



Эксклюзивный представитель  
в России и СНГ



# Актуальные тренды потребительского поведения россиян

Москва, октябрь 2013

# Какой он – современный российский покупатель?



**30 245 руб.**

*Средняя месячная зарплата*

**51%**

*Имеют автомобиль в семье.*

**505 руб.**

*Средние траты за один поход в магазин (август 2013)*

*В среднем российские горожане ходят в магазин за покупками*

**2-3 раза в неделю**

*Предпочитают магазины недалеко от дома. А для 63% важны цена и ассортимент товаров*

**69%**

*Готовы платить больше за эко продукты*

**58%**



# Среднестатистическое домохозяйство в среднем тратит на продукты около 9 400 руб. в месяц



❖ Благосостояние населения растет, доля затрат на продукты питания с учетом инфляции за последние два года выросла на 5%.

❖ В среднем потребители тратят на покупку продовольственных и непродовольственных товаров около 50% своих доходов.

# Стиль покупок российского потребителя

Я всегда хожу в магазин со списком покупок – **41%**



Я всегда точно знаю, что мне нужно купить – **49%**



Но при этом...

Помимо запланированного я всегда покупаю что-то еще – **65%**



Я часто покупаю товары по акции – **57%**

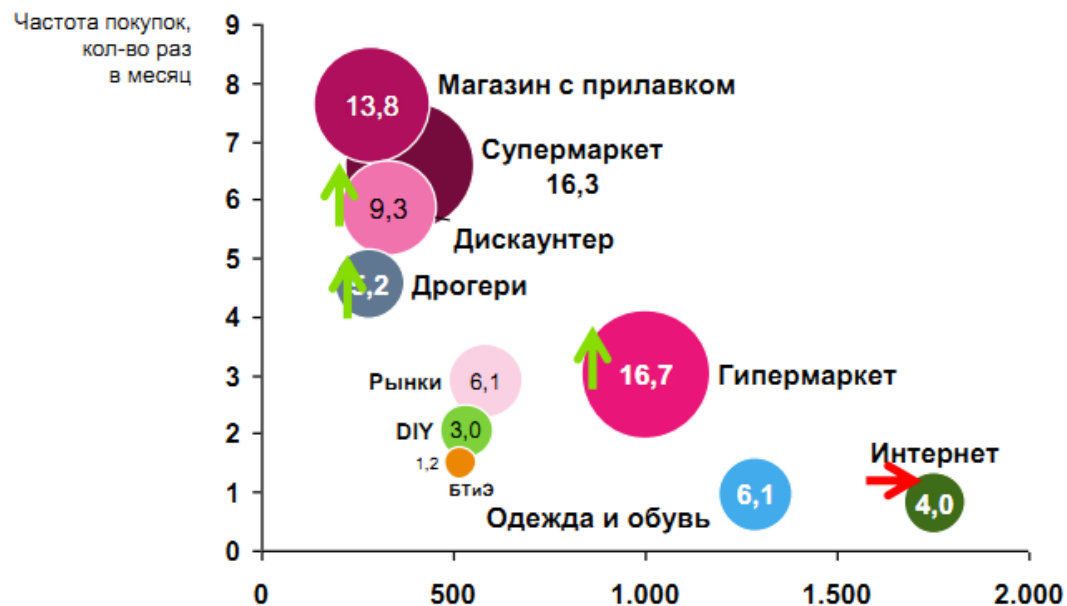
БЕРИ **2.**  
ПЛАТИ ЗА **1**





# Рост гипермаркетов происходит за счет увеличения частоты посещения канала

Доля канала в структуре расходов покупателя за I полугодие 2013г. и ключевые драйверы, %



- ❖ Гипермаркеты стали самым быстрорастущим каналом продаж в 2013 году, что связано с уровнем проникновения и частотой посещения.
- ❖ По итогам первого полугодия 2013 года выросла частота походов в гипермаркеты при снижении среднего чека.

# Покупатель стал ходить на рынок чаще и тратить там больше денег на продукты питания



**В 1,5 раза увеличилась частота похода на рынок за продуктами**

в 1 половине 2013 года относительно аналогичному периоду 2012 года (10 vs 15 раз за полгода)



**На 27% увеличился средний чек за продукты на рынке**

в 1 половине 2013 года в сравнении с аналогичным периодом 2012 года (282 vs 359 руб. за полгода)



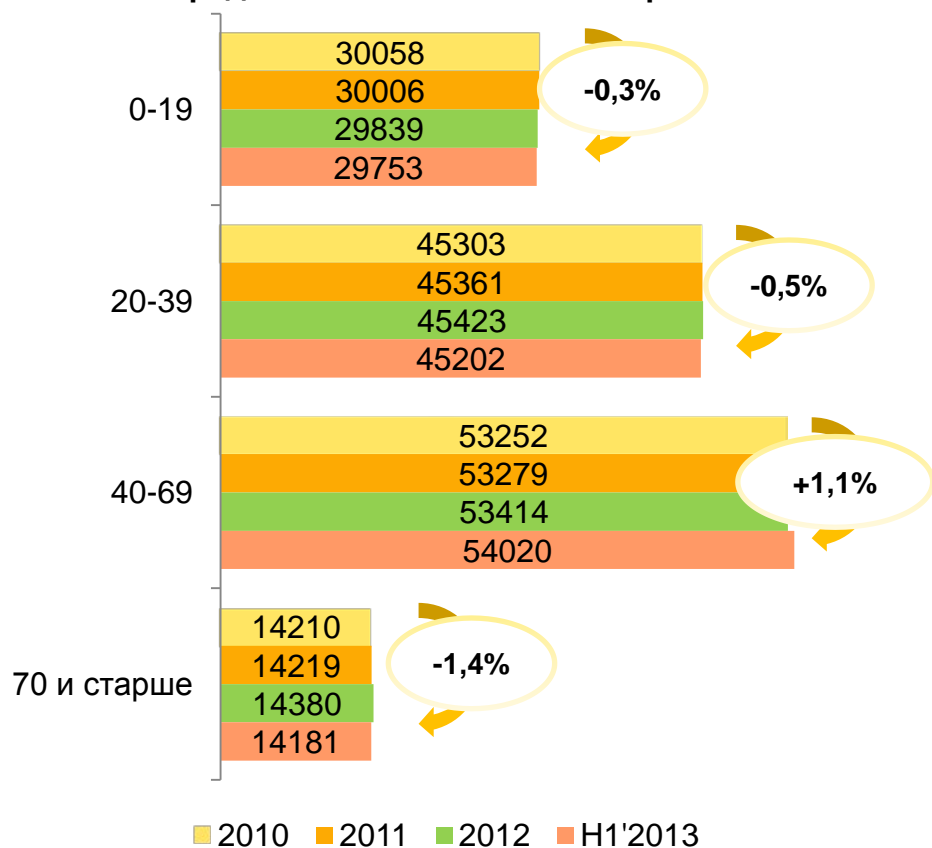


# Численность трудоспособного населения сокращается, а доходы в противовес растут

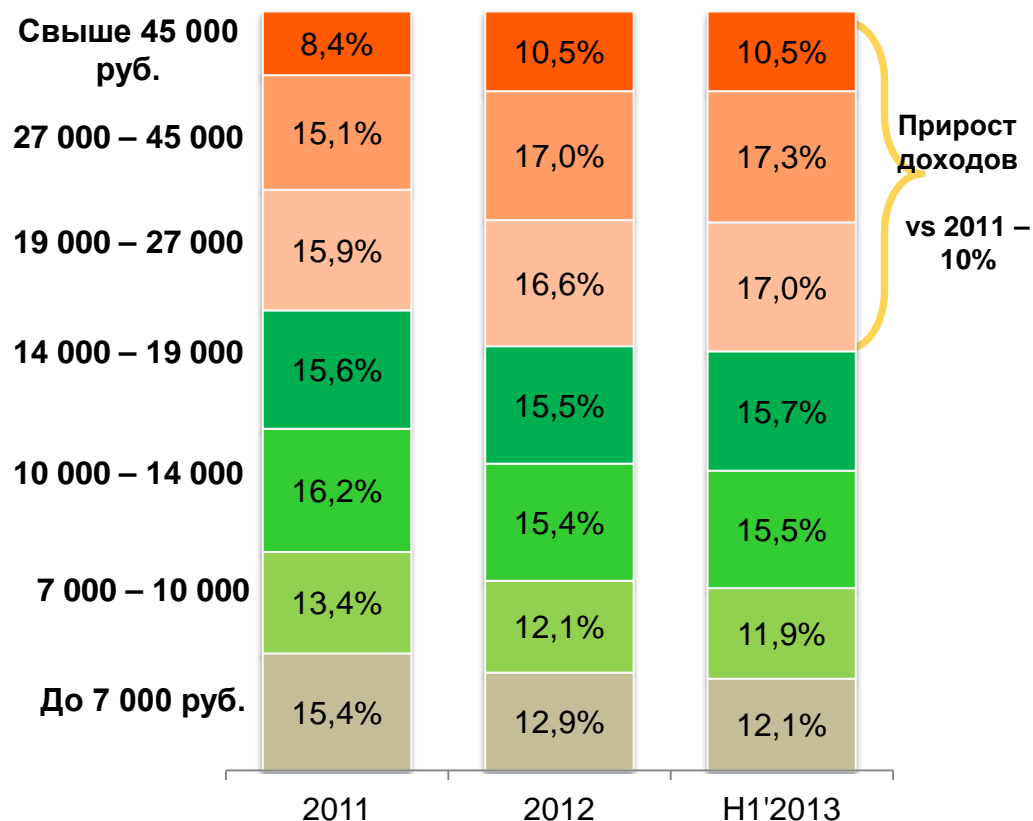
Население пенсионного возраста растет.

Доля населения со средним и высоким доходом растет

Распределение населения по возрастам



Доход на человека в домохозяйстве



# Потребители 50+, какие они?



**Одинокие** – проживающие в паре или одни



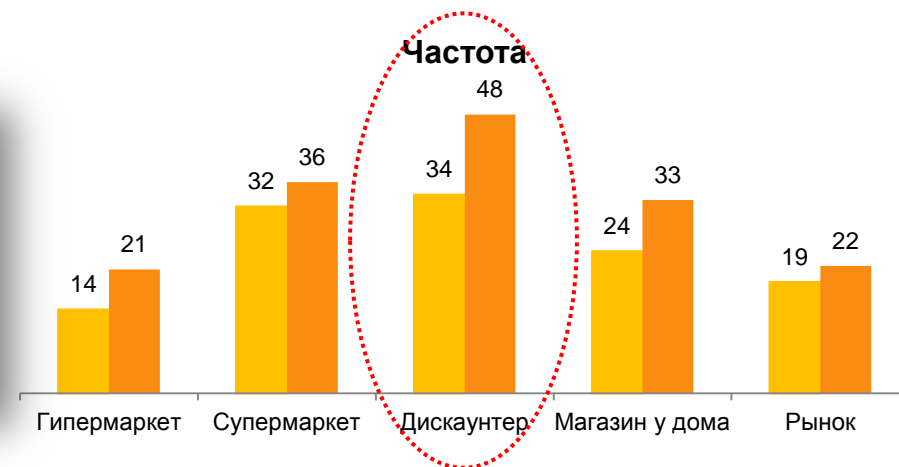
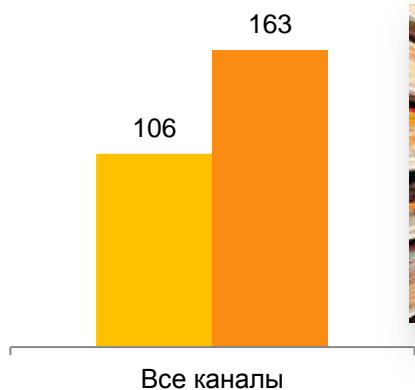
**Семейные** – проживающие в семье с детьми, внуками





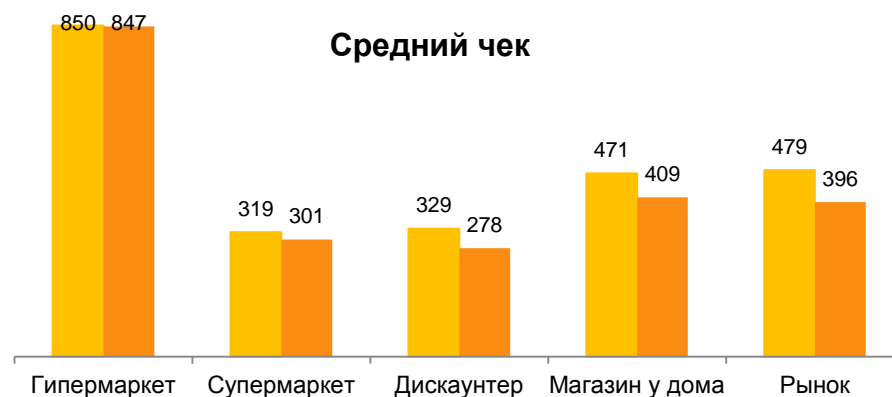
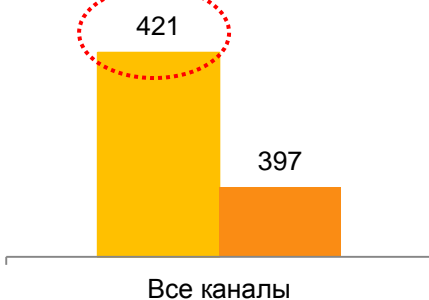
# Торговые каналы и средний чек

Частота



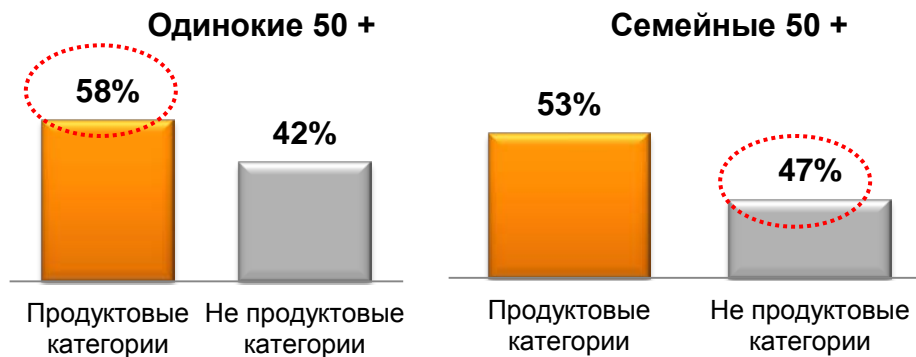
■ Семейные 50+ ■ Одинокие 50+

Средний чек



■ Семейные 50+ ■ Одинокие 50+

# Потребительские привычки



Совершают запланированные покупки **2-3** раза в неделю

Никогда не рассматривают покупки как развлечение

Имеют дисконтные карты, но не пользуются ими

**Поклонники ПРОМО**  
Лучшая цена  
Большая упаковка



**Часто покупают ВПРОК**

Совершают запланированные покупки **1** раз в неделю

Никогда не посещают магазины для ознакомления с ассортиментом и ценами, **не делают** спонтанных покупок

Не имеют дисконтных карт

Спасибо!

**Команда Ромир**

