



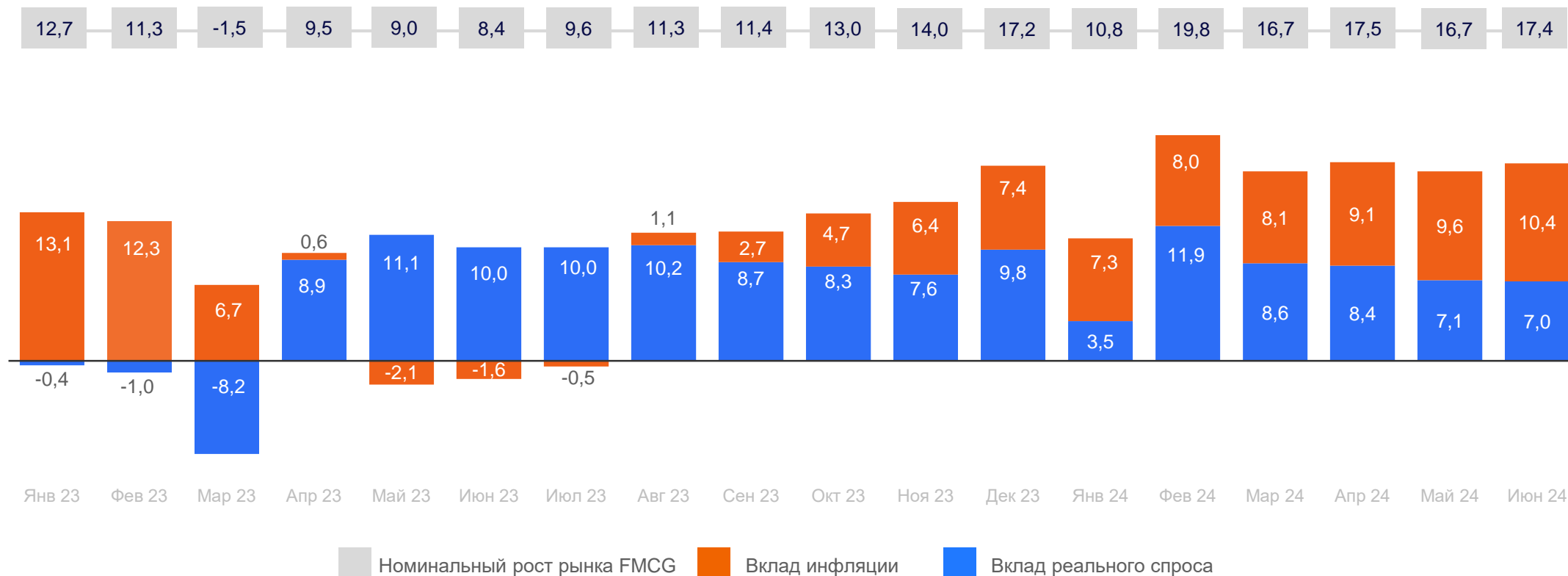
Тренды кондитерского рынка 2024

Анастасия Чуваева
Руководитель группы аналитики Нильсен



Месячная динамика рынка FMCG: за счет чего происходит рост?

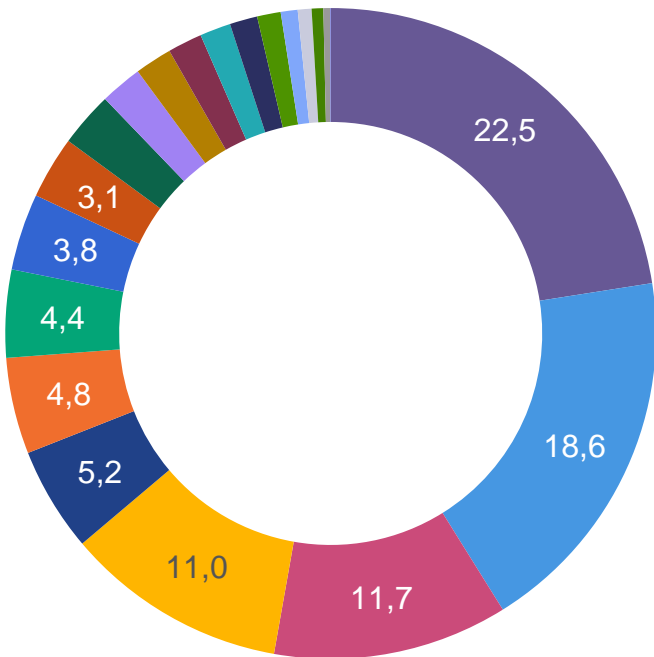
Несмотря на стабильно высокий уровень вклада реального спроса в результаты рынка, II квартал 2024 года отличается увеличением значимости инфляции как фактора роста продаж.



Источник: динамика омниканального рынка = данные розничных сетей (Скантрек) и данные аудита онлайн-рынка Нильсен.
 Вклад инфляции = вклад от изменения цены за единицу объема (кг/л/шт), вклад реального спроса = вклад от изменения натурального товарооборота (кг/л/шт).

Индустрии товаров повседневного спроса: доли и динамика продаж

Доли категорий в структуре продаж денежное выражение, %



Динамика продаж FMCG

12 месяцев по июнь 2024 к аналогичному периоду ранее, %



Кондитерская группа является одной из лидирующих индустрий с точки зрения вклада в рост всего omnikanального рынка.

За последние 12 месяцев он составил 1,4 п.п. из 14,7%.

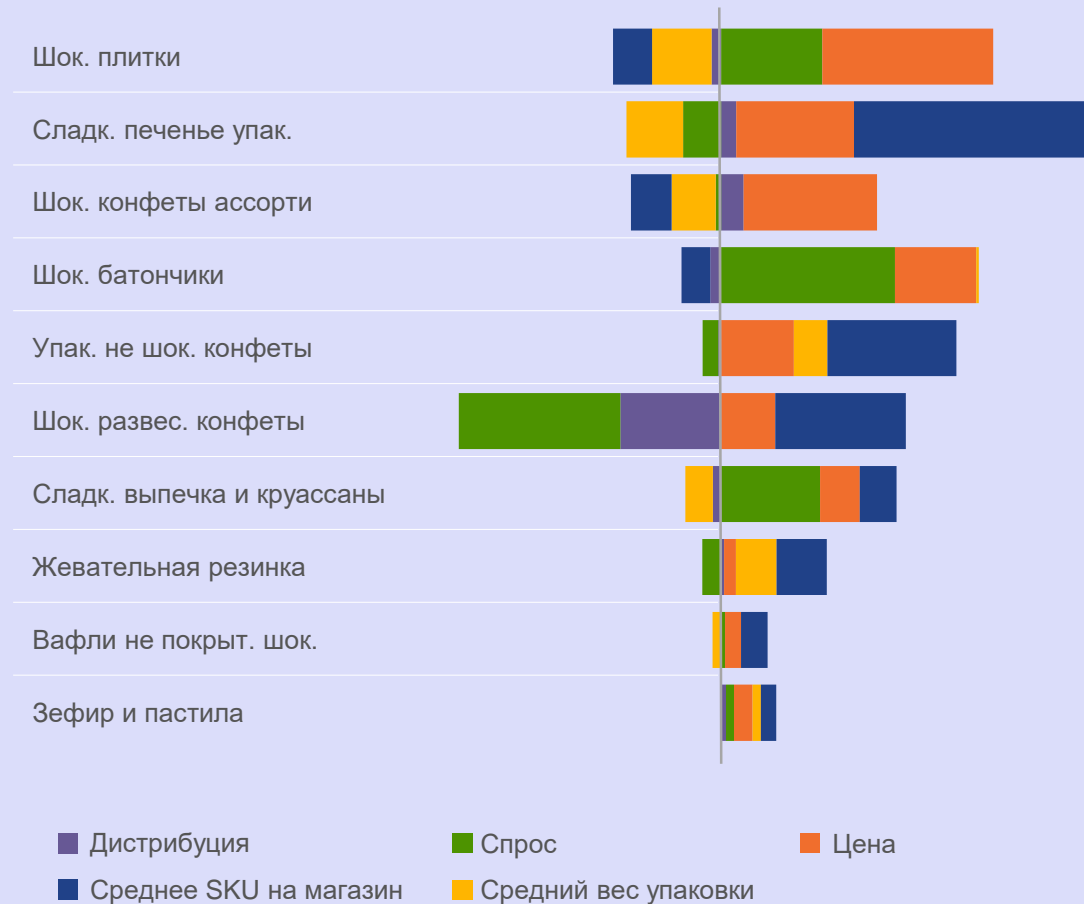
Источник: ритейл-аудит omnikanального рынка Нильсен (розничные сети (Скантрек) и онлайн-рынок). 12 месяцев по июнь 2024 года.

Развитие ассортимента и увеличение спроса — ключевые факторы роста продаж в большинстве категорий кондитерских изделий

Структура продаж кондитерских изделий, денежное выражение, %



Декомпозиция денежных продаж кондитерских категорий, %

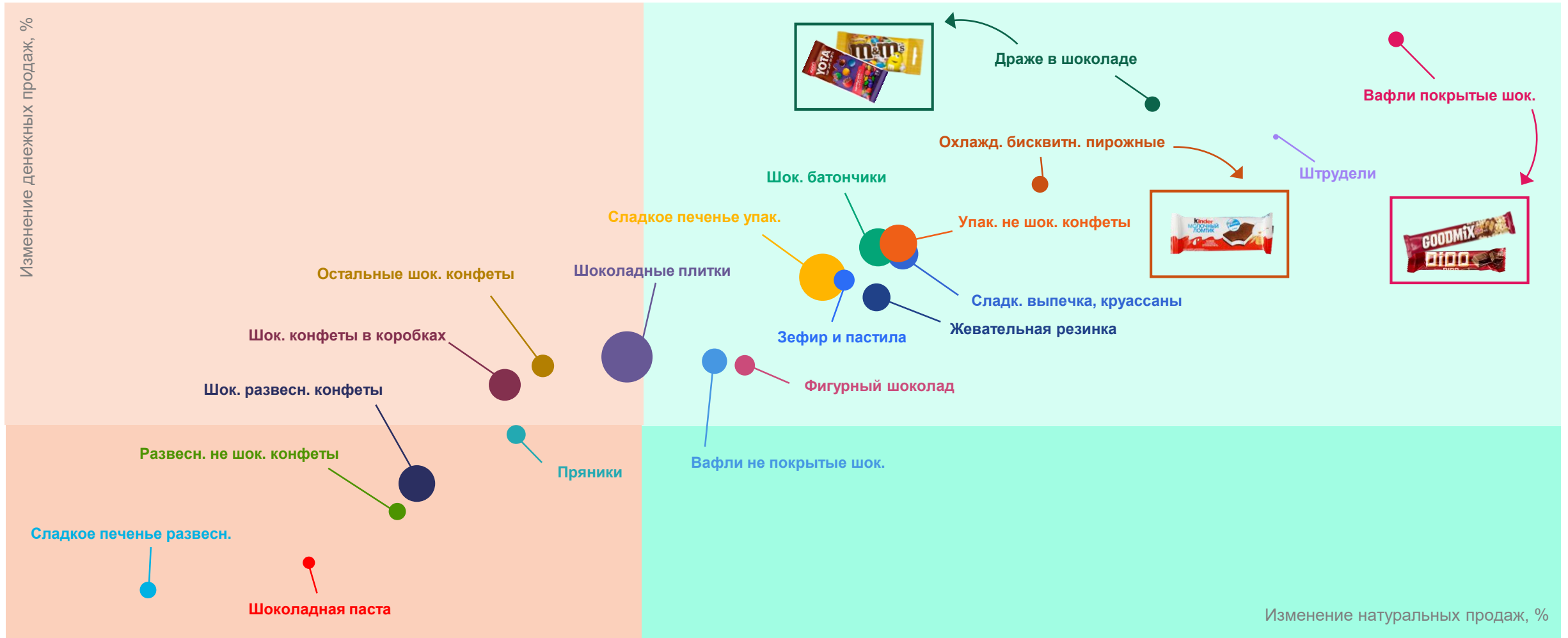


Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (офлайн-рынок), 2024*=12 месяцев по июнь 2024 года, 2023 год представлен аналогичным периодом годом ранее.

Сравнительно **небольшие** категории демонстрируют наиболее активный рост продаж

Самыми растущими сегментами стали вафли, покрытые шоколадом, охлажденные бисквитные пирожные и драже в шоколаде.

Размер ○ = доля категории в денежном выражении, %

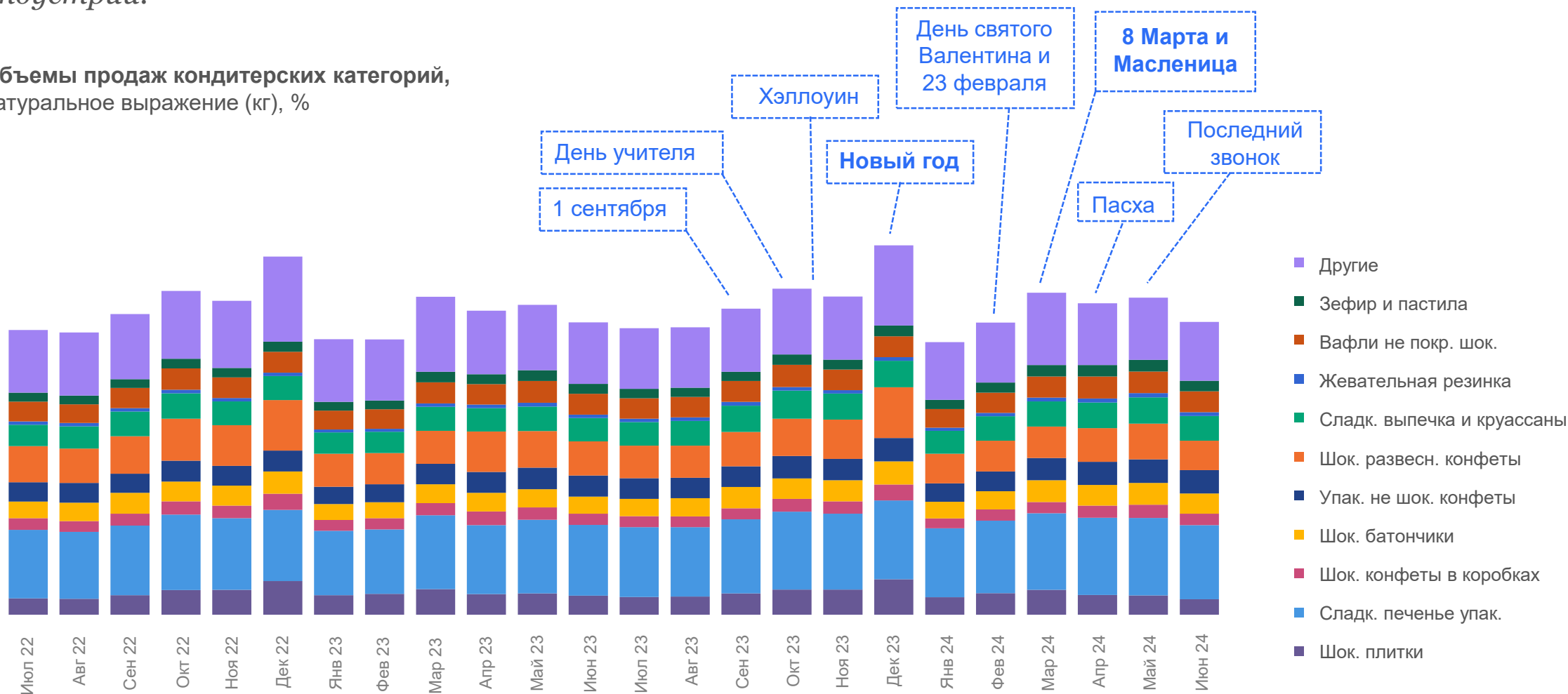


Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен, офлайн-рынок. 12 месяцев по июнь 2024, 100% Продукт: Кондитерская группа

Новый год и 8 марта являются ключевыми сезонами для кондитерских изделий

Однако рост спроса наблюдается и в другие месяцы, что также связано с влиянием праздников на продажи индустрии.

Объемы продаж кондитерских категорий, натуральное выражение (кг), %



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен. офлайн рынок. 12 месяцев по июнь 2024, 100% Продукт: Кондитерская группа

Рост продаж конкретных сегментов варьируется в зависимости от микросезона



Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек), офлайн-рынок, 12 месяцев по июнь 2024, 100% Продукт: Кондитерская группа

Продажи кондитерских изделий на онлайн-рынке растут опережающими темпами



Динамика продаж кондитерских изделий по каналам торговли, 12 месяцев по июнь 2024, %



Источник: данные измерений омниканального рынка Нильсен (национальный аудит (офлайн-рынок) и онлайн-рынок), 12 месяцев по июнь 2024 года. 100% Продукт: Кондитерская группа.

Значимость супермаркетов и дискаунтеров для кондитерской группы значительно выше других каналов продаж



Доля каналов торговли в продажах кондитерской группы, денежное выражение, %

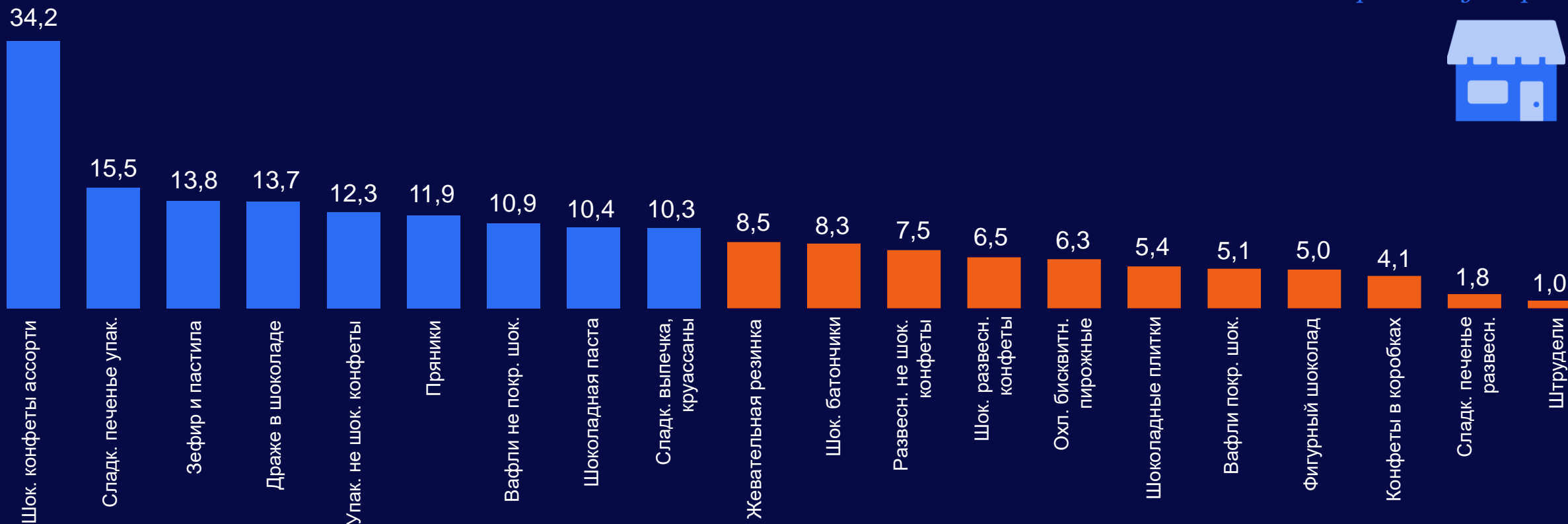


В ряде кондитерских категорий доля продаж в хард-дискаунтерах достигает двузначных значений

Доли продаж кондитерских категорий в хард-дискаунтерах, денежное выражение, %

22.5%

составила доля продаж кондитерской группы в хард-дискаунтерах



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен. офлайн рынок. 12 месяцев по июнь 2024 *доля от всех продовольственных категорий (за искл. алкоголя и табака).

Структура продаж кондитерских изделий в онлайн-канале значительно отличается

Структура продаж кондитерской группы, денежное выражение, 12 месяцев по июнь 2024, %

2.9%

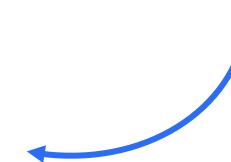
составила доля продаж кондитерской группы в онлайн-канале



Оmnikanальный рынок



Онлайн-рынок



Источник: данные измерений omnichannel рынка Нильсен (национальный аудит (офлайн-рынок) и онлайн-рынок), 12 месяцев по июнь 2024 года. 100% Продукт: Кондитерская группа.

Наряду с крупными игроками на кондитерском рынке активно развиваются и **локальные производители**

■ Локальные производители

Рейтинг производителей на офлайн-рынке,
12 месяцев по июнь 2024

Рейтинг	Производитель
2	Mars
6	Частная марка
4	Ferrero
5	KDV Grupp
1	Mondelez
7	Perfetti/Van Melle
27	Здоровит/Тольятти
10	Storck/Германия
13	Alfred Ritter/Германия
29	Konfesta KF/Рязанская обл.
30	Канди Клуб/Москва



Рейтинг производителей на онлайн-рынке,
12 месяцев по июнь 2024

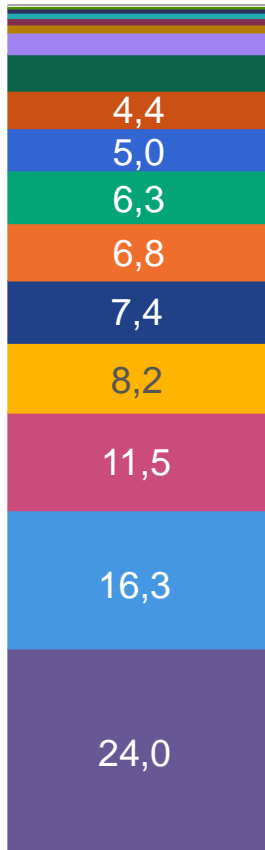
Рейтинг	Производитель
2	Mars
1	Mondelez
5	Частная марка
3	Ferrero
4	Объединенные кондитеры
6	Здоровит/Тольятти
7	KDV Grupp
14	Победа/Московская обл.
12	Славянка ГК/Старый Оскол
15	Фитнес Десерты/Тольятти
13	Orion/Корея

Источник: ритейл-аудит Нильсен. 12 месяцев по июнь 2024, 100% Продукт: Кондитерская группа. Производители отсортированы по изменению абсолютных денежных продаж. *Топ растущих брендов в топ растущих категориях по изменению абсолютных продаж

Доля продаж частных марок внутри кондитерской группы активно растет

Доля продаж СТМ в кондитерской группе, денежное выражение, 12 месяцев по июнь 2024, %

Вклад в рост



Жевательная резинка	-0.01
Штрудель	-0.03
Вафли покрытые шоколадом	0.02
Драже в шоколаде	-0.01
Фигурный шоколад	0.34
Сладкое печенье развесное	-0.02
Шоколадные батончики	-0.04
Охлажденные бисквитные пирожные	0.71
Шоколадная паста	0.70
Развесные не шоколадные конфеты	-0.17
Шоколадные конфеты ассорти	1.57
Шоколадные плитки	1.00
Шоколадные развесные конфеты	-0.44
Пряники	0.23
Вафли не покрытые шоколадом	-0.40
Упакованные не шоколадные конфеты	1.71
Зефир и пастила	2.32
Сладкая выпечка, круассаны	0.93
Сладкое печенье упакованное	3.51




































6.8%
(+0.3 п.п.)

составила доля продаж частных марок в кондитерской группе

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен. офлайн рынок. 12 месяцев по июнь 2024, 100% Продукт: Частная марка в кондитерской группе

Топ-35 брендов на кондитерском рынке

Позиция бренда в рейтинге, изменение позиции к аналогичному периоду 2023 года и доля бренда от общих продаж на кондитерском рынке в России (12 месяцев по июнь 2024, денежное выражение)

1-7							
	#1 (=) 5.01%	#2 (+1) 3.63%	#3 (-1) 3.45%	#4 (=) 3.29%	#5 (=) 2.85%	#6 (+1) 1.88%	#7 (-1) 1.74%
8-14							
	#8 (=) 1.66%	#9 (=) 1.52%	#10 (+1) 1.39%	#11 (+2) 1.39%	#12 (=) 1.33%	#13 (+1) 1.26%	#14 (-4) 1.26%
15-21							
	#15 (+3) 1.23%	#17 (+3) 1.17%	#18 (-3) 1.12%	#19 (-2) 1.06%	#20 (-1) 1.06%	#21 (+1) 1.05%	#22 (-1) 1.04%
22-28							
	#22 (-6) 1.01%	#23 (=) 0.84%	#24 (+3) 0.82%	#25 (=) 0.81%	#26 (-2) 0.73%	#27 (-1) 0.72%	#28 (+5) 0.69%
29-35							
	#29 (+9) 0.66%	#30 (+1) 0.63%	#31 (-1) 0.60%	#32 (-4) 0.57%	#33 (+6) 0.56%	#34 (-2) 0.56%	#35 (+1) 0.54%

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен. офлайн-рынок. 12 месяцев по июнь 2024, 100% продукт: Кондитерская группа

Кондитерская группа стала лидером среди FMCG-индустрий по количеству новинок

Каждый пятый запуск в 2024 году пришелся именно на эту группу товаров.

Доля новинок в категориях,
денежное выражение, январь-июнь 2024, %



- Кондитерская группа
- Алкоголь
- Уход за телом
- Молочная продукция
- Химия для дома
- Холодные напитки
- Уход за лицом
- Уход за волосами
- Уход за дом. животными
- Средства для стирки
- Закуски
- Кулинария и специи
- Консервированные овощи
- Замороженные продукты
- Горячие напитки
- Соусы и масла
- Ватно-бумажная продукция
- Уход за полостью рта
- Мороженое
- Средства для бритья
- Уход за детьми
- Сигареты
- Детское питание
- Батарейки

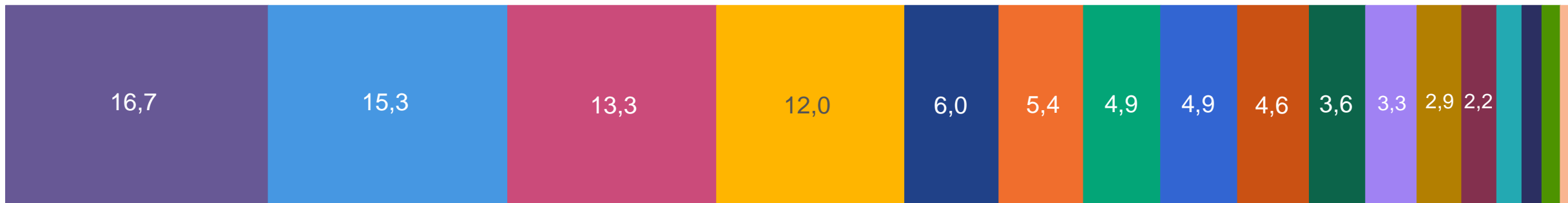
4881 новых брендов на рынке – с учетом того, что существующие бренды выходили в новые для себя сегменты и ситуации потребления

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен. Данные на основе анализа 160 FMCG-категорий, офлайн-рынок, январь-июнь 2024, 100% Продукт: FMCG

Внутри кондитерской группы наибольшую долю среди новинок занимает категория **сладкого упакованного печенья**

Также в топ кондитерских категорий по доле новинок попали шоколадные плитки, упакованные не шоколадные конфеты и шоколадная паста.

Доля новинок в кондитерских категориях, денежное выражение, январь-июнь 2024, %



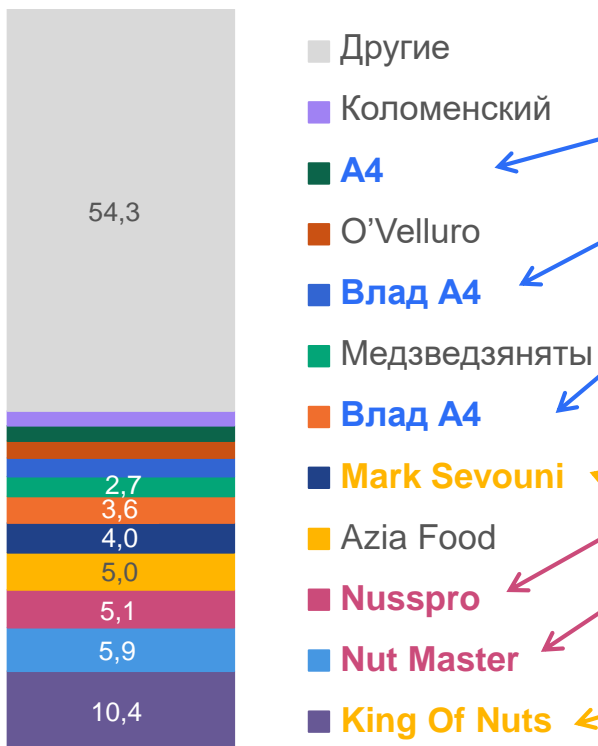
- Сладкое печенье упакованное
- Шоколадные плитки
- Упакованные не шоколадные конфеты
- Шоколадная паста
- Шоколадные конфеты ассорти
- Вафли не покрытые шоколадом
- Шоколадные батончики
- Драже в шоколаде
- Шоколадные развесные конфеты
- Сладкая выпечка, круассаны
- Пряники
- Зефир и пастила
- Вафли покрытые шоколадом
- Сладкое печенье развесное
- Фигурный шоколад
- Охлажденные бисквитные пирожные
- Жевательная резинка
- Развесные не шоколадные конфеты

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен. офлайн рынок. январь-июнь 2024, 100% Продукт: Кондитерская группа

Среди новинок кондитерской группы развиваются как **абсолютно новые бренды**, так и уже **существующие игроки, выходящие в новые для себя категории**

Ключевыми трендами в сегменте новинок стали развитие брендов блогеров и турецких производителей.

Доля новых топ-брендов,
денежное выражение, 12 месяцев по июнь 2024, %



На кондитерском рынке наблюдается тренд на развитие брендов от блогеров. **Блогер Влад A4 вышел в новые категории** – шоколадные плитки, шоколадные батончики и сладкое упакованное печенье.



Параллельно с этим растет спрос и на турецкие бренды, среди которых есть как абсолютно новые, например, Nusspro и Nut Master, так и уже существующие игроки, которые заходят в новые категории. Общая доля турецких производителей среди новых брендов в целом составила **12,5%**.



Существующие игроки выходят в новые для себя сегменты. Так, например, **Konfesta** запустила **шоколадные плитки** под брендом King of Nuts, а бренд **Mark Sevouni** армянского производителя стал выпускать **шоколадное драже**.



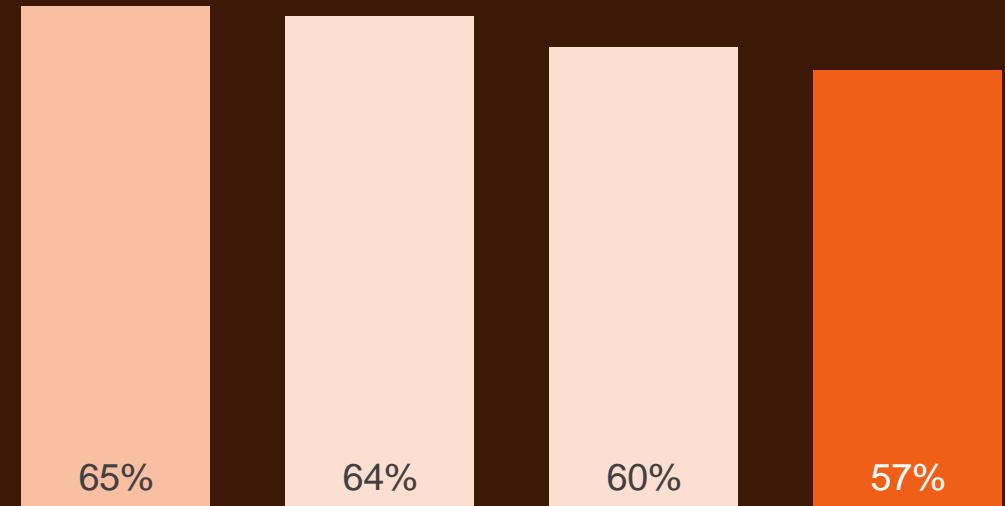
Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен. офлайн рынок. Январь-июнь 2024, 100% Продукт: Новые бренды 2024 кондитерской группы



Рациональность — новая норма

Почти 6 из 10 опрошенных оптимизируют свои расходы. Отметим, что их доля плавно снижается на протяжении трех последних кварталов.

Доля тех, кто предпринимает действия по сокращению расходов, %



■ III квартал 2023 ■ IV квартал 2023 ■ I квартал 2024 ■ II квартал 2024

Нет значимых отличий по сравнению с предыдущим кварталом

База: 2023 Q2=1000 Q3=1000, Q4=1001; 2024 Q1=1005, Q2 = 1001

16. По сравнению с прошлым годом предпринимаете ли Вы действия для того, чтобы сократить Ваши повседневные расходы (расходы на продукты питания, коммунальные платежи, жилье и т.д.) в целях экономии? ОДИН ОТВЕТ

Ценовое позиционирование ассортимента сильно варьируется в зависимости от канала продаж

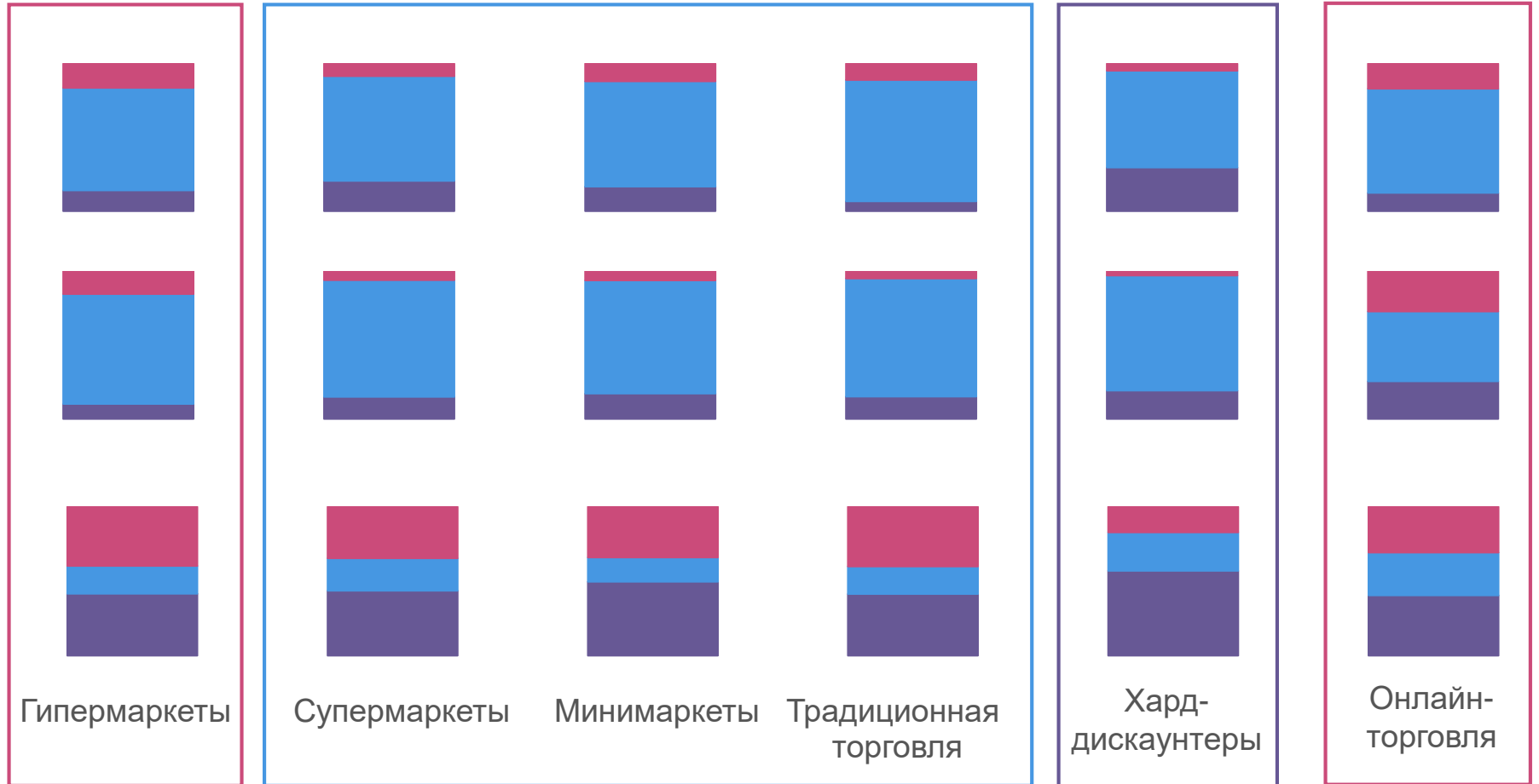
Доля продаж ценовых сегментов, натуральное выражение, %

Сладкое печенье упакованное

Шоколадные плитки

Упакованные не шоколадные конфеты

■ Высокий
■ Средний
■ Низкий



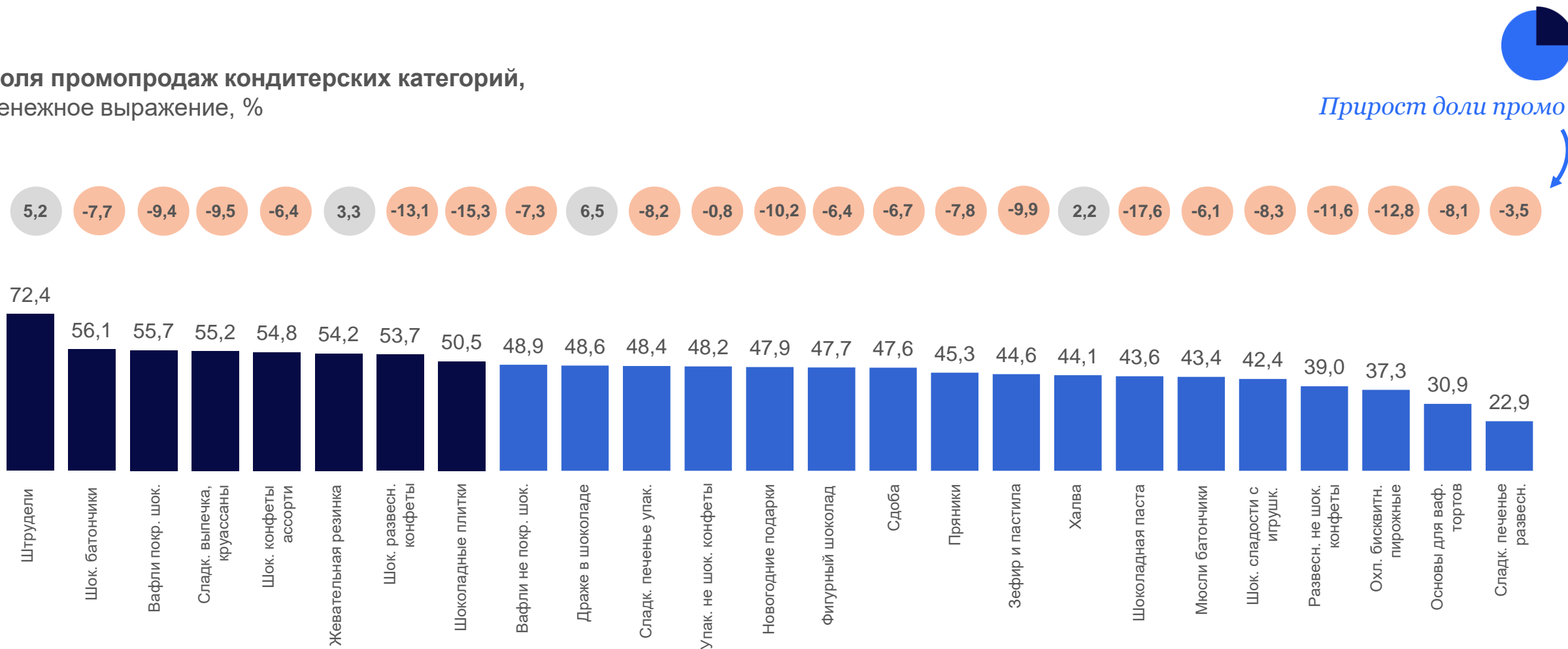
Источник: ритейл-аудит Нильсен. 12 месяцев по июнь 2024. 100% Продукт: Сладкое печенье упакованное, Шоколадные плитки, Упакованные не шоколадные конфеты.

Доля промо в большинстве кондитерских категорий заметно снижается

Такой тренд в первую очередь связан с продолжающимся усилением механики EDLP (длительные снижения цен).

Доля промопродаж кондитерских категорий,
денежное выражение, %

Прирост доли промо

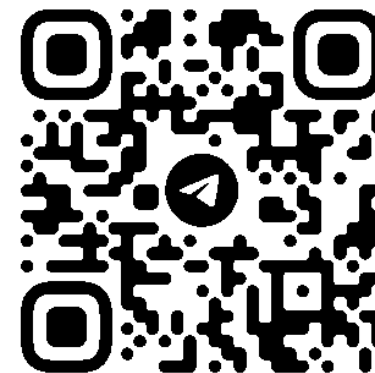


Источник: ритейл-аудит Нильсен в розничных сетях (Скантрек), офлайн-рынок, 12 месяцев по июнь 2024, 100% Продукт: Кондитерская группа



Следите за результатами свежих исследований
Нильсен в нашем телеграм-канале:

t.me/nielsenrussia





СПАСИБО!



NIQ



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER