



# МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ

Динамика и тенденции развития категорий молочной продукции в России и в мире

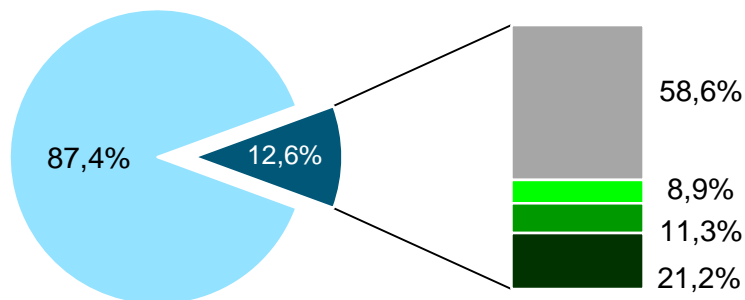
27 февраля 2018

# МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

n

Денежная доля в FMCG **12,6%**

ДЕНЕЖНЫЕ ПРОДАЖИ **+5,2%** НАТУРАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ **-4,0%** ИНФЛЯЦИЯ **+9,2%**



- FMCG
- Молочная продукция
- Другая молочная продукция
- Кефир
- Масло
- Пастеризованное молоко



Рост денежных продаж группы стимулируется инфляцией.

В натуральном выражении группа падает, наибольший негативный вклад дают **Суперетты и Традиционные прод. магазины**. Единственный растущий канал – **Супермаркеты**.



Все Регионы показывают негативную динамику натуральных продаж

# ПАСТЕРИЗОВАННОЕ МОЛОКО

n

Денежная доля в ГРУППЕ  
Традиционной молочной продукции **28,3%** ▲

ДЕНЕЖНЫЕ ПРОДАЖИ **+6,1%** НАТУРАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ **-2,2%** ИНФЛЯЦИЯ **+8,5%**



## КАНАЛЫ

- ▲ Супермаркеты **+14,1%**
- ▼ Традиционные прод. магазины **-9,1%**



## РЕГИОНЫ

- ▲ Центр **+6,2%**
- ▲ Волга **+9,1%**
- ▲ Урал **+5,6%**
- ▲ Северо-Запад **+5,4%**
- ▲ Юг **+5,3%**



## УПАКОВКА

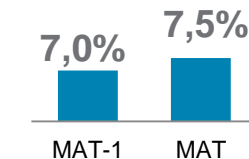
- ★ Мягкие пакеты **+4,1%**
- ▲ Пластиковые бутылки **+14,1%**

## % ЖИРНОСТЬ

- ★ 2,5% **+4,5%**
- ★ 3,2% **+9,4%**
- ▲ 4,5% **+12,2%**



Доля рынка, руб, %  
**БРЕНДЫ И СТМ**



Доля рынка, руб, %

**Бренды** 102,9%

**СТМ** 74,5%

Ценовой индекс, %

Изменения денежных продаж

Изменения денежных продаж

# КЕФИР

n

Денежная доля в ГРУППЕ Традиционной молочной продукции **14,1%** ▼

ДЕНЕЖНЫЕ ПРОДАЖИ **+0,1%** НАТУРАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ **-7,4%** **+8,1%**



## КАНАЛЫ

- ▲ Супермаркеты **+6,6%**
- ▼ Традиционные прод. магазины **-15,1%**



## РЕГИОНЫ

- ▲ Волга **+4,1%**
- ▲ Юг **+3,3%**
- ▲ Дальний Восток **+6,4%**
- ▼ Центр **-2,3%**



## УПАКОВКА

- ★ Пластиковая бутылка **+3,1%**
- ▲ Мягкий пакет **+5,6%**
- ▲ Коробка «Домик» **-3,1%**



## ВКУС

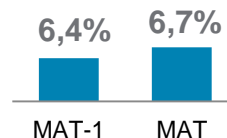
- ▲ Сладкий **+4,4%**
- ▼ Без доп. вкуса **-0,2%**

## % ЖИРНОСТЬ

- ▲ 3,2% **+3,2%**
- ▼ 0-0,1% **-13,7%**



Доля рынка, руб, %  
БРЕНДЫ И СТМ



Доля рынка, руб, %

Бренды **103,1%**

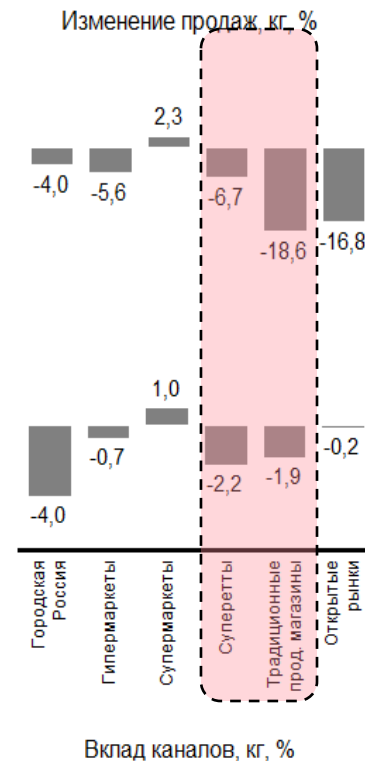
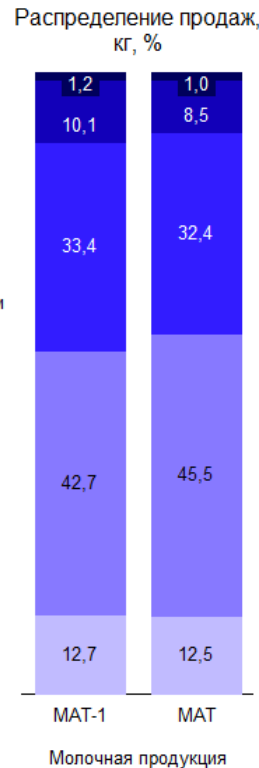
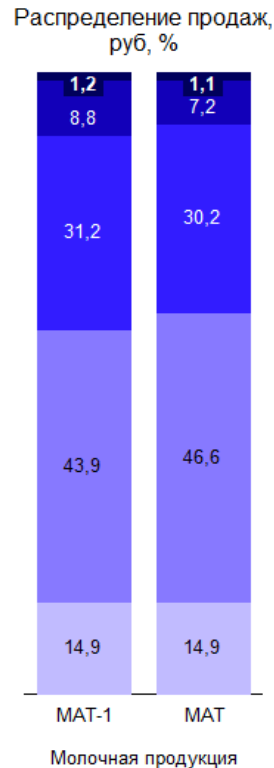
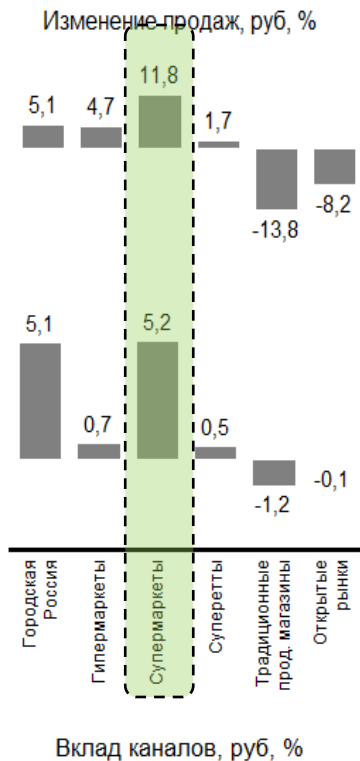
СТМ **70,5%**

Ценовой индекс, %



**ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГРУППЫ  
КАТЕГОРИЙ  
«МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ»  
В РОССИИ**

# КАНАЛЫ ПРОДАЖ

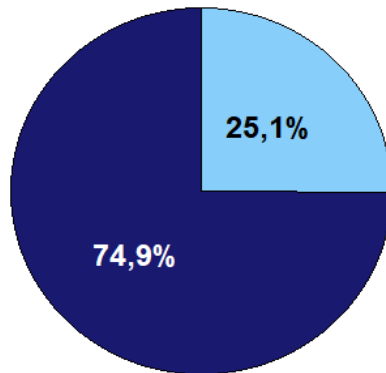


# ТРАДИЦИОННАЯ И СОВРЕМЕННАЯ МОЛОЧНЫЕ ГРУППЫ

Доли Традиционной и Современной молочной продукции

## Традиционная молочная продукция

Простокваша  
Маргарин и спреды  
Ряженка  
Сливки  
Молоко стерилизованное  
Творог  
Кефир  
Сметана  
Масло  
Молоко пастеризованное



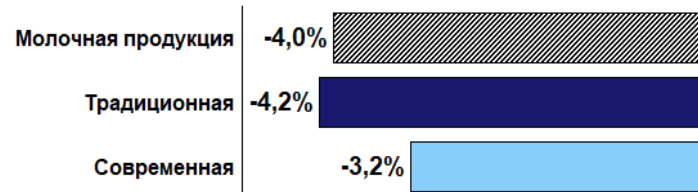
## Современная молочная продукция

Питьевой йогурт  
Йогурт  
Десертный творог  
Глазированный творог  
Жидкие десерт  
Молоко с соком  
Молочные десерты

Изменение продаж, руб

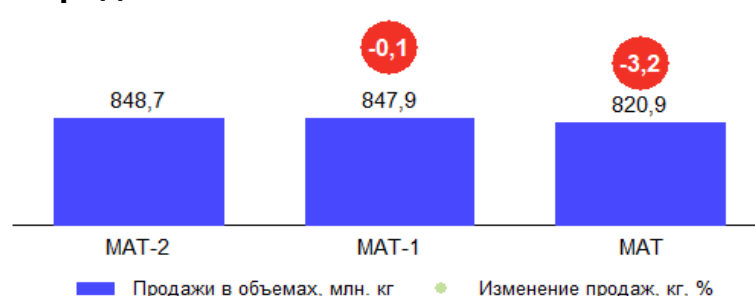


Изменение продаж, кг

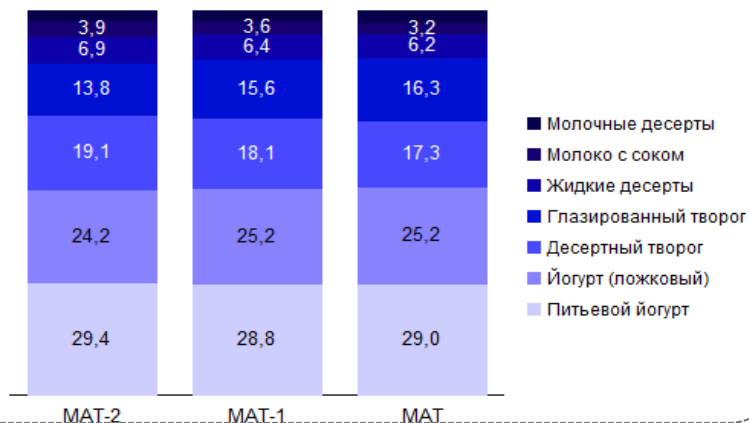


# СОВРЕМЕННАЯ МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ. РОССИЯ

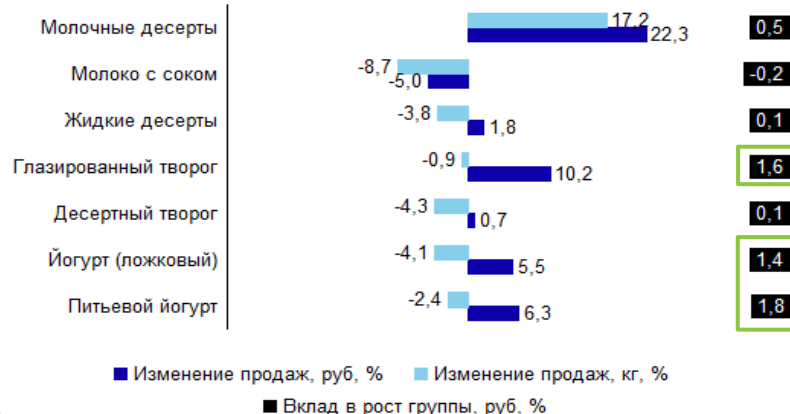
## Объем продаж, % - Городская Россия



## Структура группы, руб. %



## Изменение продаж, %

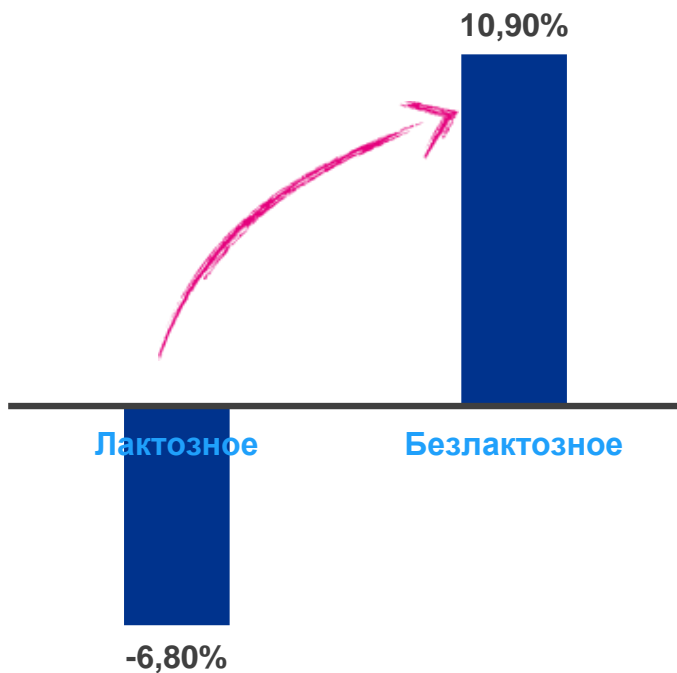




# МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ

# НАМЕЧАЕТСЯ НОВЫЙ ТРЕНД

EU 9 % рост групп



Доля безлактозных  
молочных продуктов



# МЕКСИКА

## Молочная индустрия

Рост новых сегментов

9.1%



VS 4.1% основного сегмента



Безлактозное



Органическое

# ТРЕНД НА ПЕРЕКУС ВМЕСТО ОБЕДА



# ПРЕМИУМИЗАЦИЯ



Стеклянная упаковка



Удобство



Интересный дизайн



# ТОВАРЫ ДЛЯ РАЗНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Для детей



Для мужчин



Для спортсменов



# ОРГАНИЧЕСКИЕ И БИО ПРОДУКТЫ



# nielsen



**Владислав Андреев**

**Директор по работе с новыми клиентами**

**+7-968-030-32-20**

**[info.russia@nielsen.com](mailto:info.russia@nielsen.com)**