



**ЕШЬ ДЕРЕВЕНСКОЕ**

## **Богатый бедный потребитель**

Валентина Кузьмич, Директор по бренду и коммуникациям «Ешь Деревенское»

## 1.1. Количество заказов

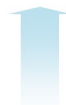
#10\_2022 (сентябрь)



**33,9 млн**  
в сентябре 2022



**+8%**  
к августу 2022



**+54%**  
к сентябрю 2021

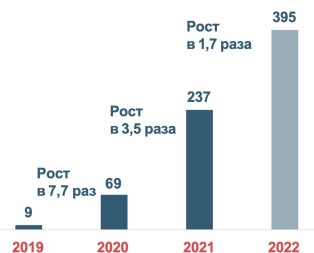
В среднем в сутки 1130 тыс. заказов (+12% к августу 2022 г.)

Здесь и далее учитываются заказы через интернет-магазины и службы доставки продуктов питания (для Яндекс.Еда и Delivery Club учитываются только заказы из магазинов и не учитываются заказы из ресторанов), а также заказы через сервисы экспресс-доставки универсальных маркетплейсов.  
Рост за месяц считается относительно оценок за предыдущий месяц, которые могли быть уточнены на основе новых поступивших данных

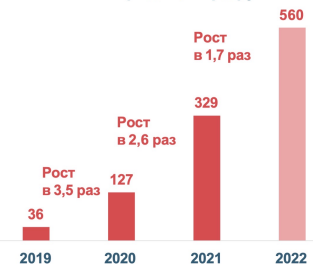
10

## Темпы роста рынка e-Grocery

Заказы, млн



Объем продаж, млрд руб.



# Рост сопоставимых продаж продуктов питания ниже уровня продуктовой инфляции





## Причины изменения ландшафта отрасли:

- Естественные демографические потери,
- Геополитическая миграция,
- Режим жесткой потребительской экономии, когда все большее число покупателей ставит на первое место фактор цены

**Forbes** ИДЕИ ПО РАЗВИТИЮ РОССИИ Рубрики Рейтинги Видео Life Woman Образование Блоги

**FCongress Blog**  
Модераторы на Банкротства: можно ли считать его поддержкой рынка и бизнеса

**Рассылка Forbes**  
Самое важное о финансах, инвестициях, бизнесе и технологиях  
Подписаться

**Новости** 16.11.2022

Разрыв между ценами спроса и предложения на элитное жилье в Москве достиг рекорда

18:00  
Чистка отрасли: как и почему владельцев проверяют сети ресторанов

18:33  
СМИ сообщили о «первом» приговоре за связанное со «спецоперацией» мошенничество

Forbes Woman  
История One Taste: как стартап о женском удовольствии превратился в культ насилия

18:01  
Estée Lauder купит премиальный бренд Tom Ford почти за \$3 млрд

**«Азбука вкуса» зафиксировала массовый отъезд своей целевой аудитории**  
Андрей Злобин Редакция Forbes Копировать ссылку

**Сеть премиальных супермаркетов «Азбука вкуса» заметила массовый отток своей целевой аудитории в этом году. Ранее компания планировала выход на биржу в ближайшем будущем, рассматривая покупателей продуктов в своих магазинах как потенциальных инвесторов**

«Азбука вкуса» отметила «массовый отъезд целевой аудитории» среди трудностей, с которыми столкнулась во втором квартале 2022 года. Об этом **говорится** в материалах компании для инвесторов. Внимание на них **обратил** Shopper's.

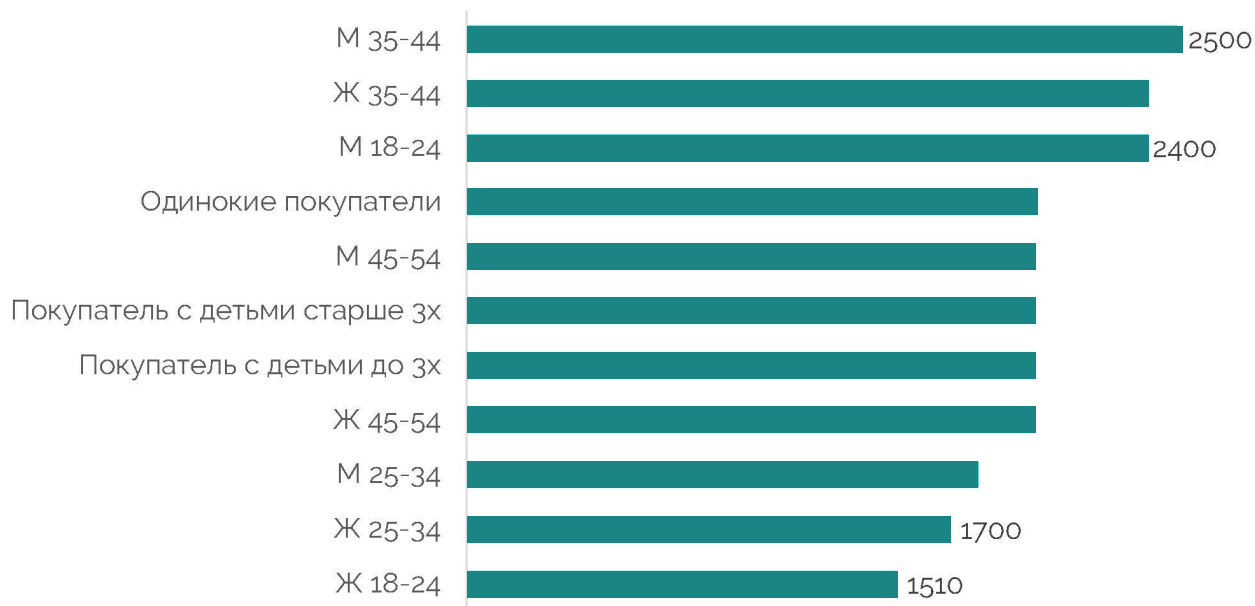
Компания привела данные Федеральной службы безопасности, согласно которым за первый квартал 2022 года из России выехали 3,8 млн человек против 2,6 млн годом ранее. Также до исторического минимума, отмечает «Азбука вкуса», снизился иностранный туристический поток. «Все это сказалось на покупательской активности и на трафике магазинов ретейлера», — подчеркивается в сообщении.

С апреля по июль «Азбука вкуса» наблюдала снижение трафика к прошлому году, сообщил Forbes представитель компании, назвав это сезонным трендом. Пик снижения, по его словам, был в мае — трафик снизился на 3,9% по сравнению с аналогичным периодом 2021 года. При этом в августе люди стали возвращаться из отпусков и трафик в супермаркеты сети вырос на 4,8%, сообщил он. В сентябре, по его словам, снижение трафика составило 0,9% к аналогичному месяцу прошлого года.

Материал по теме

**«Каждый раз все говорят, что наш бизнес должен умереть»: президент «Азбуки вкуса» — о пандемии, IPO и фуд-хакинге**

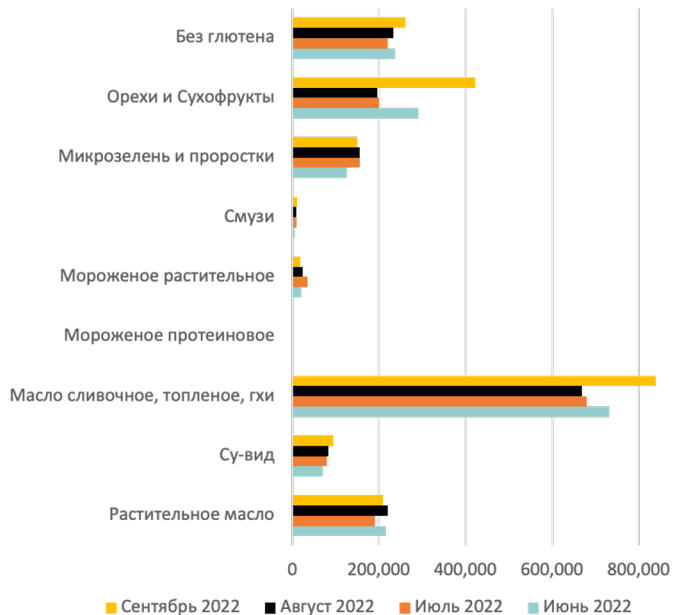
## Средний чек



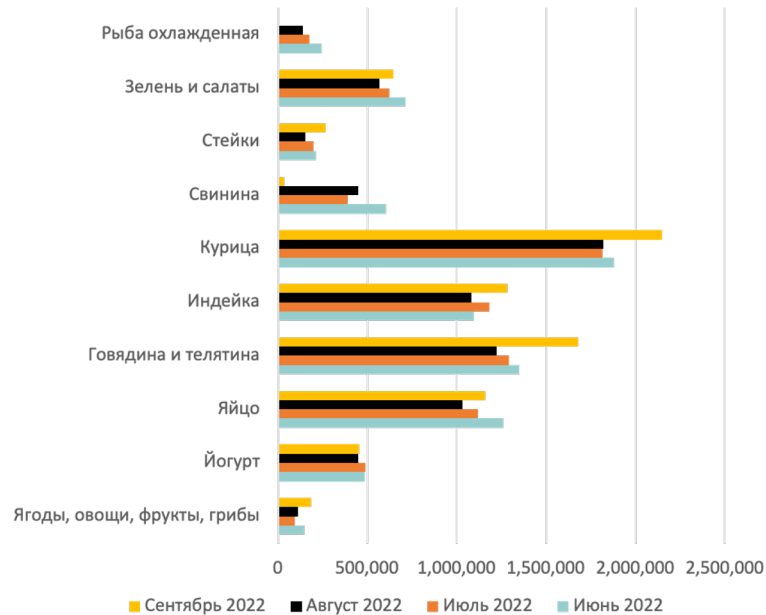


Но рисунок потребления одинаков для всех групп продовольственных товаров

Традиционные ЗОЖ-товары



Высокочастотные товары

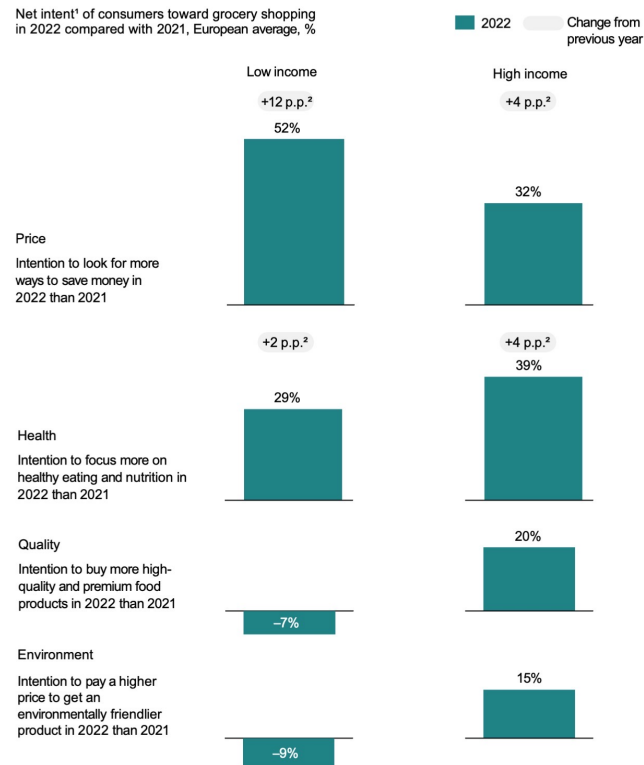




... характерна не только для РФ рынка  
и не только для ситуации на нем.

**There is increasing polarization between  
low- and high-income consumers  
regarding attitudes toward price, health,  
quality, and environment.**

McKinsey & Company  
Navigating the market headwinds – The State of Grocery Retail 2021: Europe





## Европа: больше потребителей ориентируется на цену при выборе продуктов питания

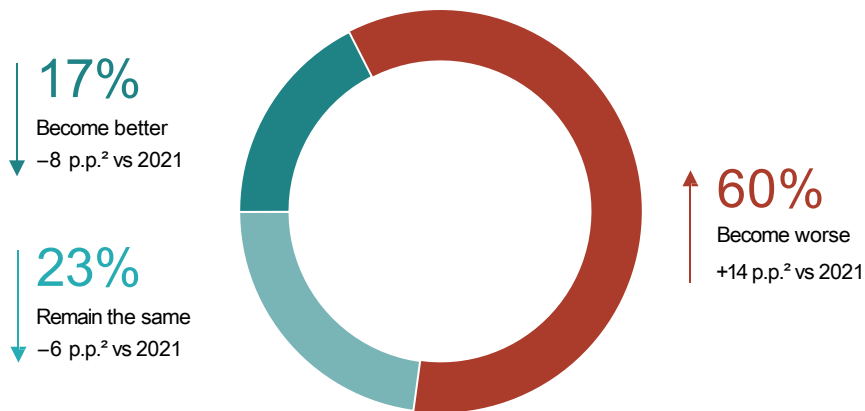
	Northern and Western Europe						Southern Europe	Central Europe		
	Europe average <sup>4</sup>	Germany	United Kingdom	Netherlands	France	Sweden	Switzerland	Spain	Italy	Poland
<b>More consumers prioritize price</b>										
Look for ways to save money when shopping	42%	41%	41%	38%	43%	36%	39%	48%	42%	45%
	+9	+14	+3	+11	+10	+10	+5	+4	+3	+10
Actively research for best promotions	28%	12%	21%	27%	33%	27%	15%	40%	38%	39%
	+1	-11	-1	+7	+6	+8	-8	+6	-2	+7
Switch to less expensive products to save money	18%	18%	19%	24%	18%	13%	16%	22%	8%	20%
	+1	+7	-5	+10	+7	+4	-4	-8	-9	+5
Buy private-label products instead of known brands	14%	18%	13%	27%	11%	11%	14%	16%	8%	5%
	+4	+6	+6	+14	+5	+7	+3	-2	-4	-3





Еще в начале 2022 года большинство СЕО европейских продовольственных ритейлеров видели рынок так:

Sentiment toward 2022 grocery market conditions



Words describing the grocery industry in 2022



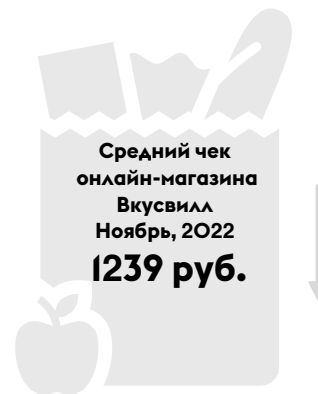
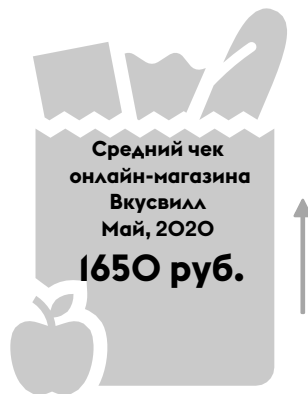
## 10 Поляризация спроса



### Двигаемся в противоположных направлениях одновременно

Food-ритейл строит свою стратегию от двух диаметральных тенденций:

- ✓ уход в низкий ценовой сегмент
- ✓ премиальное предложение для аудитории заинтересованной в ЗОЖ-потреблении



Средний чек онлайн-магазина сети Вкусвилл составил 1650 руб. (май 2020) и 1294 руб. (ноябрь 2022)



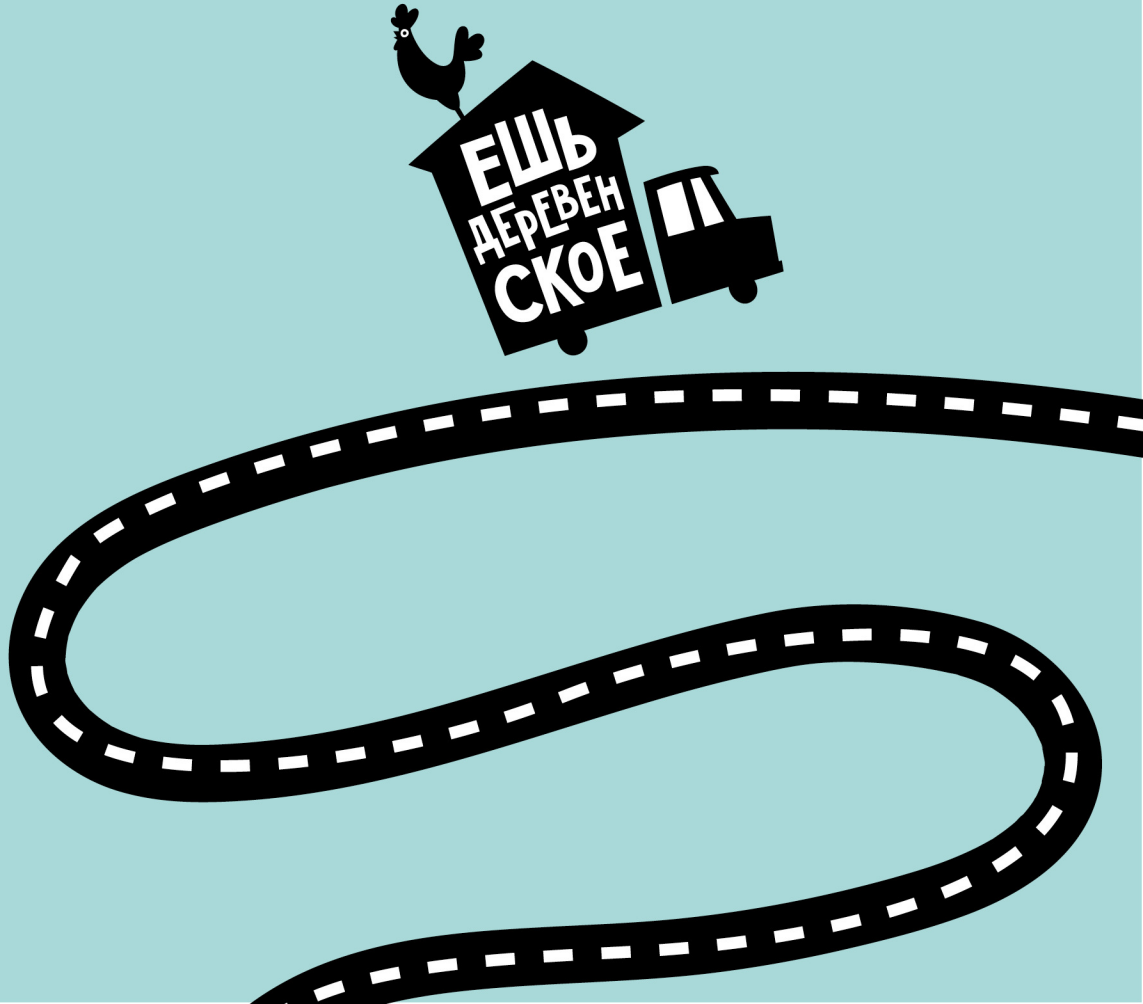
## Что уже ставит в свою стратегию X5



**X5Group выделяет для себя семь ключевых драйверов роста:**

- Агрессивное развитие сети "**жёстких дискаунтеров**" "Чижик";
- Сохранение высоких темпов роста "Пятёрочки" со смещением ассортимента **в сторону товаров низкого ценового сегмента**;
- Увеличение отрыва "Перекрёстка" от конкурентов **за счёт уникального ассортимента**, фокуса на развитии в больших городах и улучшении сервиса;
- Региональное развитие, в том числе - через альянсы с местными сетями;
- Развитие на Дальнем Востоке. Планируем начать там работу уже в следующем году!
- Внедрение партнёрского подхода к управлению нашими магазинами;
- Сохранение взгляда на клиента через клиентский путь. И будем развивать сервисы.

Спасибо за внимание!



[esh-derevenskoe.ru](http://esh-derevenskoe.ru)



[eshderevenskoe](https://vk.com/eshderevenskoe)



[@eshderevenskoe](https://t.me/eshderevenskoe)