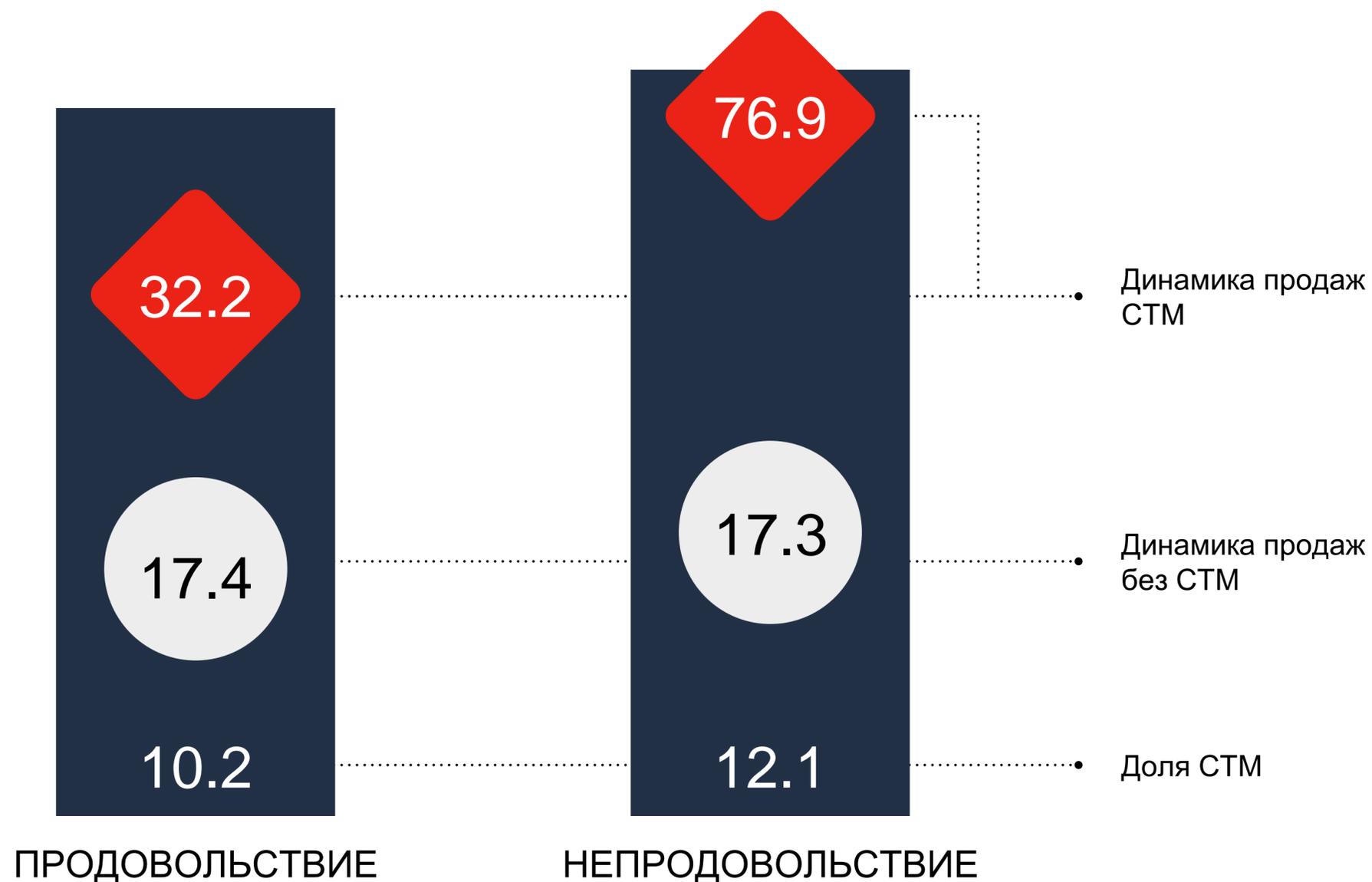


Расширение доли товаров российского
производства
на полке через СТМ

12.09.2023

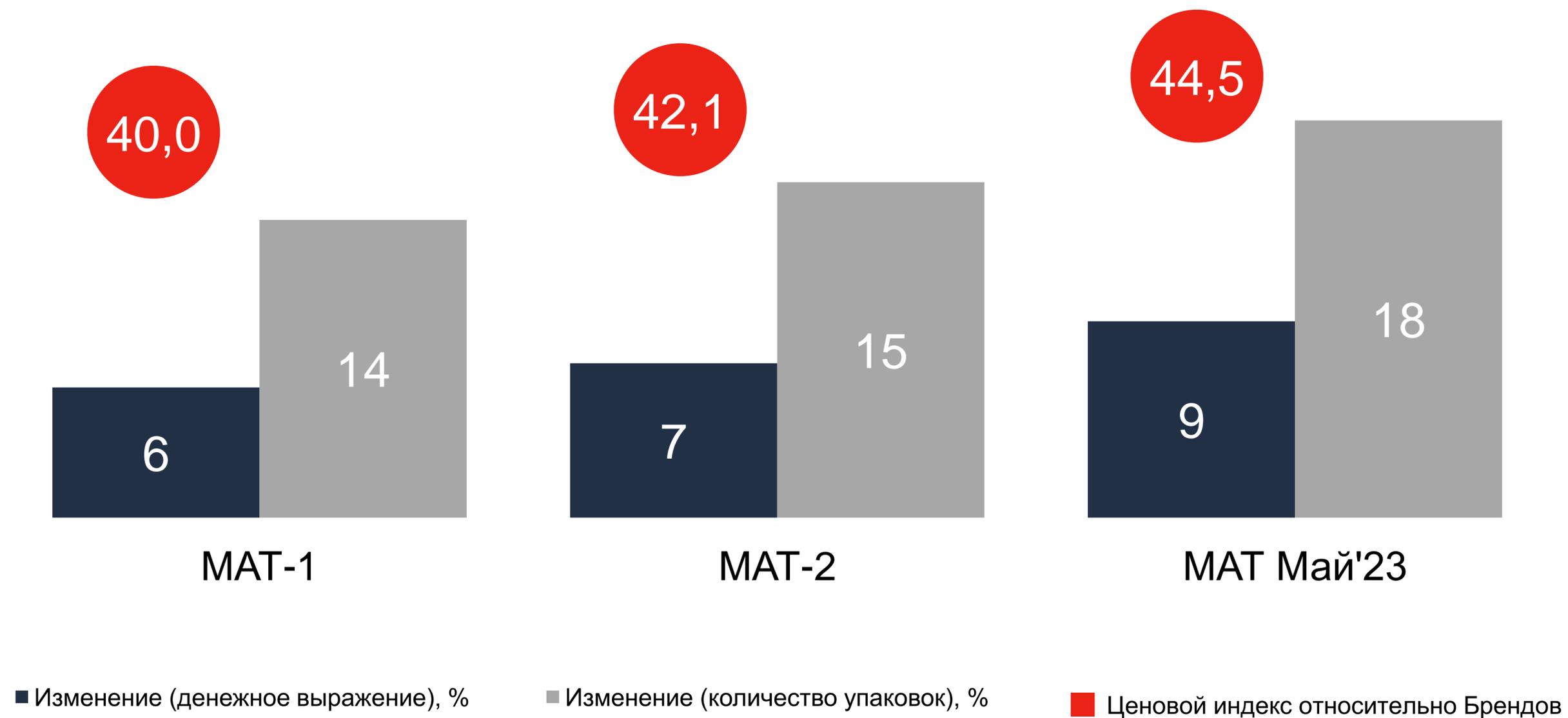
Рост продаж частных марок ритейлеров продолжает ускоряться

Динамика продаж FMCG на омниканальном рынке (офлайн+онлайн) денежное выражение, 2022 год к 2021



Непродовольственная Частная Марка

В Непродовольственных категориях доля ЧМ растет как в денежном выражении, так и в штуках с увеличивающимся ценовым индексом



Почему покупают частные марки

ВАЖНЫЙ ДРАЙВЕР ВЫБОРА СТМ:

Репутация сети магазинов, выпускающей/продающей продукцию под СТМ.

Пятерочка непрерывно повышает свой NPS и за 2 года (1кв20/4кв22) практически в два раза сократила разрыв NPS от сети бенчмарка по лояльности к СТМ*.

ПРИЧИНЫ ПОКУПКИ СТМ:



Выгодная относительно более низкая цена

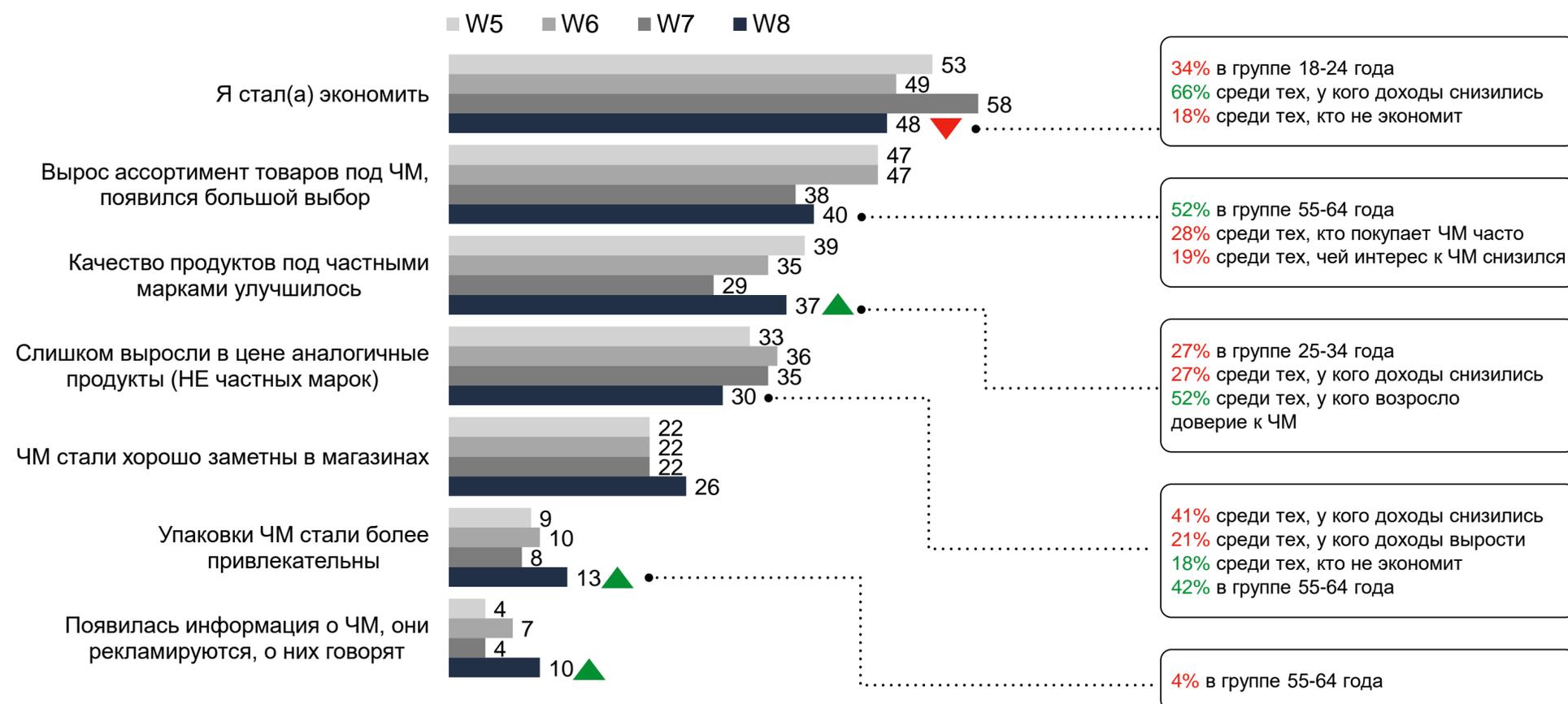


Хорошее соотношение цены и качества

КАК И ПРЕЖДЕ, 8 ИЗ 10 ПОКУПАТЕЛЕЙ СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛИ ПРИОБРЕТАЮТ ТОВАРЫ ПОД ЧАСТНЫМИ МАРКАМИ.

Основной вклад в рост интереса к ЧМ по-прежнему вносит желание экономить, хотя значимость этого фактора снизилась в 2023 году. При этом все больше покупателей отмечают рост качества товаров под частными марками и привлекательности их упаковок, а также говорят о более широком распространении информации о ЧМ.

ПОЧЕМУ ВОЗРАСТАЕТ ИНТЕРЕС К ЧМ:



СТМ Пятёрочки

33 СТМ*

НАШ ПОРТФЕЛЬ СЕЙЧАС

За последние 5 лет нарастили долю в обороте сети в 2 раза . По состоянию на 2 кв 23 года доля составляет 24% от РТО в денежном выражении. География распространения федерально на всю сеть. СТМ Пятёрочки представлена во всех категориях и ценовых сегментах.

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПО РАБОТЕ С СТМ:

- Обеспечение оптимального предложения сочетание цена/качество для покупателя/гостя
- Работа над качеством товаров
- Фокус на нишах, релевантных восприятию сети как магазина у дома
- Ключевой фокус с точки зрения ценового позиционирования – средний сегмент
- Усиление эмоциональной связи СТМ с сетью
- Комплексное развитие портфеля СТМ и увеличения знания о нем у покупателей

ПРЕДСТАВЛЕНЫ В КАТЕГОРИЯХ



Кафе
и кулинария



Основные
продукты



Бакалея
и приправы



Сладости
и снеки



Напитки



Детство



Животные



Гигиена
и уход



Дом
и быт

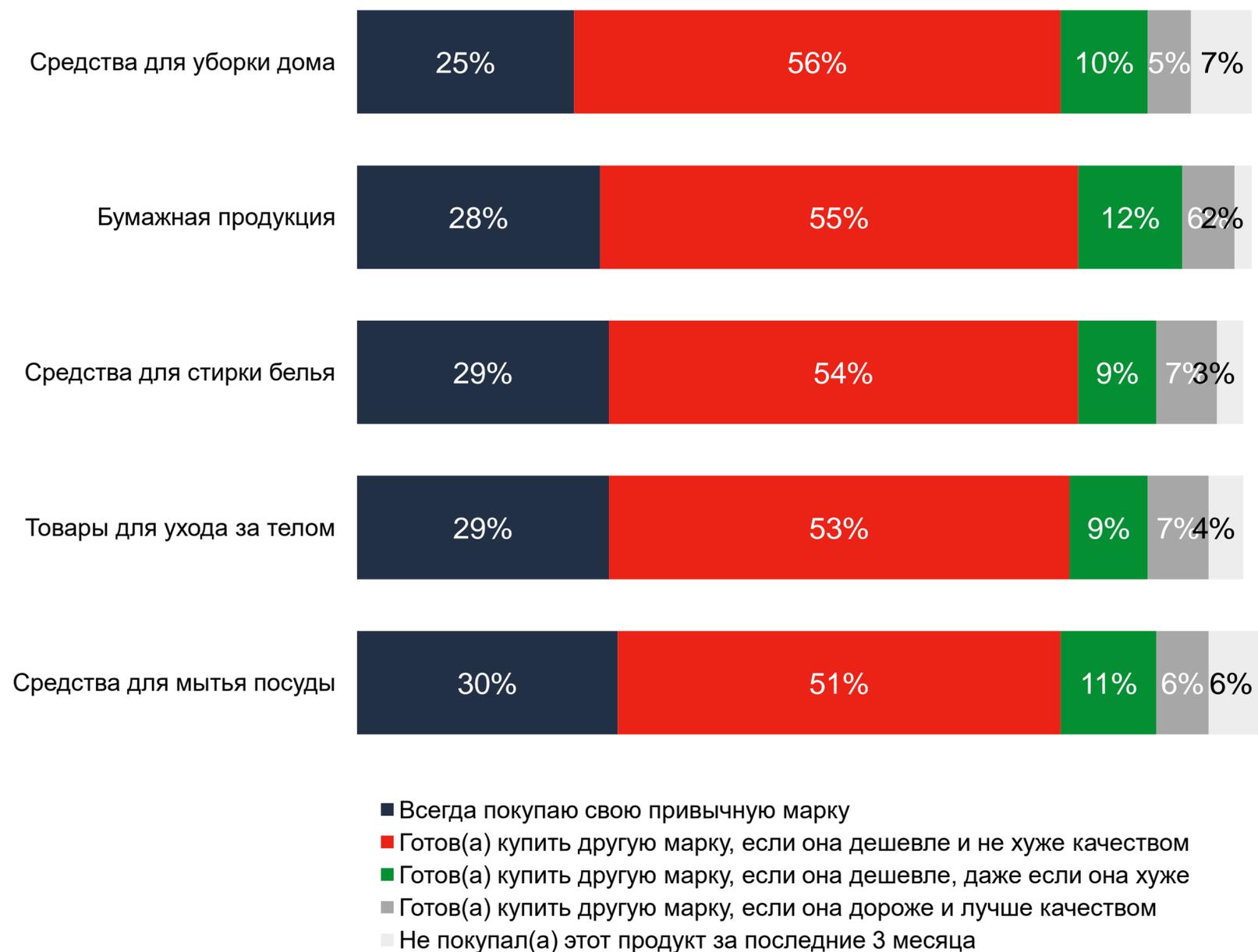


Сезонные
товары



Табак

СТМ – перспектива для поставщиков



БЛИЗКАЯ ПЕРСПЕКТИВА (0-3 ГОДА)

- Жидкие и сухие средства ухода за бельем (порошки, кондиционеры, капсулы)
- Уход за телом (гели, мыло жидкое, мыло твердое)
- Средства для мытья посуды, средства для ПММ, средства для сантехники и т.п.

ОТДАЛЕННАЯ ПЕРСПЕКТИВА (3-5 ЛЕТ)

- Элементы питания
- Подгузники ВЦС
- Женская и личная гигиена ВЦС
- Товары красоты к
- Бритвенные кассеты, бритвенные системы
- Наполнитель для туалетов силикагель

СТМ: российское производство или импорт?

Массив анализируемых данных – 308 товаров постоянной АМ СТМ товаров Non food за 8 месяцев 2023 года

88% РТО NON FOOD СТМ – ПРОИЗВОДИТЕЛИ РФ

- мешки мусорные, фасовочные пакеты, фольга, бумага для выпечки, пленка пищевая губки для посуды, салфетки хозяйственные, бумага туалетная, полотенца бумажные, салфетки влажные салфетки, средства женской гигиены и личной гигиены подгузники детские, стиральные порошки, средства для ванной бытовые освежители воздуха

ПОЧЕМУ НЕ ВСЕГДА ПРОИЗВОДИТЕЛЬ РФ?

- не производится в РФ (нет/недостаточно мощностей)
- нет технологии (экспертизы) - не развивали отрасль, либо развивали эпизодично
- нет сырья (хлопок, латекс, SAP)
- нет экспертизы работы с сетью
- сопряжено с дополнительными вызовами (оптимизация производства, сложная логистика)

ТОВАРНЫЕ ГРУППЫ С ВЫСОКОЙ ДОЛЕЙ СТМ:

- Мешки мусорные, фасовочные пакеты, упаковочные материалы, тряпки хозяйственные, средства личной и женской гигиены, жидкие средства для стирки, подгузники, средства для ванной, бытовые освежители воздуха, тряпки и салфетки хозяйственные, влажные салфетки, туалетная бумага, бумажные полотенца, салфетки бумажные

 **ВАЖНО**

РФ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

≠

РОССИЙСКИЕ
ИНГРЕДИЕНТЫ



Спасиђо за внимание!