
Как покупатели адаптируются к новым реалиям и что предпочитают на рынке персональной гигиены.

Милина Дьякова

Консультант потребительской панели

GfK RUS

Октябрь, 2024

О НАС



Самая большая панель домашних хозяйств в России:
20 000 семей или **52 000** индивидуальных покупателей



Самое масштабное исследование покупателей в России
на постоянной основе и **репрезентативная выборка**



Самое длительное исследование –
потребительская панель ГфК Русь была создана в **1996 г.**



Уникальная экспертиза и накопленный опыт:
часть сотрудников работает с момента создания потребительской панели



ГфК Русь - гарант качества. Мы проводим исследования в соответствии
со стандартами и являемся членами **ESOMAR** и **OIPOM**

В текущем периоде покупательский оптимизм стабилен и сохраняется примерно на уровне прошлого квартала



Crisis Index

(= % Устойчивых - % Пострадавших)



УСТОЙЧИВЫЕ

Не беспокоятся за свою работу/ Имеют стабильное финансовое положение



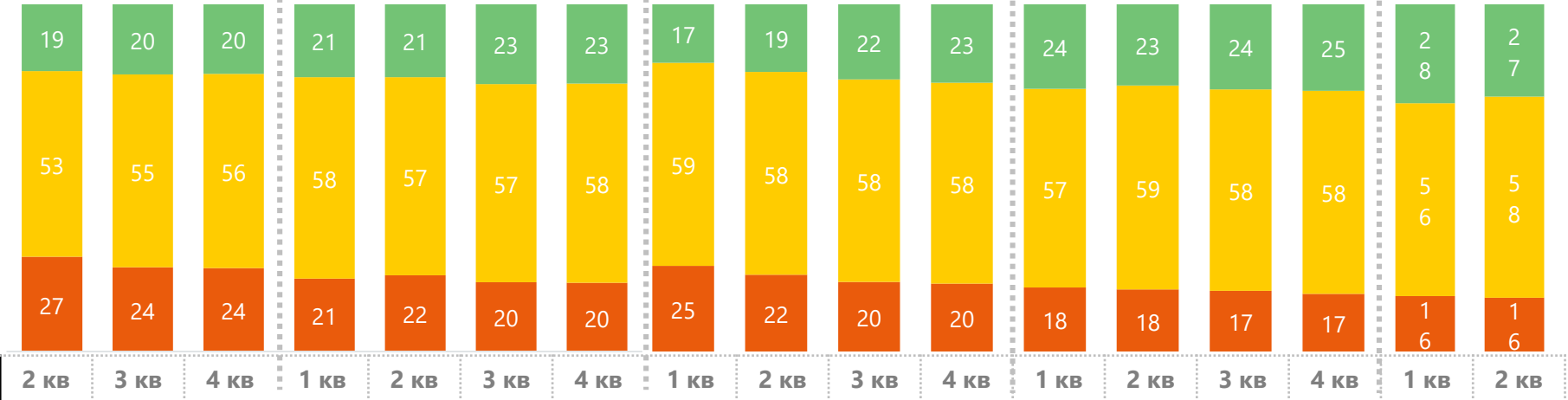
ОБЕСПОКОЕННЫЕ

В целом спокойны за свое рабочее место / Обеспокоены риском снижения доходов, но в настоящее время не испытывают финансовых сложностей



ПОСТРАДАВШИЕ

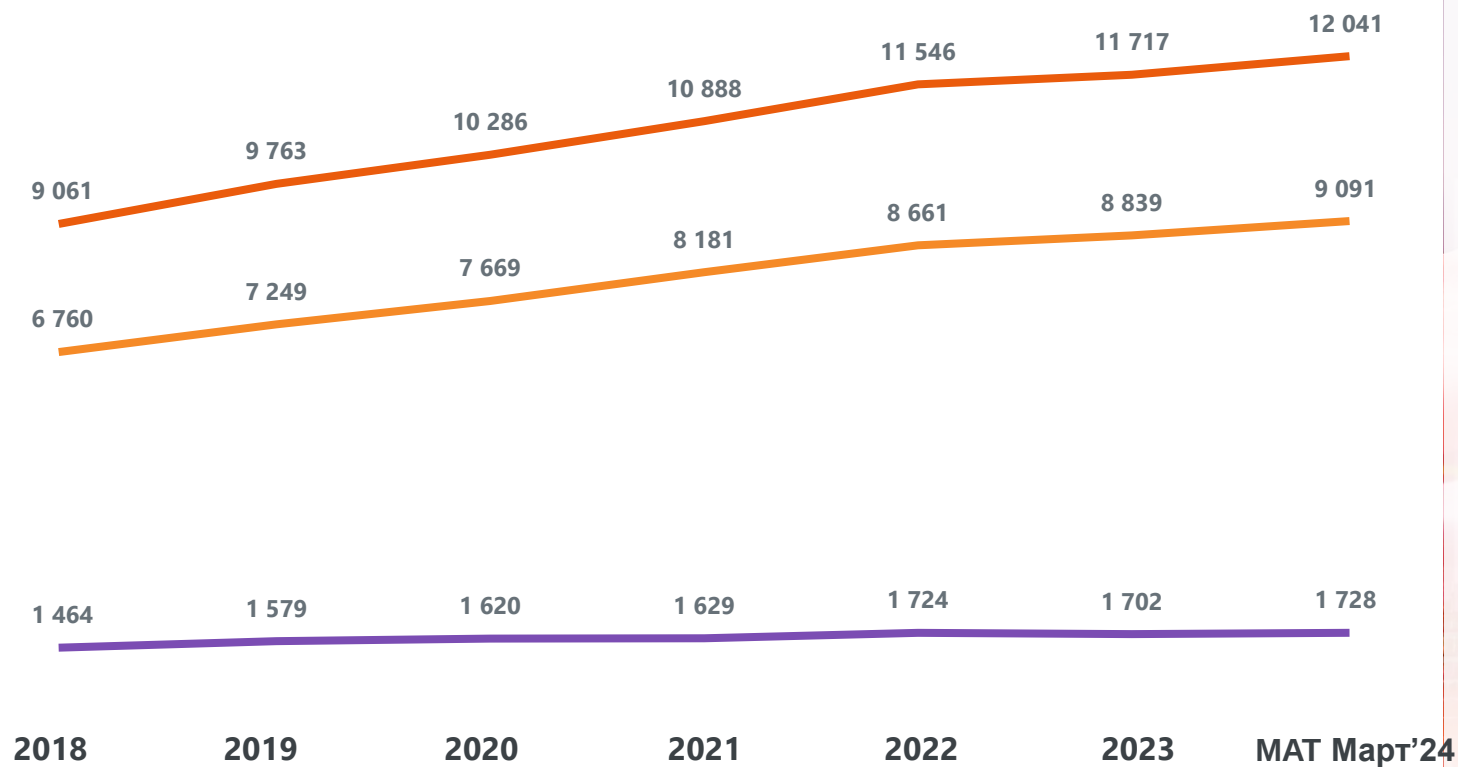
Испытывают сильный страх потери работы/ Уже остались без работы



Рынок растет в денежном выражении (+4,8%). Продуктовые группы растут на годовом отрезке, как и непродуктовые (+4,7% vs +2,4%). В Марте 2024 наблюдается рост оборота в сравнении с прошлым годом.



Ключевые параметры: Оборот FMCG рынка (в млрд. рублей)



Динамика оборота

MAT Март 2024
к MAT Март 2023

Тотал FMCG

+4,8%

Продуктовые
FMCG товары

+4,7%

Непродуктовые FMCG
товары*

+2,4%

Март 2024
к Март 2023

Тотал FMCG

+9,3%

Продуктовые
FMCG товары

+9,6%

Непродуктовые FMCG
товары*

+6,7%

Динамика по торговым каналам

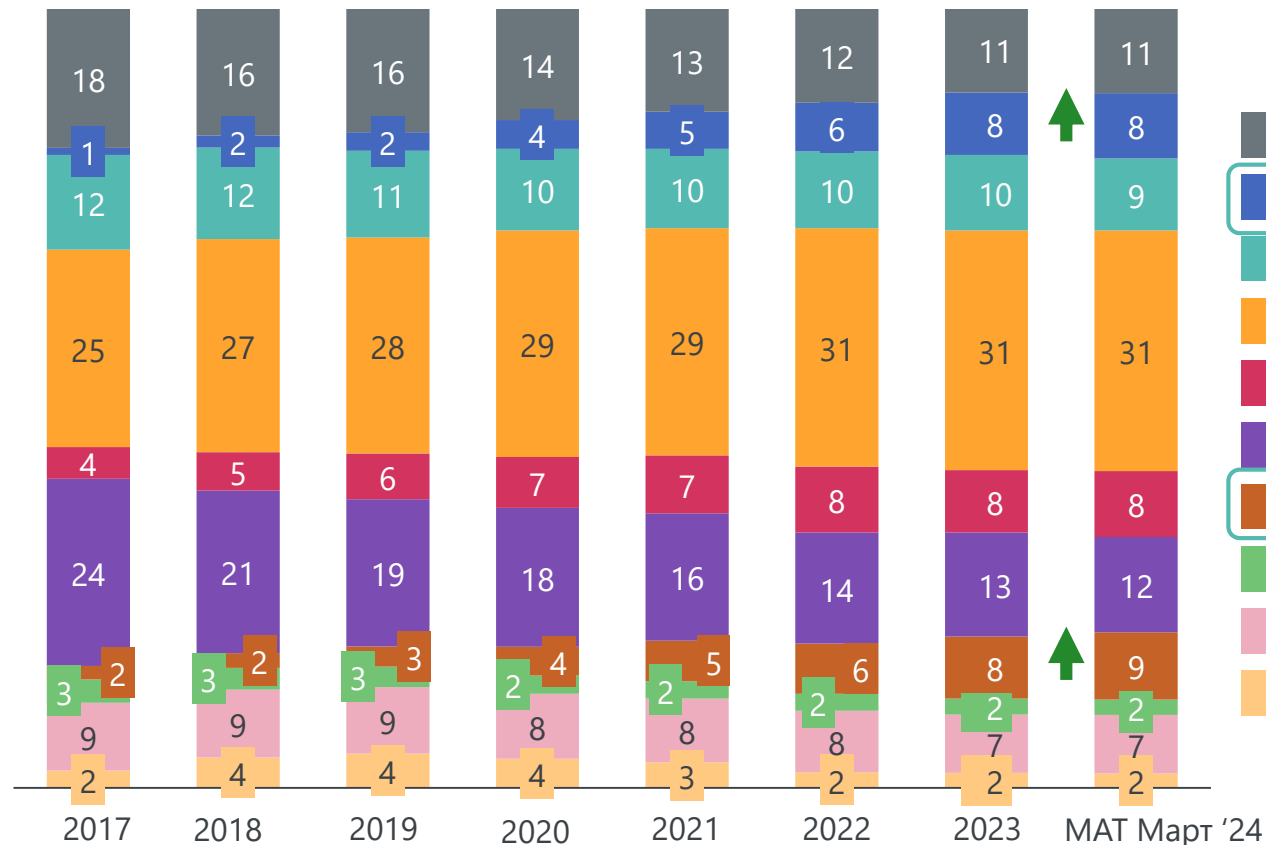


Хард Дискаунтеры и E-commerce остаются самыми быстрорастущими каналами. Традиционная торговля и гипермаркеты имеют отрицательную годовую динамику оборота за MAT Март 2024.

MAT Март 2024 к MAT Март 2023

Изменение год к году
Оборот, %

Каналы FMCG – Доля оборота, %



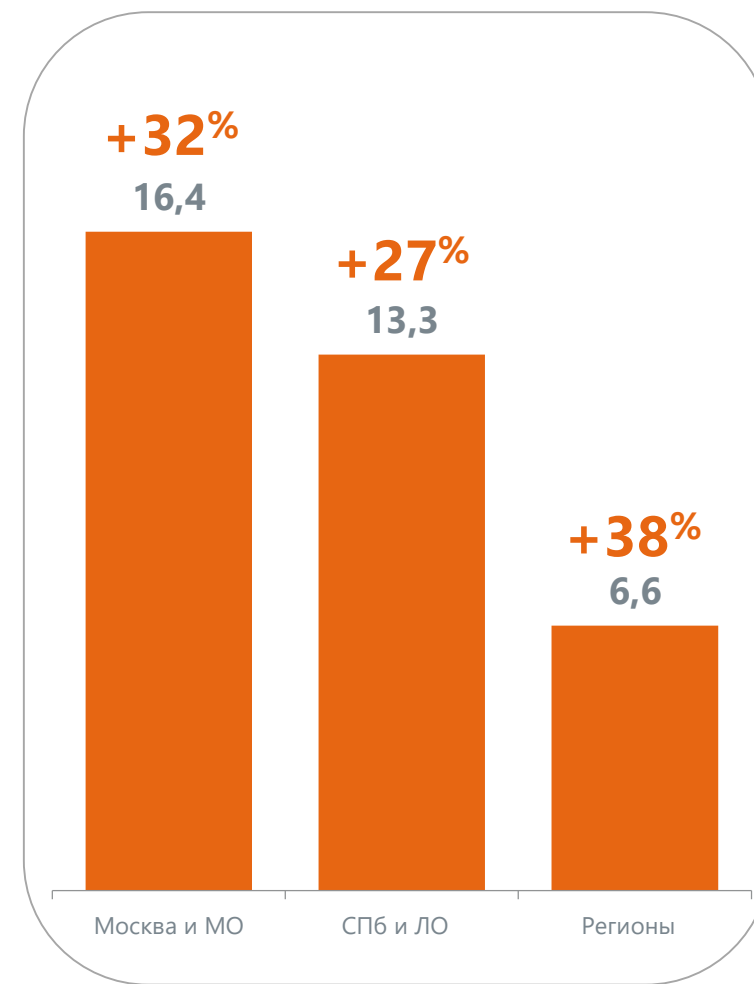
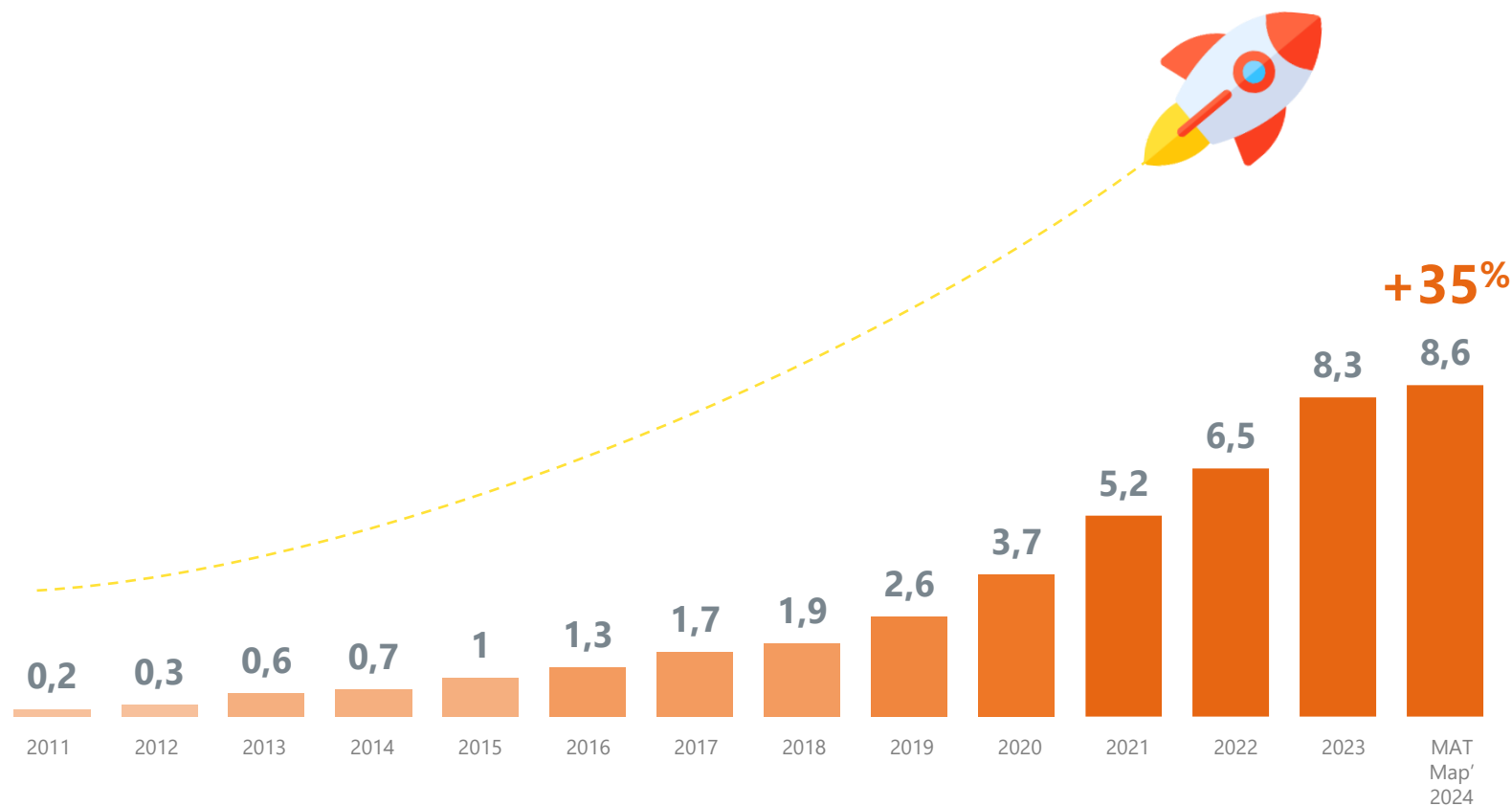
Гипермаркеты / С&С	-4,2
Хард Дискаунтеры	31,5
Супермаркеты	-1,7
Дискаунтеры	5,1
Специалисты*	2,4
Традиц. торговля	-7,9
E-commerce	35,0
Дрогери / парфюмерии	0,6
Аптеки	5,8
Другие каналы	-3,3

Доля канала E-commerce продолжает уверенно расти



Доля E-commerce на рынке FMCG в стоимостном выражении (%)

Изменение в деньгах (%), MAT Мар'2024 к Мар'2023



Доля товаров-новинок в стоимостном выражении, %

Изменение в деньгах | MAT Мар'24 к MAT Мар'23



17%
↑
2

Онлайн

11%

Офлайн



Онлайн становится
проводником
новинок на рынок.
«Бесконечная полка» онлайн
дает больше возможностей
для запуска новинки

Онлайн меняется стремительно

В 2023 году в топ сетей онлайн попали крупные продуктовые ретейлеры, однако ключевыми сетями non-food категории остаются специализированные сети и маркетплейсы.



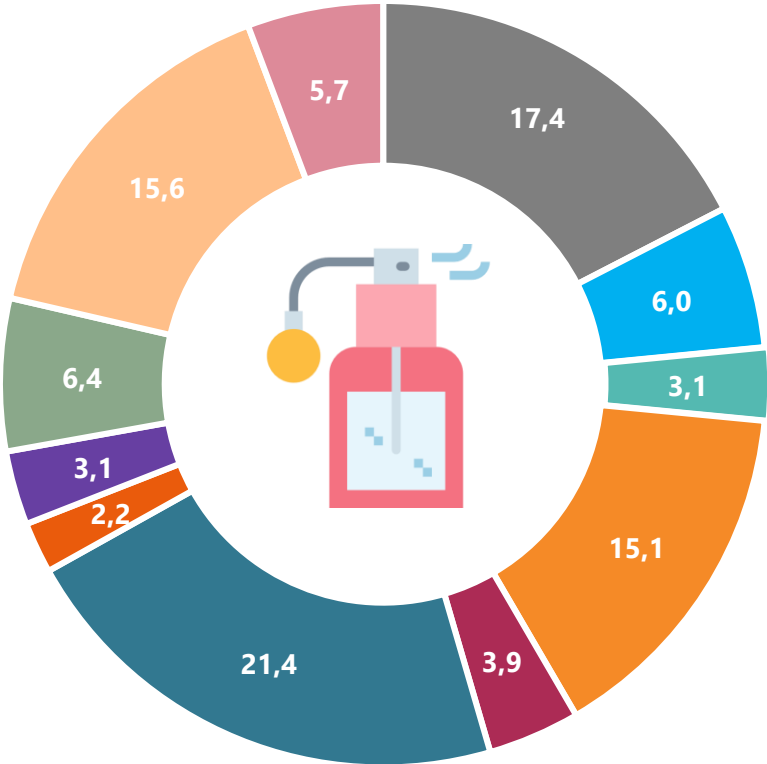
Анализ потребительской корзины личной гигиены

Все категории личной гигиены демонстрируют рост в натуральном выражении в канале E-commerce.



MAT Jun 2024 к MAT Jun 2023

Доля расходов в E-com, %



Индекс натур. объема Индекс в деньгах

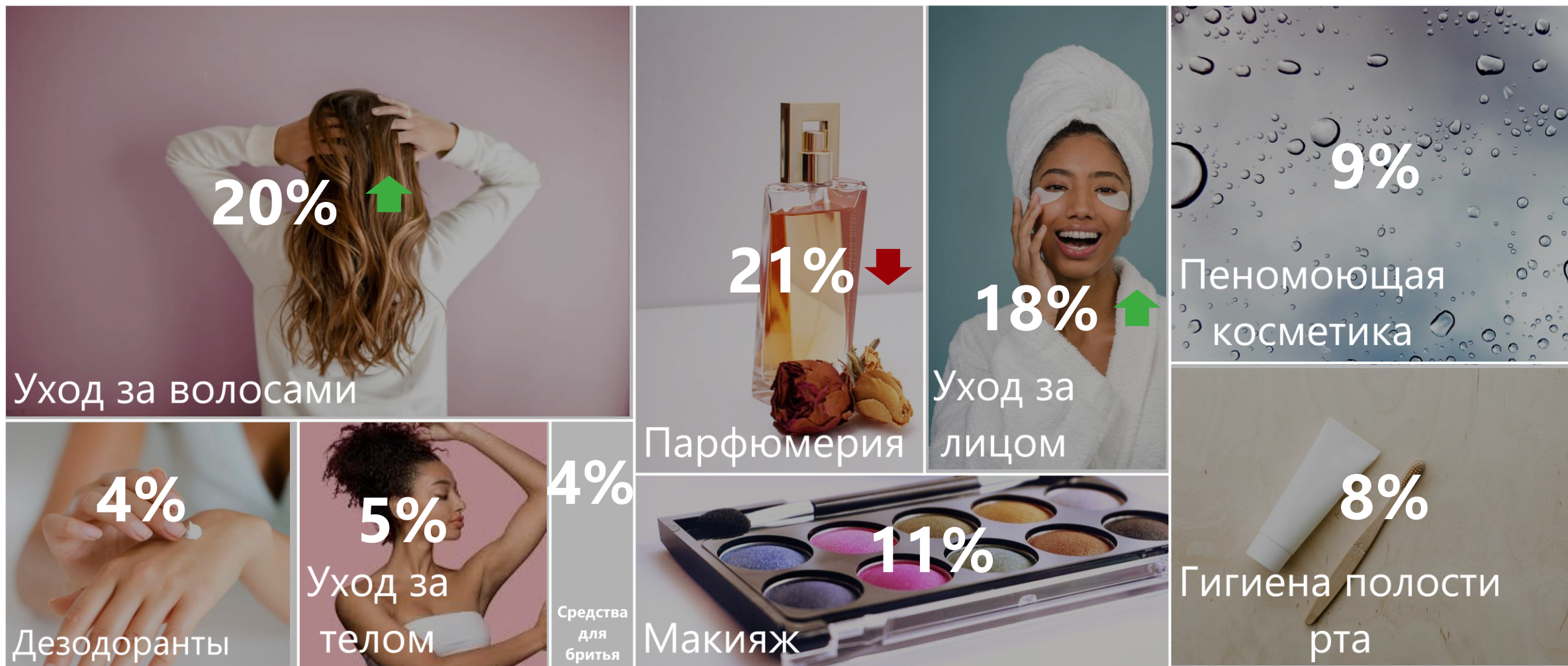
Детские подгузники и салфетки	113	107
Товары для полости рта	116	124
Дезодоранты	139	136
Товары по уходу за волосами	124	134
Товары по уходу за кожей рук и ног	104	112
Косметика и уход за кожей лица	105	125
Бумажные и влажные салфетки	151	219
Товары для бритья	124	129
Товары для душа	122	130
Духи	106	113
Товары женской гигиены	123	120

Источник: ГфК Русь, Панель домашних хозяйств, FMCG (20 000 ДХ), E-commerce

Структура расходов на рынке персонального ухода



Доля категории в денежном выражении (MAT Jun 2024), %





Динамика в натуральном выражении (шт), %
Июль 2022 – Июнь 2023/ Июль 2023 – Июнь 2024

Точки роста: категории уходовой косметики с самой высокой динамикой



Динамика (шт), %



Средства для автозагара

+223%



Тонер

+137%



Пудра для умывания

+46%



Гель-пена для умывания

+40%



Крем-бустер

+46%

Термальная вода

+40%



Точки роста: категории декоративной косметики с самой высокой динамикой



Динамика (шт), %		
	Карандаш для бровей (в особенности свето-бежевый)	+36%
	Гель для бровей (в особенности прозрачный)	+33%
	Розовая\фуксия помада	+41%
	Цветной бальзам для губ	+33%

Динамика в натуральном выражении (шт), %
Июль 2022 – Июнь 2023/ Июль 2023 – Июнь 2024

Благодарим за внимание!



Милина Дьякова

Консультант
Потребительской панели GfK



+7 916 837-94-21



milina.diakova@gfk.ru

