

ТРЕНДЫ РЫНКА ЧАЯ И КОФЕ В РОССИИ

РОМАН КЛЕЙН

МОСКВА
2019

ПОВЕСТКА



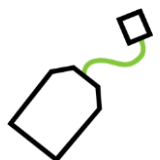
- Макроэкономическая среда России в 2018 году



- Тренды развития рынка FMCG



- Тенденции категории Кофе



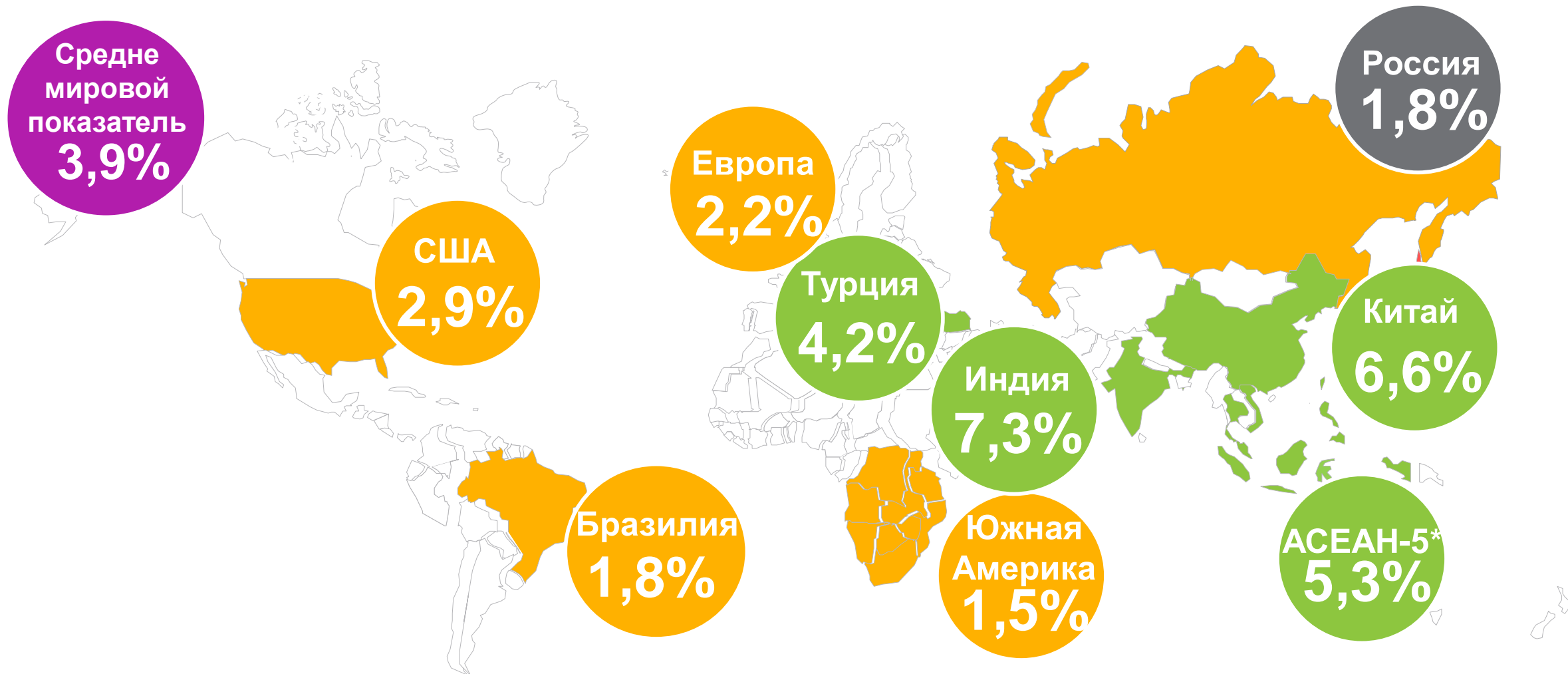
- Тенденции категории Чай

МАКРОЭКОНОМИКА



ДИНАМИКА ВВП 2018 ГОДА ПО СРАВНЕНИЮ С 2017 ГОДОМ (%)

ДИНАМИКА ВВП % 2018 vs 2017



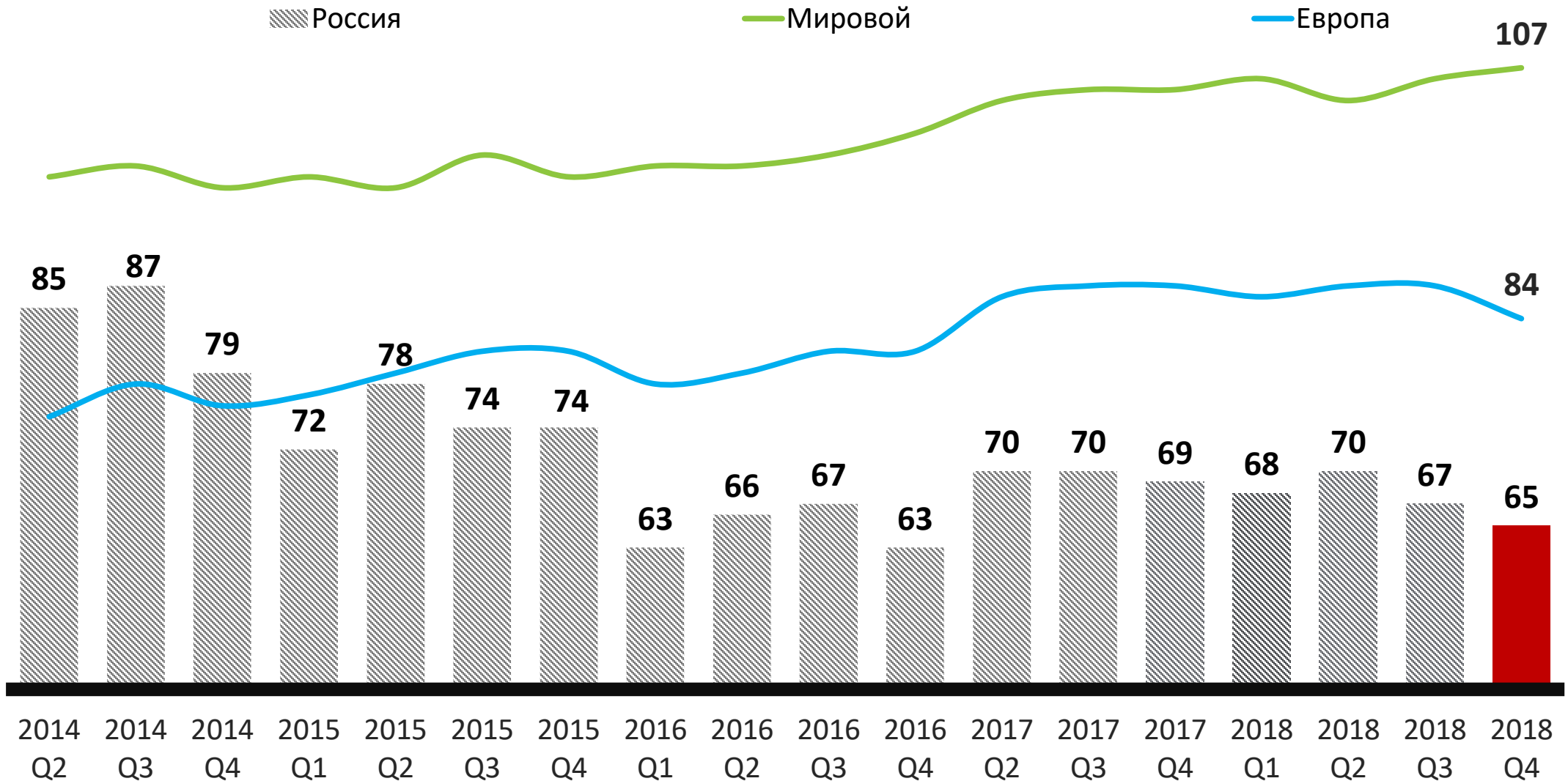
Ниже среднего по развивающимся рынкам

Выше среднего по развивающимся рынкам

*Индонезия, Малайзия, Филиппины, Таиланд, Вьетнам

Источник: на основе прогноза IMF на 2018 год и Министерства Экономического Развития Российской Федерации (для России)

ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ДОВЕРИЯ В РОССИИ ПО СРАВНЕНИЮ С МИРОМ



76%

“Россия сейчас находится в условиях рецессии”

70%

“Россия не выйдет из рецессии в следующем году”

РОСТ ЦЕНЫ НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ СТАЛ ГЛАВНЫМ ИСТОЧНИКОМ БЕСПОКОЙСТВА РОССИЯН В Q4'18

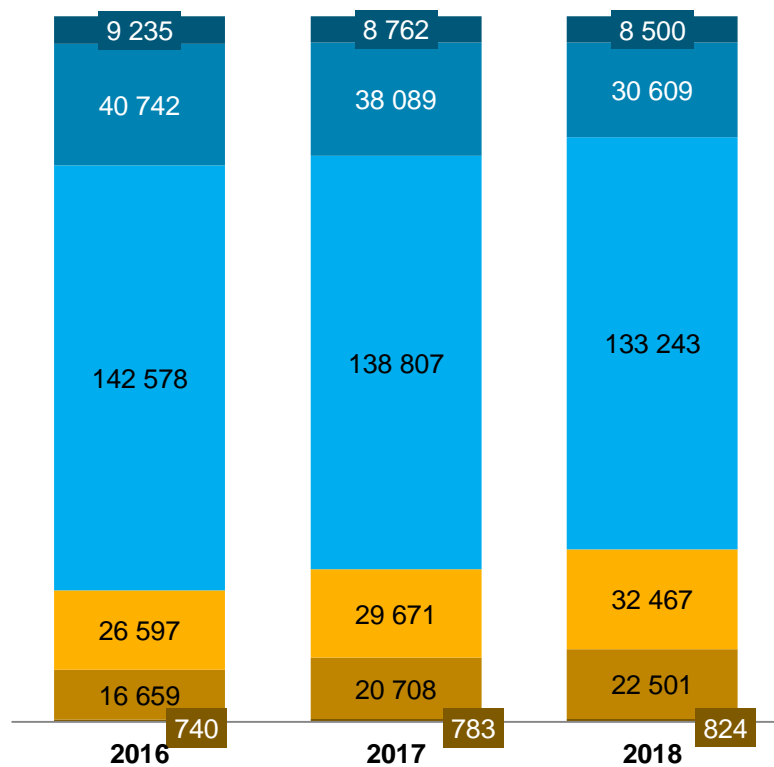
	Q2'18		Q3'18		Q4'18
 ЦЕНЫ НА ПРОДОВОЛЬСТВИЕ	26%	↓	23%	↑	35%
 КОММУНАЛЬНЫЕ ПЛАТЕЖИ	20%	↓	24%	↑	27%
 ЭКОНОМИКА	17%	↑	23%	↑	22%
 ЗДОРОВЬЕ	27%	↓	23%	↓	20%
 ЗАНЯТОСТЬ	27%	↓	20%	↓	17%

РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ

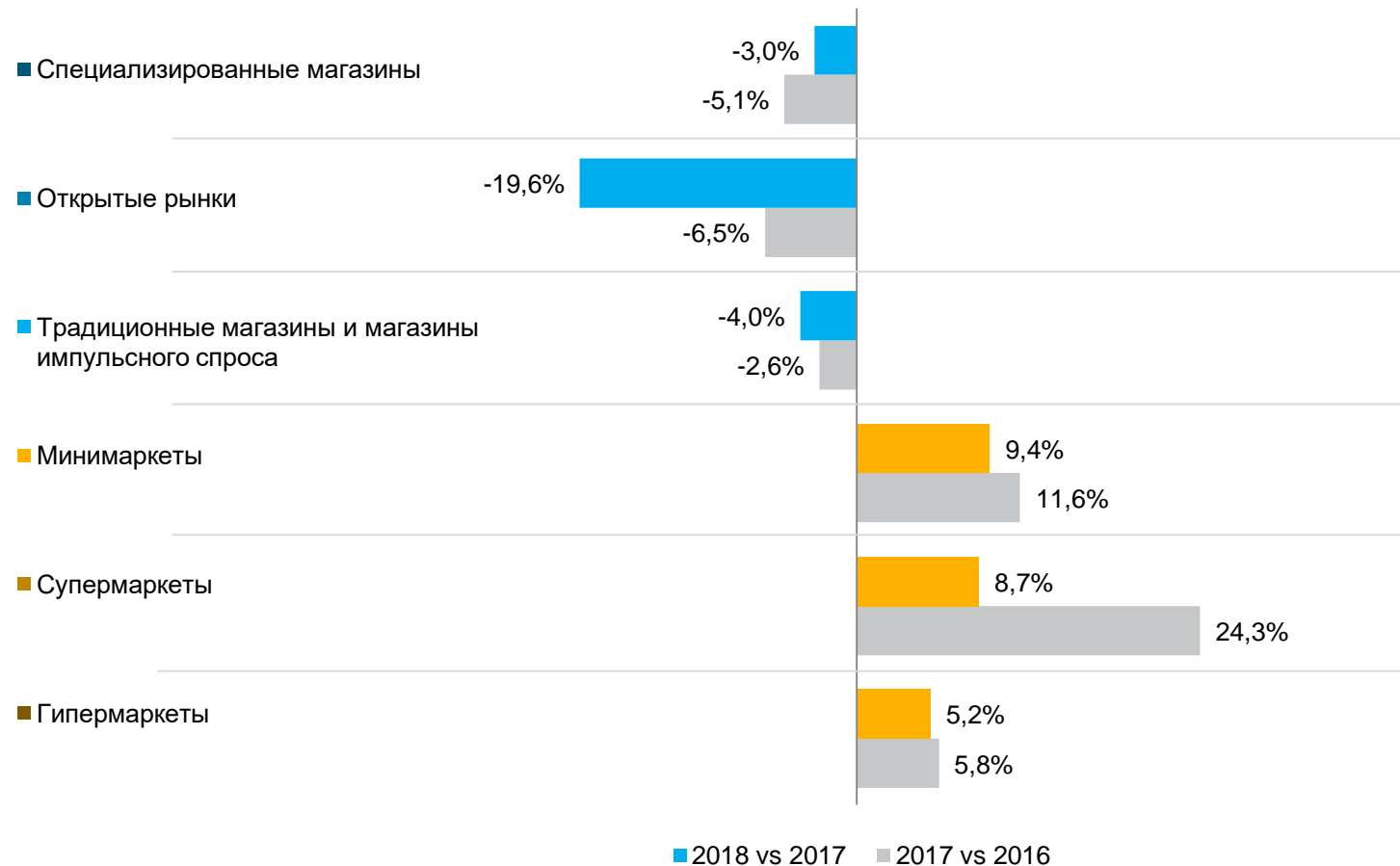


РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ЦЕЛОМ В FMCG

Структура продуктового юниверса по каналам



Динамика юниверса по каналам

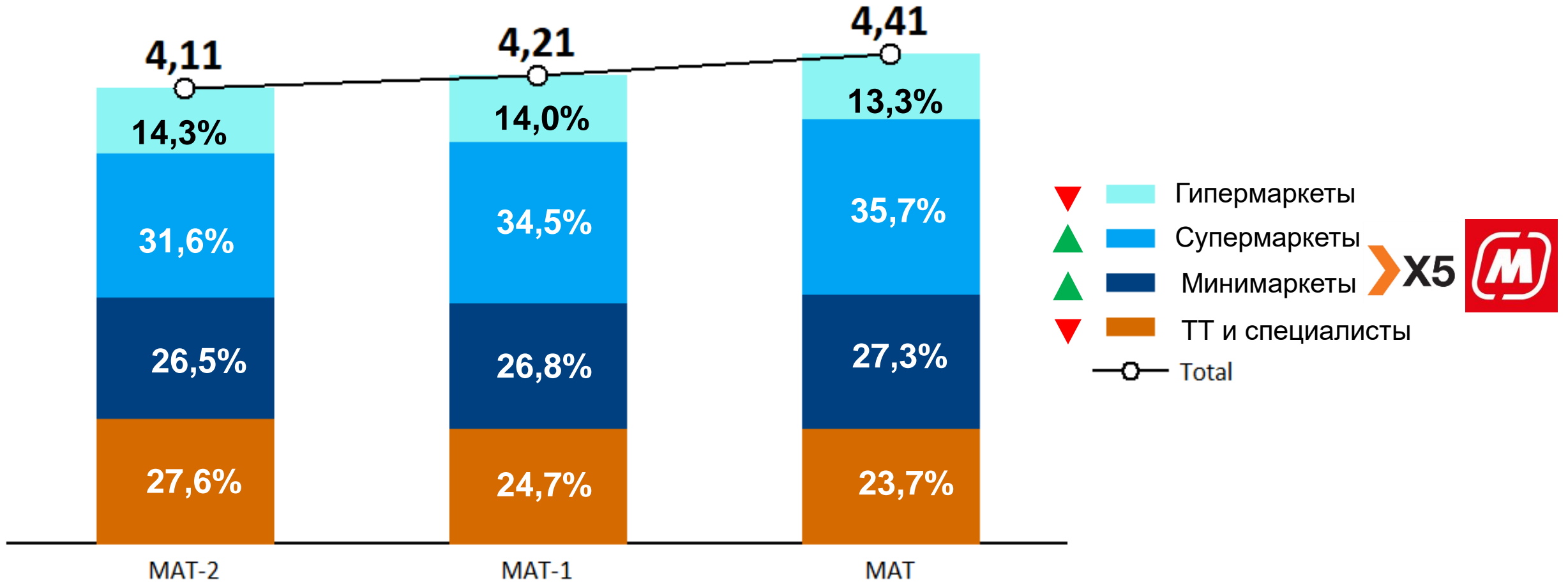


РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ЦЕЛОМ В FMCG

Расширение X5 и Магнит привело к росту супермаркетов

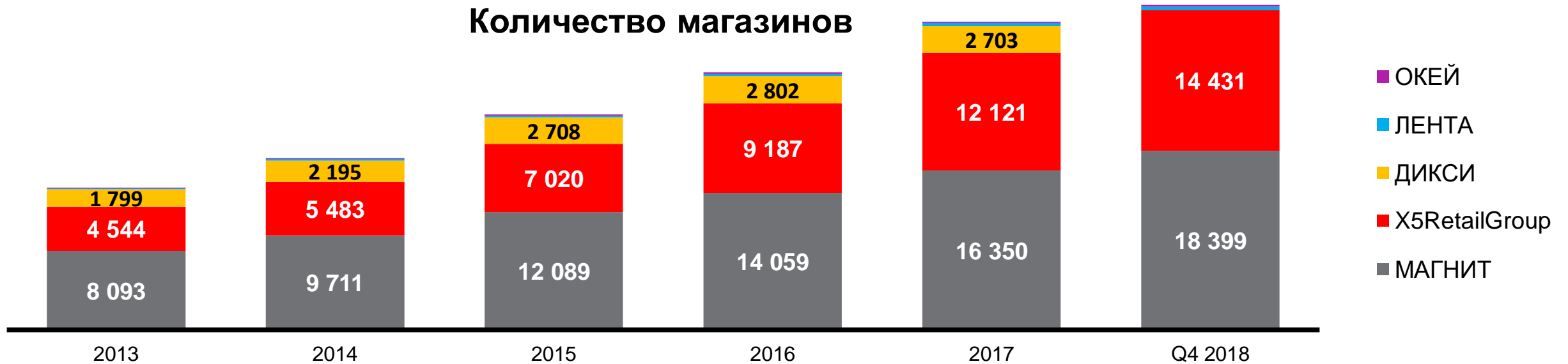


Оборот, трлн. руб.

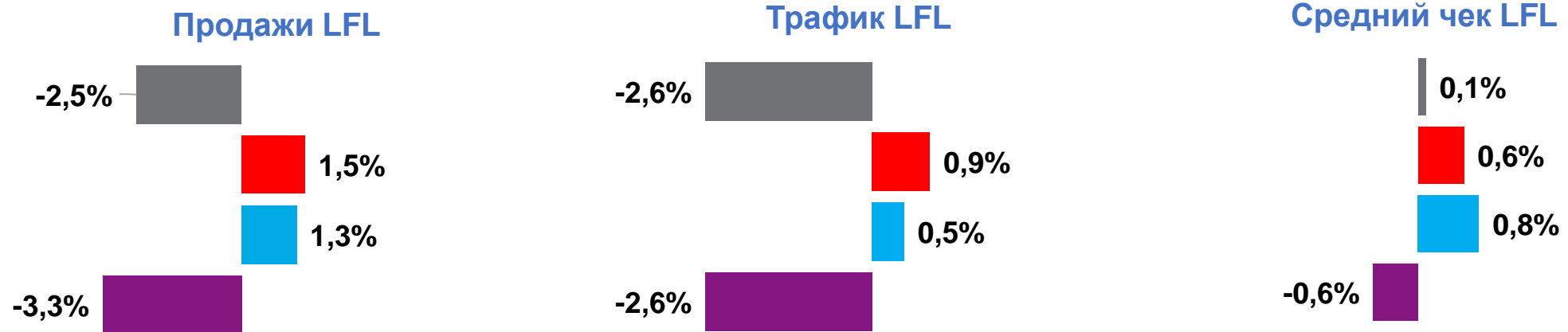


ПОКАЗАТЕЛИ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ 2018

Количество магазинов

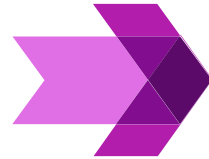


Динамика сопоставимых продаж (LFL), % - 2018 vs. 2017



ОСНОВНЫЕ ВЫЗОВЫ

ВЫЗОВЫ



РАЗВИТИЕ E-COMMERCE



РОСТ НЕДОРОГИХ ФОРМАТОВ
HORECA



РОСТ РЫНКА FOODTECH

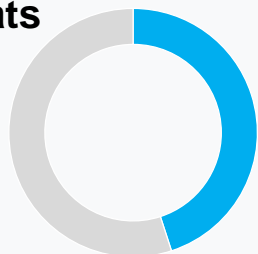


СПРОС НА ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ПИТАНИЯ

ПИТАНИЕ ВНЕ ДОМА: БЛИЖЕ, ЧЕМ КАЖЕТСЯ

РОСТ ДОСТУПНОСТИ ПИТАНИЯ ВНЕ ДОМА

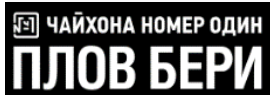
All other formats



1350 млрд Р – объем рынка HoReCa

Fast Food

Fast Food составляет от **47%** от всего рынка, растет с темпом **5-8%** в год с 2014 года.



кулинарная лавка братьев Карабаевых

Fast Casual является самым быстрорастущим Форматом.

ОТ КУЛИНАРИИ К ОБЩЕПИТУ

21% покупателей встречали в торговых точках место для употребления еды или напитков.

Самообслуживание:



Кафе:



Если покупатель видит место для питания, то в

51% случаев он им воспользуется.

FOODTECH: ЕДА С ДОСТАВКОЙ НА ДОМ

ПОПУЛЯРНОСТЬ ДОСТАВКИ ГОТОВОЙ ЕДЫ

Российский рынок Foodtech растет:

1,4 млрд \$ → 20 - 30% в год

Доля проникновения онлайн на рынке еды пока очень низкая, однако потенциал развития очень высок



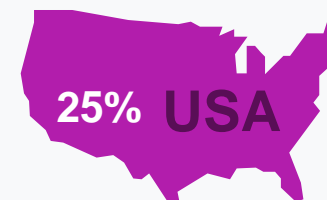
РАЗВИТИЕ ДОСТАВКИ ПРОДУКТОВ НА ДОМ

Рынок доставки продуктов:

4 млрд \$ к 2022 г.

Но может расти быстрее рынка Foodtech, более чем на **50%** в год.

В США **25%** потребителей были бы рады попробовать Meal Kit,



а **10%** уже их заказывали.

ПРОДУКТОВЫЕ FMCG: БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ЕДА

ПОТРЕБИТЕЛИ ХОТЯТ ОТ ПРОДУКТОВ БОЛЬШЕГО

Мы можем видеть, как это отражается на рынке:

Спортивные напитки растут на **28%** в год

На **113%** растут протеиновые батончики

62% используют снеки как альтернативу к завтракам

53% используют снеки для повышения энергии

РЫНОК АДАПТИРУЕТСЯ

На рынке появляются продукты, отвечающие потребностям в функциональности еды:



Батончики Bite



Йогурты EpiCa



Напитки Octa

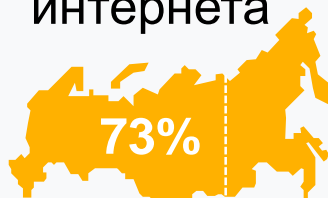
E-COMMERCE – БУДУЩЕЕ FMCG

E-COMMERCE РАСТЕТ УСКОРЯЮЩИМИСЯ ТЕМПАМИ

За последние 5 лет рынок удвоился, а по прогнозам Минпромторга доля E-commerce достигнет 20% к 2025 году

544 млрд → x2 → 20%

В России 87 миллионов пользователей интернета



Удобство – это фактор номер 1 при выборе между E-commerce и розничной торговлей

НЕКОГДА «ТРАДИЦИОННЫЕ» РИТЕЙЛЕРЫ СЕГОДНЯ – ВАЖНАЯ ЧАСТЬ ОНЛАЙН ЭКОСИСТЕМЫ

Некоторые ритейлеры уже вышли на рынок E-commerce:



Появление сервисов доставок из магазинов:

Dostavista



ПРОДАЖИ ОНЛАЙН В РОССИИ РАСТУТ ВО МНОГИХ FMCG КАТЕГОРИЯХ

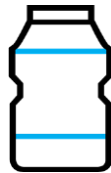
Декабрь '2018 vs. Декабрь '2017, рост продаж в рублях

+32%



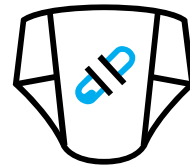
КОФЕ

+50%



МИНЕРАЛЬНАЯ
ВОДА

+81%



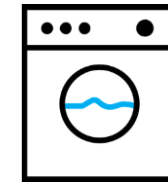
ПОДГУЗНИКИ

+53%



СРЕДСТВА ДЛЯ
МЫТЬЯ

+52%



СТИРАЛЬНЫЕ
ПОРОШКИ

КАТЕГОРИЯ КОФЕ: OFFLINE VS ONLINE



Самое продаваемое SKU – Jacobs 95 гр

ТОП – 3 В OFFLINE:

NESCAFÉ

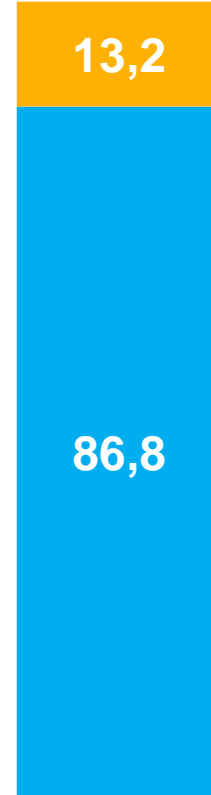
JACOBS



РАСТВОРИМЫЙ КОФЕ



ОБЖАРЕННЫЙ КОФЕ



Самое продаваемое SKU – Lavazza 1 кг

ТОП – 3 В ONLINE:

LAVAZZA

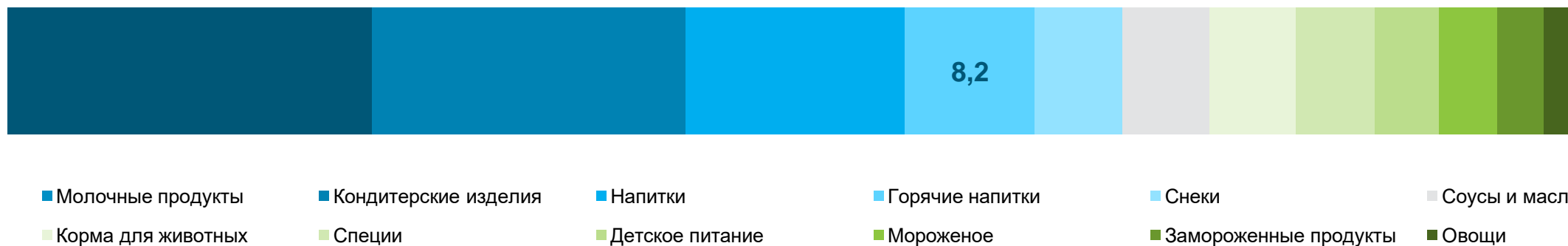


ТРЕНДЫ FOOD FMCG

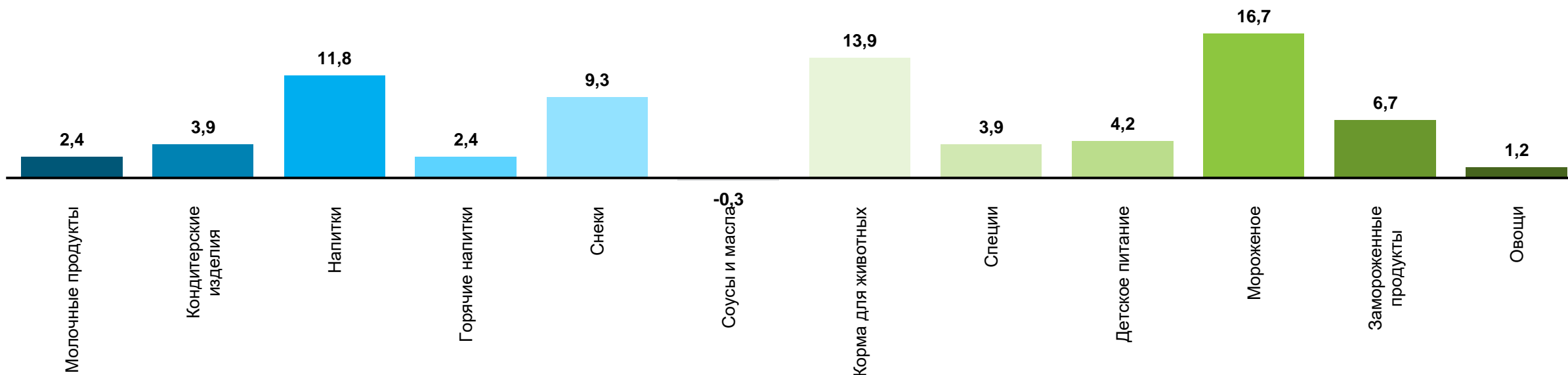


РАЗВИТИЕ ПРОДУКТОВОЙ КАТЕГОРИИ

Доли индустрий в кластере продуктовых категорий в рублях, %



Темп роста, % 2018 vs 2017

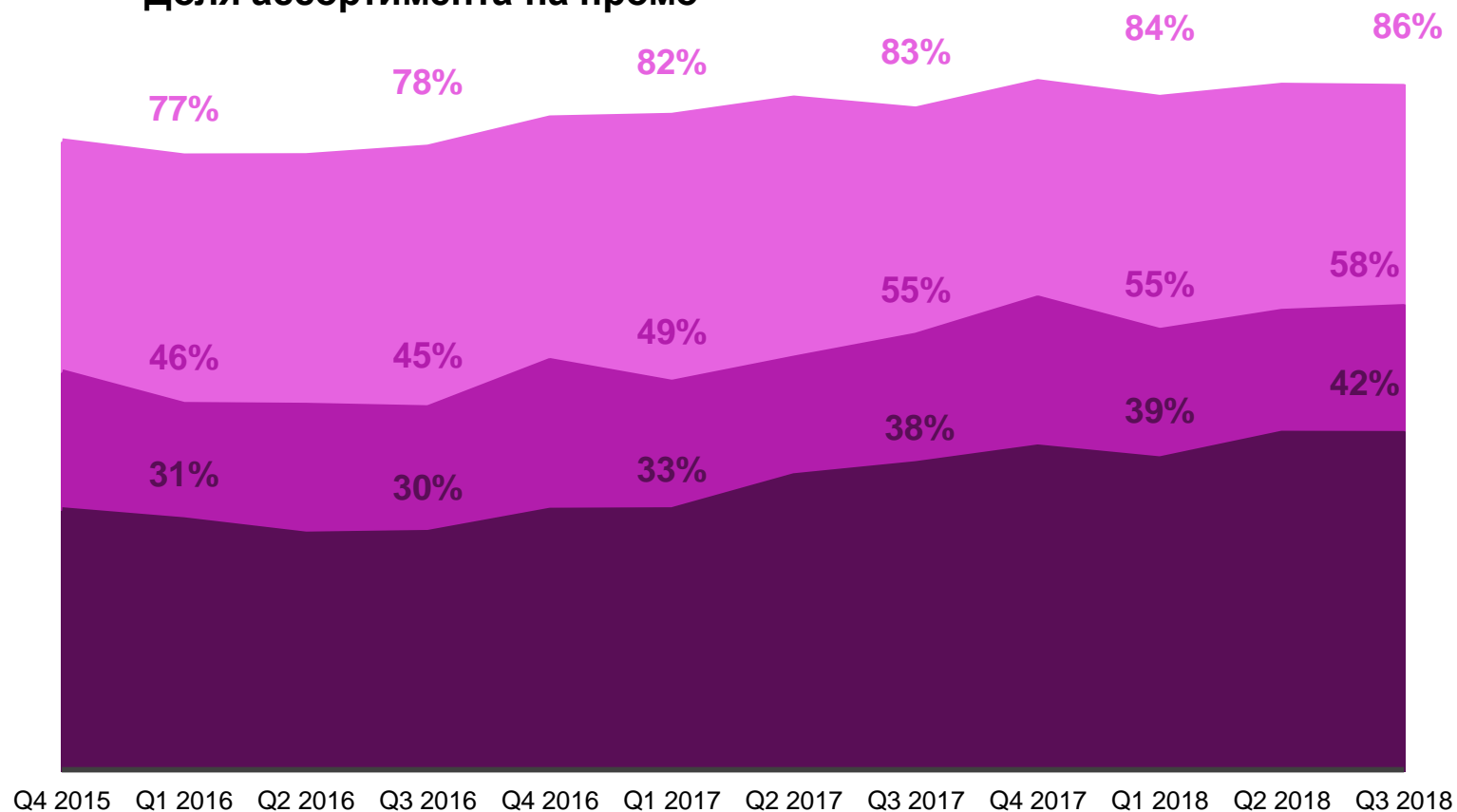


ПРОМО ЛИДИРУЕТ НА РЫНКЕ

Промо-дистрибуция

Доля промо-продаж, %

Доля ассортимента на промо



Промо - продукцию основных категорий можно найти практически в каждом магазине

Более половины всех продаж происходит на промо

Повышенная промо - активность начинает вредить игрокам рынка

ПРОМО-ДАВЛЕНИЕ ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ

MAT-2 MAT-1 MAT

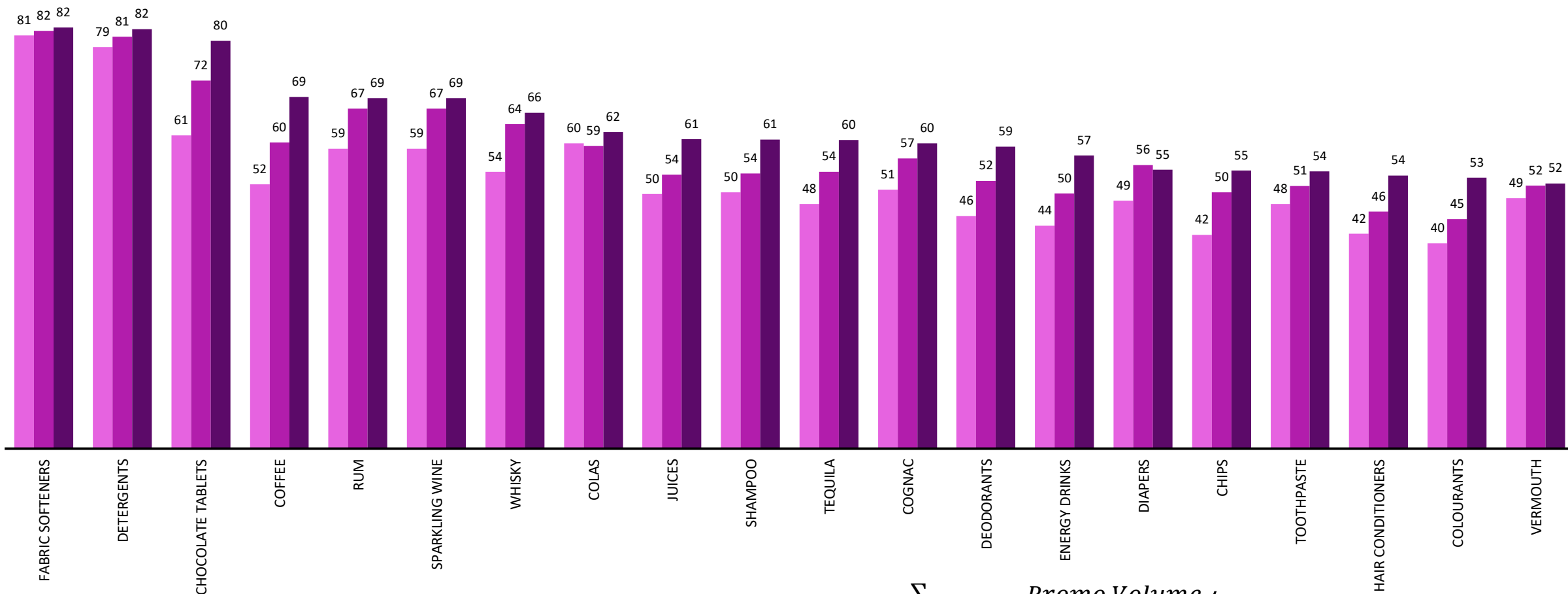
Avg. Promo Share*, %

50.8%

56.2%

62.6%

Promo Volume Share, % | FOOD+DRUG | Total Market**



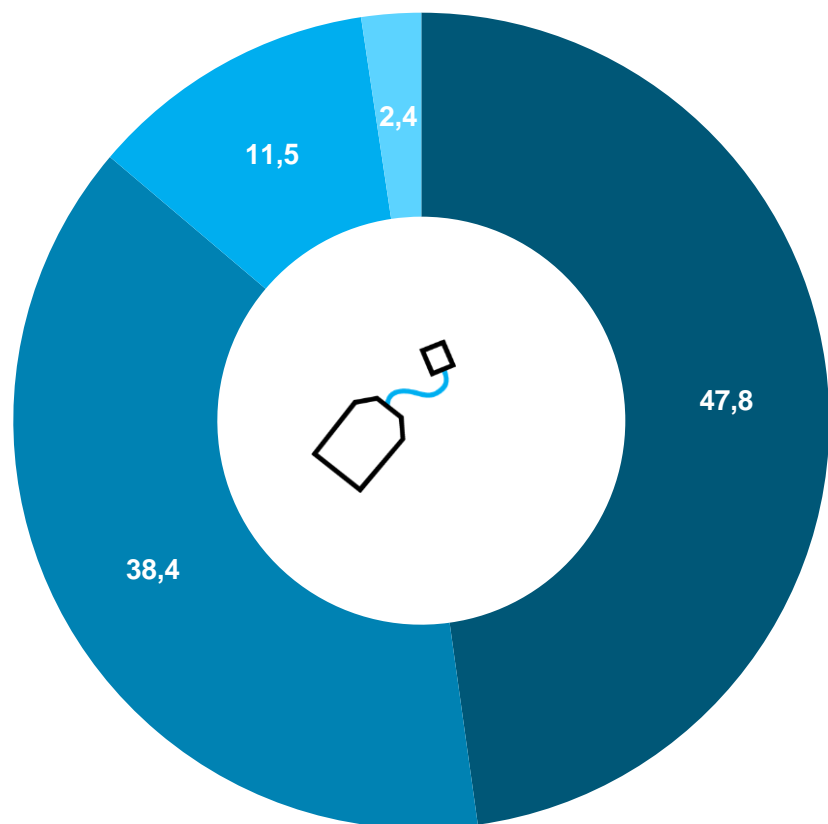
$$*Avg. Promo Share* = \frac{\sum_{TOP\ Cats} Promo\ Volume}{\sum_{TOP\ Cats} Total\ Volume}$$

** NKA/Total Mixed Chains/Total Mixed and Drug ST (depends on category)

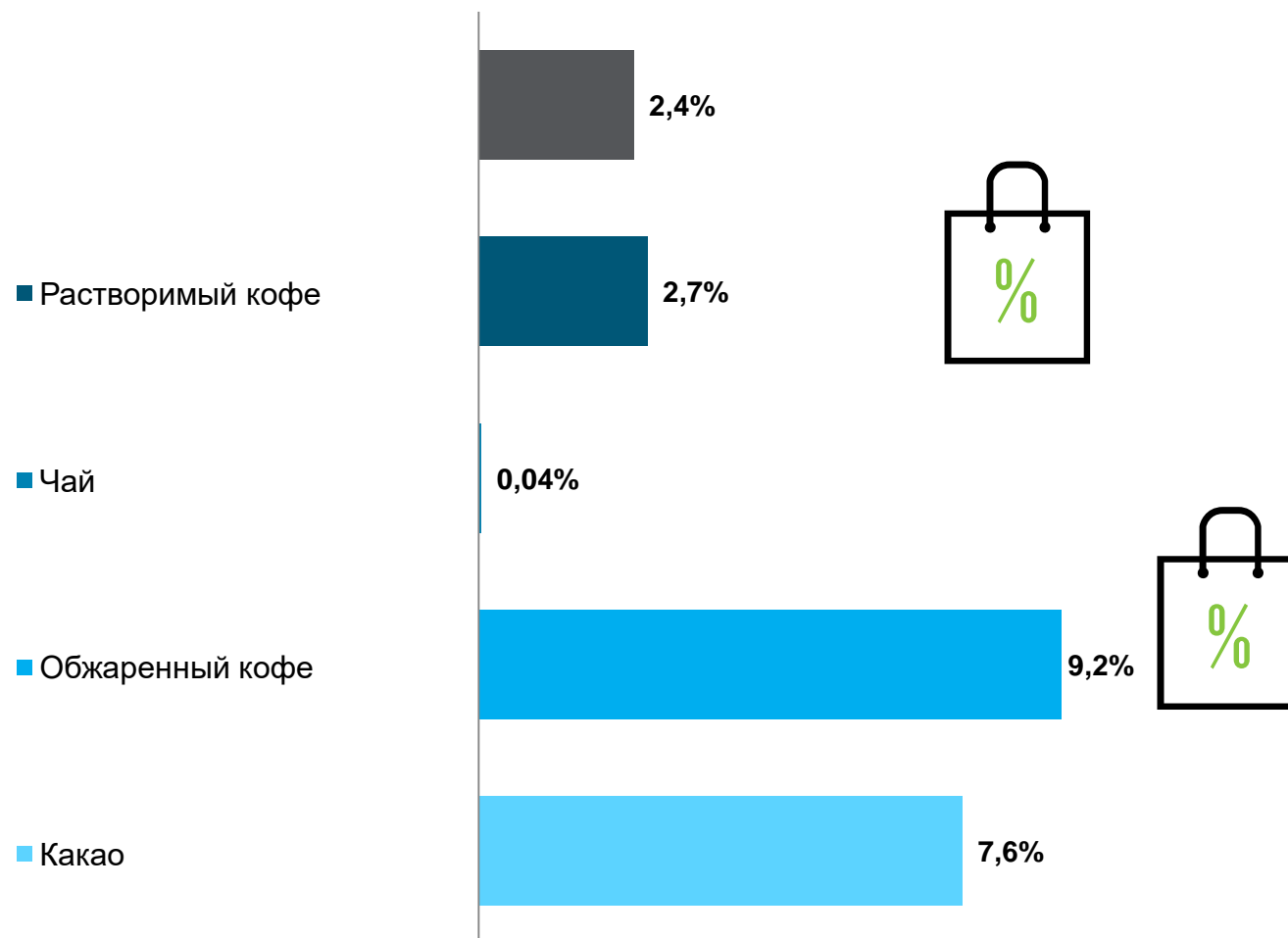


ГОРЯЧИЕ НАПИТКИ СТАНОВЯТСЯ БОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫМИ

Доли категорий в руб., %



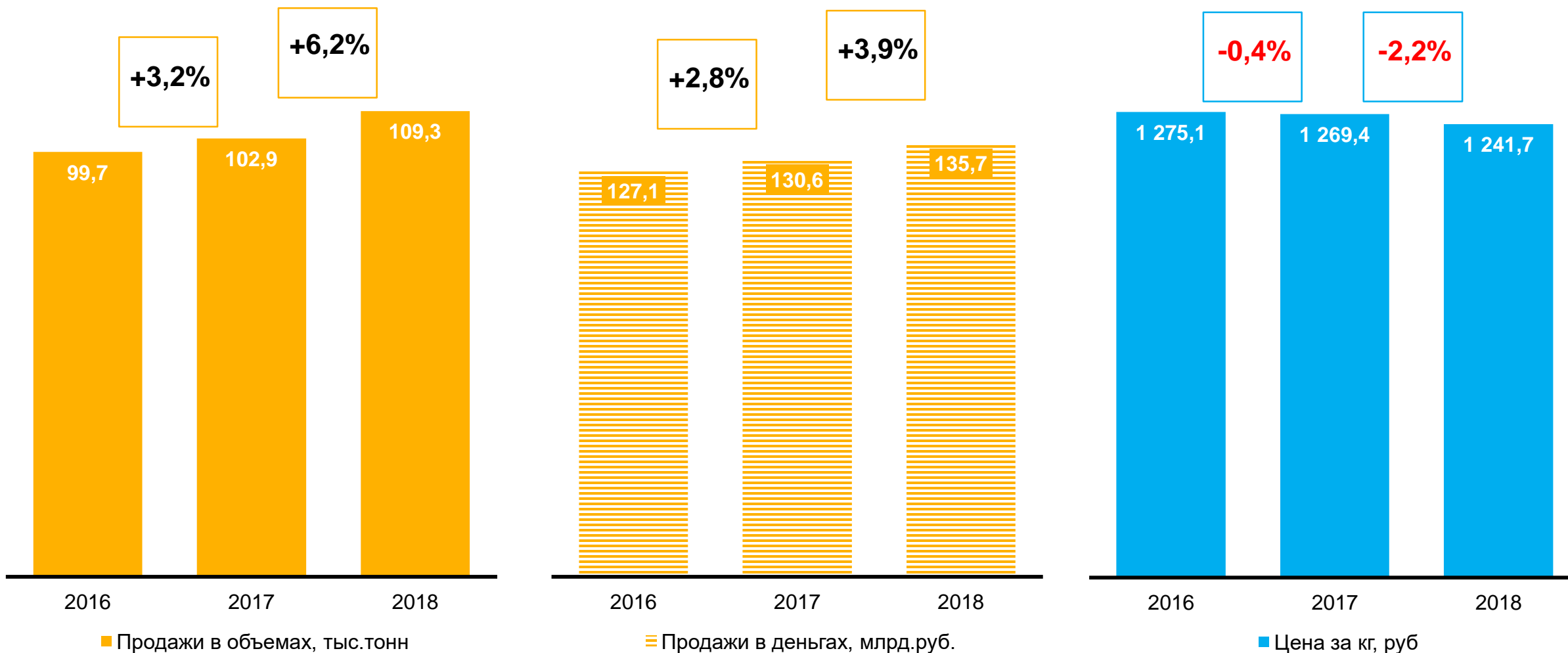
Темп роста, 2018 vs 2017 %



РЫНОК КОФЕ



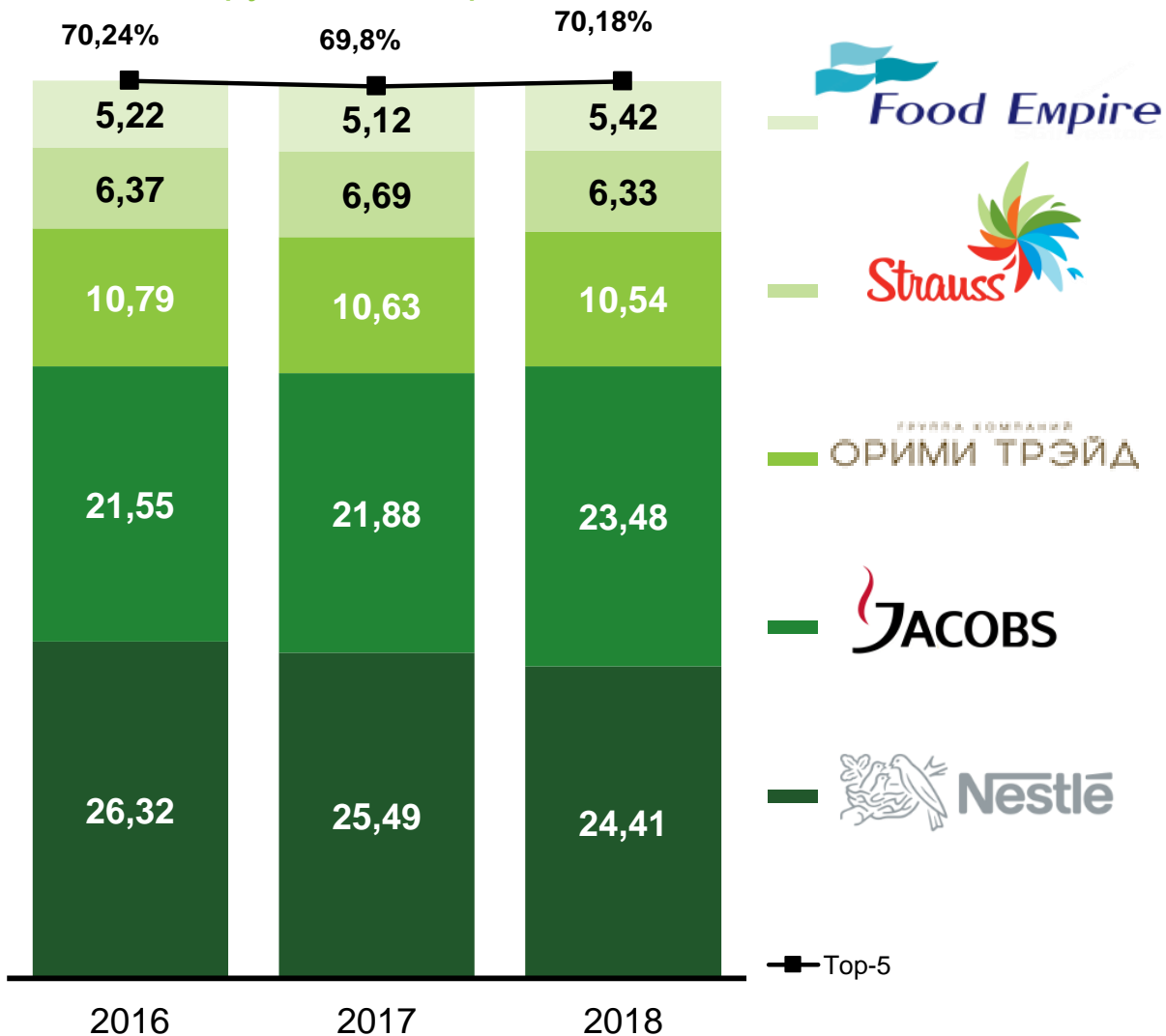
ПРОДАЖИ КОФЕ РАСТУТ В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИЯХ



РЫНОК КОФЕ

Крупнейшие производители занимают стабильные 70% продаж в денежном выражении в категории.

Доли в рублях топ производителей, %



460
БРЕНДОВ

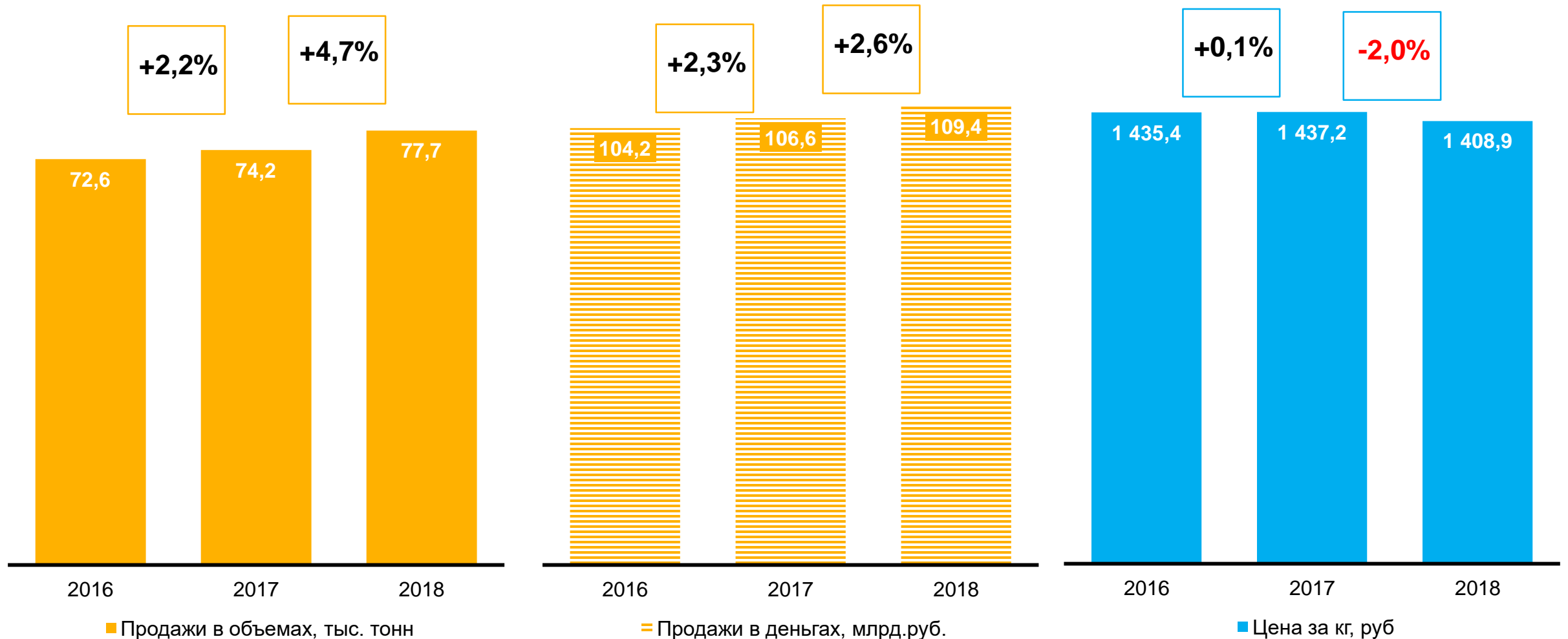
963
ВАРИАНТОВ

3950
СКЮ

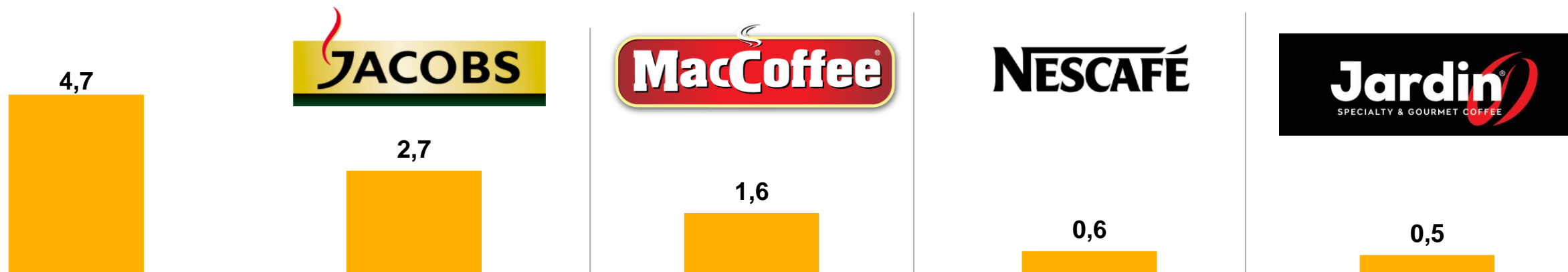
+6,2%
РОСТА В ОБЪЕМАХ

+3,9%
РОСТА В ДЕНЬГАХ

РАСТВОРИМЫЙ КОФЕ: ЗАМЕДЛЯЕТ РОСТ ЦЕНЫ, НО НАЧИНАЕТ РАЗВИТИЕ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ



НАИБОЛЬШИЙ ВКАД В РОСТ СЕГМЕНТА ВНОСИТ ПРОМО В БАЗОВЫЕ СКЮ В ПОРТФЕЛЯХ БРЕНДОВ



Рост сегмента, %

Вклад брендов в рост сегмента, %

ЦЕНОВОЙ
ИНДЕКС

130,6

41,6

93,1

130,5

ПРИЧИНА
РОСТА

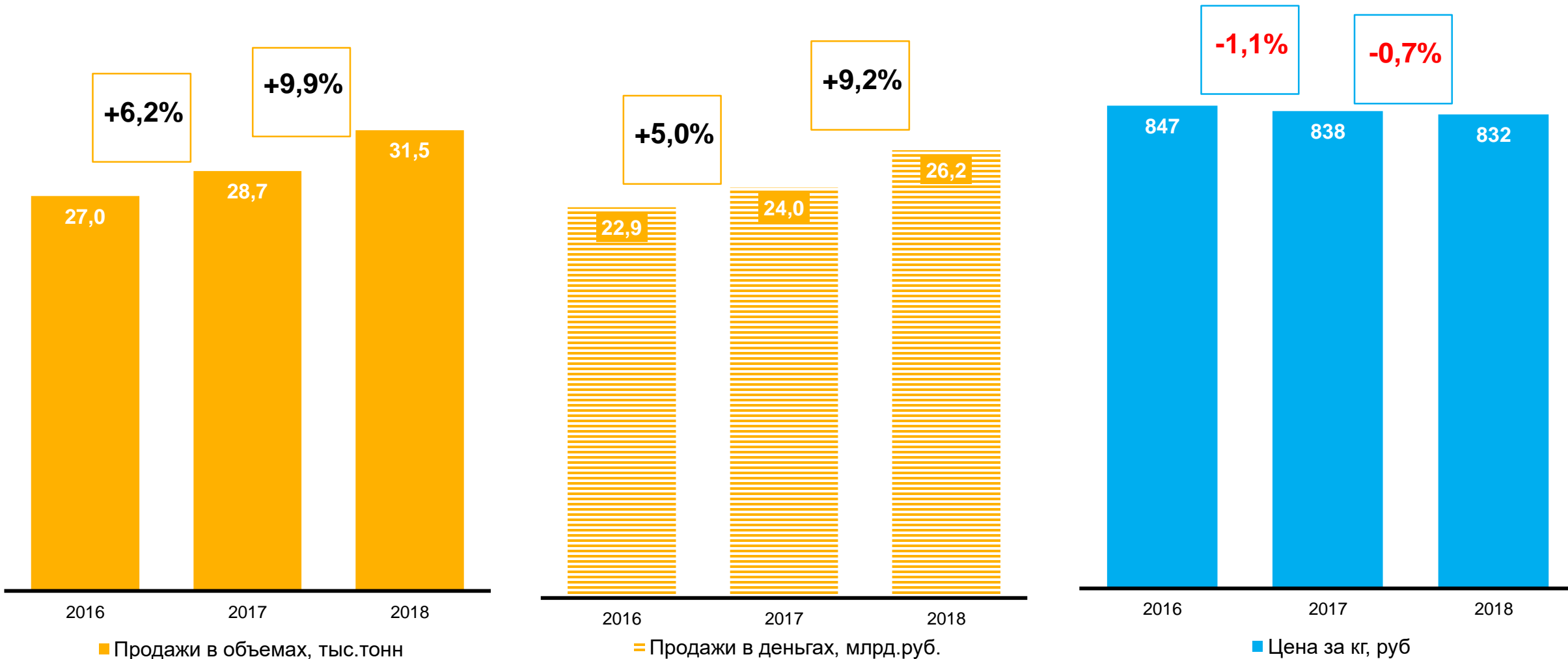
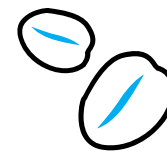
ПРОМО НА БАЗОВЫЕ СКЮ (НИЗКАЯ ЦЕНА В СЛУЧАЕ МАССОФФЕЕ)

ДИСТРИБУЦИЯ

ДОЛЯ
ПРОМО

74,9% (на 5,2пп больше, чем в 2017)

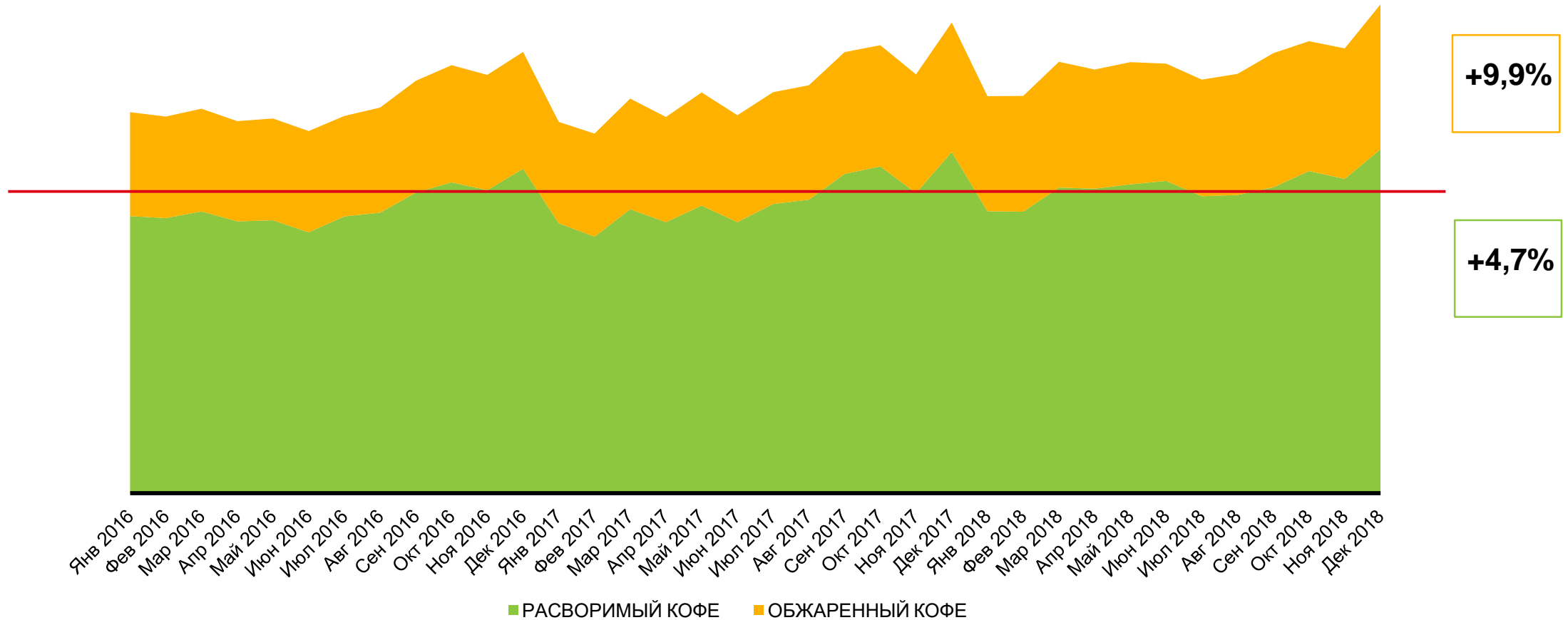
ОБЖАРЕННЫЙ КОФЕ НАРАЩИВАЕТ ПРОДАЖИ, НО СНИЖАЕТ СРЕДНЮЮ ЦЕНУ



ОБЖАРЕННЫЙ КОФЕ РАСТЕТ, НЕ ЗАМЕЩАЯ ПРОДАЖИ РАСТВОРИМОГО



Объем продаж сегментов кофе, кг

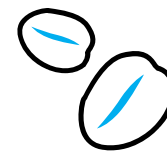


+9,9%

+4,7%

■ РАСТВОРИМЫЙ КОФЕ ■ ОБЖАРЕННЫЙ КОФЕ

ОСНОВНЫЕ БРЕНДЫ СЕГМЕНТА УВЕЛИЧИВАЮТ ПРОМО



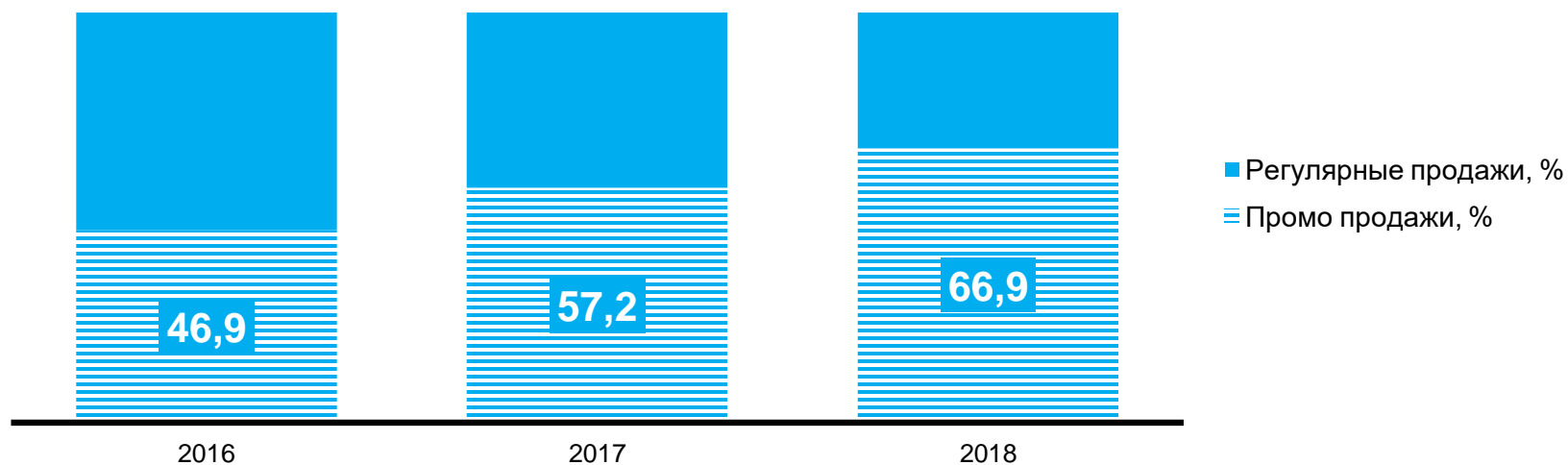
76%

Продаж в кг занимают **10 крупнейших** брендов сегмента обжаренного кофе



Средняя цена снизилась от **-1% до -9%**

Но доля промо увеличилась



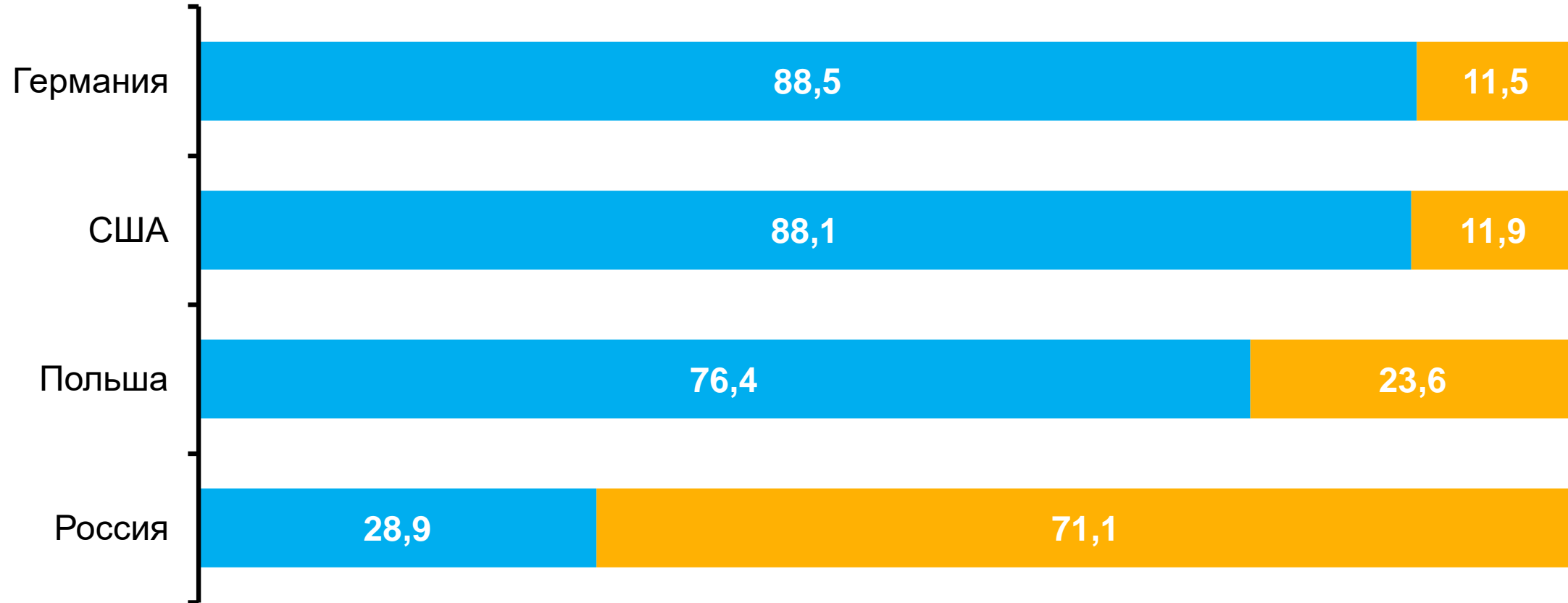
ОБЖАРЕННЫЙ КОФЕ СОСТАВЛЯЕТ МЕНЕЕ 30% В РОССИИ



ОБЖАРЕННЫЙ КОФЕ



РАСТВОРИМЫЙ КОФЕ



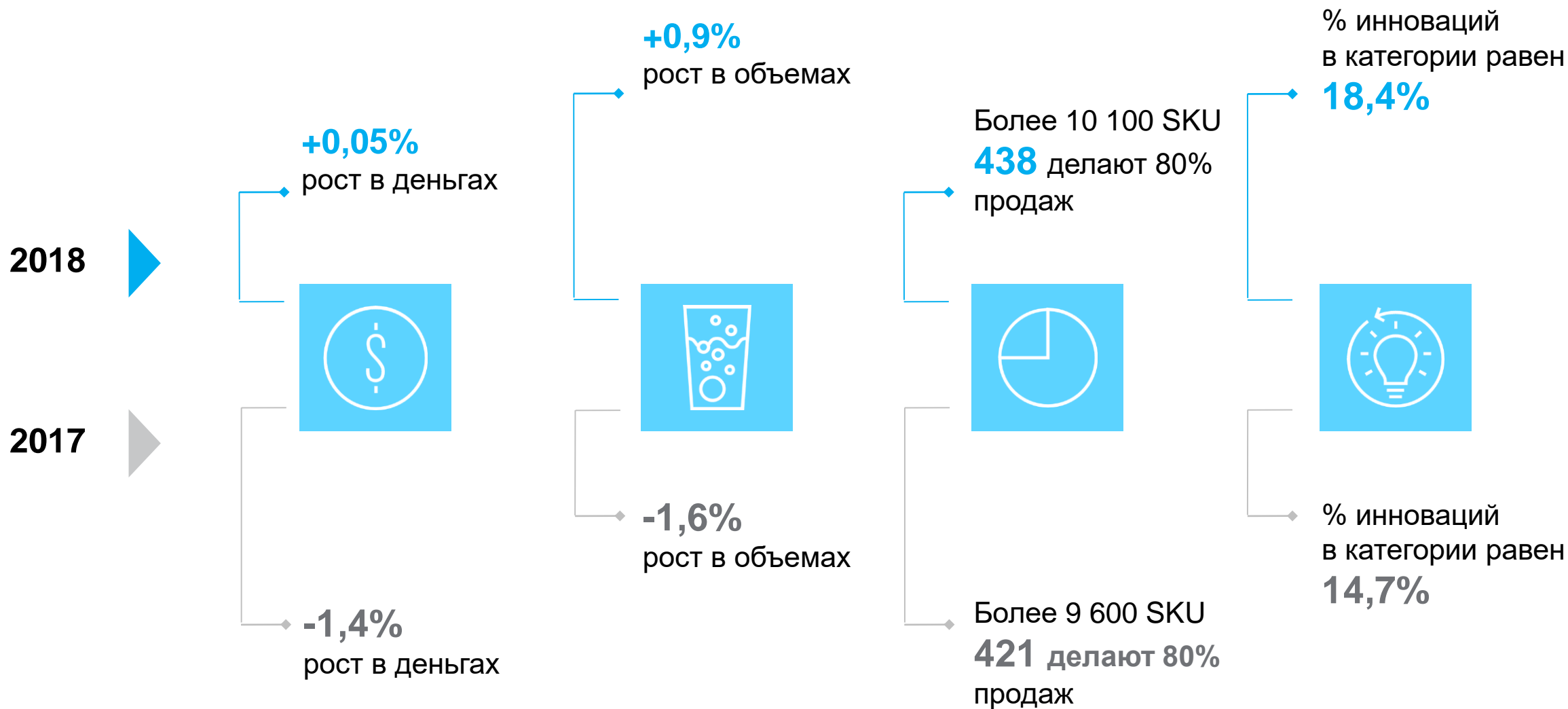
ВЫВОДЫ: КОФЕ

- ✓ Рост категории в натуральном выражении превышает рост в денежном выражении за счёт большой доли продаж на промо
- ✓ Доля промо в растворимом кофе составляет **75%**
- ✓ Обжаренный кофе составляет треть рынка, но растёт опережающими темпами 10% в год
- ✓ Рост обжаренного кофе происходит инкрементально, не замещая продажи растворимого
- ✓ Россия имеет колоссальный потенциал для дальнейшего развития обжаренного кофе
- ✓ E-com будет продолжать расти, особенно для обжаренного кофе в больших упаковках

РЫНОК ЧАЯ

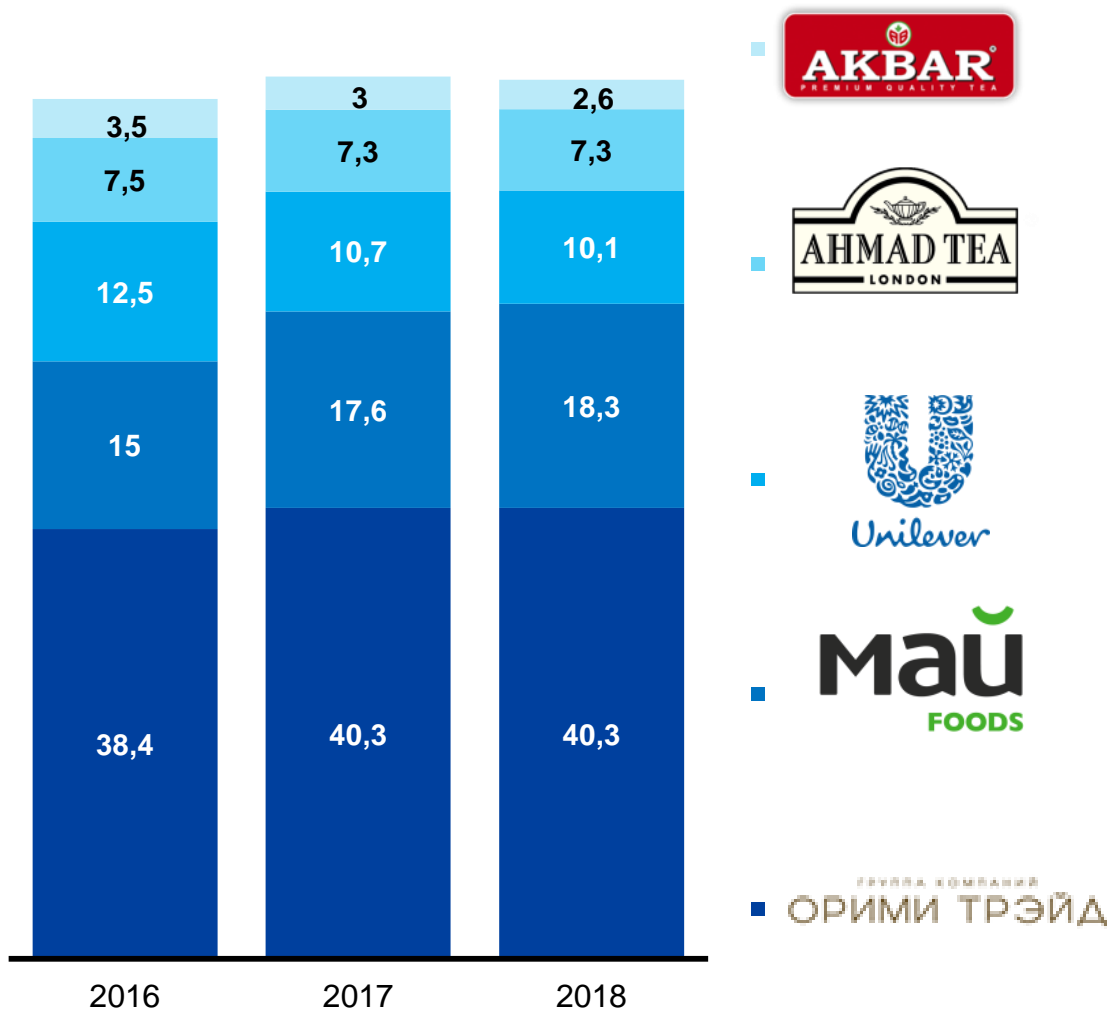


КАК ИЗМЕНИЛАСЬ КАТЕГОРИЯ ЧАЯ ЗА ГОД



РЫНОК ЧАЯ: КРУПНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ НАРАЩИВАЮТ ДОЛЮ

Доля в деньгах топ производителей, %



369

БРЕНДОВ

1996

ВАРИАНТОВ

10151

СКЮ

+0,9%

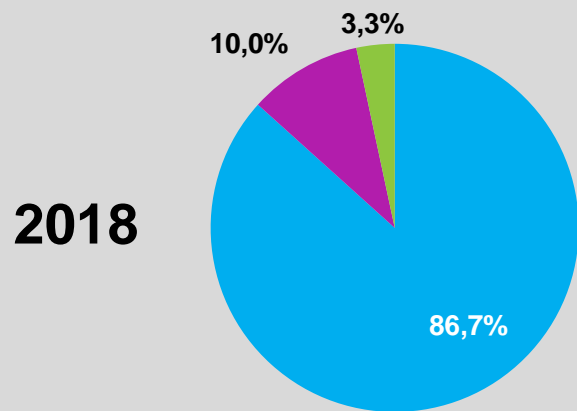
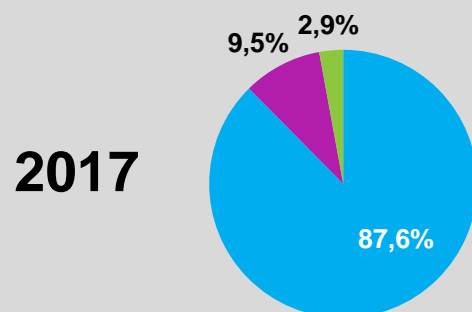
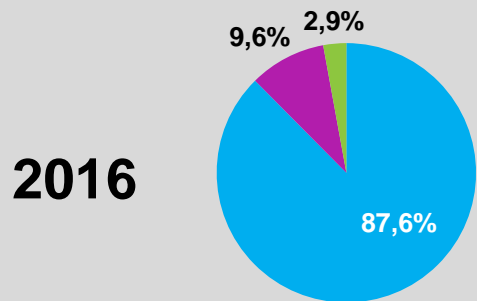
РОСТА В ОБЪЕМАХ

+0,05%

РОСТА В ДЕНЬГАХ

РОССИЯНЕ ВЕРНЫ ЧЕРНОМУ ЧАЮ

Доля в кг сегментов чая, %



■ Черный чай ■ Зеленый чай ■ Другие

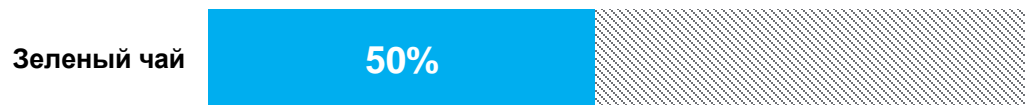
Россияне предпочитают бюджетный продукт?

94% Ценовой индекс черного чая*

126% Ценовой индекс зеленого чая*

Промо давление сохраняется

57% Промо категории

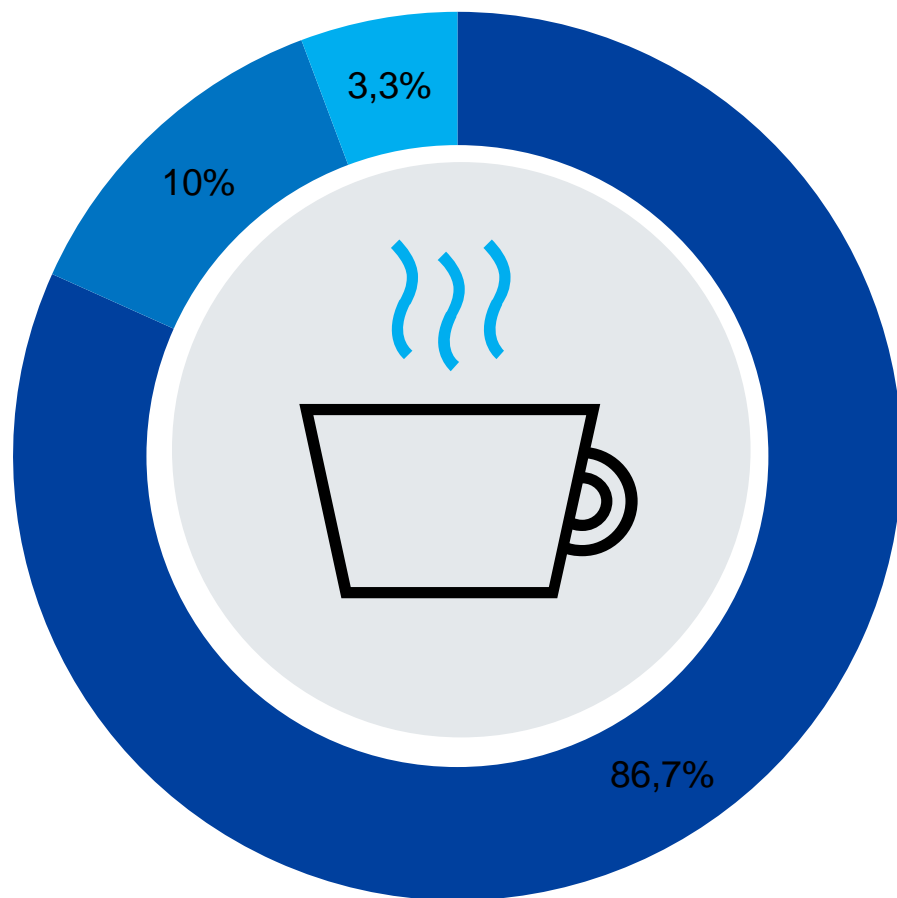


* Ценовой индекс (цена сегмента / цена категории)

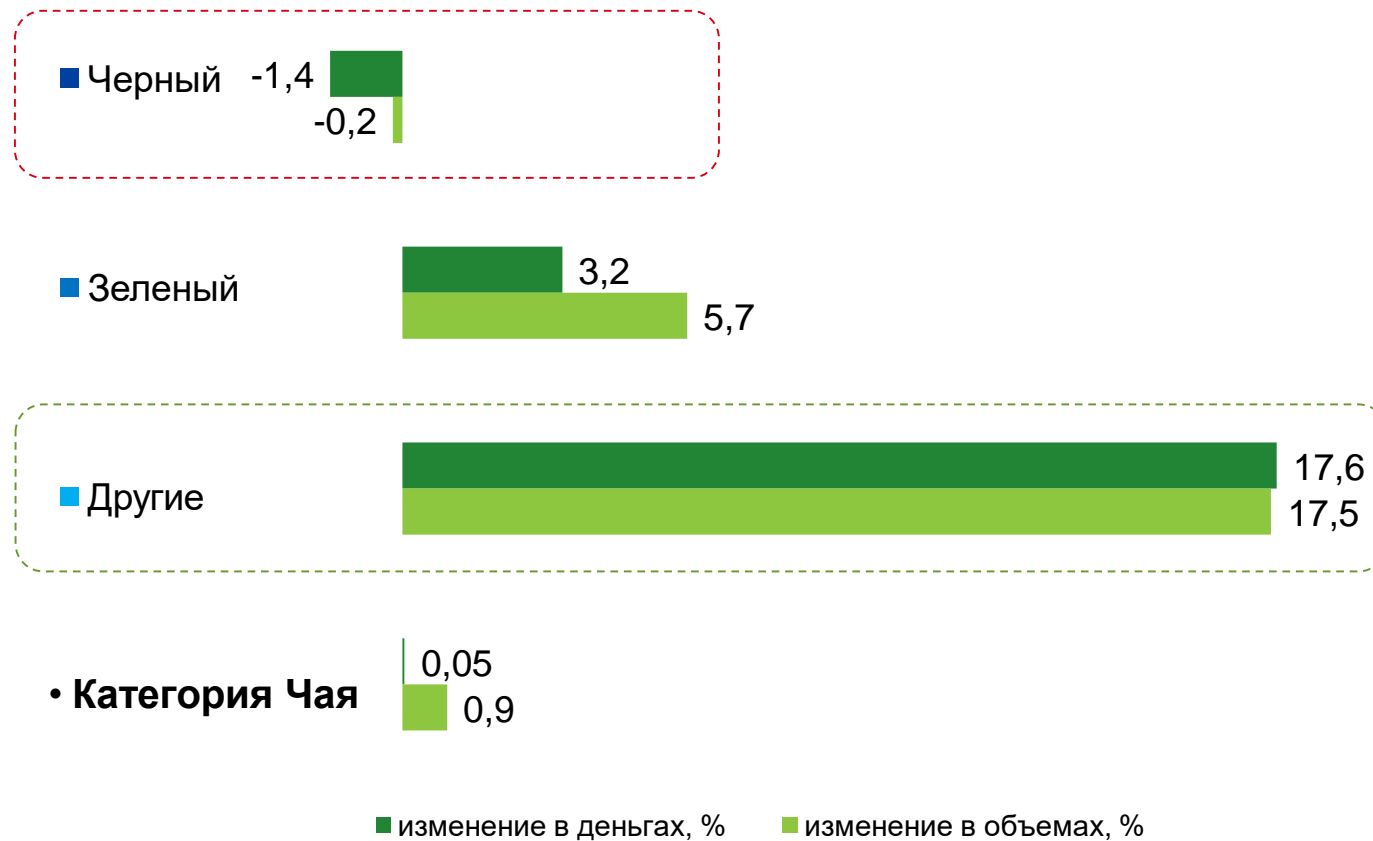
КЛЮЧЕВЫЕ СЕГМЕНТЫ КАТЕГОРИИ

Черный чай наибольшим образом влияет на падение категории

Доля сегментов категории в объемах, %

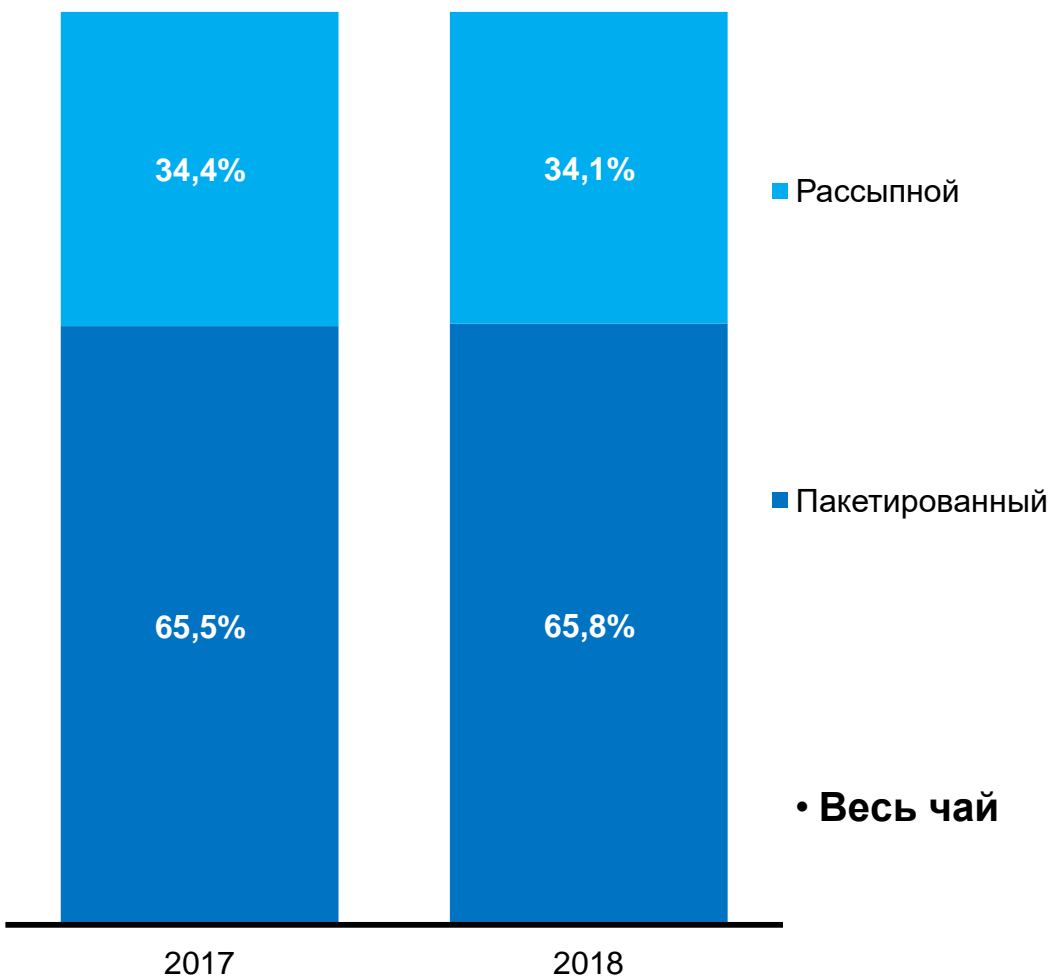


Динамика продаж сегментов категории в 2018 к 2017 году, %

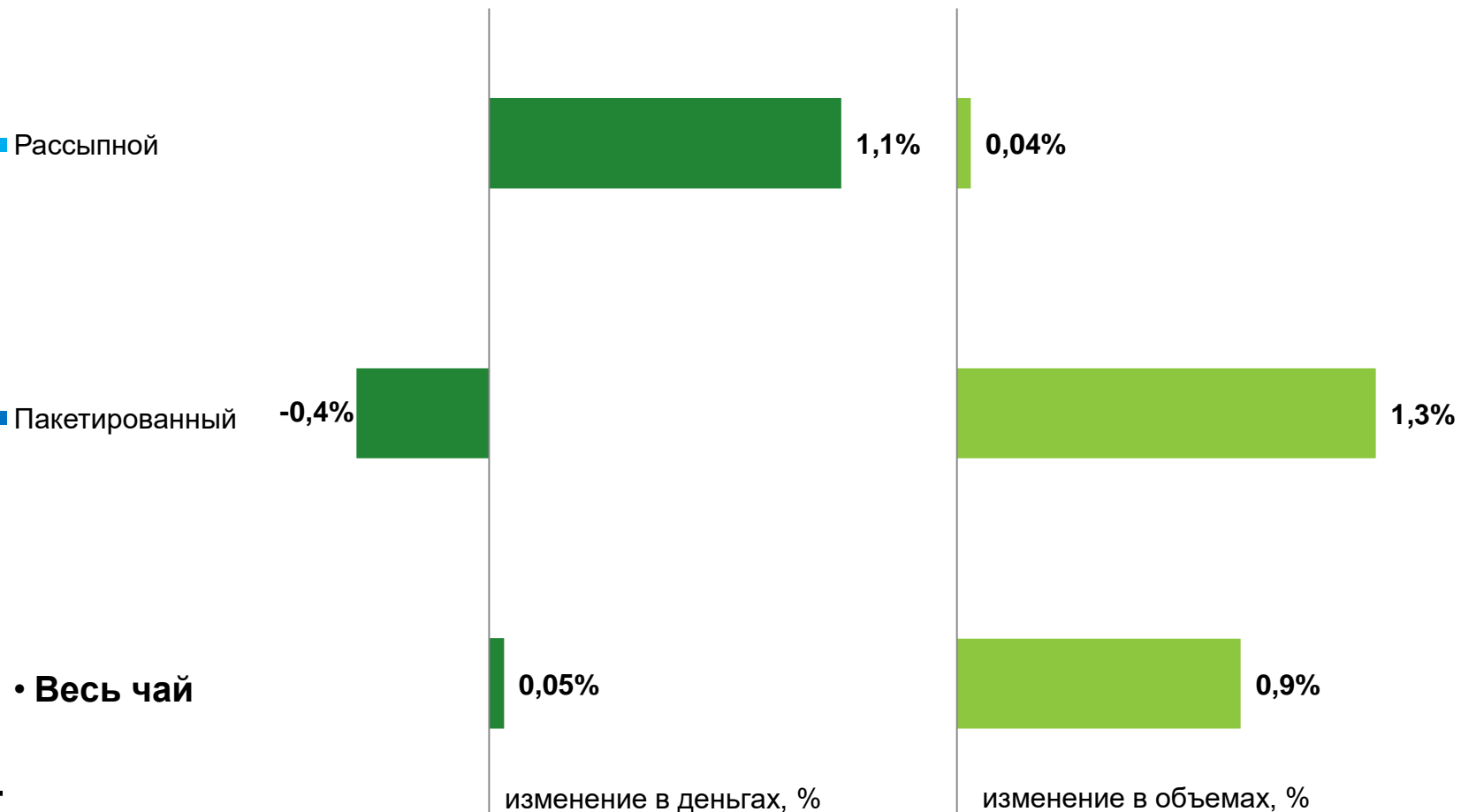


РАССЫПНОЙ ИЛИ ПАКЕТИРОВАННЫЙ?

Доля сегментов категории в деньгах, %

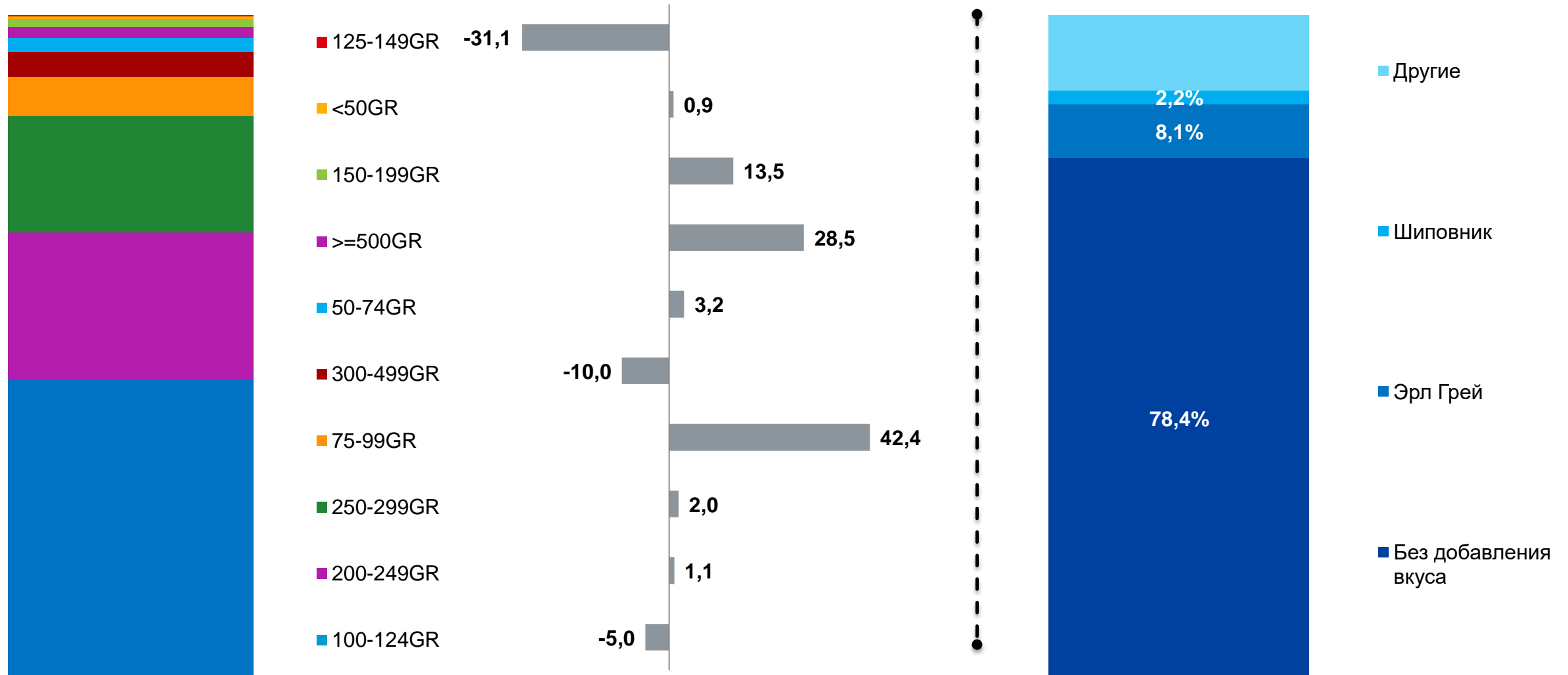


Динамика продаж сегментов категории в 2018 к 2017 году, %



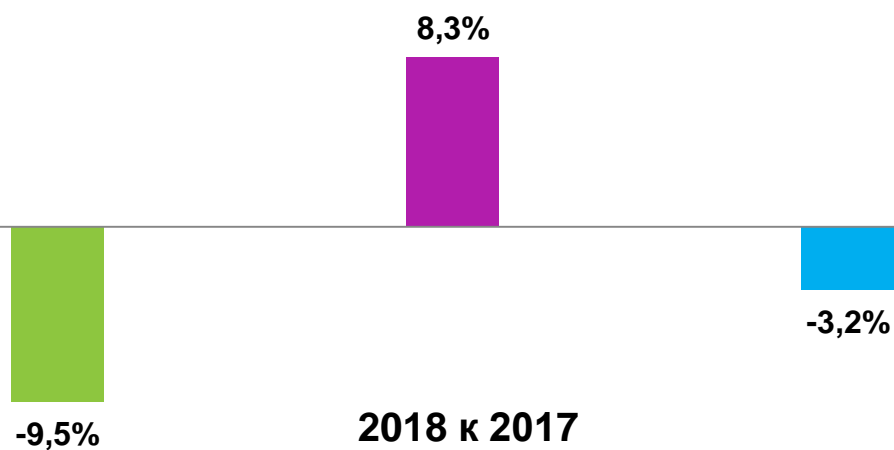
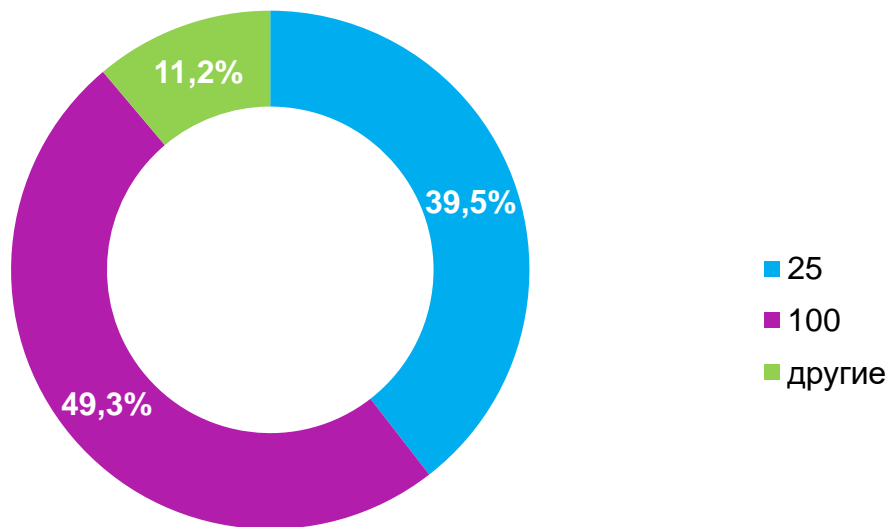
РАССЫПНОЙ ЧАЙ: ЧТО В КОРЗИНКАХ У ПОКУПАТЕЛЕЙ

Доли размеров упаковки, %



ПАКЕТИРОВАННЫЙ ЧАЙ: ЧТО В КОРЗИНКАХ У ПОКУПАТЕЛЕЙ

Доли размеров упаковки, %



Доли вкусов чая, %



ВЫВОДЫ ЧАЙ

- ✓ Рынок чая стагнирует
- ✓ 69% категории сосредоточены в руках трёх производителей, которые не теряют своих позиции на протяжении последних 3х лет
- ✓ Категория удерживается за счёт роста зелёного и травяного\ягодного чая, замещая падение чёрного
- ✓ Половина рынка пакетированного чая – упаковки по 100 шт, и этот формат растёт на 8% в год

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ