



Кондитерские изделия
в Перекрёстке

Как торговая сеть
перестраивает полку

Ирина Родионова

Директор по развитию категорий «ФРЕШ»
торговой сети «Перекрёсток»

РЫНОК: восстановление и развитие



На российском рынке тортов и пирожных наблюдается активное развитие

Основные драйверы роста:

- Спрос на премиальные продукты
- Возросший интерес к новинкам в категории кондитерских изделий благодаря активному развитию новых трендов
- Желание покупателей получать удовольствие от еды

16%

доля тортов и пирожных с ограниченным сроком хранения в мучных кондитерских изделиях

8%

рост сегмента готовых к употреблению десертов в 2023 году

12%

рост продаж десертов в формате «семейные упаковки» в 2023 году

63%

покупателей, отдающих предпочтение местным производителям и продукции «под заказ»

Тренды рынка: Азия

Российские покупатели все чаще ищут новые вкусы и необычные рецепты. Например, трюфельные макароны, корейские трясущиеся десерты – котики, собачки или пирожное в виде губки для посуды.

Становятся популярными **дегустационные наборы с доставкой на дом.**

Ориентируясь на этот тренд, многие кондитерские компании начинают включать азиатские десерты в свои предложения

- ➔ **Бенто-торт** – пришел из Кореи и стремительно захватил рынок кондитерских изделий. Рассчитан на 1-3 персоны и имеет незамысловатый декор. Вес до 500 г.
- ➔ **Миникейк** – это брат капкейка и сын торта. Порционные тортики – это аналоги больших тортов и выполняются со сложным декором. Пришел из Кореи и стремительно захватил рынок.



Тренды рынка: персонализация и домашние посиделки



- Тренд «укрась торт сам», к нему относятся торты - конструкторы, пряники-раскраски, съедобные пазлы.
- Это не только про впечатления, но и про развлечения, а также удовольствие от творческого процесса.
- Также это отличный вариант для домашних посиделок: в России наблюдается тренд на разнообразие в десертах для домашних встреч.
- Потребители стремятся предложить своим гостям широкий выбор десертов, чтобы удовлетворить различные вкусовые предпочтения.
- Тренд персонализации предложения задал направление на кастомизацию тортов и десертов.

Что мы изменили в категории



Сократили избыточный ассортимент

Пересмотрели матрицу. 60% ассортимента фокусируется на:

- продуктах с чистым составом;
- вкусных и современных тортах, пирожных и других десертах.

Сделали комплиментарную выкладку тихих и игристых вин

Сократили поставщиков масс маркета и ввели производителей современных и крафтовых кондитерских изделий

Начали разработку собственных ТЗ для новых позиций

Акцентировали внимание покупателей на новом ассортименте: подсветили состав продукта специальными карточками

Покупатель кондитерских изделий: портрет в цифрах

32%

доля аудитории

- Ценители жизни
- Городские пижоны

Mid

Mid+

Affluent

28%

доля аудитории

- Беспечная молодежь

Mid

Young

16%

доля аудитории

- Прогрессивные семьи

Mid

Mid+

18-45

лет

Возрастной диапазон покупателей

80%

Покупателей категории с высоким бюджетом

1,2

доля аудитории

Среднее количество товаров в чеке

