

BE PRODUCT

НАПИТКИ:

Стратегии успеха в борьбе за
современного потребителя на
розничных полках

Азамат Исянчурин



Стратегии успеха в борьбе за современного потребителя на розничных полках

БРЕНДЫ ПОБЕДИТЕЛИ, НОВИНКИ

Что в итоге случилось с полкой за 2 года

Какие категории выросли и за счёт каких брендов

Кто, как и почему забрал долю полки

Успешные новинки

ПЕРЕМЕНЫ В ПОТРЕБЛЕНИИ

Как потребители переключались на новые бренды?

Какие новые категории стали любимыми

ЧТО НОВОГО ЖДАТЬ НА ПОЛКЕ

Какие тренды себя показали и каких еще ждать

Обзор новинок, которые могут проявиться у нас

АГЕНТСТВО

Be Product – агентство, созданное группой маркетинговых стратегов, использующее технологии мировых консалтинговых компаний по созданию FMCG продуктов.

Все рекомендации по запуску продуктов мы делаем только опираясь на данные исследований и финансовые данные.

В арсенале агентства - накопленные знания по технике мониторинга полки, расчёту ниш для новых продуктов, отслеживанию трендов и инсайтов потребителей, а также брендингу и упаковке.

Мы набирали свой опыт, работая и практикуясь у мировых лидеров FMCG, таких как PepsiCo, SONY, TetraPack, Вимм-Билль-Данн, DoCoMo, МТС и Tele2.

В итоге всех проектов лежит просчитанный и потенциально успешный продукт, готовый к запуску на существующий рынок или способный открыть новую категорию.





СТРАТЕГИЯ ОТ ПОЛКИ

Мы анализируем растущие рынки и категории, ниши и форматы продуктов. Учитываем реальные и потенциальные возможности производителя.

Анализируем полочное пространство розничных сетей и разбираем данные от категории до бренда и упаковки.

Для сбора информации о рынке используем все возможные источники:

- собственный полочный мониторинг
- данные Nielsen, Vain, McKinsey, Ipsos Comcon
- данные из ведущих торговых сетей
- глобальные отраслевые источники
- коммерческая разведка и источники конкурентов
- данные из Росреестра (недвижимость)
- таможенные данные

ОБЩИЕ ТРЕНДЫ НАПИТКИ



НАПИТКИ: САМЫХ БЫСТРЫЕ ТЕМПЫ ПРОДАЖ

Если рассматривать продовольственный рынок FMCG, то в его структуре прохладительные напитки (вода, газировки, соки, энергетики и т.д.) являются третьей по значимости индустрией: их доля составляет 17%, уступая только молочной и кондитерской группам.

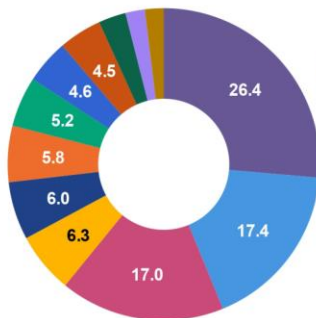
Одновременно напитки остаются одними из самых быстрорастущих с точки зрения темпов продаж. Благодаря этим факторам индустрия обеспечивает почти половину развития всего продуктового рынка: из 3,8% его роста в натуральном выражении (январь-сентябрь 2023) сразу 1,5 п.п. обусловлено именно этой группой товаров.

НЕСКОЛЬКО ТРЕНДОВ:

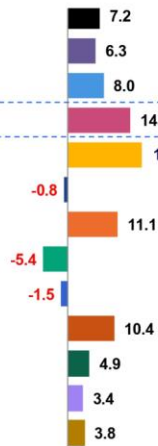
1. расширение ассортимента и рост количества новых запусков
2. укрепление локальных игроков
3. замедление продаж напитков под СТМ.

Холодные напитки обеспечивают половину всего роста продовольственного рынка в натуральном выражении

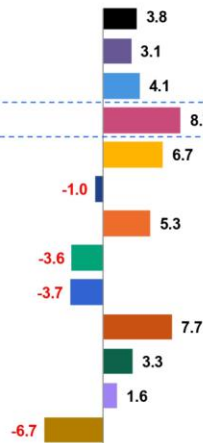
Доля продаж,
Денежное выражение, %



Изменение продаж,
Денежное выражение, %



Изменение продаж,
Упаковки, %



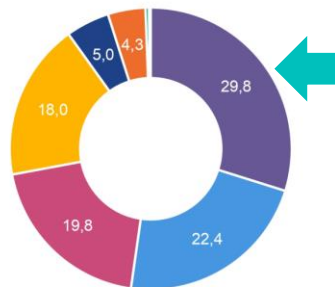
ГАЗИРОВКИ – БОЛЬШАЯ КАТЕГОРИЯ С УМЕРЕННЫМ РОСТОМ

Газированные напитки и минеральная вода — ключевые категории в индустрии прохладительных напитков.

К примеру, этот фактор стал ключевым для категории газировок: на фоне того, что в 2022 году локальные производители смогли быстро включиться в конкурентную борьбу

Газированные напитки и минеральная вода — ключевые категории в индустрии прохладительных напитков

Доля продаж, денежное выражение, 2023*, %



Динамика продаж, 2023* к 2022*, %

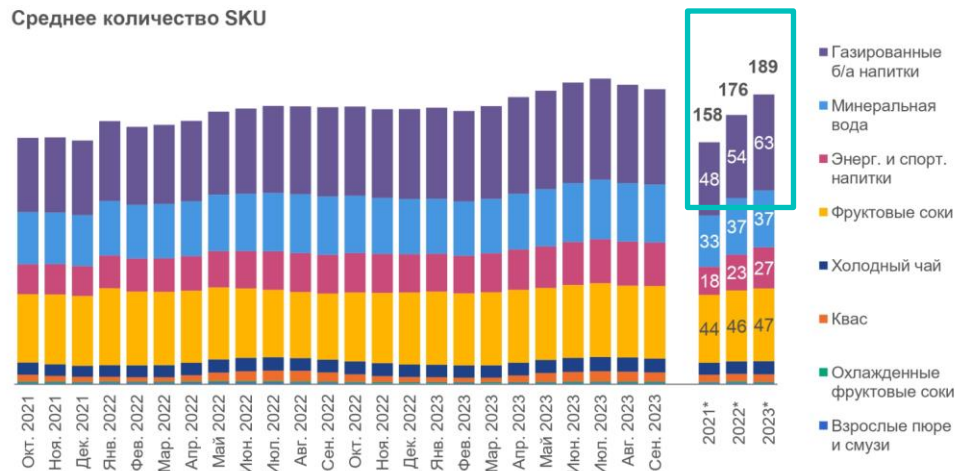


ГАЗИРОВКИ – ТРАНСФОРМАЦИЯ АССОРТИМЕНТА

Газированные напитки — наиболее яркий пример полной трансформации категории

Несмотря на бурное развитие категории, нельзя забывать и об эффективности продаж, которая снижается

Среднее количество SKU



+17%

составил рост ассортимента газированных безалкогольных напитков

-9%

на столько упали продажи на SKU в категории газированных безалкогольных напитков: с 40,4 млн.л. до 36,9 млн.л.

После ухода некоторых зарубежных брендов, полка газированных напитков не просто восстановилась, но и активно расширилась за счет появления новинок.

Одновременно ассортимент остается стабильным или расширяется даже в тех категориях, которые замедляются с точки зрения натуральных продаж — например, фруктовых соках, где среднее количество SKU увеличилось с 46 до 47 штук.

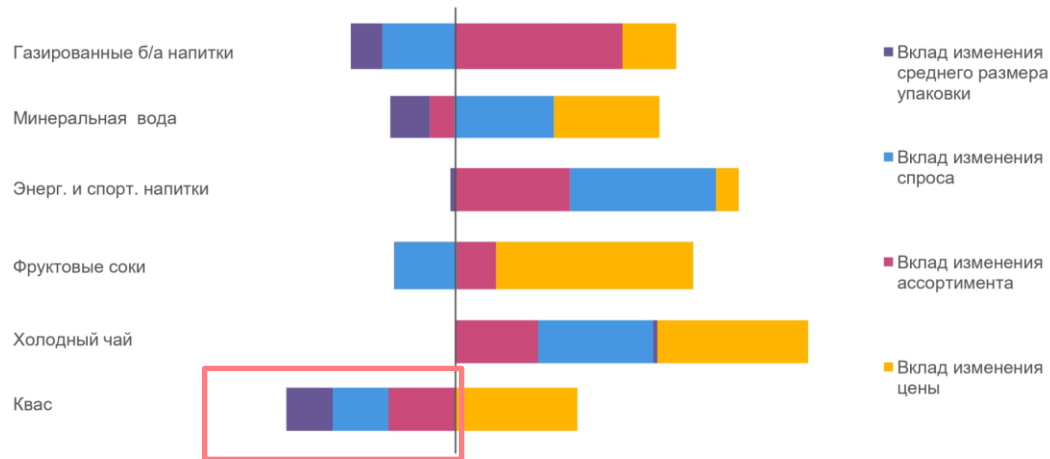
РАЗВИТИЕ АССОРТИМЕНТА

Увеличение ассортимента внесло позитивный вклад и в развитие энергетических и спортивных напитков, которые на протяжении последних нескольких лет остаются драйверами развития всего FMCG-рынка.

За счет расширения полки ключевых сегментов выросли показатели всей индустрии: по сравнению с 2021 годом, ассортимент прохладительных напитков увеличился сразу на 20% (с 158 до 189 SKU).

Однако такой процесс может одновременно усиливать конкуренцию среди игроков, которым сложнее удерживать внимание покупателя в условиях растущего разнообразия выбора и появления новых брендов.

Развитие ассортимента — один из ключевых драйверов развития рынка напитков наряду с ростом реального спроса



УСИЛЕНИЕ НЕБОЛЬШИХ ИГРОКОВ

Еще один фактор, который влияет на обострение конкуренции в индустрии безалкогольных напитков — усиление небольших игроков, которые наращивают свое присутствие и отвоевывают долю у лидеров индустрии.

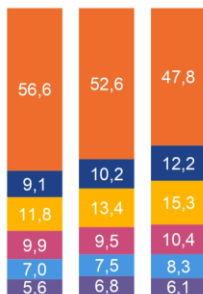
Менее крупные игроки демонстрируют опережающие темпы продаж: к примеру, самая высокая динамика заметна у группы на 6-10 строчке (+35%), что значительно выше динамики лидеров прошлых лет (+2,7%). Во многом это связано с трендом на локализацию — в 2022 году отечественные игроки получили мощный импульс к росту, что привело к усилению значимости российских производителей и перераспределению сил в категории. Один из самых ярких примеров — бренд «Черноголовка», который за счет запуска новых линеек и вкусов не просто нарастил свою долю продаж, но и смог войти в топ игроков в категории газировок.

Если двумя годами ранее представители крупнейшей пятерки занимали более половины продаж, то в 2023 году доля этих же пяти игроков сократилась до 47,8% (-8,8 п.п.). И у небольших производителей есть шанс сохранить такой тренд, в том числе за счет развития портфеля и фокуса на уникальных особенностях своего товара.

Небольшие игроки и российские бренды получили мощный импульс к развитию

Прохладительные напитки

Доля рынка, денежное выражение, %

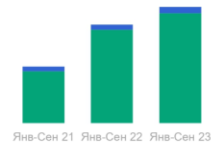


Динамика продаж, денежное выражение, %



Черноголовка

Доля рынка, денежное выражение, %



Динамика продаж, денежное выражение, %



2-е место в категории газировок
16-е место в категории воды

Успех благодаря развитию ассортимента и низкому ценовому индексу (крупных упаковок газированных напитков)

СНОВА НАСТАЛО ВРЕМЯ БРЕНДОВ

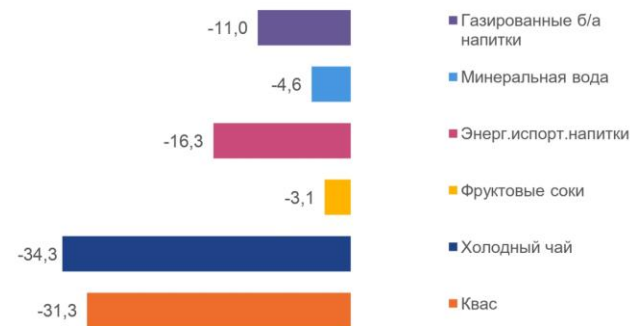
СНИЖЕНИЕ ПРОДАЖ НАПИТКОВ ПОД СТМ

Несмотря на то, что покупательские предпочтения перераспределяются в пользу небольших и локальных производителей, в индустрии безалкогольных напитков это в основном свойственно для брендированной продукции, в то время как для развития СТМ характерен обратный тренд. В отличие от бурного роста частных марок в ряде FMCG-категорий и восприятия СТМ как одной из наиболее перспективных ниш для игроков, в группе безалкогольных напитков доля таких товаров, напротив, снизилась до 6,1% (-0,7 п.п.), а темпы их продаж оказались значительно ниже остальных сегментов.

При этом даже в условиях одинаковых трендов развитие товаров под частными марками может значительно отличаться в зависимости от категории. К примеру, наименее серьезное сокращение наблюдается в минеральной воде и фруктовых соках, где частные марки более стабильны на фоне высокой доли продаж (19% и 12% соответственно). Одновременно в некоторых категориях ослабление происходит более заметными темпами: например, в холодном чае, где доля СТМ за год снизилась почти вдвое, а темпы натуральных продаж составили -34%.

СТМ чувствуют себя гораздо хуже брендов: их продажи снижаются, что ведет и к сокращению их доли в каждой из категорий

Динамика продаж СТМ,
Натуральное выражение, %



Доля СТМ в категории,
Натуральное выражение, %



ГАЗИРОВАННЫЕ НАПИТКИ - УСПЕХ РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ

Главный тренд в категории газированных напитков в 2023 году — усиление российских игроков, которое стало результатом инвестиций в новые запуски годом ранее. Если изучить структуру 25 крупнейших брендов, формирующих 70% товарооборота категории, то становится заметно, что в 2023 году уже две трети таких брендов заняли российские марки. Именно они стали главным драйвером роста категории: в то время как темпы продаж ключевых брендов российских газировок составили +156% в натуральном выражении, динамика зарубежных игроков упала до -44% год к году.

Подобное перераспределение отразилось не только на изменении категории газировок, но и на структуре всего российского рынка FMCG. Так, в 2023 году упомянутый ранее игрок «Черноголовка» смог не просто стать лидером в своем сегменте, но и впервые войти в рейтинг топ-50 крупнейших брендов, включающих как продуктовые, так и непродовольственные сегменты FMCG.

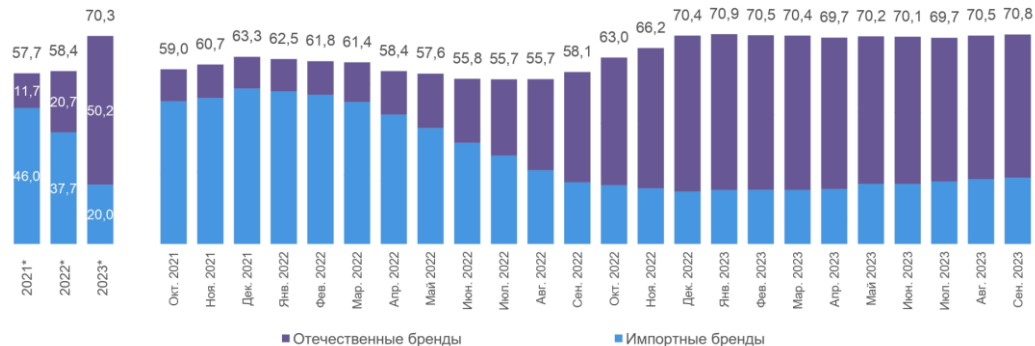
А бренд «Добрый», который уже находился в этом списке, поднялся сразу на 13 строчек и занял второе место по доле денежных продаж — во многом благодаря запускам газированных напитков под этой маркой, что привело к серьезной реструктуризации категории.

Российские бренды стремительно наращивают долю в категории газированных напитков

За счет развития российских марок увеличивается и доля топ-25 брендов категории.

Натуральные продажи отечественных брендов выросли на 156%, а импортных – упали на 44% в 2023 году*

Доля продаж топ-25 брендов категории,
Натуральное выражение, %



ИЗМЕНЕНИЕ ВКУСОВЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

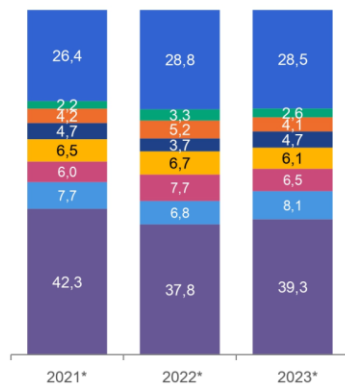
Еще одним важным изменением стало значительное перераспределение продаж с точки зрения вкусов. Если в 2022 году наблюдался всплеск спроса на «отечественные» газировки (в январе-сентябре 2022 динамика газированных напитков со вкусов «байкал» составляла 45%, «тархун» — 22%, «дюшес» — 26%), то в 2023 году спрос на эти сегменты резко замедлился, а их значимость в структуре категории сократилась.

Одновременно напитки «кола» и «апельсин», которые ранее снижались на 12,6% и 13,8% соответственно, в аналогичный период 2023 года вернулись к росту и нарастили долю продаж. Такое восстановление во многом произошло за счет локальных запусков с аналогичными вкусами, в которые инвестировали сразу несколько крупных российских производителей.

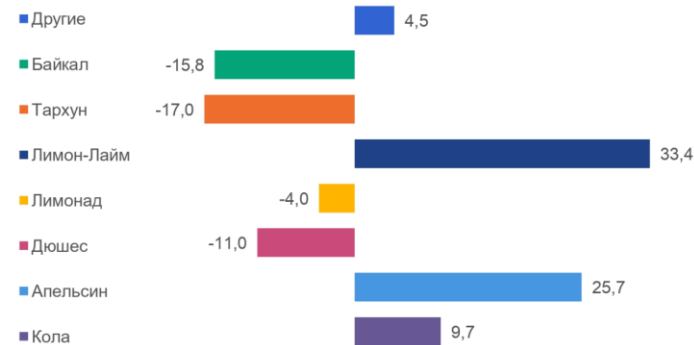
Вкусы «кола», «лимон-лайм», «апельсин» вернулись к росту после падения в 2022 году

Несмотря на снижение доли вкуса «кола» и рост популярности таких вкусов как «тархун», «дюшес», «байкал» в 2022* году, им удастся постепенно вернуть позиции

Доля продаж,
Натуральное выражение, %



Динамика продаж,
Натуральное выражение, 2023* к 2022*, %



ИЗМЕНЕНИЕ ФОРМАТОВ

Ритейлерам и производителям важно не забывать и о потенциальных рисках, которые могут осложнить развитие в этой группе товаров.

Яркий пример — снижение эффективности отдельных SKU, которое может происходить на фоне разнообразия ассортимента. Иными словами, средние продажи на магазин снижаются при расширении полки, что говорит о необходимости пересмотра продуктового портфеля и вывода наименее инкрементальных SKU, не приносящих ожидаемых результатов.

Помимо этого, в группе безалкогольных напитков важно учитывать и другие тренды — например, переключение на определеннй вес упаковок или перераспределение спроса в зависимости от ценовых сегментов и каналов продаж. Особенно важно, что эти изменения происходят на фоне реструктуризации индустрии и могут стать дополнительным источником роста для небольших игроков.

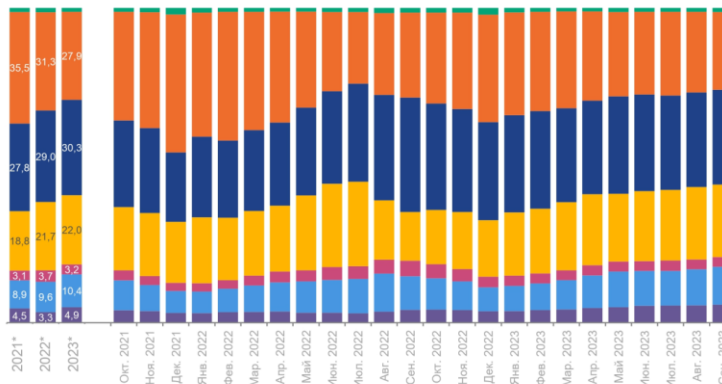
Ниши:

- Можно инвестировать в ниши, которые появились после ухода зарубежных брендов
- Развитие газировок без сахара: учитывая, что за год доля таких линеек снизилась до 6,5% (-2,7 п.п.) за счет сокращения их ассортимента

С точки зрения веса и типа упаковки в категории также происходят изменения

Банки — наиболее растущий сегмент за счет маленького формата (0,5 л. и менее). Доля пластика сокращается, но при этом наблюдается рост упаковки объемом 1,5-2 л., 0,5 л. и менее. Продажи в стекле падают.

Динамика доли натуральных продаж по типу и весу упаковки, %



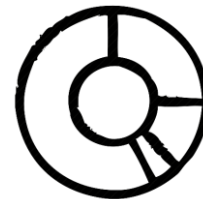
Динамика продаж, Натуральное выражение, %



ОБЪЕМ РЫНКА

Напитки
Россия

Nielsen 2022/2023



ОБЪЕМ ПРОДАЖ ГРУППЫ НАПИТКИ + КАТЕГОРИИ. Nielsen 2022/2023

Russia

БУТЫЛКА, СТЕКЛО, СТЕКЛЯННАЯ БУТЫЛКА, ПЭТ, PRIVATE

Где объем

Группа	Категория	ОБЪЕМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2023 vs 2022	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
BEVERAGES	Напитки сладкие газ	2 842 216	3%	32%	187 133 733	8%	40%	6 605	120	66	5%
	Вода	4 602 338	5%	52%	156 357 209	15%	33%	4 009	-101	34	10%
	Энергетические напитки	327 545	15%	4%	34 569 406	25%	7%	426	8	106	9%
	Чайные напитки	437 901	-10%	5%	23 930 474	-3%	5%	514	5	55	8%
	Квас и квасные напитки	207 950	9%	2%	21 649 869	11%	5%	293	-1	104	2%
	Функциональные напитки	303	-76%	0%	52 414	-79%	0%	30	8	173	-10%
BEVERAGES Итого		8 418 252	4%	95%	423 693 105	11%	91%	11 877	39	50	7%
JUICES	Соки и нектары	139 758	10%	2%	14 524 725	24%	3%	183	7	104	13%
	Сокодержажие напитки	126 293	23%	1%	12 363 691	29%	3%	434	-7	98	5%
	Соки и нектары в стекле	64 426	1%	1%	8 960 278	12%	2%	1 342	-114	139	10%
	Морсы, компоты, узвары	18 958	-1%	0%	2 028 015	16%	0%	166	11	107	17%
JUICES Итого	349 436	12%	4%	37 876 710	22%	8%	2 125	-103	108	9%	
BABY FOOD	Детская вода	96 650	8%	1%	3 761 716	10%	1%	91	-1	39	2%
	Детские соки	29 068	18%	0%	1 831 249	47%	0%	31	-10	63	24%
BABY FOOD Итого	125 719	10%	1%	5 592 964	20%	1%	122	-11	44	9%	
TOTAL		8 893 407	4%	100%	467 162 779	12%	100%	14 124	-75	53	8%

Основная объемная часть в воде (52%), и газировке (32%) и немного в чае (5%)

ОБЪЕМ ПРОДАЖ ГРУППЫ НАПИТКИ + КАТЕГОРИИ. Nielsen 2022/2023

Russia

БУТЫЛКА, СТЕКЛО, СТЕКЛЯННАЯ БУТЫЛКА, ПЭТ

Где выручка

Группа	Категория	ОБЪЕМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2023 vs 2022	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
BEVERAGES	Напитки сладкие газ	2 842 216	3%	32%	187 133 733	8%	40%	6 605	120	66	5%
	Вода	4 602 338	5%	52%	156 357 209	15%	33%	4 009	-101	34	10%
	Энергетические напитки	327 545	15%	4%	34 569 406	25%	7%	426	8	106	9%
	Чайные напитки	437 901	-10%	5%	23 930 474	-3%	5%	514	5	55	8%
	Квас и квасные напитки	207 950	9%	2%	21 649 869	11%	5%	293	-1	104	2%
	Функциональные напитки	303	-76%	0%	52 414	-79%	0%	30	8	173	-10%
BEVERAGES Итого		8 418 252	4%	95%	423 693 105	11%	91%	11 877	39	50	7%
JUICES	Соки и нектары	139 758	10%	2%	14 524 725	24%	3%	183	7	104	13%
	Сокодержательные напитки	126 293	23%	1%	12 363 691	29%	3%	434	-7	98	5%
	Соки и нектары в стекле	64 426	1%	1%	8 960 278	12%	2%	1 342	-114	139	10%
	Морсы, компоты, узвары	18 958	-1%	0%	2 028 015	16%	0%	166	11	107	17%
JUICES Итого		349 436	12%	4%	37 876 710	22%	8%	2 125	-103	108	9%
BABY FOOD	Детская вода	96 650	8%	1%	3 761 716	10%	1%	91	-1	39	2%
	Детские соки	29 068	18%	0%	1 831 249	47%	0%	31	-10	63	24%
BABY FOOD Итого		125 719	10%	1%	5 592 964	20%	1%	122	-11	44	9%
TOTAL		8 893 407	4%	100%	467 162 779	12%	100%	14 124	-75	53	8%

Основная выручка находится в «сладких газированных напитках» (40%), воде (33%), энергетиках (7%) и чайных напитках (5%).

ОБЪЕМ ПРОДАЖ ГРУППЫ НАПИТКИ + КАТЕГОРИИ. Nielsen 2022/2023

Russia

БУТЫЛКА, СТЕКЛО, СТЕКЛЯННАЯ БУТЫЛКА, ПЭТ, PRIVATE

Где рост

Группа	Категория	ОБЪЕМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2023 vs 2022	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
BEVERAGES	Напитки сладкие газ	2 842 216	3%	32%	187 133 733	8%	40%	6 605	120	66	5%
	Вода	4 602 338	5%	52%	156 357 209	15%	33%	4 009	-101	34	10%
	Энергетические напитки	327 543	15%	4%	34 569 406	25%	7%	426	8	106	9%
	Чайные напитки	437 901	-10%	5%	23 930 474	-3%	5%	514	5	55	8%
	Квас и квасные напитки	207 950	9%	2%	21 649 869	11%	5%	293	-1	104	2%
	Функциональные напитки	303 100	-76%	0%	52 414	-79%	0%	30	8	173	-10%
BEVERAGES Итого		8 418 252	4%	95%	423 693 105	11%	91%	11 877	39	50	7%
JUICES	Соки и нектары	139 758	10%	2%	14 524 725	24%	3%	183	7	104	13%
	Сокодержательные напитки	126 293	23%	1%	12 363 691	29%	3%	434	-7	98	5%
	Соки и нектары в стекле	64 426	1%	1%	8 960 278	12%	2%	1 342	-114	139	10%
	Морсы, компоты, узвары	18 958	-1%	0%	2 028 015	16%	0%	166	11	107	17%
JUICES Итого		349 436	12%	4%	37 876 710	22%	8%	2 125	-103	108	9%
BABY FOOD	Детская вода	96 650	8%	1%	3 761 716	10%	1%	91	-1	39	2%
	Детские соки	29 068	18%	0%	1 831 249	47%	0%	31	-10	63	24%
BABY FOOD Итого		125 719	10%	1%	5 592 964	20%	1%	122	-11	44	9%
TOTAL		8 893 407	4%	100%	467 162 779	12%	100%	14 124	-75	53	8%

В деньгах мы видим с, но падение в функциональных и чаях.

В объеме рост в большинстве категорий. Падение в объеме в чаях (-10%), функциональных (-76%), морсах (1%).

ОБЪЕМ ПРОДАЖ ГРУППЫ НАПИТКИ + КАТЕГОРИИ. Nielsen 2022/2023

Russia

БУТЫЛКА, СТЕКЛО, СТЕКЛЯННАЯ БУТЫЛКА, ПЭТ, PRIVATE

Где маржа

Группа	Категория	ОБЪЁМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2023 vs 2022	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
BEVERAGES	Напитки сладкие газ	2 842 216	3%	32%	187 133 733	8%	40%	6 605	120	66	5%
	Вода	4 602 338	5%	52%	156 357 209	15%	33%	4 009	-101	34	10%
	Энергетические напитки	327 545	15%	4%	34 569 406	25%	7%	426	8	106	9%
	Чайные напитки	437 901	-10%	5%	23 930 474	-3%	5%	514	5	55	8%
	Квас и квасные напитки	207 950	9%	2%	21 649 869	11%	5%	293	-1	104	2%
	Функциональные напитки	303	-76%	0%	52 414	-79%	0%	30	8	173	-10%
BEVERAGES Итого		8 418 252	4%	95%	423 693 105	11%	91%	11 877	39	50	7%
JUICES	Соки и нектары	139 758	10%	2%	14 524 725	24%	3%	183	7	104	13%
	Сокодержательные напитки	126 293	23%	1%	12 363 691	29%	3%	434	-7	98	5%
	Соки и нектары в стекле	64 426	1%	1%	8 960 278	12%	2%	1 342	-114	139	10%
	Морсы, компоты, узвары	18 958	-1%	0%	2 028 015	16%	0%	166	11	107	17%
JUICES Итого		349 436	12%	4%	37 876 710	22%	8%	2 125	-103	108	9%
BABY FOOD	Детская вода	96 650	8%	1%	3 761 716	10%	1%	91	-1	39	2%
	Детские соки	29 068	18%	0%	1 831 249	47%	0%	31	-10	63	24%
BABY FOOD Итого		125 719	10%	1%	5 592 964	20%	1%	122	-11	44	9%
TOTAL		8 893 407	4%	100%	467 162 779	12%	100%	14 124	-75	53	8%

Наиболее маржинальной остаётся функциональная категория – 173 руб./л., но она падает.

Далее из выгодных сокодержательные 139 руб./л. и энергетики 106 руб./л.

Хоть морсы и падали в объеме, но цена на них росла до 107 руб./л. или +17%.

Высокая маржинальность в соках (104руб./л.), в соках/нектарах в стекле(139руб./л.).

ОБЪЕМ ПРОДАЖ ГРУППЫ НАПИТКИ + КАТЕГОРИИ. Nielsen 2022/2023

Russia

БУТЫЛКА, СТЕКЛО, СТЕКЛЯННАЯ БУТЫЛКА, ПЭТ, PRIVATE

Где конкуренция

Группа	Категория	ОБЪЁМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2023 vs 2022	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
BEVERAGES	Напитки сладкие газ	2 842 216	3%	32%	187 133 733	8%	40%	6 605	120	66	5%
	Вода	4 602 338	5%	52%	156 357 209	15%	33%	4 009	-101	34	10%
	Энергетические напитки	327 545	15%	4%	34 569 406	25%	7%	426	8	106	9%
	Чайные напитки	437 901	-10%	5%	23 930 474	-3%	5%	514	5	55	8%
	Квас и квасные напитки	207 950	9%	2%	21 649 869	11%	5%	293	-1	104	2%
	Функциональные напитки	303	-76%	0%	52 414	-79%	0%	30	8	173	-10%
BEVERAGES Итого		8 418 252	4%	95%	423 693 105	11%	91%	11 877	39	50	7%
JUICES	Соки и нектары	139 758	10%	2%	14 524 725	24%	3%	183	7	104	13%
	Сокосодержащие напитки	126 293	23%	1%	12 363 691	29%	3%	434	-7	98	5%
	Соки и нектары в стекле	64 426	1%	1%	8 960 278	12%	2%	1 342	-114	139	10%
	Морсы, компоты, узвары	18 958	-1%	0%	2 028 015	16%	0%	166	11	107	17%
JUICES Итого		349 436	12%	4%	37 876 710	22%	8%	2 125	-103	108	9%
BABY FOOD	Детская вода	96 650	8%	1%	3 761 716	10%	1%	91	-1	39	2%
	Детские соки	29 068	18%	0%	1 831 249	47%	0%	31	-10	63	24%
BABY FOOD Итого		125 719	10%	1%	5 592 964	20%	1%	122	-11	44	9%
TOTAL		8 893 407	4%	100%	467 162 779	12%	100%	14 124	-75	53	8%

Самая бешенная конкуренция в газированных напитках (6605 KU), которая приросла еще на 120 новых SKU в этом году.

Вода так же объемна (4009SKU) при этом потеряла на 101 SKU.

Активно теряли соки в стекле 1342 SKU на -114 SKU новинок

Росли энергетики рост 8SKU при представленных 426 SKU и морсы +8SKU к уже имеющимся 166.

[Вот об успешных ростах и категориях мы и поговорим дальше.](#)

ГАЗИРОВКИ



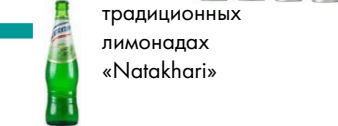
ОБЪЕМ ПРОДАЖ КАТЕГОРИИ BEVERAGES, ALL BRANDS

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ	БРЕНД	ОБЪЕМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2023 vs 2022	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
COCA COLA	DOBRIY (COCA COLA)	616 483	694%	22%	48 396 262	765%	26%	56	26	79	9%
	COCA COLA (COCA COLA)	96 878	-79%	3%	10 663 461	-72%	6%	40	-6	110	33%
	RICH (COCA COLA)	56 678	548%	2%	5 459 887	643%	3%	22	9	96	15%
	FANTA (COCA COLA)	9 425	-86%	0%	1 064 497	-82%	1%	22	-1	113	28%
	SPRITE (COCA COLA)	5 468	-89%	0%	600 865	-86%	0%	14	-1	110	30%
CHERNOGOLOVKA/AKVALAY	CHERNOGOLOVKA (CH)	420 272	4%	5%	25 928 151	11%	14%	98	8	62	6%
	FANTOLA (CHERNOGOI)	13 456	-19%	0%	1 020 525	-23%	1%	21	-2	76	-5%
	CHILLOUT (CHERNOGO)	6 606	311%	0%	649 559	370%	0%	11	4	98	14%
PEPSICO	EVERVESS (PEPSICO)	71 320	113%	3%	5 877 006	98%	3%	47	11	82	-7%
	FRUSTYLE (PEPSICO)	69 213	213%	2%	4 800 765	248%	3%	19	14	69	11%
	PEPSI (PEPSICO)	27 519	-89%	1%	2 916 614	-85%	2%	15	-20	106	38%
	RUSSKIY DAR (PEPSICO)	25 905	35%	1%	1 458 105	30%	1%	16	4	56	-4%
	FIESTA (PEPSICO)	1 146	-40%	0%	57 488	-18%	0%	9	3	50	38%
	MIRINDA (PEPSICO)	499	-98%	0%	53 675	-97%	0%	11	-8	108	37%
	7 UP (PEPSICO)	289	-98%	0%	28 713	-97%	0%	6	-2	99	27%
	MOUNTAIN DEW (PEPS)	97	-99%	0%	12 843	-99%	0%	4	0	133	39%
FRUTTETO (PEPSICO)	0	-98%	0%	2	-98%	0%	0	-4	110	0%	
OCHAKOVO	COOLCOLA (OCHAKOV)	101 676	95%	4%	7 412 855	100%	4%	22	8	73	2%
	FANCY (OCHAKOVO)	18 528	32%	1%	1 290 914	31%	1%	11	0	70	-1%
	STREET (OCHAKOVO)	18 491	49%	1%	1 274 329	49%	1%	7	0	69	0%
	AKHI (OCHAKOVO)	3 531	-41%	0%	213 442	-33%	0%	13	-4	60	14%
OTHER MANUFACTURERS	OTHER BRANDS	174 070	-7%	6%	9 686 623	4%	5%	3 360	-94	56	12%
GLOBAL FUNCTIONAL DRINKS	FRESH BAR (GLOBAL FU)	118 187	76%	4%	7 973 387	60%	4%	31	12	67	-9%
	IL'INSKIE LIMONADY (G)	21 801	12%	1%	1 157 749	21%	1%	23	4	53	8%
PRIVATE LABEL	PRIVATE LABEL	227 142	-10%	8%	7 394 900	4%	4%	3	0	33	15%
GREENME/SHVEYTSARIYA	LAIMON (GREENME/SH)	35 207	54%	1%	2 880 656	65%	2%	15	0	82	7%
	FUNKY MONKEY (GREE)	6 642	37%	0%	488 594	43%	0%	13	6	74	4%
OBYEDINYONNYYE PENZ.VOD.: EXPORT STYLE (OBYEDIN)	EXPORT STYLE (OBYEDIN)	68 806	229%	2%	3 214 755	242%	2%	8	4	47	4%
	LOCO COLA (OBYEDIN)	529	146%	0%	37 713	89%	0%	7	1	71	-23%
	GROOT (OBYEDINYONN)	318	717%	0%	26 478	602%	0%	4	0	83	-14%
BOCHKARYOVSKIY PZ/ALTAY: BOCHKARI	BOCHKARI	32 754	34%	1%	2 346 397	66%	1%	47	7	72	23%
	NIAGARA NVK/CHELYABINSK VIPS (NIAGARA NVK/C)	12 242	82%	0%	862 741	81%	0%	13	2	70	0%
EFES GEORGIA	NATAKHTARI (EFES GEC)	9 342	3%	0%	1 540 924	14%	1%	33	6	165	11%
SLAVDA GK/PRIMORSKIY KRA MONASTYRSKIY (SLAVD)	MONASTYRSKIY (SLAVD)	22 956	-2%	1%	1 287 460	7%	1%	32	-6	56	9%
BAVARIYA GK	BAVARIYA (BAVARIYA G)	31 563	20%	1%	1 408 532	61%	1%	55	-1	45	34%

← Миграция бренда в ДОБРЫЙ и RICH

← «Черноголовка» рост бренда и количества

← Миграция брендов в PepsiCo



← Развитие традиционных лимонадах «Natakhari»

*Только формат упаковки Bottle, Glass, Glass Bottle, PET



ТАРА

Упаковка	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
PET	2 492 257	5%	83%	163 909 197	10%	78%	5 571	94
CANS	144 387	51%	5%	23 383 336	49%	11%	794	263
GLASS	122 713	-9%	4%	15 785 821	-2%	7%	1 654	107
PRIVATE LABEL	227 142	-10%	8%	7 394 900	4%	4%	3	0
TIN BOTTLE	103	24%	0%	43 815	21%	0%	10	4
Общий итог	2 986 602	4%	100%	210 517 070	12%	100%	8 032	468

Активный рост формата в банке за счёт прочих брендов

Упаковка	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
DOBRIY (COCA COLA)	47 083	692%	33%	7 509 590	786%	32%	20	10
FRESH BAR (GLOBAL FUN)	17 391	323%	12%	1 894 723	309%	8%	16	1
COCA COLA (COCA CO)	6 968	-62%	5%	1 863 681	-40%	8%	29	0
MILKIS (LOTTE GROUP)	6 985	46%	5%	1 527 432	47%	7%	15	0
RICH (COCA COLA)	8 069	768%	6%	1 133 737	591%	5%	24	12
OTHER BRANDS	4 322	52%	3%	1 101 889	60%	5%	310	118
EVERVSS (PEPSICO)	4 723	166%	3%	787 770	143%	3%	14	3
EXPORT STYLE (OBYEDIN)	6 705	108%	5%	756 264	110%	3%	5	3
MOKHITO FRESH (OCH)	4 233	56%	3%	582 724	76%	2%	12	9
FANTOLA (CHERNOGOL)	4 256	-1%	3%	550 519	-5%	2%	10	-3
PEPSI (PEPSICO)	2 780	-80%	2%	459 485	-80%	2%	22	5
CHUPA CHUPS (PERFETTI)	1 053	-11%	1%	448 149	-4%	2%	12	1
MILK WAVE'S (OBYEDIN)	2 557	23%	2%	421 867	29%	2%	6	1
LAIMON (GREENME/SH)	2 279	23%	2%	359 161	32%	2%	6	0
FANTA (COCA COLA)	1 125	-64%	1%	322 679	-42%	1%	31	7



АЛЬТЕРНАТИВА БАНКЕ?

РЕЙТИНГ ПО ВКУСАМ TOP 30

Упаковка	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
COLA	1 108 482	12%	37%	86 927 372	16%	41%	884	196
ORANGE	218 780	18%	7%	15 749 242	21%	7%	536	52
LEMON & LIME	134 469	21%	5%	10 301 427	20%	5%	149	22
LEMONADE	162 749	-5%	5%	8 260 178	9%	4%	694	-17
DUCHESS	133 567	-12%	4%	7 444 734	-4%	4%	456	-12
PRIVATE LABEL	227 142	-10%	8%	7 394 900	4%	4%	3	0
TARRAGON	93 374	-20%	3%	5 779 667	-10%	3%	547	-22
WITHOUT FLAVOUR SOFT DR	59 179	-10%	2%	5 317 882	-7%	3%	255	-8
BAYKAL	78 692	-18%	3%	4 965 647	-12%	2%	25	-4
BITTER LEMON	44 062	36%	1%	4 093 925	27%	2%	50	9
PEAR	48 039	-14%	2%	3 143 151	0%	1%	297	4
INDIAN TONIC	35 519	55%	1%	3 135 199	31%	1%	65	8
MANGO & PASSION FRUIT	32 316	450%	1%	2 835 285	503%	1%	31	12
LIME & LEMON & MINT	28 244	49%	1%	2 398 038	57%	1%	10	1
TANGERINE	35 446	72%	1%	2 125 501	82%	1%	30	5
FRUIT	28 687	413%	1%	2 097 652	316%	1%	7	3
BURATINO	38 588	-24%	1%	1 846 573	-15%	1%	274	-24
COLA & VANILLA	20 000	-53%	1%	1 824 448	-51%	1%	36	21
MOJITO	29 700	-12%	1%	1 787 452	-16%	1%	289	3
KIWI & PEAR	19 625	62%	1%	1 378 525	53%	1%	3	0
STRAWBERRY	8 985	30%	0%	1 333 961	63%	1%	61	9
CHERRY	15 165	18%	1%	1 288 635	51%	1%	124	7
CANDY	17 541	88%	1%	1 224 182	58%	1%	6	1
LIME & LEMON	15 400	39%	1%	1 195 031	41%	1%	11	5
LEMON	20 508	-8%	1%	1 152 951	-2%	1%	167	18
UNABLE TO SEGMENT	14 081	49%	0%	970 792	101%	0%	46	7
BUBBLE GUM	11 659	-13%	0%	941 440	-17%	0%	61	20
GRAPE	4 784	17%	0%	833 019	28%	0%	53	7
FEIJOA	9 906	44%	0%	825 640	30%	0%	71	11
BARBERRY	16 184	-16%	1%	802 055	-6%	0%	191	1

Падение в традиционных вкусах:

- Лимонад
- Дюшес
- Тархун
- Байкал
- Груша

НЕОБЫЧНЫЕ ВКУСЫ

Растут новые вкусы:

- Горький мандарин 1714%
- Манго и мастрауса 450%
- Фрукты 413%
- Горький гранат 243%
- Конфеты 88%
- Мандарин 72%
- Персик 66%
- Киви и груша 62%
- Манго, лайм и лимон 58%
- Индийский тоник 55%
- Лайм, лимон и мята 49%
- Фейхоа 44%
- Пина колада и тропик 41%
- Лайм и лимон 39%
- Горький лимон 36%
- Клубника 30%
- Лимон и лайм 21%
- Апельсин 18%
- Вишня 18%

Ниши:

- После ухода зарубежных брендов
- Развитие газировок без сахара: учитывая, что за год доля таких линеек снизилась до 6,5% (-2,7 п.п.) за счет сокращения их ассортимента

ФОРМАТЫ УПАКОВОК

Все виды упаковки

Объем	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
3.0-7.0	2 940	-3%	0%	78 273	-15%	0%	7	-3
1.75-2.5	689 281	-8%	23%	38 826 473	-4%	18%	418	12
0.9-1.3	627 950	9%	21%	50 417 470	7%	24%	802	55
1.4-1.7	884 762	10%	30%	45 863 074	26%	22%	2 750	-33
0.6-0.85	9 300	-19%	0%	882 113	-7%	0%	226	-33
0.5	415 537	14%	14%	44 314 684	15%	21%	2 741	180
0.1-0.4	129 691	32%	4%	22 740 083	33%	11%	1 085	290
PRIVATE LABEL	227 142	-10%	8%	7 394 900	4%	4%	3	0
Общий итог	2 986 602	4%	100%	210 517 070	12%	100%	8 032	468

Большой объем теряет свои позиции

Наиболее растущим стал малый в жестяной банке

ПЭТ

Объем	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
3.0-7.0	2 940	-3%	0%	78 273	-15%	0%	7	-3
1.75-2.5	689 281	-8%	25%	38 826 473	-4%	23%	418	12
0.9-1.3	613 200	10%	23%	48 795 376	8%	28%	766	56
1.4-1.7	884 762	10%	33%	45 863 074	26%	27%	2 750	-33
0.6-0.85	6 672	-21%	0%	414 082	-8%	0%	135	-39
0.5	290 352	15%	11%	29 215 515	12%	17%	1 423	80
0.1-0.4	5 052	102%	0%	716 405	113%	0%	72	21
PRIVATE LABEL	227 142	-10%	8%	7 394 900	4%	4%	3	0
Общий итог	2 719 400	3%	100%	171 304 097	9%	100%	5 574	94

**АЛЬТЕРНАТИВА
МАЛОМУ ФОРМАТУ
0,2-0,3?**

ФОРМАТЫ УПАКОВОК

SKU	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ND Dec 2023	WD Dec 2023
IYUBIMAYA KOIA COIA 0.33L BO P	2 211	0%	44%	280 137	0%	39%	9	16
COCA COLA COLA 0.3L BO P	321	961%	6%	60 416	940%	8%	1	2
ASCANIA PEAR JUI 0.37L BO P	306	13%	6%	37 422	24%	5%	3	6
ASCANIA LIME&MINT JUI 0.33L BO P	240	23%	5%	33 478	44%	5%	2	5
ASCANIA CHERRY JUI 0.33L BO P	198	137%	4%	28 065	155%	4%	2	3
ASCANIA STRAWBERRY JUI 0.33L BO P	173	37%	3%	25 568	48%	4%	2	3
ACTIBO BRAIN TONIC LOTUS MULT JUI 0.4L BO	153	-27%	3%	18 692	-25%	3%	1	2
ASCANIA POMEGRANATE JUI 0.33L BO P	127	56%	3%	18 135	69%	3%	2	3
ASCANIA FOR.BERRY JUI 0.33L BO P	127	55%	3%	17 766	68%	2%	2	3
FRUSTYLE USG 0.33L BO P VAR	120	0%	2%	17 570	0%	2%	3	1
ACTIBO BRAIN TONIC KLASSIKA TUTTI FRUTTI M	130	-44%	3%	17 373	-41%	2%	1	2
ASCANIA TARRAGON D.O 0.33L BO P	99	79%	2%	13 894	95%	2%	1	2
ACTIBO BRAIN TONIC LIME MULT JUI 0.4L BO P	102	-27%	2%	13 069	-25%	2%	1	1
ASCANIA LEMON JUI 0.33L BO P	84	89%	2%	11 909	112%	2%	1	1
365 DETOX BL.LEM&MINT&AL&LEM&SPIR JUI 0.3L BO P	14	24%	0%	10 085	15%	1%	0	0
ASCANIA FEIJOA JUI 0.33L BO P	68	271%	1%	9 972	304%	1%	1	1
SPRITE LEM&LIME 0.3L BO P	52	564%	1%	9 512	506%	1%	0	1
365 DETOX PINK TON&GRAPEF&GRAPE 0.33L B	12	4%	0%	8 713	-3%	1%	0	0
FANTA ORANGE 0.3L BO P	47	917%	1%	8 676	957%	1%	0	1
ACTIBO BRAIN TONIC APPLE MULT JUI 0.4L BO P	58	-43%	1%	7 684	-43%	1%	0	1
ASCANIA APPLE JUI 0.33L BO P	55	32%	1%	7 677	40%	1%	1	1
JINRO MIXER TONIC 0.3L BO P	20	161%	0%	5 016	192%	1%	0	1
365 DETOX TROPIC&PASION FR&TOPINMB&LI	7	-2%	0%	4 784	-10%	1%	0	0
KALINA MALINA(KREST`YANSKOE) SIBENERGY	20	614%	0%	4 495	629%	1%	0	0
MOKHITO FRESH MOJITO&STRAWB JUI 0.4L BC	25	-78%	0%	3 659	-79%	1%	0	1
MOKHITO FRESH MOJITO JUI 0.4L BO P	24	-79%	0%	3 442	-80%	0%	0	1
DINO(FORSHTADTSKAYA PIVOVAR) COOKIES B	25	0%	0%	2 802	0%	0%	0	0
PEPSI COLA 0.3L BO P	14	0%	0%	2 731	0%	0%	0	0
SLIVKIS(BAYKAL GRUPP) CREAM&BANANA 0.3L	14	2069%	0%	2 626	2372%	0%	0	0
SLIVKIS(BAYKAL GRUPP) ORIGIN. CREAM 0.3L B	13	1945%	0%	2 213	2000%	0%	0	0



**АЛЬТЕРНАТИВА
МАЛОМУ ФОРМАТУ
0,2-0,4 PET**

ТАРА

АЛТЕРНАТИВА БАНКЕ

АЛТЕРНАТИВА МАЛОМУ
ФОРМАТУ 0,2-0,4



12 oz 8 Pk



0,2л



0,33-0,4л



0,3л



ВОДА



ОБЪЕМ ПРОДАЖ ГРУППЫ НАПИТКИ + КАТЕГОРИИ. Nielsen 2022/2023

Russia

БУТЫЛКА, СТЕКЛО, СТЕКЛЯННАЯ БУТЫЛКА, ПЭТ, PRIVATE

Группа	Категория	ОБЪЕМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2023 vs 2022	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
BEVERAGES	Напитки сладкие газ	2 842 216	3%	32%	187 133 733	8%	40%	6 605	120	66	5%
	Вода	4 602 338	5%	52%	156 357 209	15%	33%	4 009	-101	34	10%
	Энергетические напитки	327 545	15%	4%	34 569 406	25%	7%	426	8	106	9%
	Чайные напитки	437 901	-10%	5%	23 930 474	-3%	5%	514	5	55	8%
	Квас и квасные напитки	207 950	9%	2%	21 649 869	11%	5%	293	-1	104	2%
	Функциональные напитки	303	-76%	0%	52 414	-79%	0%	30	8	173	-10%
BEVERAGES Итого		8 418 252	4%	95%	423 693 105	11%	91%	11 877	39	50	7%
JUICES	Соки и нектары	139 758	10%	2%	14 524 725	24%	3%	183	7	104	13%
	Сокодержательные напитки	126 293	23%	1%	12 363 691	29%	3%	434	-7	98	5%
	Соки и нектары в стекле	64 426	1%	1%	8 960 278	12%	2%	1 342	-114	139	10%
	Морсы, компоты, узвары	18 958	-1%	0%	2 028 015	16%	0%	166	11	107	17%
JUICES Итого		349 436	12%	4%	37 876 710	22%	8%	2 125	-103	108	9%
BABY FOOD	Детская вода	96 650	8%	1%	3 761 716	10%	1%	91	-1	39	2%
	Детские соки	29 068	18%	0%	1 831 249	47%	0%	31	-10	63	24%
BABY FOOD Итого		125 719	10%	1%	5 592 964	20%	1%	122	-11	44	9%
TOTAL		8 893 407	4%	100%	467 162 779	12%	100%	14 124	-75	53	8%

ОБЪЕМ ПРОДАЖ КАТЕГОРИИ ВОДА. Nielsen, Россия, 2022/2023

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ	БРЕНД	ОБЪЕМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2022 vs 2023	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
IDS BORJOMI INTERNATIONAL	SVYATOY ISTOCHNIK (II)	567 821	15%	12%	22 331 391	26%	14%	47	-5	39	9%
	BORJOMI (IDS BORJOM)	59 364	22%	1%	8 987 973	17%	6%	9	-3	151	-4%
	EDELWEISS (IDS BORJOM)	43 796	-12%	1%	1 319 315	3%	1%	2	-1	30	16%
OTHER MANUFACTURERS PRIVATE LABEL	OTHER BRANDS	574 611	4%	12%	16 000 962	15%	10%	2 266	-4	28	11%
	PRIVATE LABEL	871 169	-2%	19%	14 417 904	11%	9%	1	0	17	13%
KHOLDING AKVA/STAVROPO	ESSENTUKI (KHOLDING)	60 537	13%	1%	5 631 411	21%	4%	13	-7	93	7%
	NARZAN (KHOLDING AKV)	23 387	40%	1%	1 781 679	43%	1%	8	-2	76	2%
	ARKHYZ VITA (KHOLDING AKV)	31 714	-17%	1%	1 030 170	-14%	1%	16	-2	32	4%
	GORJI (KHOLDING AKV)	2 876	1482%	0%	194 953	1457%	0%	3	0	68	-2%
MERKURIY GK/CHERKESK	PILGRIM (MERKURIY GK)	268 410	43%	6%	6 944 361	48%	4%	13	1	26	4%
	KUBAY (MERKURIY GK/CHERKESK)	44 282	-43%	1%	1 372 590	-31%	1%	10	1	31	21%
PEPSICO	AQUAMINERALE	124 815	-1%	3%	8 602 388	15%	6%	45	2	69	17%
	RODNIKI ROSSII (PEPSICO)	42	-89%	0%	1 569	-87%	0%	2	-2	37	12%
	KARACHINSKIY ISTOCHNIK/N	135 359	-2%	3%	4 590 822	15%	3%	7	1	34	17%
SHISHKIN LES KHOLDING/MO	136 965	9%	3%	4 357 210	12%	3%	12	-4	32	3%	
RYCHAL-SU AO/DAGESTAN	RYCHAL-SU (RYCHAL-SU)	46 037	14%	1%	4 339 821	21%	3%	6	-1	94	6%
AKVALAYN/CHERKESK	LEGENDA GOR ARKHYZ	58 656	32%	1%	1 962 577	35%	1%	11	-4	33	2%
	PSYZH (AKVALAYN/CHERKESK)	24 623	55%	1%	1 212 744	67%	1%	4	1	49	8%
	GORNAYA VRSHINA (AKVALAYN/CHERKESK)	34 994	19%	1%	927 873	27%	1%	10	2	27	7%
BOBIMEX FKPCHF/MOS.OBL.	SENEZHSKAYA (BOBIMEX)	136 813	22%	3%	4 089 666	23%	3%	32	0	30	1%
	GORNYE SOSNY (BOBIMEX)	13	-94%	0%	593	-93%	0%	0	-2	46	9%
COCA COLA	BONA AQUA (COCA COLA)	29 715	804%	1%	1 887 552	980%	1%	14	4	64	19%
	BONAQUA (COCA COLA)	17 731	-74%	0%	1 203 600	-68%	1%	12	-6	68	22%
KAVMINVODY/KISLOVODSK	NOVOTERSKAYA (KAVMINVODY)	51 910	-10%	1%	2 577 934	-3%	2%	10	-2	50	8%
BAIKALSEA GK	BAIKAL 430M (BAIKALSEA)	11 585	30%	0%	1 455 905	39%	1%	7	-1	126	7%
	BAYKALSKAYA (BAIKALSEA)	13 781	15%	0%	434 553	26%	0%	8	2	32	10%
	IRKUTSKAYA (BAIKALSEA)	6 718	14%	0%	352 624	23%	0%	8	5	52	8%
AYAN/ABAKAN	HAN-KUL' (AYAN/ABAKAN)	39 008	9%	1%	1 233 092	22%	1%	4	0	32	11%
	LEL' (AYAN/ABAKAN)	30 281	6%	1%	972 617	18%	1%	6	0	32	11%
	LAGVITSA (AYAN/ABAKAN)	1 209	-27%	0%	38 385	-20%	0%	4	0	32	9%
ROSINKA ZD/LIPETSK	LIPETSKAYA ROSINKA	65 331	4%	1%	2 196 501	11%	1%	24	0	34	6%
STARIY ISTOCHNIK VK/MINVC	ASH-TAU (STARIY ISTOCHNIK)	17 602	88%	0%	920 779	89%	1%	7	0	52	0%
	DZHIGEM (STARIY ISTOCHNIK)	771	-46%	0%	32 536	-36%	0%	10	-1	42	18%
	RODNOY BYUVET' (STARIY ISTOCHNIK)	280	-15%	0%	26 909	0%	0%	4	1	96	18%
CHERNOGOLOVKA/AKVALAY	CHERNOGOLOVKA (CHERNOGOLOVKA)	65 794	41%	1%	1 794 813	68%	1%	14	1	27	19%

#1 «Святой источник» и «Боржоми» растут

Стабильный рост у Эссентуки и Нарзана

«Пилигрим» растет 6% доля, Кубай падает

«Легенда гор Архыз», который забирает долю «Архыз» из минеральной воды.

Стабильный рост у «Псыш».



ТАРА

Упаковка	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
PET	3 659 267	7%	79%	131 144 323	16%	84%	3 979	-173
PRIVATE LABEL	871 169	-2%	19%	14 417 904	11%	9%	1	0
GLASS	71 891	8%	2%	10 791 744	15%	7%	467	-48
CANS	2 854	-30%	0%	582 096	-27%	0%	53	22
TIN BOTTLE	11	54%	0%	3 238	31%	0%	2	1
SOFT PACKET	0	-82%	0%	0	-84%	0%	0	0

Продолжается рост
ПЭТ и СТЕКЛА

При общем снижении
SKU

Банка растёт в
ассортименте, но не
в объеме

TAPA

CAN

SKU	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ND Dec 2023	WD Dec 2023
BORJOMI C E 0.33LT US	1 087	1%	38%	213 477	-8%	37%	6	31
BORJOMI WILD STRAWB&HERB DIET DC I 0.33L	460	-33%	16%	89 573	-41%	15%	3	22
BORJOMI LIME&CORIAND DIET DC I 0.33LT US	386	-2%	14%	78 996	-11%	14%	3	18
BORJOMI CHER&POMGRN DIET C I 0.33LT US	343	11%	12%	72 251	3%	12%	4	17
BORJOMI CITR.MIX&CINC DIET DC I 0.33LT US	285	28%	10%	50 862	21%	10%	2	15
BORJOMI MIN.DETOX MINER C E 0.15LT US	53	197%	2%	23 151	189%	4%	0	6
DZHERMUK C E 0.33LT US	48	-39%	2%	7 501	-34%	1%	0	2
SVYATOY ISTOCHNIK MESTA SILY URAL SHADB&	48	-87%	2%	6 624	-86%	1%	0	3
SVYATOY ISTOCHNIK MESTA SILY KARELIYA CRA	32	-89%	1%	4 334	-88%	1%	0	3
LEGEND OF BAIKAL RASPBERRY DIET VIT SI 0.33L	16	0%	1%	4 000	0%	1%	0	2



0,12л



ВОДА, РЕЙТИНГ ПО ВКУСАМ TOP 30

Упаковка	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022	Средняя цена за литр, 2023
WITHOUT FLAVOUR SOFT DR	3 526 833	6%	94%	129 025 190	13%	91%	3 995	-246	37
LEMON	71 426	40%	2%	4 182 284	48%	3%	124	5	59
CITRUS	23 999	40%	1%	2 573 745	53%	2%	7	2	107
STRAWBERRY	19 391	100%	1%	1 123 830	117%	1%	25	5	58
RASPBERRY	8 388	-12%	0%	708 038	-2%	0%	43	-1	84
LEMON & LIME	16 537	18%	0%	702 974	23%	0%	15	1	43
APPLE	9 799	26%	0%	599 728	17%	0%	24	3	61
CHERRY	11 565	-5%	0%	465 162	0%	0%	11	0	40
SWEET CHERRY	4 900	-10%	0%	455 096	0%	0%	6	0	93
PEACH	6 425	6307%	0%	385 944	1717%	0%	12	6	60
UNABLE TO SEGMENT	5 72	510%	0%	374 948	632%	0%	4	-1	66
POMEGRANATE	2 865	179%	0%	243 367	214%	0%	6	-3	85
LEMON & CITRUS	3 305	0%	0%	233 209	0%	0%	3	3	71
TROPICAL FRUIT	3 915	1055%	0%	172 032	1090%	0%	3	1	44
BLACKCURRANT	3 762	5%	0%	140 361	4%	0%	4	0	37
LEMON & MINT	2 055	313%	0%	118 865	128%	0%	12	5	58
LIME & MINT	1 753	4%	0%	106 444	17%	0%	11	-1	61
WILD STRAWBERRY & HERB	46	-33%	0%	89 698	-41%	0%	2	0	195
LIME & CORIANDER	385	-2%	0%	79 130	-11%	0%	2	0	205
CHERRY & POMEGRANATE	344	10%	0%	72 444	2%	0%	2	0	211
FOREST BERRY	83	1013%	0%	62 388	968%	0%	4	3	75
CITRUS MIX & GINGER	285	-28%	0%	60 027	-32%	0%	2	0	210
BIRCH	1 750	9%	0%	54 133	15%	0%	4	1	31
HOP	1 244	5%	0%	39 457	14%	0%	3	0	32
CITRUS MIX & RED ORANGE	353	0%	0%	39 142	0%	0%	2	2	111
LIME & LEMON & MINT	319	2014%	0%	32 381	1426%	0%	2	1	102
STRAWBERRY & MINT	27	-38%	0%	27 373	76%	0%	3	1	101
GINGER & ORANGE	902	-18%	0%	26 225	-11%	0%	1	0	29
LIME	143	-26%	0%	23 456	-29%	0%	7	1	164
CRANBERRY	553	-30%	0%	22 056	2%	0%	4	-1	40

94% вода без вкуса

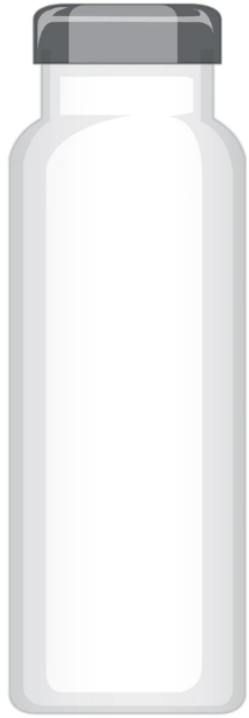
У воды со вкусом
ощутимо выше цена.

Вкусовой сегмент с
популярными вкусами

- Лимон
- Цитрусовые
- Клубника
- Малина
- Лимон-лайм
- Яблоко
- Вишня
- Сладкая вишня
- Персик
- Гранат
- Лимон и цитрусовые
- Тропический



Растёт популярность
уникальных вкусов в
воде с более высокой
средней ценой









ФОРМАТЫ УПАКОВОК

ПЭТ Большой объем теряет свои позиции

Объем	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
3.0-7.0	755 061	2%	21%	12 500 678	8%	10%	553	-2
1.75-2.5	148 983	-9%	4%	4 266 790	-4%	3%	129	-12
0.9-1.3	405 818	14%	11%	23 350 770	22%	18%	342	-19
1.4-1.7	1 822 480	8%	50%	54 808 867	16%	42%	1 394	-42
7.5-9.0	18 399	-12%	1%	314 911	-4%	0%	16	3
0.6-0.85	82 206	19%	2%	5 987 096	23%	5%	205	-15
0.5	392 863	16%	11%	27 243 739	20%	21%	1 229	-62
0.1-0.4	33 458	4%	1%	2 671 472	4%	2%	111	-24
Общий итог	3 659 267	7%	100%	131 144 323	16%	100%	3 979	-173

↑ МАЛЫЙ ФОРМАТ 0,2-0,3л.

0,25л



ВИТАМИН БУСТЕРЫ

SKU

- 0,33

Идея:

Витамин бустеры

- **Приятный вкус**
- **Мало калорий**
- Витамин С+ большая порция
- Витамин D+ большая порция

0,33л. CAN

60р.



Daily C

Витаминизированная вода премиум-класса. Идеально подходит для людей, ведущих здоровый и активный образ жизни!

Напиток Daily C - настоящий клад витаминов и полезных микроэлементов. Благоприятно влияет на состояние волос, кожи и ногтей.

Производится в бутылке ПЭТ 500мл и в стекле 140мл



Vita Power -

витаминизированный напиток, в состав которого входит Витамин С и таурин.

Рекомендуется употреблять для профилактики простудных заболеваний. Благодаря приятному освежающему вкусу, напиток Vita Power понравится как взрослым, так и детям.

Ж/Б 240 мл

Стеклобутылка 100 мл



Balance



Ultra-C



Refresher



Energy-V



Balance



Ultra-C



Shield-V

HANGOVER DRINKS

SKU.

- 0,33

Идея: Антипохмелины

- Витамины B+ большая порция
- Аминокислоты
- Ягоды
- Витамины C, D

HANGOVER DRINKS

0,33л.

60-100р.





МОРСЫ КОМПОТЫ



ОБЪЕМ ПРОДАЖ ГРУППЫ НАПИТКИ + КАТЕГОРИИ. Nielsen 2022/2023

Russia

БУТЫЛКА, СТЕКЛО, СТЕКЛЯННАЯ БУТЫЛКА, ПЭТ, PRIVATE

Группа	Категория	ОБЪЕМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2023 vs 2022	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
BEVERAGES	Напитки сладкие газ	2 842 216	3%	32%	187 133 733	8%	40%	6 605	120	66	5%
	Вода	4 602 338	5%	52%	156 357 209	15%	33%	4 009	-101	34	10%
	Энергетические напитки	327 545	15%	4%	34 569 406	25%	7%	426	8	106	9%
	Чайные напитки	437 901	-10%	5%	23 930 474	-3%	5%	514	5	55	8%
	Квас и квасные напитки	207 950	9%	2%	21 649 869	11%	5%	293	-1	104	2%
	Функциональные напитки	303	-76%	0%	52 414	-79%	0%	30	8	173	-10%
BEVERAGES Итого		8 418 252	4%	95%	423 693 105	11%	91%	11 877	39	50	7%
JUICES	Соки и нектары	139 758	10%	2%	14 524 725	24%	3%	183	7	104	13%
	Сокодержательные напитки	126 293	23%	1%	12 363 691	29%	3%	434	-7	98	5%
	Соки и нектары в стекле	64 426	1%	1%	8 960 278	12%	2%	1 342	-114	139	10%
	Морсы, компоты, узвары	18 958	-1%	0%	2 028 015	16%	0%	166	11	107	17%
JUICES Итого		349 436	12%	4%	37 876 710	22%	8%	2 125	-103	108	9%
BABY FOOD	Детская вода	96 650	8%	1%	3 761 716	10%	1%	91	-1	39	2%
	Детские соки	29 068	18%	0%	1 831 249	47%	0%	31	-10	63	24%
BABY FOOD Итого		125 719	10%	1%	5 592 964	20%	1%	122	-11	44	9%
TOTAL		8 893 407	4%	100%	467 162 779	12%	100%	14 124	-75	53	8%

ОБЪЕМ ПРОДАЖ КАТЕГОРИИ МОРСЫ

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ	БРЕНД	ОБЪЕМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2023 vs 2022	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
PRIVATE LABEL	PRIVATE LABEL	7 643	-4%	40%	764 439	8%	38%	1	0	100	13%
COCA COLA	DOBRIY (COCA COLA)	3 214	1029%	17%	403 411	1044%	20%	3	0	126	1%
MINSKIY Z-D BEZALK.NAPITK	J.MORS (MINSKIY Z-D B	1 601	-26%	8%	138 718	-16%	7%	2	-1	87	13%
NATURAL` NYE NAPITKI/IRKUT	PO RETSEPTU MOEY BAB	941	2%	5%	93 842	9%	5%	13	3	100	8%
	SLAVNIY VKUS (NATURA	139	108%	1%	5 980	126%	0%	1	0	43	9%
	LYUBYAT DETI (NATURAL	41	82%	0%	4 989	69%	0%	3	0	122	-7%
MIRATORG AGROPROMYSHLEI	MIRATORG	404	-1%	2%	90 866	3%	4%	5	0	225	5%
KRAL KONSERV/MOSKVA	KRAL (KRAL KONSERV/A	946	-3%	5%	85 820	-2%	4%	2	0	91	1%
RODNIK/IRKUTSK	TAYOZHNIY KRAY (ROD	854	-1%	5%	74 189	5%	4%	10	0	87	6%
	FIZZBERRY (TYUMEN` EK	11	495%	0%	2 517	518%	0%	7	2	236	4%
VOLGA GRUPP	MUGO (VOLGA GRUPP)	310	-65%	2%	28 903	-68%	1%	2	-4	93	-7%
	IVANOV MORS (VOLGA	152	-95%	1%	16 882	-93%	1%	2	0	111	48%
	AKYVANIK (VOLGA GRU	0	-96%	0%	11	-97%	0%	0	-1	79	-25%
BLAGODAR/KHABAROVSK	TAYOZHNIY KRAY (ROD	233	-36%	1%	25 445	-32%	1%	4	-1	109	7%
	BLAGODAR (BLAGODAR	70	-5%	0%	7 908	2%	0%	1	-1	113	8%
ARSHANI/MOSKVA	ARTSHANI	127	30%	1%	23 040	37%	1%	6	0	182	5%
	O DARVITA (ARSHANI/MC	4	54%	0%	1 214	61%	0%	3	0	271	5%
KONDIKER-SERVIS/SANKT-PET	FUNNY EZHIK (KONDITE	153	-9%	1%	20 951	2%	1%	8	-3	137	11%
BAYKAL GRUPP/IRKUTSK	SADOVAYA PLETYONKA	114	-31%	1%	14 141	-27%	1%	8	0	124	5%
ROSTAGROEXPORT/MOSKVA	ROSTAGROEXPORT (RO	84	161%	0%	12 946	176%	1%	2	1	154	6%
SPRING/OMSK	SPRING (SPRING/OMSI	105	58%	1%	11 911	58%	1%	3	0	113	0%
KOMBINAT NATURAL` NYKH	PIRUSBERRIES ENJOY (KO	58	-50%	0%	8 899	-46%	0%	5	-12	154	9%
SADY PRIDON` YA /VOLGOGR	SADY PRIDON` YA (SADY	36	6%	0%	7 433	7%	0%	1	0	206	1%
GLOBUS/LENINGRADSKAYA C	24 VKUSA (GLOBUS/LEI	28	81%	0%	6 815	85%	0%	9	-3	242	3%
YAGODY KARELI KOMPANIYA	YAGODY KARELI	24	145%	0%	5 856	153%	0%	6	4	239	3%
VEL` TA PROIZV.KOMPANIYA/	MOON BERRY (VEL` TA P	36	47%	0%	4 245	33%	0%	4	-1	117	-10%
ALONKA	ALONKA	36	65%	0%	3 934	101%	0%	5	-1	108	22%
SAVA TOMSKAYA PROIZVOD.I	SAVA (SAVA TOMSKAYA	12	364%	0%	3 727	362%	0%	3	0	324	0%
DOMASHNIE RETSEPTY/MOSK	DOMASHNIE RETSEPTY (12	-31%	0%	2 930	-23%	0%	1	10	255	12%
TSAR BERENDEY/KOSTROMSK	TSAR` BERENDEY (TSAR I	15	-18%	0%	2 455	-12%	0%	7	0	161	7%
YUNET/PETROPAVLOVSK-KAN	YUNET (YUNET/PETROP.	5	61%	0%	1 687	85%	0%	4	4	325	15%



ФОРМАТЫ УПАКОВОК

ВСЕ

Объем	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
3.0-7.0	80	-57%	0%	8 098	-51%	0%	8	-2
1.75-2.5	323	0%	1%	25 101	6%	1%	4	1
1.4-1.7	905	301%	4%	66 409	173%	2%	12	3
0.9-1.3	13 952	-27%	55%	1 599 746	-16%	56%	121	-2
0.6-0.85	27	-44%	0%	5 004	-26%	0%	10	-4
0.5	1 138	0%	5%	153 272	13%	5%	69	15
0.1-0.4	1 218	111%	5%	213 750	89%	8%	36	1
PRIVATE LABEL	7 643	-4%	30%	764 439	8%	27%	1	0
Общий итог	25 286	-14%	100%	2 835 820	-3%	100%	261	10

Растёт объем 1,5л.

Растёт объем менее 0,5л.

ПЭТ

Объем	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
1.4-1.7	896	892%	9%	64 938	547%	6%	9	3
0.9-1.3	6 999	-15%	70%	718 482	8%	65%	33	-4
0.6-0.85	6	-32%	0%	801	-25%	0%	0	-2
0.5	1 100	0%	11%	143 580	12%	13%	55	14
0.1-0.4	1 016	123%	10%	184 178	93%	17%	17	3
Общий итог	10 017	1%	100%	1 111 988	24%	100%	114	14

Растёт объем 1,5л.

Растёт объем менее 0,5л.



ТАРА

Упаковка	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
PET	10 017	1%	40%	1 111 988	24%	39%	114	14
CARTON	6 233	-38%	25%	793 001	-32%	28%	57	-3
PRIVATE LABEL	7 643	-4%	30%	764 439	8%	27%	1	0
GLASS BOTTLE	1 298	-1%	5%	151 588	7%	5%	78	-1
OTHER PACKAG	95	-52%	0%	14 804	-36%	1%	11	0
Общий итог	25 286	-14%	100%	2 835 820	-3%	100%	261	10

Рост ПЭТ

Падение в КАРТОНЕ

РЕЙТИНГ ПО ВКУСАМ TOP 30

CRANBERRY	5 889	-37%	33%	673 496	-24%	33%	60	-3
GRAPE & CRANBERRY	1 672	-26%	9%	215 600	-14%	10%	4	0
GRAPE & CRANBERRY & COWBERRY & C	1 721	-21%	10%	208 567	-13%	10%	3	0
COWBERRY	1 938	21%	11%	185 971	4%	9%	38	1
CRANBERRY & GRAPE	1 080	0%	6%	122 138	0%	6%	3	3
COWBERRY & RASPBERRY	964	150%	5%	120 352	142%	6%	3	0
CRANBERRY & BILBERRY & BLACKBERRY	446	12%	3%	97 222	12%	5%	3	0
BLACKCURRANT	687	19%	4%	77 748	21%	4%	13	-2
FOREST BERRY	358	106%	2%	55 385	118%	3%	5	0
SEA BUCKTHORN	257	8%	1%	50 552	24%	2%	22	0
UNABLE TO SEGMENT	497	-67%	3%	39 094	-65%	2%	2	1
RASPBERRY	346	8%	2%	36 183	15%	2%	15	5
BERRY	239	47%	1%	22 178	61%	1%	8	0
CHERRY	118	-41%	1%	17 958	-38%	1%	7	-5
BERRY MIX	184	-76%	1%	17 393	-77%	1%	9	1
CURRANT	135	131%	1%	13 408	188%	1%	5	3
STRAWBERRY	129	-16%	1%	12 891	-10%	1%	4	0
CRANBERRY & RASPBERRY	105	2%	1%	12 129	16%	1%	1	-1
BILBERRY	74	-33%	0%	10 484	-11%	1%	11	3
CLOUDBERRY	114	0%	1%	9 226	0%	0%	2	2
WILD STRAWBERRY & COWBERRY	118	-57%	1%	8 689	-69%	0%	1	-1
CHERRY & CRANBERRY	86	931%	0%	7 274	831%	0%	1	0
COWBERRY & MINT	57	-14%	0%	7 139	-10%	0%	2	0
BLACKCURRANT & COWBERRY & CLOUD	81	842%	0%	7 103	757%	0%	1	0
WILD STRAWBERRY	51	-10%	0%	5 691	1%	0%	0	-1
BLACKCURRANT & RASPBERRY	46	-27%	0%	4 750	-19%	0%	2	1
BLACKBERRY & COWBERRY	29	-52%	0%	4 462	-40%	0%	1	0
RASPBERRY & BLACKBERRY	38	-62%	0%	3 439	-59%	0%	1	0
CURRANT & MINT	27	-37%	0%	3 324	-34%	0%	2	0
MULTIBERRY	29	575%	0%	3 164	736%	0%	2	2

Популярные вкусы

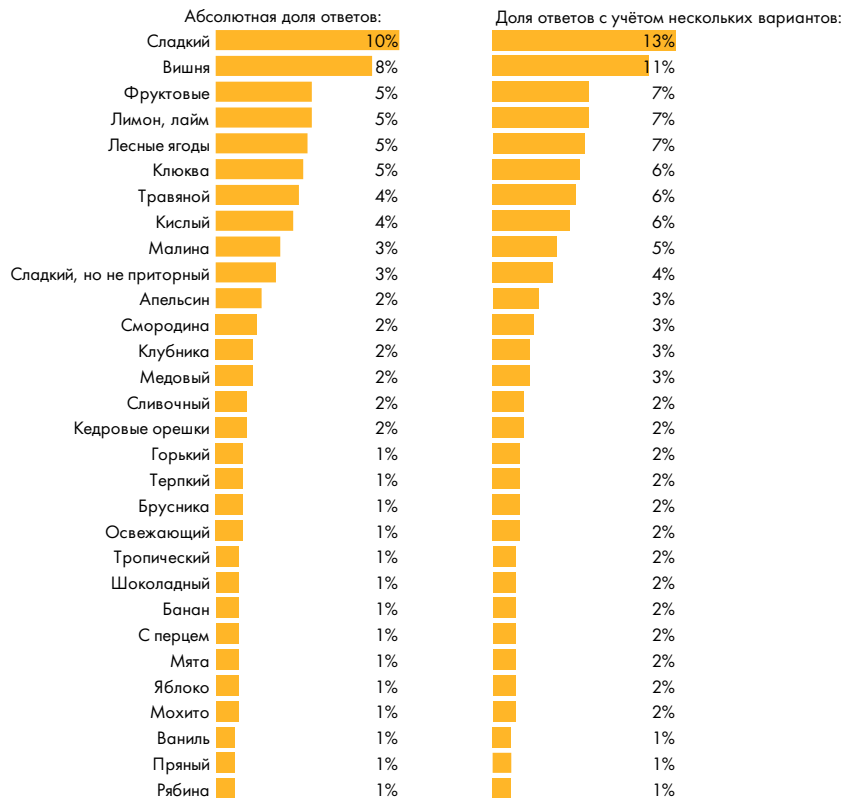
- Клюква
- Виноград и клюква
- Виноград, клюква, бруска и морошка
- Брусника
- Клюква и виноград
- Брусника и малина
- Клюква, черника и ежевика
- Черная смородина
- Лесная ягода
- Облепиха
- Малина
- Ягода
- Вишня
- Ягодный микс
- Смородина
- Клубника
- Клюква и малина
- Черника
- Морошка
- Дикая земляника

Растёт популярность
уникальных ягодных
сочетаний

Какой ВКУС настоек или коктейлей вам нравится?

Какой ВКУС настоек или коктейлей вам нравится?

Несколько вариантов ответа



Наиболее популярный ответ «СЛАДКИЙ» – 10%

Наиболее популярные вкусы, которые могут определить тональность напитка:

- Вишня 8%
- Фруктовые 5%
- Лимон, лайм 5%
- Лесные ягоды 5%
- Клюква 5%
- Травяной 4%
- Малина 3%
- Апельсин 2%
- Смородина 2%
- Клубника 2%
- Сливочный 2%
- Шоколадный 1%
- Ваниль 1%

Сладкие настойки. Очень хитрый напиток, в котором спиртовая составляющая скрывается за ягодным, фруктовым или иным вкусом. Вкусно, не очень крепко.

Из несладких вкусов назвали:

- Горький 1%
- Терпкий 1%
- Пряный 1%
- Рябина 1%
- Облепиха 1%

Несладкие вкусы. Здесь превалирует спиртовая составляющая. Ты ощущаешь, что это достаточно крепкий напиток, но с приятным, например, облепиховым послевкусием.

100% НАТУРАЛЬНЫЕ КОМПОТЫ, МОРСЫ

Средняя категория, ПЭТ:

- 1,0л.
- 0,4л.

Бутылка с широкой крышкой
38мм для



1,0л. ПЭТ / Слив

Бутылка с широкой
крышкой 38мм



0,4л. ПЭТ / Слив

Бутылка с широкой
крышкой 38мм

ПЭТ ШИРОКАЯ КРЫШКА



ДЕТСКИЙ ВАРИАНТ



ГРАФИКА





1,0л. ПЭТ



0,4л. ПЭТ



СОКОСОДЕРЖАЩИЕ НАПИТКИ



ОБЪЕМ ПРОДАЖ ГРУППЫ НАПИТКИ + КАТЕГОРИИ. Nielsen 2022/2023

Russia

БУТЫЛКА, СТЕКЛО, СТЕКЛЯННАЯ БУТЫЛКА, ПЭТ, PRIVATE

Группа	Категория	ОБЪЕМ 2023, тонн	2023 vs 2022	Доля рынка VOL	ВЫРУЧКА 2023, тыс руб	2023 vs 2022	Доля рынка VAL	Количество SKU 12.2023	Кол-во SKU 2023 vs 2022	Средняя цена за литр, 2023	2023 vs 2022
BEVERAGES	Напитки сладкие газ	2 842 216	3%	32%	187 133 733	8%	40%	6 605	120	66	5%
	Вода	4 602 338	5%	52%	156 357 209	15%	33%	4 009	-101	34	10%
	Энергетические напитки	327 545	15%	4%	34 569 406	25%	7%	426	8	106	9%
	Чайные напитки	437 901	-10%	5%	23 930 474	-3%	5%	514	5	55	8%
	Квас и квасные напитки	207 950	9%	2%	21 649 869	11%	5%	293	-1	104	2%
	Функциональные напитки	303	-76%	0%	52 414	-79%	0%	30	8	173	-10%
BEVERAGES Итого		8 418 252	4%	95%	423 693 105	11%	91%	11 877	39	50	7%
JUICES	Соки и нектары	139 758	10%	2%	14 524 725	24%	3%	183	7	104	13%
	Сокодержательные напитки	126 293	23%	1%	12 363 691	29%	3%	434	-7	98	5%
	Соки и нектары в стекле	64 426	1%	1%	8 960 278	12%	2%	1 342	-114	139	10%
	Морсы, компоты, узвары	18 958	-1%	0%	2 028 015	16%	0%	166	11	107	17%
JUICES Итого		349 436	12%	4%	37 876 710	22%	8%	2 125	-103	108	9%
BABY FOOD	Детская вода	96 650	8%	1%	3 761 716	10%	1%	91	-1	39	2%
	Детские соки	29 068	18%	0%	1 831 249	47%	0%	31	-10	63	24%
BABY FOOD Итого		125 719	10%	1%	5 592 964	20%	1%	122	-11	44	9%
TOTAL		8 893 407	4%	100%	467 162 779	12%	100%	14 124	-75	53	8%

ОБЪЕМ ПРОДАЖ КАТЕГОРИИ СОКОСОДЕРЖАЩИЕ НАПИТКИ

ПЭТ

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ	БРЕНД	ОБЪЁМ	2023 vs	Доля рынка	ВЫРУЧКА	2023 vs	Доля рынка	Количество	Кол-во SKU	Средняя	2023 vs
		2023, тонн	2022	VOL	2023, тыс руб	2022	VAL	SKU 12.2023	2023 vs 2022	цена за литр, 2023	2022
COCA COLA	DOBRIY (COCA COLA)	45 833	16%	51%	5 898 540	24%	58%	26	1	129	7%
PEPSICO	LYUBIMIY (PEPSICO)	3 140	-27%	3%	493 330	-9%	5%	7	-2	157	25%
	J-7 (PEPSICO)	796	5133%	1%	165 872	9348%	2%	3	1	208	81%
BPC/SMOLENSKAYA OBL.	AZERBAYDZHANSKIY GI	3 954	-15%	4%	324 015	-6%	3%	2	0	82	10%
	WISH (BPC/SMOLENSK)	355	1300%	0%	27 102	1398%	0%	1	-1	76	7%
VEL`TA PROIZV.KOMPANIYA/	MARMELL (VEL`TA PROIZ	1 661	-39%	2%	270 517	-29%	3%	4	0	163	17%
	DE COCO (VEL`TA PROIZ	718	-37%	1%	75 946	-36%	1%	3	0	106	2%
EXPRESS KUBAN/P.YABLONEV	VKUSNOSOK (EXPRESS	3 185	11%	4%	126 711	9%	1%	19	-4	40	-2%
	DIVNIY SAD (EXPRESS K	616	56%	1%	53 246	82%	1%	5	-1	86	17%
NATURAL` NYE NAPITKI/IRKUT	PO RETSEPTU MOEY BAE	941	2%	1%	93 842	9%	1%	13	3	100	8%
MOSKOVSKAYA PIV. KOMPAN	MUL`T (MOSKOVSKAYA	761	50%	1%	151 092	84%	1%	3	0	199	22%
MINSKIY Z-D BEZALK.NAPITK	J:MORS (MINSKIY Z-D B	1 601	-30%	2%	138 718	-19%	1%	2	-1	87	15%
MIRATORG AGROPROMYSHLEI	MIRATORG	623	-1%	1%	137 269	2%	1%	8	0	220	3%
SPRING/OMSK	FRUKTOVO (SPRING/O	994	-16%	1%	96 781	8%	1%	17	-4	97	29%
ABSOLUTE NATURE GK	ABSOLUTE NATURE (ABS	192	-26%	0%	63 559	-24%	1%	4	0	330	2%
KRAL KONSERV/MOSKVA	KRAL (KRAL KONSERV/A	946	-3%	1%	85 820	-2%	1%	2	0	91	1%
RODNIK/IRKUTSK	TAYOZHNIY KRAY (ROD	854	-1%	1%	74 189	5%	1%	10	0	87	6%
LOTTE GROUP	LOTTE (LOTTE GROUP)	322	11%	0%	52 101	17%	1%	4	-1	162	6%

Абсолютные лидеры в категории Coca-Cola и ниже PepsiCo



ФОРМАТЫ УПАКОВОК

пЭТ

Объем	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
3.0-7.0	1 251	65%	2%	42 122	84%	1%	6	-8
1.75-2.5	3 019	23%	4%	131 401	30%	2%	28	6
1.4-1.7	13 914	775%	20%	911 221	571%	12%	27	-3
0.9-1.3	26 941	17%	39%	2 915 820	27%	37%	68	24
0.6-0.85	666	-72%	1%	68 598	-71%	1%	7	3
0.5	17 444	-1%	25%	2 756 738	8%	35%	75	-2
0.1-0.4	6 436	-1%	9%	1 090 030	18%	14%	72	10

ТАРА

Упаковка	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022
CARTON	266 362	7%	76%	22 947 146	23%	69%	508	0
PET	69 670	28%	20%	7 915 930	26%	24%	283	30
GLASS BOTTLE	9 036	-11%	3%	984 187	3%	3%	220	-26
CAN	3 470	-25%	1%	947 270	-20%	3%	176	6
OTHER PACKAG	3 758	-23%	1%	473 984	-10%	1%	29	9
SACHET	1	-91%	0%	120	-90%	0%	0	-7
Общий итог	352 298	9%	100%	33 268 638	21%	100%	1 216	12

Продолжается рост
ПЭТ

РЕЙТИНГ ПО ВКУСАМ

Вкус	Объем,		Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА,		Доля рынка 2023	Кол-во SKU 2023	vs 2022	
	тн 2023	vs 2022		тыс руб 2023	vs 2022				
APPLE	55 329	95%	16%	4 737 624	124%	14%	105		6
ORANGE	31 545	16%	9%	3 692 071	25%	11%	65		-6
ORANGE & MANGO & TANGERINE	41 587	5%	12%	3 587 147	22%	11%	8		1
APPLE & CHERRY & SWEET CHERRY	35 989	13%	10%	3 202 630	27%	10%	9		2
APPLE & CHOKEBERRY & STRAWBERRY & MULTIFRUIT	17 429	-20%	5%	1 618 066	3%	5%	5		-2
APPLE & PEACH	16 830	6%	5%	1 215 321	20%	4%	67		-2
APPLE & PEACH	10 037	441%	3%	1 023 995	597%	3%	19		2
APPLE & ORANGE & PINEAPPLE & WATERMELON & BANANA & LEMON & TROPICAL	9 491	-51%	3%	954 536	-37%	3%	6		0
TROPICAL	7 277	-10%	2%	902 042	-1%	3%	12		0
APPLE & POMEGRANATE & CHOKEBERRY	7 890	3%	2%	724 305	21%	2%	3		0
MANGO	5 947	-27%	2%	702 270	-13%	2%	25		-8
BERRY & FRUIT	6 000	0%	2%	546 992	19%	2%	9		1
APPLE & GRAPE & CHOKEBERRY	4 682	-34%	1%	436 791	-22%	1%	6		0
POMEGRANATE	5 135	-18%	1%	436 500	-7%	1%	31		-5
PEAR & CHOKEBERRY & CHERRY & MINT	5 223	83%	1%	398 183	90%	1%	4		0
UNABLE TO SEGMENT	7 861	1%	2%	367 608	-8%	1%	7		3
ORANGE & TANGERINE & MANGO	3 479	-8%	1%	311 459	2%	1%	3		0
PINEAPPLE & MANGO	1 797	-9%	1%	298 569	-5%	1%	3		-1
APPLE & ORANGE & PINEAPPLE & MANGO	4 751	0%	1%	298 420	0%	1%	4		4
PEACH	4 067	29%	1%	290 985	31%	1%	48		-1
BERRY MIX	2 882	-16%	1%	273 686	-3%	1%	8		1
APPLE & CHOKEBERRY & CHERRY	1 770	0%	1%	261 038	0%	1%	2		2
APPLE & APRICOT & PEAR	2 526	-4%	1%	240 608	14%	1%	2		0
PEAR & APPLE & PEACH	2 683	175%	1%	219 808	188%	1%	3		1
APPLE & CHERRY & GRAPEFRUIT & SWEET	861	0%	0%	218 428	9%	1%	2		0
TROPICAL MIX	2 264	-19%	1%	218 316	-6%	1%	2		0
BERRY MIX & APPLE & GRAPEFRUIT & RASPBERRY & BLACKCURRANT	3 321	0%	1%	207 161	0%	1%	2		2
APPLE & GRAPEFRUIT & ORANGE & TANGERINE	1 833	-55%	1%	191 628	-44%	1%	2		-1
APPLE & LEMON	1 890	-14%	1%	182 714	0%	1%	2		0
APPLE & GRAPE & RASPBERRY & ROSE	1 852	-6%	1%	172 663	13%	1%	1		-1

Лидируют типичные соковые вкусы яблоко и апельсин

Растущий сегмент с популярными вкусами

- Яблоко и персик 441%
- Груша, яблоко и персик 175%
- Яблоко 95%
- Груша и черница и вишня и мята 83%
- Персик 29%
- Апельсин 16%
- Яблоко, вишня и вишня 13%
- Мультифруктовый 6%
- Апельсин, манго, мандарин 5%
- Яблоко, гранат и чернойда 3%

Растёт популярность уникальных вкусов







МОЛОКО



ТАРА (ПАСТЕР + СТЕП)

Упаковка	Объем, тн	vs 2022	Доля	ВЫРУЧКА, тыс	vs 2022	Доля	Кол-во	vs 2022
	2023		рынка	руб		рынка	SKU	
			2023	2023		2023	2023	
BOTTLE	886 072	14%	46%	71 476 944	13%	49%	784	46
CARTON	435 297	-8%	23%	33 838 998	-6%	23%	678	-33
POUCH	468 309	-8%	25%	29 542 811	-6%	20%	634	-44
OTHER PACKAGE	92 192	8%	5%	7 290 941	4%	5%	140	-14
PRISMA	17 021	9%	1%	1 782 481	-5%	1%	30	-3
BRICK BASE	2 290	20%	0%	568 494	58%	0%	34	9
TETRA GEMINA ASEPT	4 159	100%	0%	506 428	44%	0%	17	1
SQUARE	2 161	11%	0%	271 957	-5%	0%	61	-3
CAN	514	20%	0%	209 978	5%	0%	35	1
BRICK SLIM	521	27%	0%	104 627	22%	0%	18	0
GLASS BOTTLE	42	25%	0%	35 766	20%	0%	5	-7
MONOSTAKAN	29	-47%	0%	5 653	-39%	0%	2	-2
CLASSIC	3	-2%	0%	2 711	-18%	0%	1	0
OTHER PACKAGE TYP	4	1684%	0%	1 869	1628%	0%	1	0
PLASTIC BOTTLE	2	-77%	0%	1 479	-70%	0%	1	-2
PURE PAK	1	60%	0%	176	26%	0%	1	1
PLASTIC PILLOW POU	0	-100%	0%	0	-100%	0%	0	0
Общий итог	1 908 616	2%	100%	145 641 312	4%	100%	2 442	-50

Продолжается рост ПЭТ

ФОРМАТЫ УПАКОВОК

ПЭТ

Объем	Объем, тн		Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб		Доля рынка 2023	Кол-во SKU	
	2023	vs 2022		2023	vs 2022		2023	vs 2022
1.75-2.5	50 079	32%	6%	3 919 182	31%	5%	9	2
1.4-1.7	258 179	27%	29%	21 006 018	27%	29%	109	15
0.9-1.3	550 161	6%	62%	44 135 182	5%	62%	548	7
0.6-0.85	20 320	59%	2%	1 638 872	60%	2%	45	14
0.5	6 612	20%	1%	693 813	18%	1%	63	7
0.1-0.4	724	151%	0%	85 356	96%	0%	11	-1
Общий итог	886 075	14%	100%	71 478 423	13%	100%	785	44

Family Pack

Downsizing

Single Pack

МОЛОКО ФОРМАТ 0,1-0,5л.

SKU	Объем, тн 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ВЫРУЧКА, тыс руб 2023	vs 2022	Доля рынка 2023	ND Dec 2023	WD Dec 2023
MOLOCHNAYA POLYANA BP 0.45L R P BO 2.5%	1 181	9%	16%	116 009	13%	14%	1	1
OCHEN` VAZHNYAYA KOROVA MP 0.43KG R P BO 2.5%	1 313	29%	18%	109 764	23%	13%	3	4
KNYAGININO BP 0.43L R P BO 3.5%	696	11%	9%	71 076	5%	9%	1	3
KNYAGININO MP 0.43L R P BO 1.5%	573	7%	8%	51 001	4%	6%	2	3
ARSEN` EVSKOE OTBORNOE MP 0.33L SQ P BO 3.4-6%	364	226%	5%	42 076	182%	5%	3	5
OCHEN` VAZHNYAYA KOROVA BP 0.43KG R P BO 4%	419	-25%	6%	41 798	-27%	5%	2	2
BRAT` YA CHEBURASHKINY MP 0.5L R P BO LF 3.6-4.6%	164	-12%	2%	30 847	-25%	4%	1	2
ASEN` EVSKAYA FERMA BP 0.33L SQ P BO 4%	259	4048%	4%	28 280	3169%	3%	3	3
SAVA TPK CEDAR NUT 0.2LJ BO 7%	29	35%	0%	27 114	25%	3%	4	10
ZALESSKIY FERMER FERMERSKOE BP 0.45KG R P BO 3.5	225	108%	3%	24 840	109%	3%	1	1
GRINAGRO(GRINAGR.KHAPK/PRIM) MP 0.487L SQ P B	162	24%	2%	23 912	25%	3%	0	1
KNYAGININO MP 0.43KG R P BO 3.2%	191	-12%	3%	20 271	-12%	2%	0	2
VKUSNYAEV BP 0.45KG R P BO 4%	211	132%	3%	18 542	133%	2%	1	1
GRINAGRO(GRINAGR.KHAPK/PRIM) MP 0.486L SQ P B	128	13%	2%	17 757	19%	2%	0	1
SUZDAL` SKIY MZ/VLAD.OBL. BP 0.48L R P BO 3.2%	124	16%	2%	15 142	20%	2%	1	1
SEVERNAYA DOLINA BP 0.4L R P BO 3.2%	127	0%	2%	13 149	0%	2%	2	2
SEMYONISHNA MP 0.4L R P BO 2.5%	125	720%	2%	12 375	719%	2%	0	1
ZALESSKIY FERMER MP 0.5KG R P BO 2.5%	123	-15%	2%	12 138	-13%	1%	0	0
COEUR DU NORD MP GOA.MLK 0.5L R P BO 3.6-5.6%	48	57%	1%	9 686	61%	1%	0	1
LEBEDYANMOLOKO MP 0.45KG R P BO 3.2%	109	0%	1%	9 449	0%	1%	2	2
NEZHINSKAYA BP 0.4KG R P BO B 4%	76	28%	1%	9 308	32%	1%	0	1
BRAT` YA CHEBURASHKINY MP 0.5L R P BO LF 0.5%	45	427%	1%	8 441	403%	1%	0	0
GRINAGRO(GRINAGR.KHAPK/PRIM) BP 0.487L SQ P B	51	25%	1%	8 398	34%	1%	0	1
TOMSKOE MOLOKO MP 0.5KG R P BO 2.5%	62	56%	1%	6 228	53%	1%	0	1
KALINA MALINA(KREST` YANSKOE) OTBORNOE MP 0.5	45	304%	1%	5 971	308%	1%	0	0
SERNUR MP GOA.MLK 0.45L R P BO 3-4.5%	19	30%	0%	5 687	39%	1%	0	0
IRBITSKOE MP 0.4L SQ P BO 2.5%	51	0%	1%	5 177	0%	1%	1	1
SAVA TPK LIGHT CEDAR NUT 0.2LJ BO 4.5%	7	135%	0%	4 674	112%	1%	1	5
NYTVENSKOE BP 0.4L SQ P BO 4%	43	-27%	1%	4 408	-21%	1%	0	0

0,45л



0,43л



0,43л



КВАДРАТНАЯ ФОРМА
БОЛЬШОЙ ФЕЙСИНГ



CLASSIC FARM



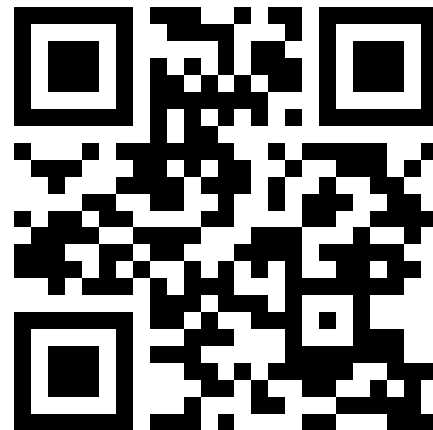
CLASSIC FARM



Be Product People Love



Telegram
@BeNewProduct



Азамат Исянчурин
BeProduct
+7-900-000-13-00
<https://beproduct.ru/>