

iINFO *Line*

**Построение
эффективной
стратегии на рынке
продуктов питания**

ПОЛУЧИТЬ



Сентябрь 2023 года

Глубокие компетенции в сфере пищевой отрасли, общественного питания и розничной торговли

География исследований: Россия, Беларусь, Казахстан, Узбекистан, Азербайджан, Кыргызстан, Армения



ПОЛУЧИТЬ



Самые оперативные новости и выгодные предложения – в нашем официальном Telegram-канале **Аналитика ритейла и HoReCa**



Блок 1

- **Макроэкономика, потребительский рынок и состояние домохозяйств**

Блок 2

- **Настроение и стратегии потребителей**

Блок 3

- **Производство продуктов питания и ассортиментные стратегии**

Блок 4

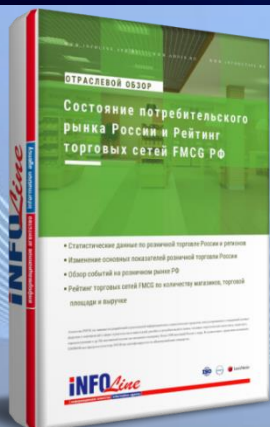
- **Розничная торговля и торговые сети FMCG**

Блок 5

- **Рынок общественного питания**



Макроэкономика, потребительский рынок и состояние домохозяйств



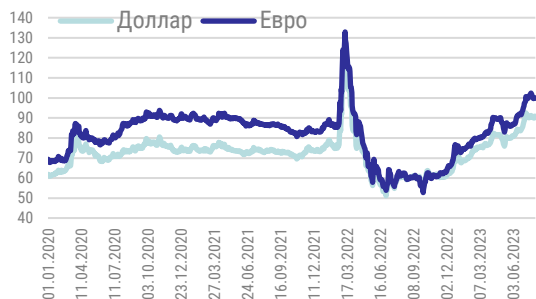
Ежемесячный мониторинг ситуации в ритейле
в обзоре

"Состояние потребительского рынка России и
Рейтинг торговых сетей FMCG"

ПОЛУЧИТЬ



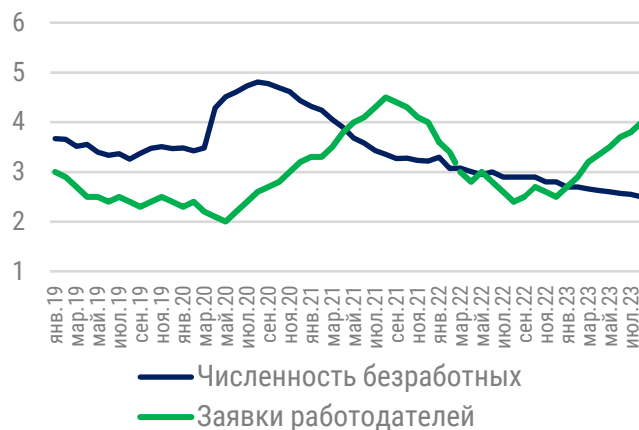
Динамика курса доллара и евро



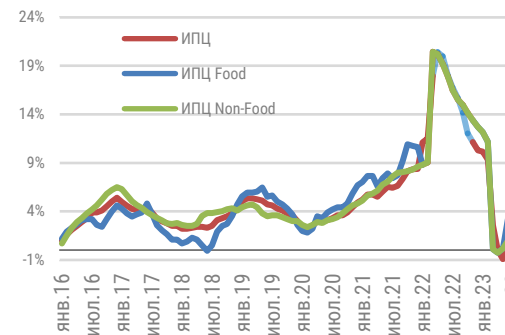
Валютный курс: дисбаланс поступлений и платежей в долларах и евро. Рост издержек и проблемы у экспортеров и импортеров.

Рост заработных плат, дефицит кадров (мобилизация, эмиграция, сокращение миграции из стран Азии из-за ослабления рубля)

Индикаторы рынка труда, млн чел.



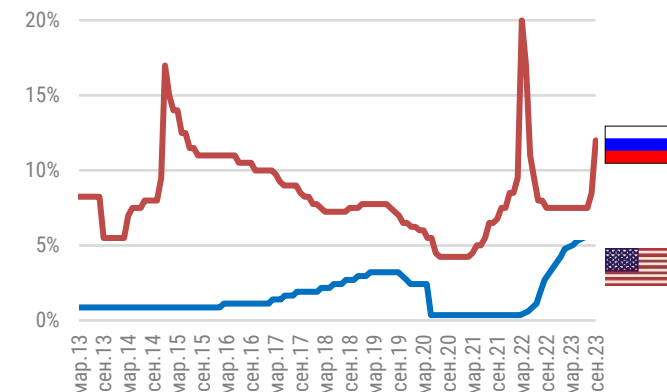
Индекс потребительских цен, %



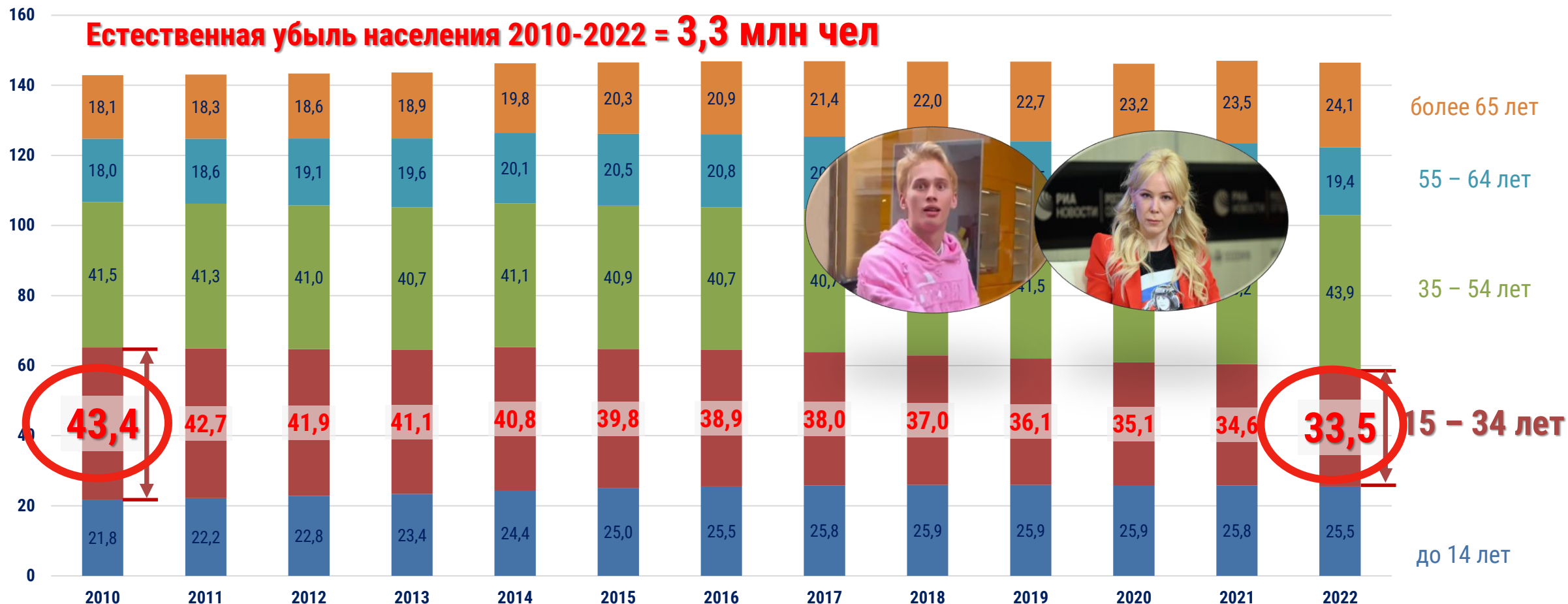
Инфляция в I пол. 2022 г. - рекорд за 20 лет. Падение спроса и сильная база 2022 года сократили инфляцию до 2-4% во II кв. 2023 г., но летом рост цен резко ускорился

Ставки по кредитам в руб. и ключевая ставка ЦБ РФ, %

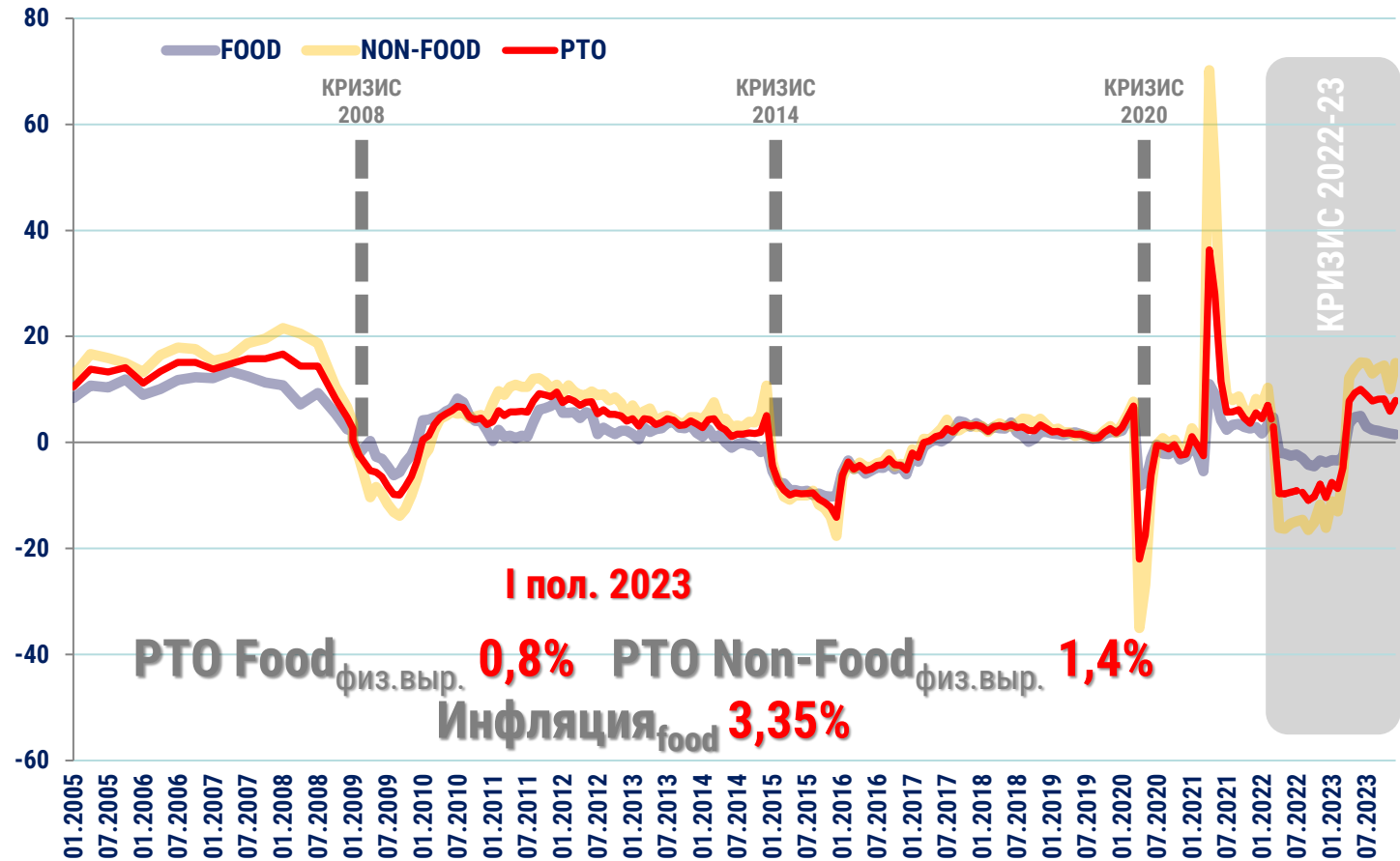
Резкий рост ключевой ставки и стоимости заемных средств, ужесточение политики ЦБ по необеспеченному кредитованию



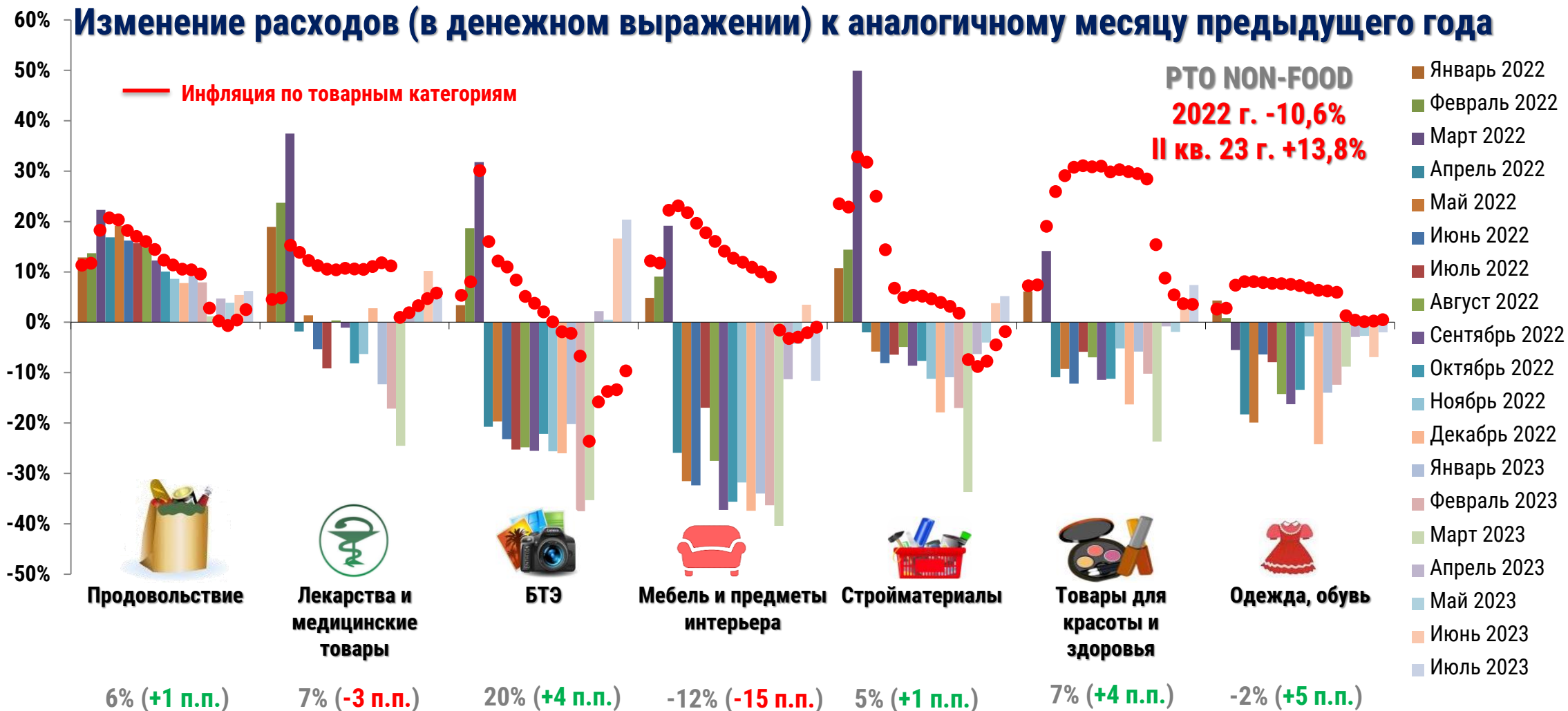
Динамика численности населения РФ по возрастам, млн. чел.



Динамика и прогноз оборота розничной торговли (РТО) РФ в сопоставимых ценах % к соотв. периоду пред. года



Источник: ФСГС, расчеты и прогнозы INFOLine



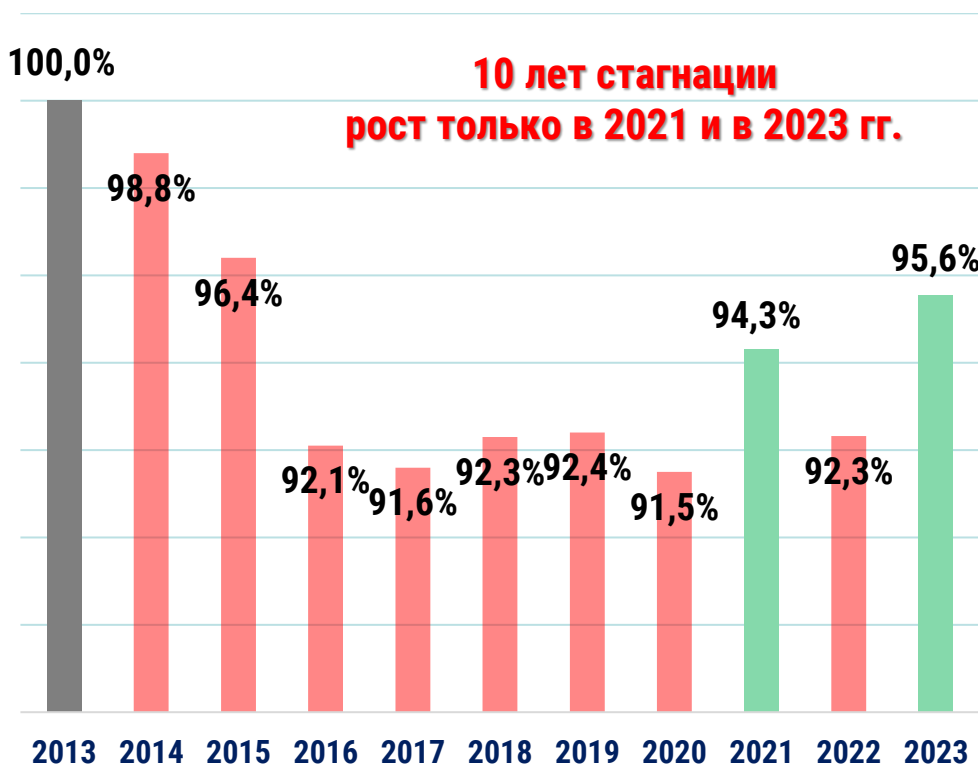
Июль 2023 г. к июлю 2022 г. (изменение динамики по сравнению с июнем 2023 г.)

Источник: Сбербанк, Росстат, iNFOLine

Динамика зарплаты и доходов населения, %



Динамика доходов населения с 2013 г., %



Источник: ФСГС, расчеты и прогнозы INFOLine

Источник: ФСГС, расчеты INFOLine

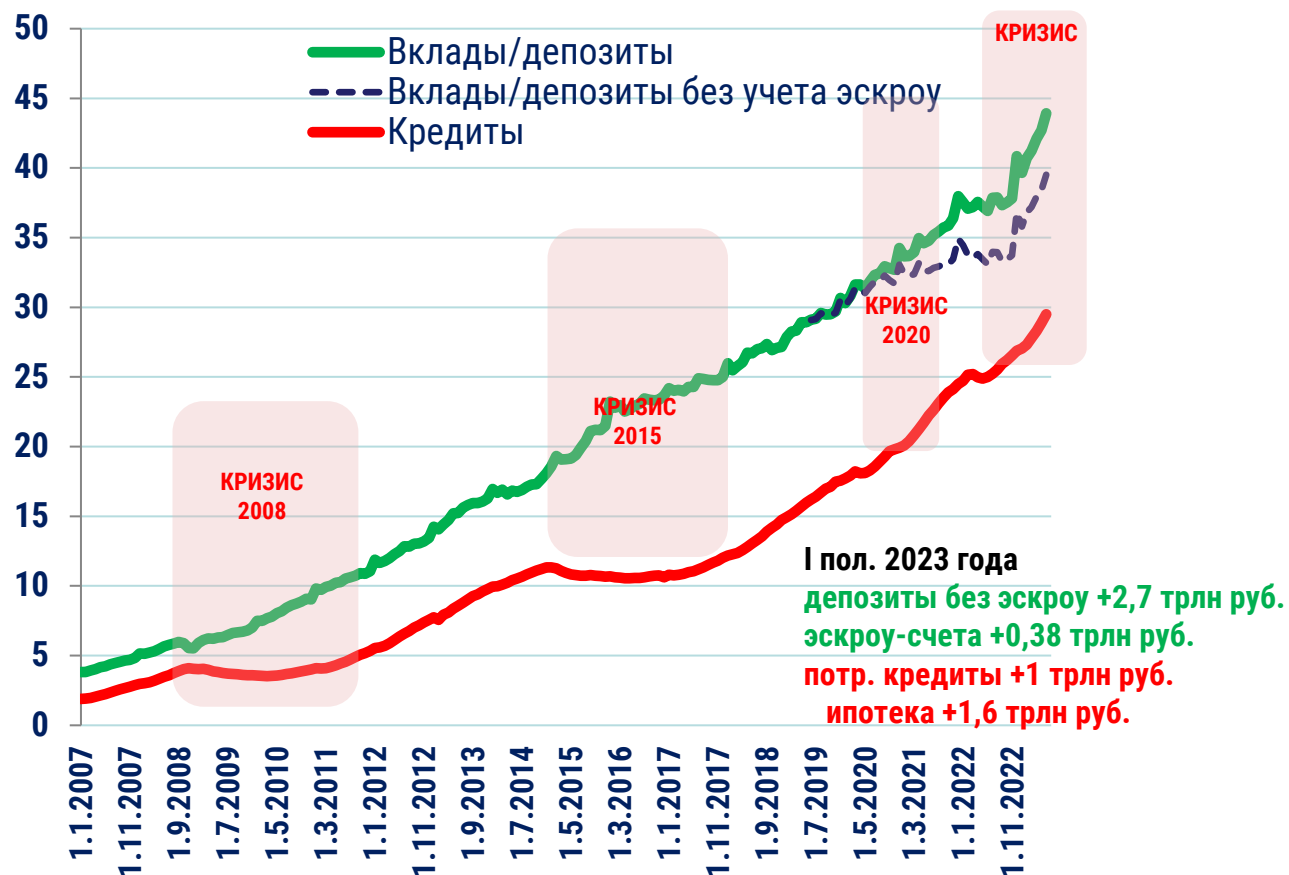
42,1 млн чел.
кредит в банке,
2,3 кредита в
среднем (**2,7** –
от 25 до 30 лет)

17,7 млн
неплательщиков
по кредитам
в I пол. 2023 г.
(2022 – **14 млн**)

8 млн
невыездных
должников
(**4,6 млн** в 2021)

Одобрение
кредитных
заявок – **26%**
(**33%** в 2021)

Вклады и кредиты физических лиц, трлн. руб.



Источник: ЦБ РФ, расчеты и прогнозы INFOline

Структура населения по доходам и расходам



Источник: ЦБ РФ, открытые данные Сбербанка, Credit Suisse, расчеты INFOline



МЕНТАЛЬНОСТЬ ПОКУПАТЕЛЯ

ПОЛУЧИТЬ



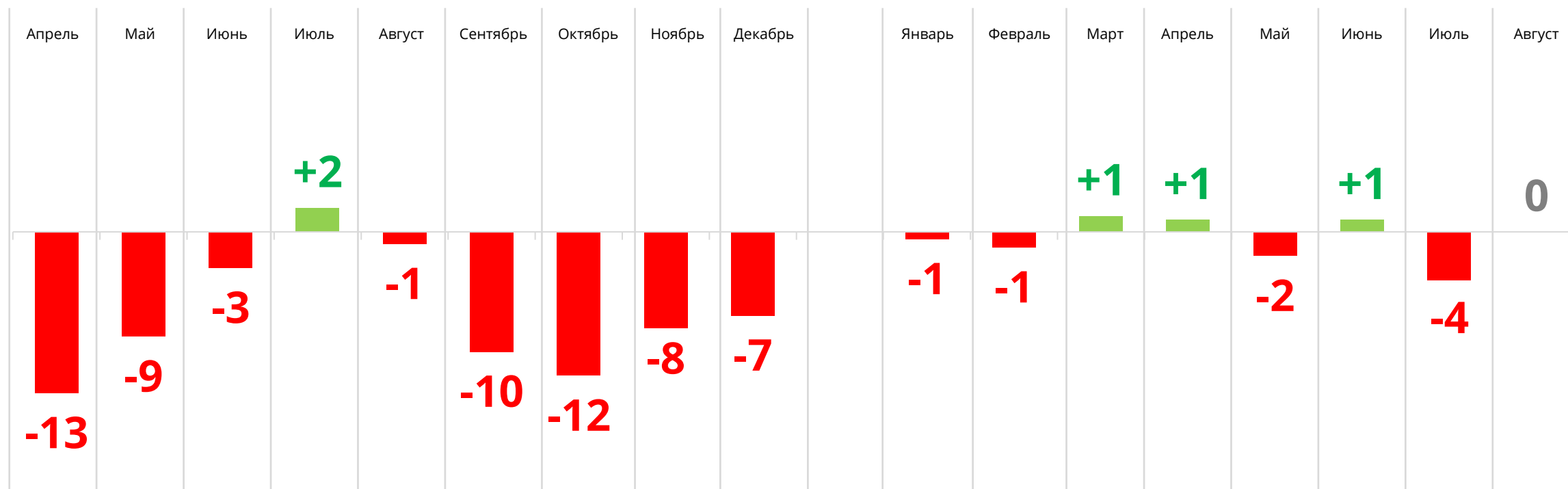
ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ УВЕРЕННОСТЬ РОССИЯН ДЕМОНСТРИРУЕТ ПРОЦЕСС СТАБИЛИЗАЦИИ



Индекс потребительской уверенности

2022

2023



Источник: М-пульс, Потребительская Панель Ромир, Апрель'22-Август'23, Россия 10+,



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ И СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ РЕГИОНЫ БОЛЕЕ ОСТРО ОЩУЩАЮТ НЕСТАБИЛЬНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Индекс потребительской уверенности



Источник: М-пульс, Потребительская Панель Ромир, Q2'23, Россия 10+,

РАЗНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ГРУППЫ ДЕМОНСТРИРУЮТ РАЗЛИЧНЫЙ УРОВЕНЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ УВЕРЕННОСТИ



Индекс потребительской уверенности

Группы по гендеру



Группы по возрасту

18-24 **+2**

25-34 **-5**

35-44 **+2**

45-59 **-2**

60+ **+3**

Группы по доходу

< 20 000 руб. **-13**

20 001 – 40 000 руб. **-9**

40 001 – 60 000 руб. **-1**

60 001 – 80 000 руб. **7**

80 001 – 100 000 руб. **6**

100 001 – 120 000 руб. **12**

120 001 – 140 000 руб. **0**

140 001 – 160 000 руб. **9**

160 000 – 180 000 руб. **20**

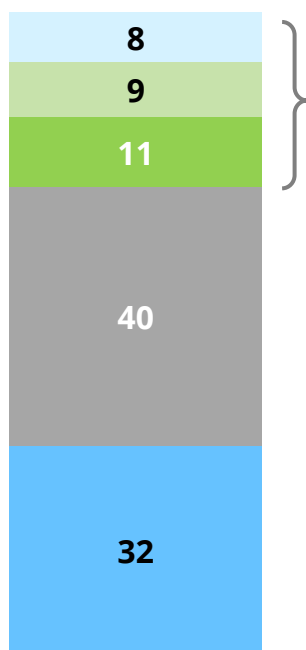
180 001 – 200 000 руб. **5**

200 00+ руб. **10**

ОДНАКО НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ СТАНОВИТСЯ ВСЕ БОЛЕЕ ПРИВЫЧНОЙ ДЛЯ РОССИЯН – ФОРМИРУЕТСЯ НОВАЯ НОРМАЛЬНОСТЬ



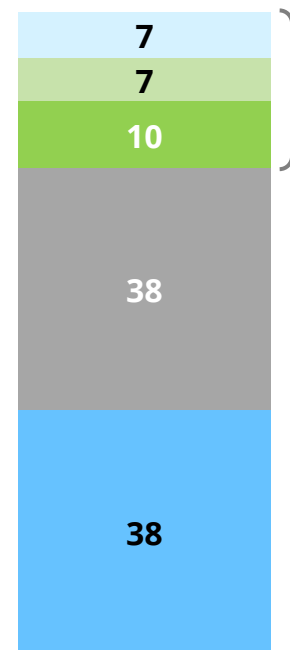
Прогноз срока возвращения в привычный ритм жизни после стабилизации ситуации



Q2 2022

27%

Готовы вернуться
в привычный ритм
жизни в течение
1 месяца и менее



Q2 2023

24%

Готовы вернуться
в привычный ритм
жизни в течение
1 месяца и менее

38%

Не меняли свой привычный
образ жизни

Сразу же В течение 1-2 недель В течение месяца В течение двух месяцев и более Я не менял(а) привычный образ жизни

ПОКУПАТЕЛИ В ЦЕЛЯХ ЭКОНОМИИ ОТКАЗЫВАЮТСЯ ОТ КРУПНЫХ СТАТЕЙ ТРАТ



Среди покупателей категорий

Высокая готовность отказа

Ювелирные изделия Покупка автомобиля Покупка недвижимости Крупная бытовая техника и электроника Смартфоны, планшеты Системы нагрева табака ... Крепкий и слабый алкоголь Заказ готовой еды на дом Отдых и путешествия Развлечения Питание вне дома...

Детские товары Косметика и парфюмерия Безалкогольные напитки Деликатесы Ремонт автомобиля Сигареты Салоны красоты Готовая еда из магазинов Мелкая бытовая техника Пиво Страхование

Витамины и Бады Детское питание Сладости Корма для животных Кофе Обувь Одежда Непродовольственные товары Средства личной гигиены Фрукты Лекарства Продукты питания

Низкая готовность отказа

ЖИТЕЛИ МОСКВЫ И МО В МЕНЬШЕЙ СТЕПЕНИ ЧЕМ ЖИТЕЛИ ДРУГИХ РЕГИОНОВ ГОТОВЫ ОТКАЗАТЬСЯ ОТ РЕШЕНИЙ ПОБАЛОВАТЬ СЕБЯ



РОССИЯ 10+

НИЗКАЯ ГОТОВНОСТЬ ОТКАЗА

Продукты питания Лекарства Фрукты Средства личной гигиены Непродовольственные товары Одежда Обувь Кофе Корма для животных Сладости Детское питание Витамины и Бады

В меньшей степени, чем другие регионы готовы отказаться

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФО

Корма для животных

ДВ И СИБИРСКИЙ ФО

Корма для животных

СК И ЮЖНЫЙ ФО

Сладости

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФО

Кофе

МОСКВА И МО

Продукты питания Кофе Сладости Фрукты Деликатесы Корма для животных Алкоголь Пиво Безалкогольные напитки Сигареты Системы нагревания табака Непродовольственные товары

Источник: М-пульс, Потребительская Панель Ромир, Q2'23, Россия 10+,

ПОКУПАТЕЛЬ СОКРАЩАЕТ СРЕДНИЙ РАЗМЕР КОРЗИНЫ В ЦЕЛЯХ ОПТИМИЗАЦИИ ТРАТ



FMCG

Пенетрация, %

ОРР

МАТ Июл 2022

100%

МАТ Июл 2023

100%

Частота, раз

+5%

МАТ Июл 2022

423,9

МАТ Июл 2023

446,2

Средний чек, руб.

+3%

МАТ Июл 2022

660

МАТ Июл 2023

682

Уровень инфляции

11,9%
(2022 г.)

Вклад показателей в динамику

Пенетрация
0%

Частота
+5,4%

Средний чек
+3,3%

Объем
категории
МАТ Июл
2022

ОБЪЕМ (RUB.) УВЕЛИЧИЛСЯ
+9%

Объем
категории
МАТ Июл
2023

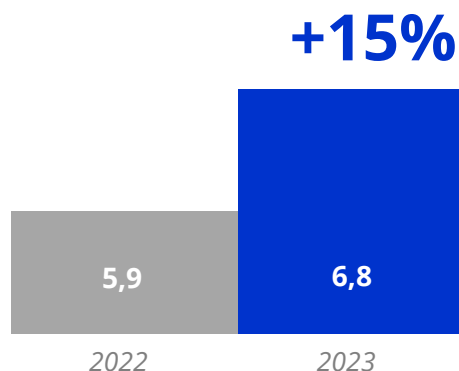


РАСШИРЕНИЕ ПОЛКИ ВО МНОГИХ КАТЕГОРИЯХ ПРИВЕЛО К УВЕЛИЧЕНИЮ СРЕДНЕГО ЧИСЛА БРЕНДОВ В КОШЕЛЬКЕ

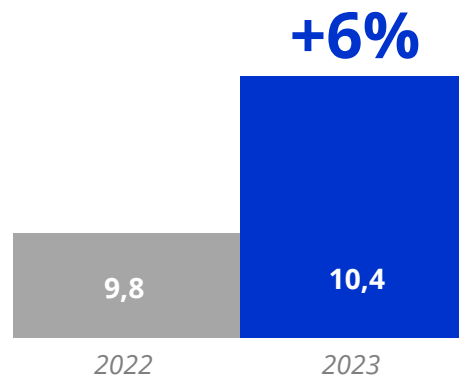
Среднее число брендов в кошельке

И даже в консервативных категориях

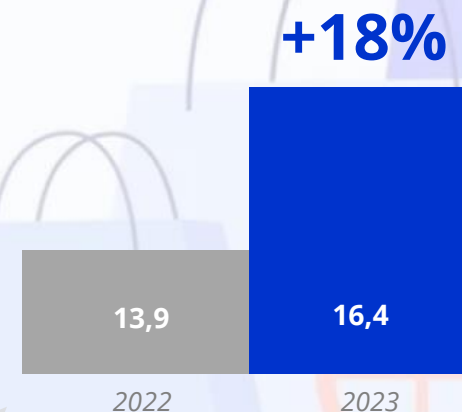
Алкоголь



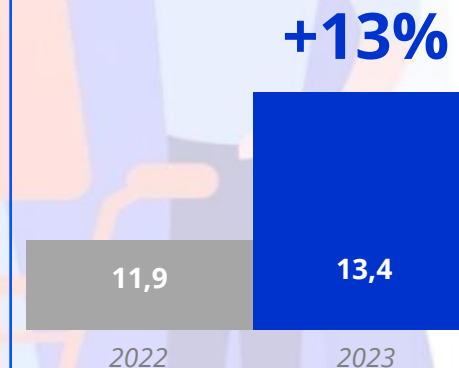
Пиво



Безалкогольные напитки



Мясо и мясная продукция



Среднее количество вкусов в портфеле (SSD)

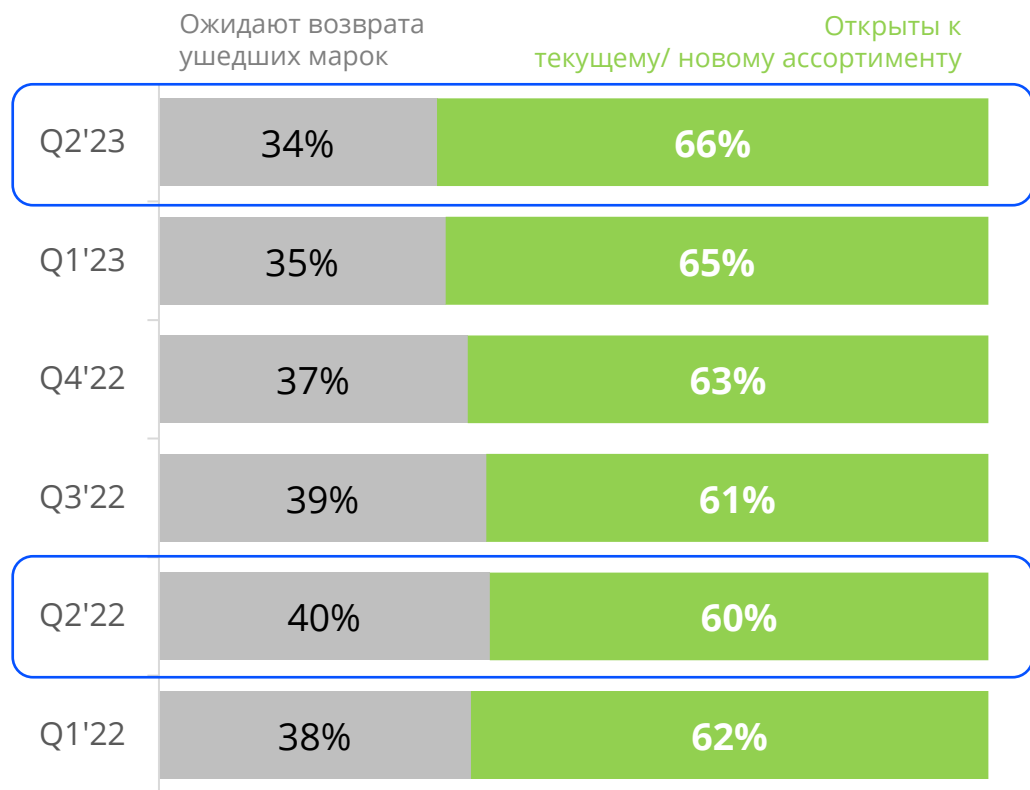
МАТ Март 2022	МАТ Март 2023
3,6	4,4

Желая побаловать себя, покупатель ищет «вкусные решения» на рынке



НОВЫЕ РЕШЕНИЯ – КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СЕГОДНЯШНЕЙ РЕАЛЬНОСТИ

«Хотел бы, чтобы эти иностранные марки и производители вернулись на российский рынок как можно скорее» - **ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ**



68%

Готовы покупать СТМ* (варианты ответов «точно готов», «скорее готов», «как готов, так и нет»)

- Растет число категорий, в которых покупатель открыт к СТМ решениями
- СТМ расширяет присутствие в разных ценовых сегментах (включая премиум)

Докладчик: Светлана Силенина,
Руководитель направления "Потребительские рынки" INFOLine



РЫНОК ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

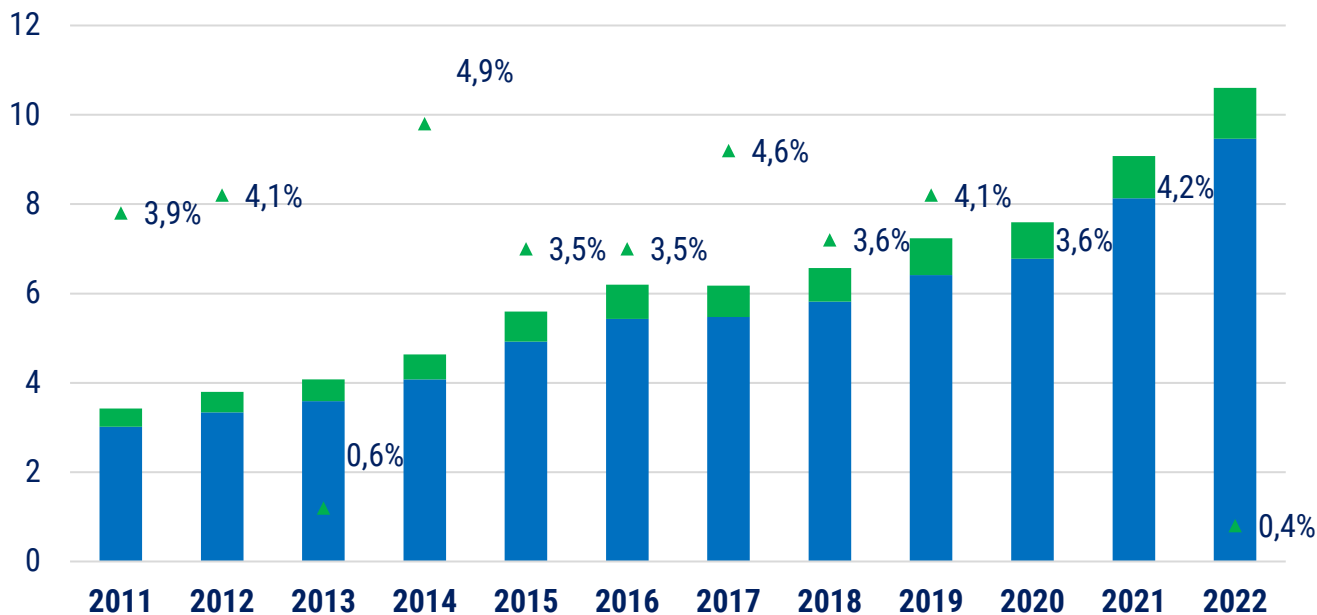


Ежегодное исследование
"Производство продуктов питания и напитков
России 2023 года"

ПОЛУЧИТЬ



Производство пищевых продуктов и напитков



- Производство напитков в фактически отпускных ценах, трлн руб.
- Производство пищевых продуктов в фактически отпускных ценах, трлн руб.
- ▲ Динамика производства продуктов питания в сопоставимых ценах, %

**До 2013 года производство пищевых продуктов, включая напитки и табак
Источник: ФСГС, оценка INFOLine*

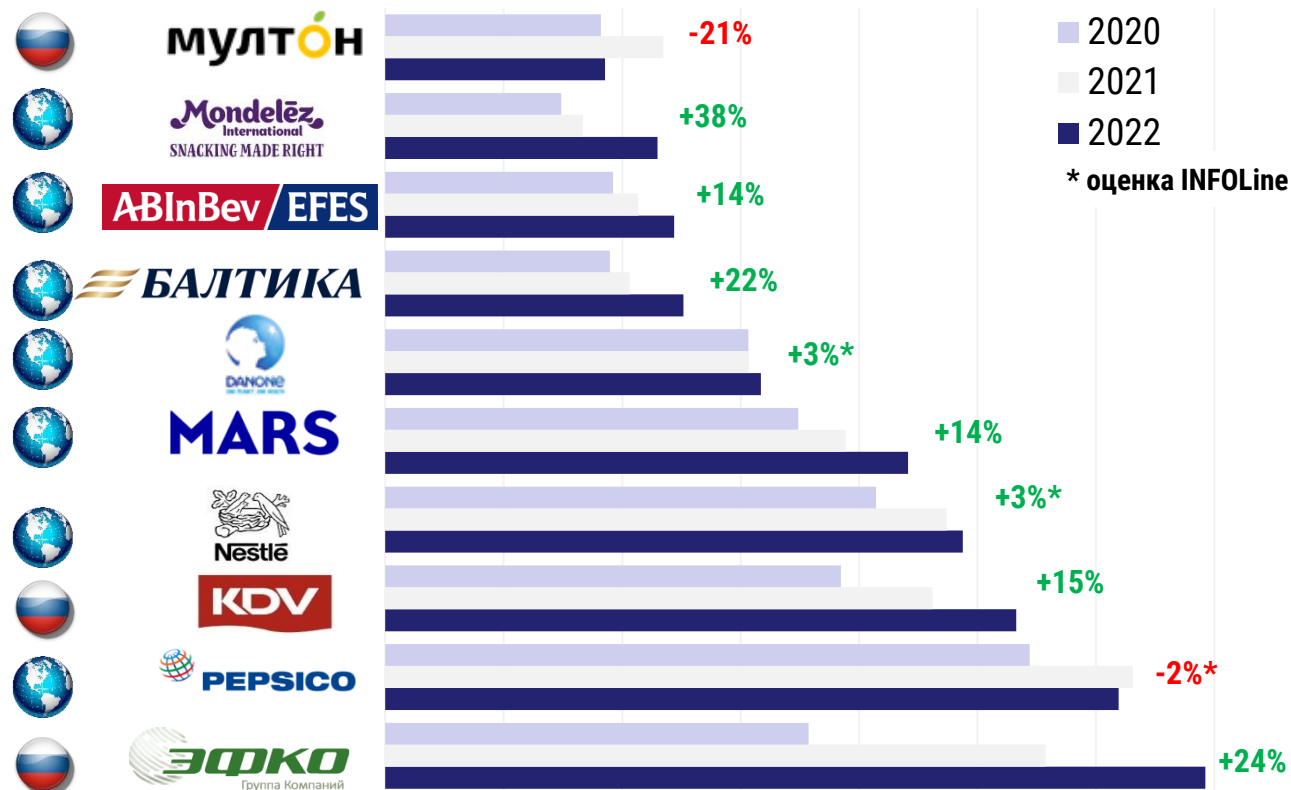
Возможности

Вызовы



INFOLine FOOD&DRINK RUSSIA – 2023

Выручка ТОП-10, млрд руб. без НДС



Источник: данные компаний, оценка INFOLine

Показатель	ТОП-10
Доля ТОП-10 в обороте компаний, %	15% (-2 п.п.)
Оборот компаний сегмента, трлн руб.	10,4
Динамика, %	16,0%
Доля компаний с иностранным участием	10% (-1 п.п.)

Агрохолдинги, производящие готовую продукцию



240,23 млрд руб.
+8%

МИРАТОРГ

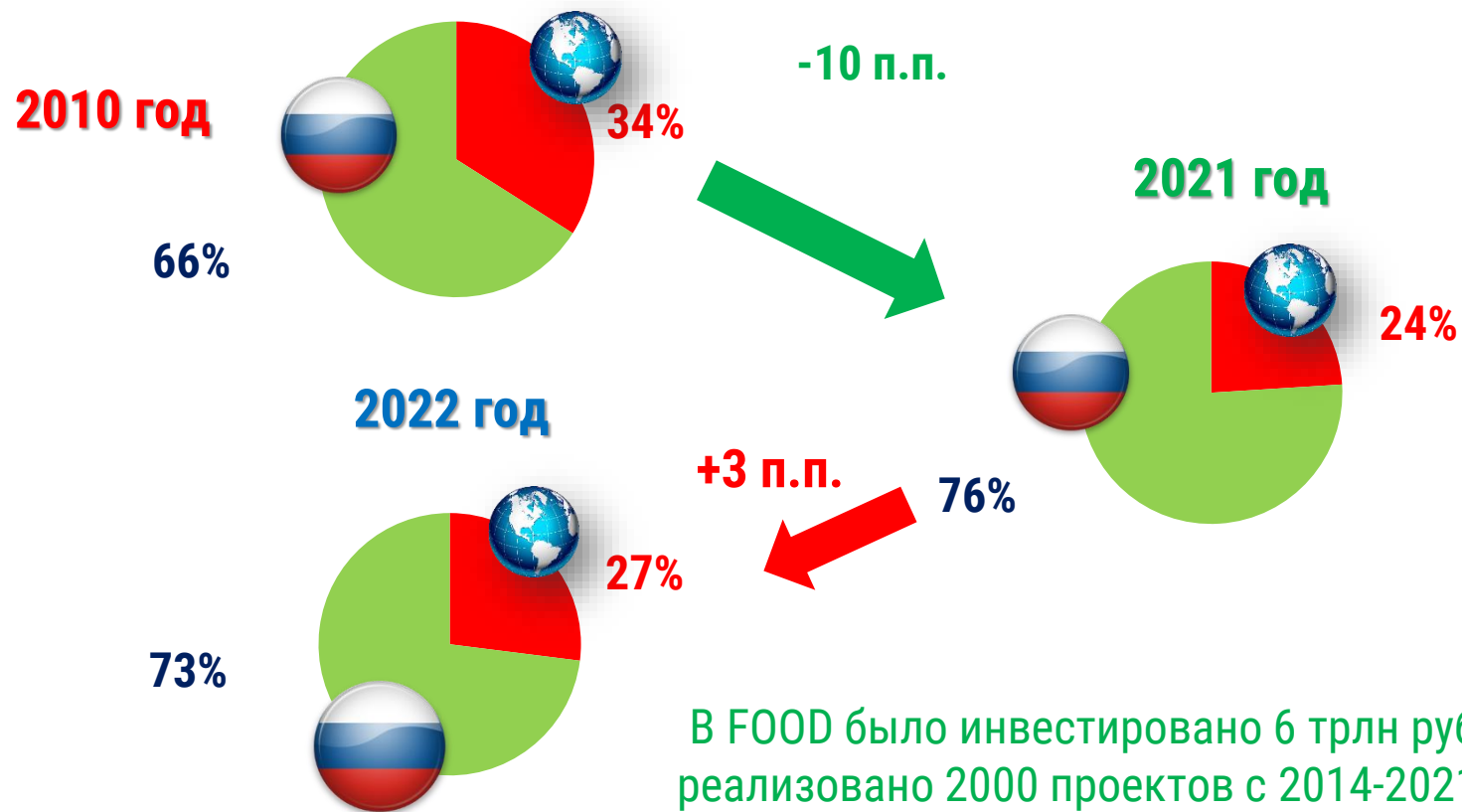
217 млрд руб.*
+15%



184,3 млрд руб.
+17%

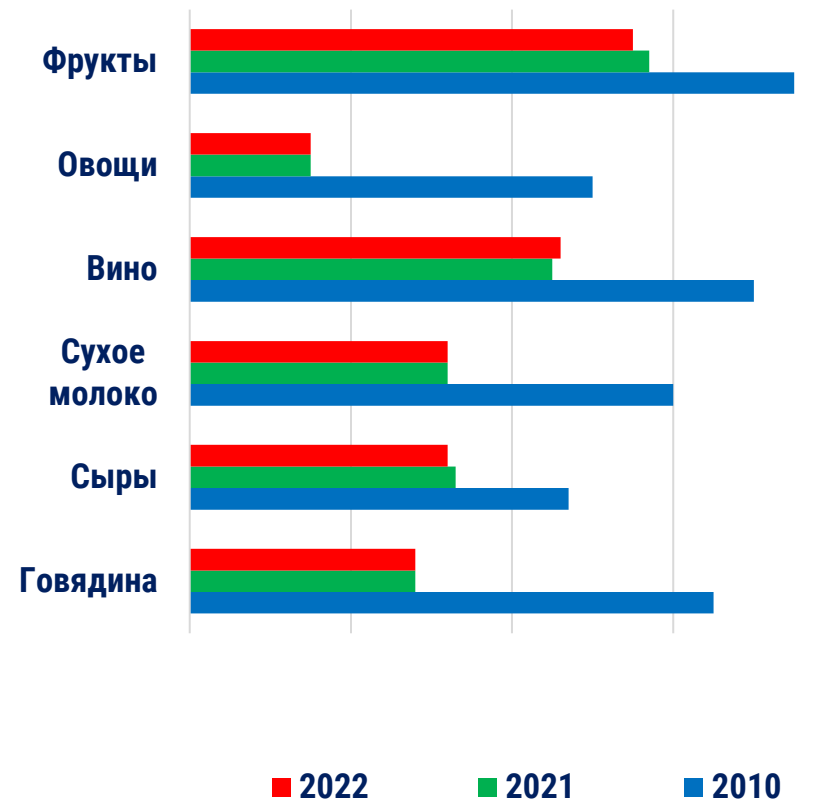
Источник: данные компаний, оценка INFOLine

Доля импорта в объеме продовольственных
товарных ресурсов розничной торговли, %



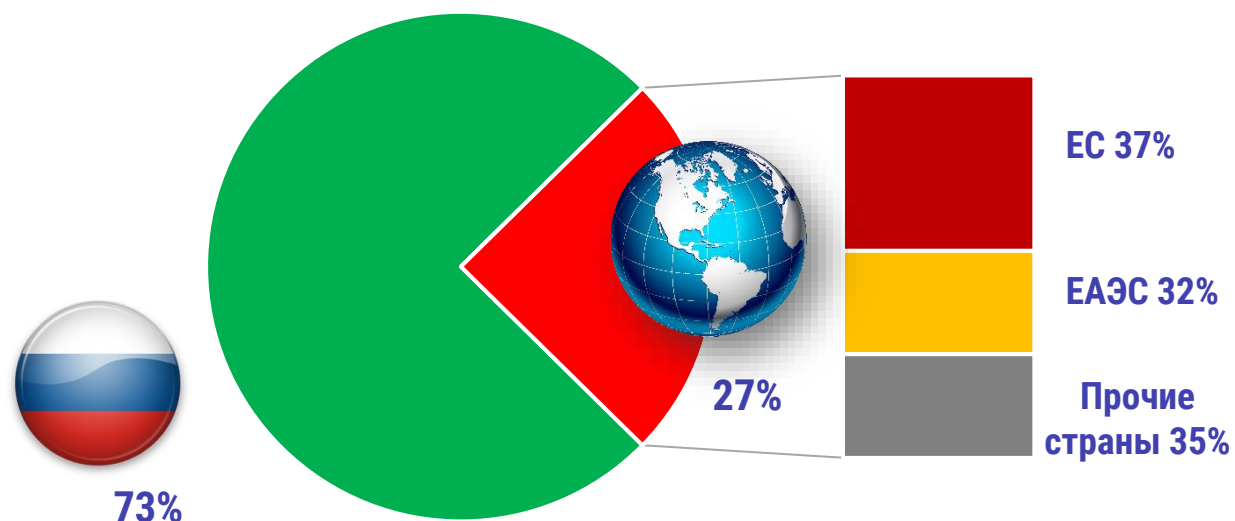
В FOOD было инвестировано 6 трлн руб. и
реализовано 2000 проектов с 2014-2021 гг.

Доля импорта в объеме продовольственных
товарных ресурсов розничной торговли, %



Источник: ФСГС, Оценки INFOLine, "Равенство", ВШЭ

Структура рынка продуктов питания и напитков



Источник: оценка INFOLine

- **+10,2%** динамика сельского хозяйства
- **+1,1%** динамика производства продуктов
- **+6,7%** динамика производства напитков
- **14%** - доля импорта с/х сырья и продуктов питания от всего импорта в РФ
- **+5%** импорт продуктов питания и с/х продуктов
- **40%** импорта товаров АПК приходится на продовольственные товары и напитки
- **95%** импорта продуктов питания и напитков приходится на **10** товарных категорий
- Наиболее зависимы от импорта: **фрукты, овощи, алкоголь**



до марта 2022 года -
80-90% рынка



Брендозамещение отечественное

мултон



Черноголовка



Импорт



METRO

АМ
ВИНМАРКЕТ

Яндекс Лавка

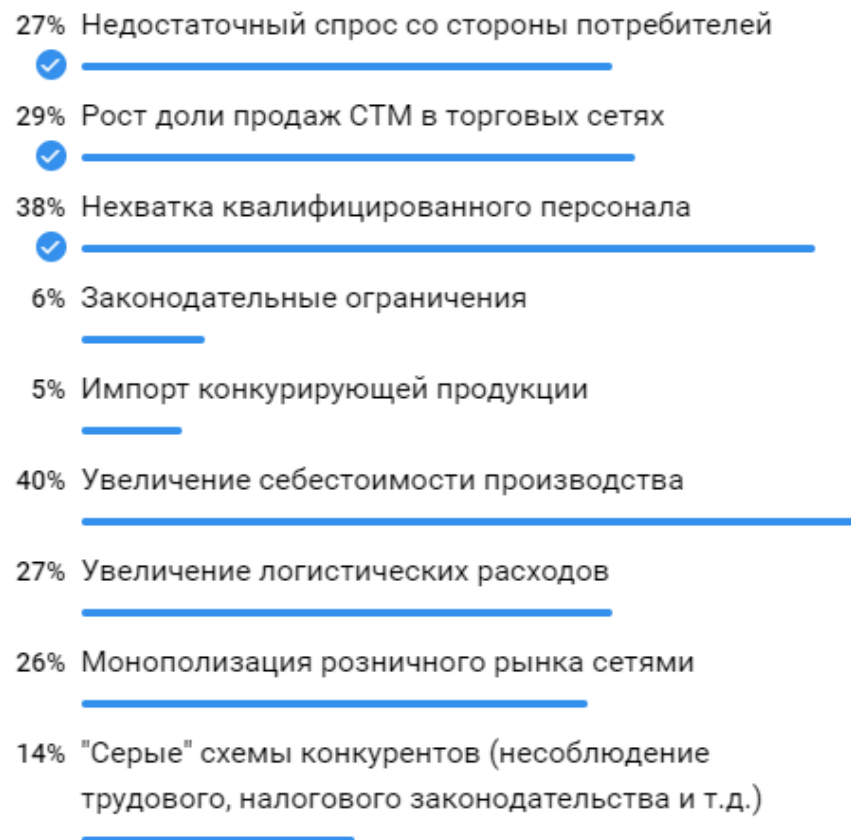
OZON

Vodovoz.ru

лента



**Укажите факторы, наиболее сильно препятствующие развитию Вашей компании
(выберите один или несколько пунктов):**





Стратегии производителей

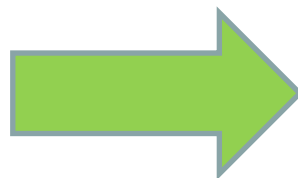


Ежегодное исследование
"Производство продуктов питания и напитков
России 2023 года"

ПОЛУЧИТЬ



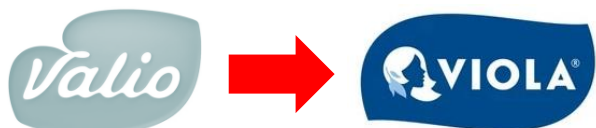
Локализации брендов компанией "Нестле"



Источник: INFOLine обзор «Банк новинок на рынке продуктов питания и напитков»



Ребрендинг:



Итоги 2022 года:

- Выручка компании – **7,9 млрд руб.**
- **34** новинки, а также ребрендинг
- **+66%** рост продаж творожного сыра Viola
- **+11** новых стран распространения

Рекламные кампании в поддержку обновленного ассортимента "Остаемся вместе" и "Вкусно, когда VIOLA!"



Источник: INFOLine обзор «Банк новинок на рынке продуктов питания и напитков»



Орион Интернейшнл Евро, ООО



КДВ Групп



Мон'дэлис Русь, ООО



Кондитерские изделия Морозова, ООО



ЗАО "НП КОНФИЛ", Россия

Источник: INFOLine обзор [«Банк новинок на рынке продуктов питания и напитков»](#)



Основные торговые марки:



JALO
KERMA



Валгеда™

Можно купить в:

Перекрёсток

лента

МАГНИТ

Ашан

ZON
fresh



Нишевые продукты



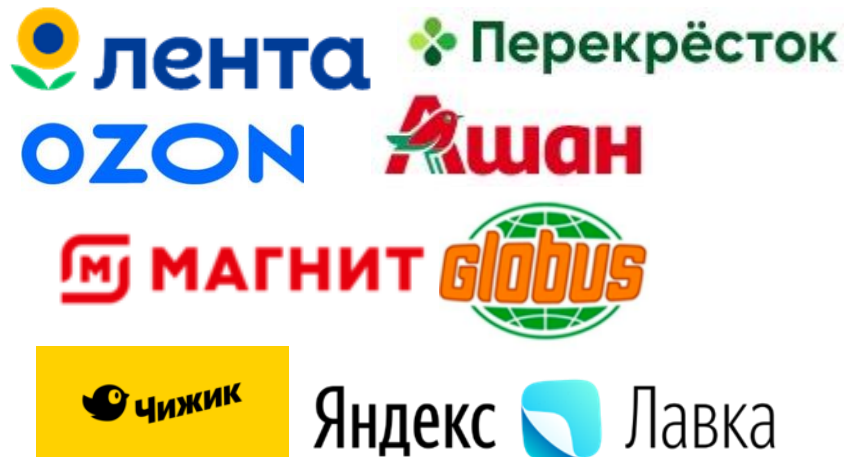
Источник: INFOLine обзор «Банк новинок на рынке продуктов питания и напитков»

**ЕКОНИВА
ЭКОНИВА**

Основные торговые марки:

**ЕКОНИВА
ЭКОНИВА**

Можно купить в:



Продукты "ЭкоНива"



Источник: INFOLine обзор «Банк новинок на рынке продуктов питания и напитков»



Более 200 новинок за 1,5 года

Основные торговые марки:



BEERка



Можно купить в:



Источник: INFOLine обзор «Банк новинок на рынке продуктов питания и напитков»

А-Б бренды российского производства

мултон



Добрый cola
0,33 / 1,5 л
59,99 / 120 ₽

PEPSICO



Очаково Cool Cola 0,5 / 2 л
63,19/ 126,39 ₽

Черноголовка



Черноголовка Кола
0,33 / 2л
39,50/ 149,99

Vprok.ru
Перекрёсток

МАРКЕТ
Перекрёсток



Маркет Перекресток
Кола 0,5 / 1,5 л
69,9 / 119,9 ₽

СТМ торговых сетей

МАГНИТ
ДОСТАВКА



Моя Цена Кола 2л
42 ₽

Ашан



АШАН Красная птица
Кола 0,5/ 2 л
33,99/ 78,99 ₽

*цены на 29.05.2023 в vprok.ru, FixPrice.ru, Lenta.com

** цены на 29.05.2023 dostavka.magnit.ru, *auchan.ru

Доля СТМ крупнейших сетей FMCG, %



Оборот СТМ
>1 трлн руб.

В ближайшие 2-3 года доля СТМ в оборотах крупнейших сетей составит 20-25%

Возможности

Вызовы

Стабильность
контракта

Рост оборота

Низкая
маржинальность

Зависимость от
меньшего
количества
заказчиков

Утрата собственного
бренда



Источник: данные компаний, расчеты INFOLine



Основные собственные торговые марки:



Количество брендов СТМ Food - 6

Количество SKU под СТМ Food - 1084

Средний ценовой сегмент



СТМ "Зеленая линия"
Кросс-категорийная линейка



СТМ Market
Кросс-категорийные линейки

Премиальный ценовой сегмент



Эксклюзивная линейка шоколада Jean Rene

Источник: INFOLine обзор [«Банк новинок на рынке продуктов питания и напитков»](#)



Основные собственные торговые марки:

**Моя
цена**

М *Свежесть*



PREMIERE
of TASTE

Количество брендов СТМ Food - **25**

Количество SKU под СТМ Food - **5000**

20 собственных производств

В 2022 г. было произведено:

395 тыс. т (+9%) продукции

395 тыс. т (+9%) овощей и фруктов

Стратегия развития собственных торговых марок торговой сетью "Магнит"



В 2023 г. количество СТМ "Магнита" превысило 5 тыс. позиций, которые представлены на полках ритейлера под 25 различными брендами.

Источник: INFOLine обзор [«Банк новинок на рынке продуктов питания и напитков»](#)

ВКУСВИЛЛ

3664 уникальные новинки в 2022 году

Основные собственные торговые марки:

ВКУСВИЛЛ

**Выручка от СТМ сети
"ВкусВилл" по итогам 2022 г.
составила 197 млрд руб.
(+23,5%)**



Источник: INFOLine обзор [«Банк новинок на рынке продуктов питания и напитков»](#)



Розничная торговля и сети FMCG



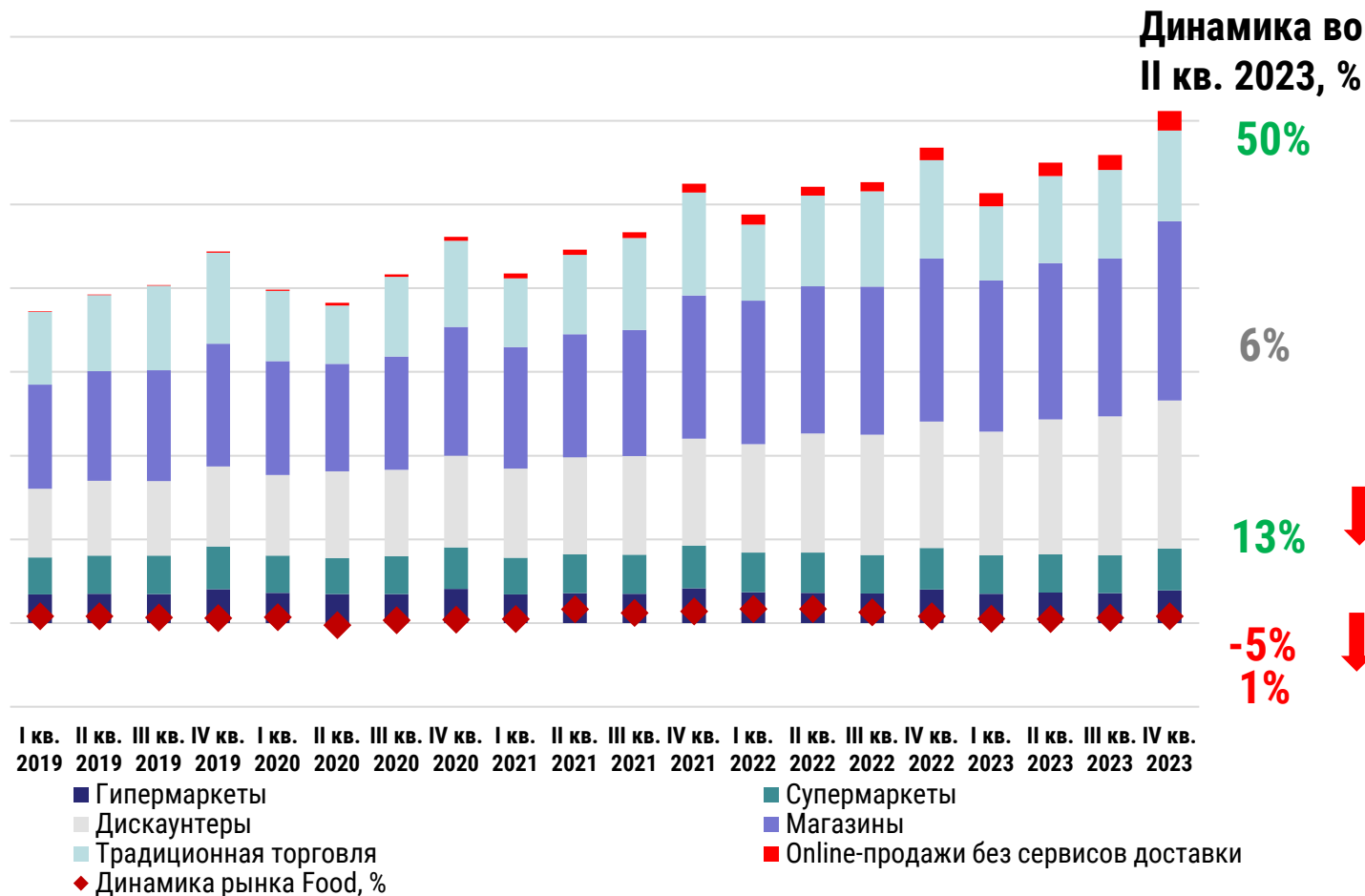
Ежегодно проводится анализ деятельности
более 1000 крупнейших торговых сетей и
формируется
«INFOLine Retail Russia TOP-100»

ПОЛУЧИТЬ



RETAIL RUSSIA
TOP-100

Оборот розничной торговли Food в РФ, трлн руб.



Структура розничного рынка РФ, %

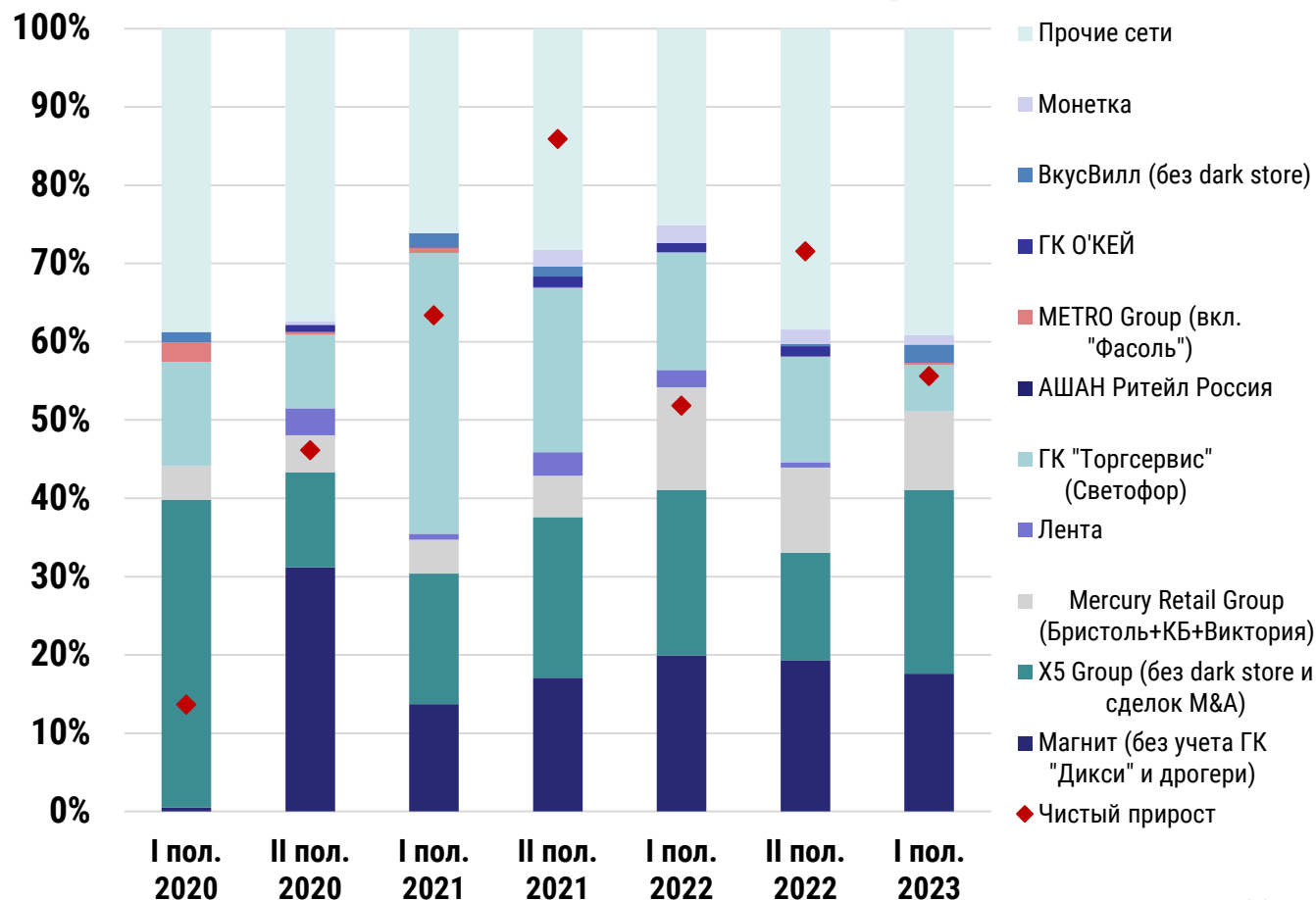
2022 год
Современные форматы ≈80%
ТОП-100 сетей ≈52%



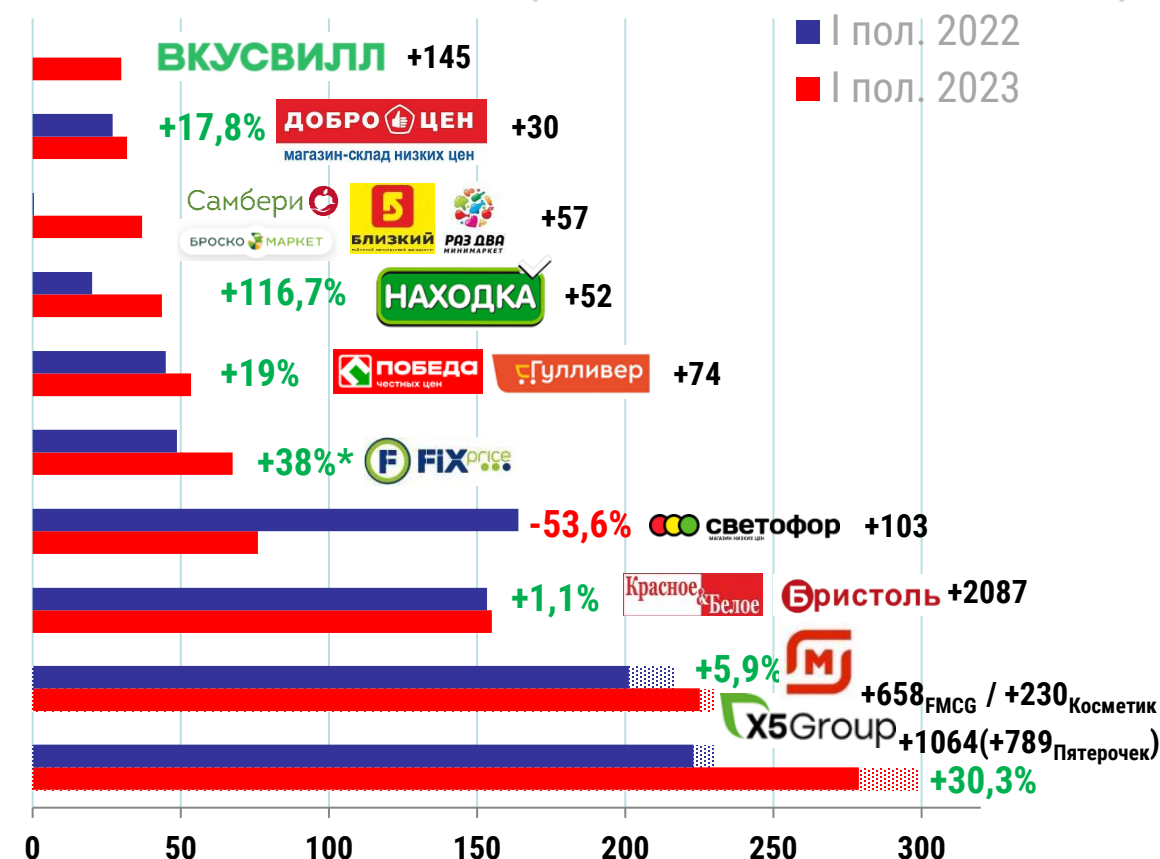
Источник: расчеты INFOLine

Динамика прироста торговой площади ТОП-200 крупнейших сетей FMCG

Динамика структуры прироста площадей ТОП-200 сетей FMCG РФ



ТОП-10 сетей FMCG по приросту торговых площадей, тыс. кв. м (объектов за I пол. 2023 г.)



Источник: (*) оценка INFOLine; расчеты INFOLine; без учета сделок M&A, dark store и Non-Food форматов

Жесткие дискаунтеры на рынке FMCG русская специфика



Фокус на Non-Food (прямой импорт),
поставки "под реализацию", "стоки",
почти нет СТМ, EDLP

Баланс Food и Non-Food, СТМ,
прямой импорт, B2B продажи,
online, EDLP

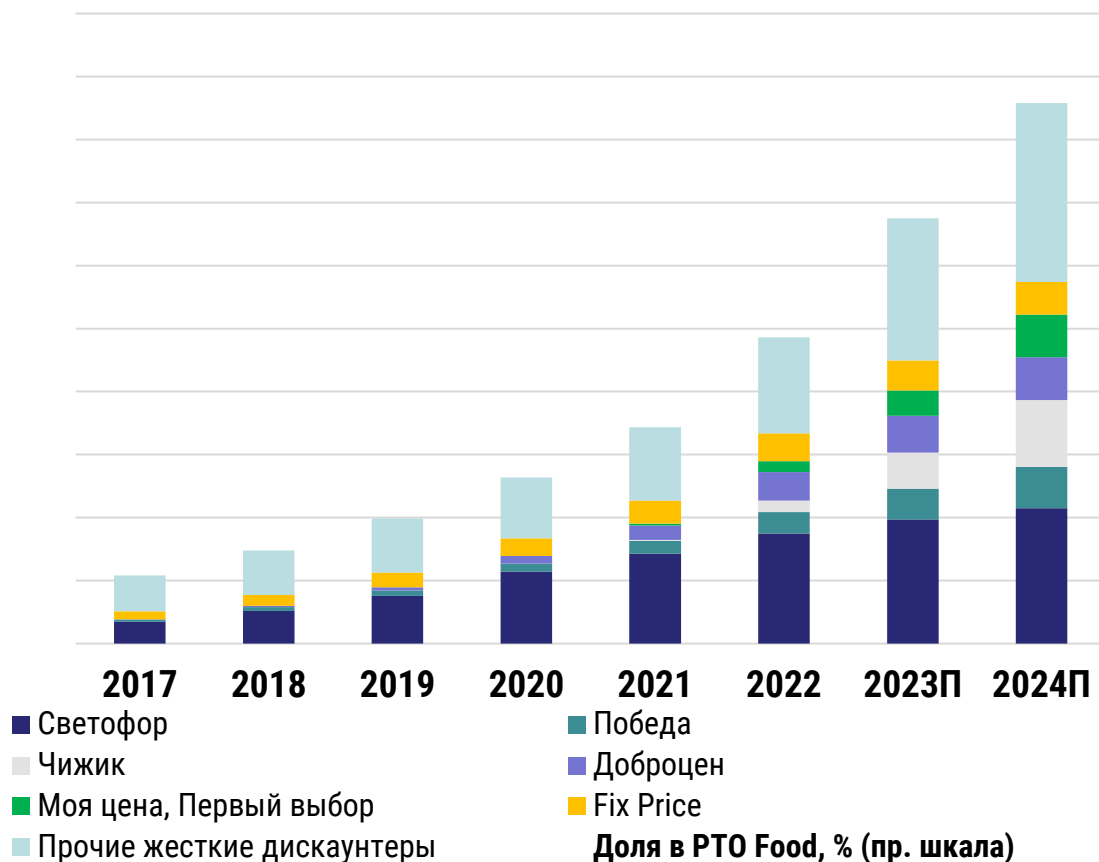
"Моя Цена": модель "Семья
магазинов". СТМ и логистика
"Магнит", малый формат

Модель стартапа. SRP,
собственные СТМ и
логистика, EDLP

Развитие жестких дискаунтеров ускорилось

Ценовой бенчмарк для всего рынка

Динамика продаж Food в жестких дискаунтерах, млрд руб. с НДС и доля в PTO Food, %



Проекты федеральных лидеров



Запуск проекта: **октябрь 2020**
 Кол-во объектов на 1.1.2022: **72**
 Кол-во объектов на 1.1.2023: **316**
 Площадь: **220-350 кв. м.**
 Выручка в 2021 г.: **2,94 млрд руб. без НДС**
 Выручка в 2022 г.: **35,9 млрд руб. без НДС**
 Доля СТМ: **>40%**



Запуск проекта: **июль 2020**
 Кол-во на 1.1.2022 г.: **190**
 Кол-во на 1.1.2023 г.: **700**
 Площадь: **120-250 кв. м.**
 Выручка в 2021 г.: **~6 млрд руб. без НДС (оценка)**
 Выручка в 2022: **~33 млрд руб. без НДС (оценка)**
 Доля СТМ: **>25%**

Лидер среди локальных ритейлеров



Кол-во объектов на 1.1.2022: **474**
 Кол-во объектов на 1.1.2023: **616**
 Площадь: **700-1000 кв. м.**
 Выручка в 2021 г.: **43,4 млрд руб. без НДС (+97%)**
 Выручка в 2022: **87,5 млрд руб. без НДС (в 2 раза)**
 Доля СТМ: **>10%**

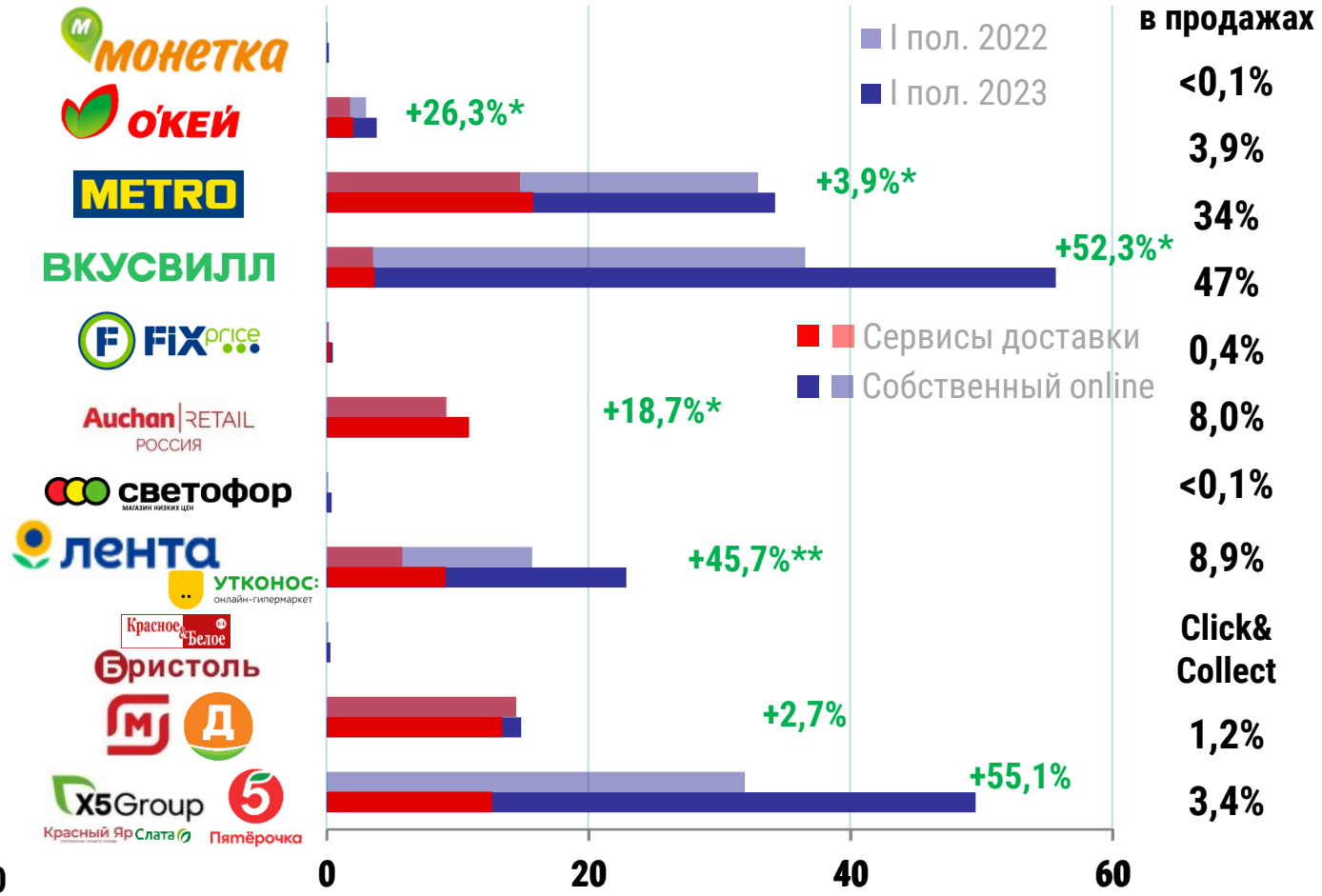
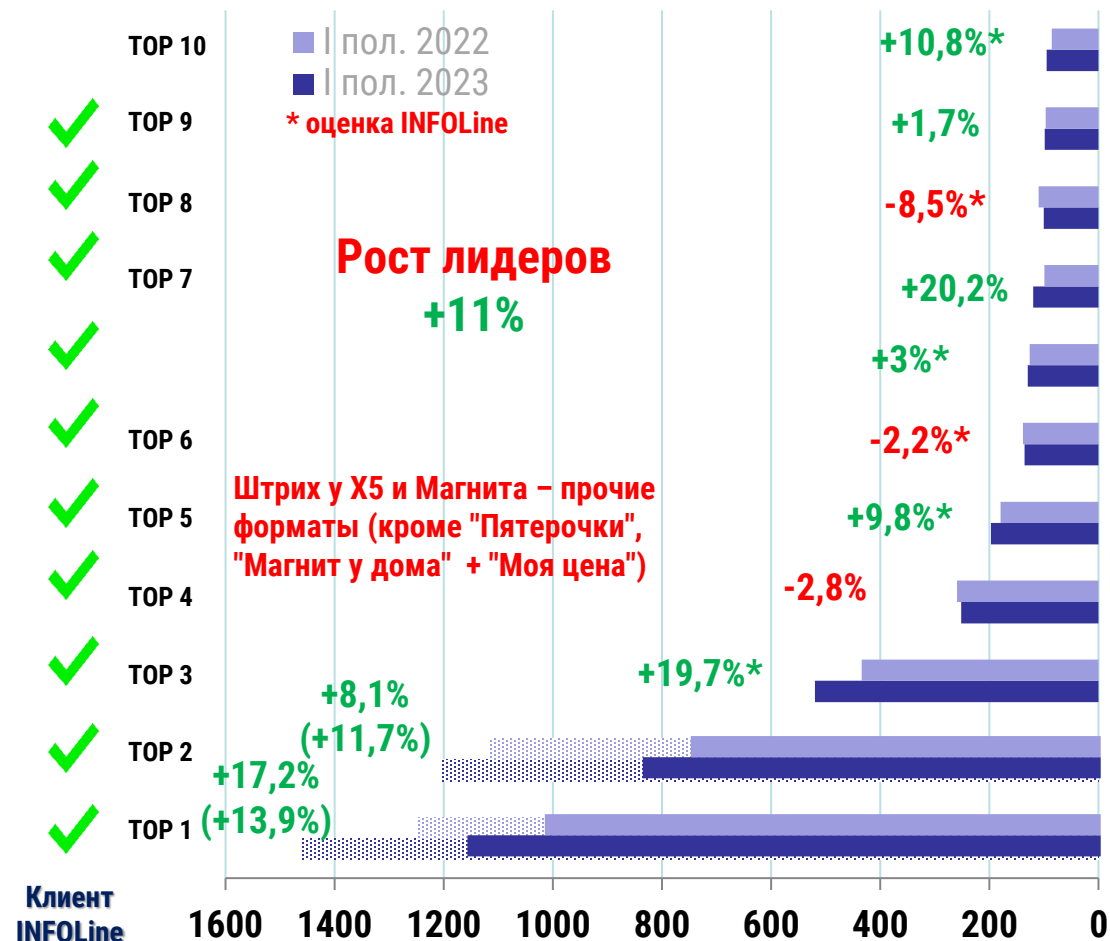
Источник: INFOLine

Рейтинг крупнейших сетей FMCG

Оmnиканальные итоги I полугодия 2023 года

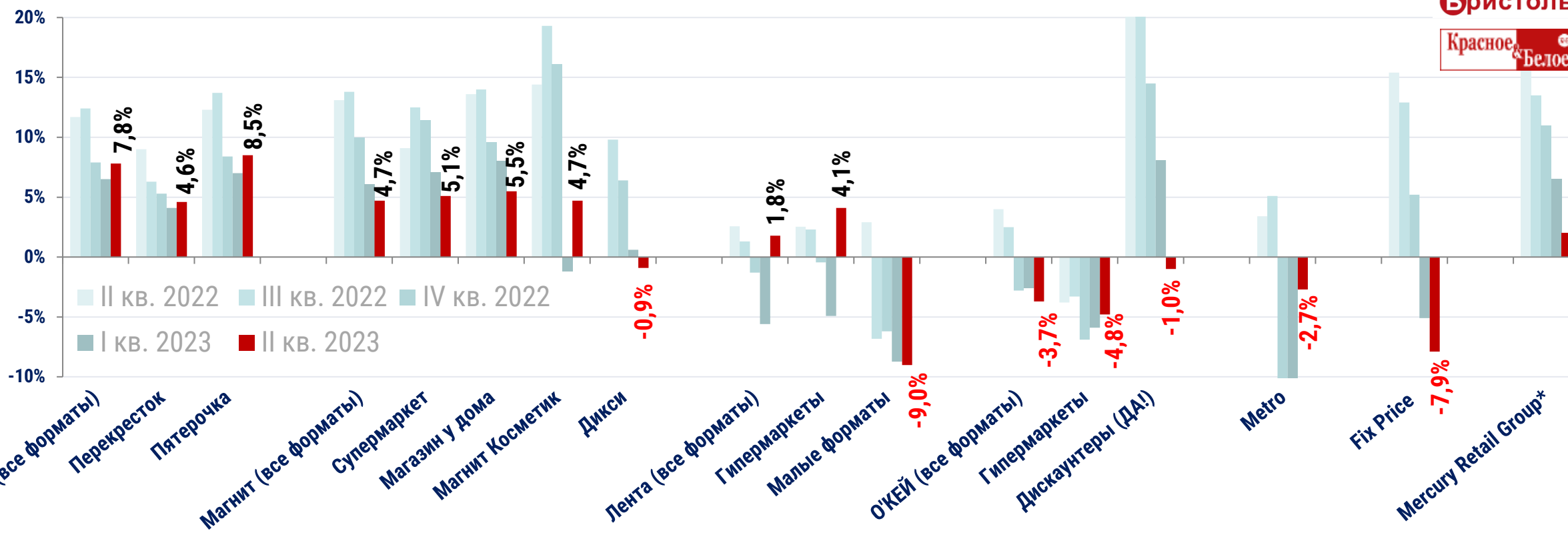
TOP-10 сетей FMCG по розничной выручке, млрд руб. без НДС

Online-продажи TOP-10 сетей FMCG, млрд руб. без НДС



Источник: INFOLine (* – оценки), Fix Price – продажи собственных и франчайзинговых объектов в РФ, Metro – с учетом B2B, ** продажи "Утконоса" 2021-2022 гг.

Поквартальная динамика сопоставимых продаж в 2022-2023 гг., %



Источник: данные компаний, бледная заливка - оценки INFOLine



ВЫБОР ТОРГОВОЙ СЕТИ

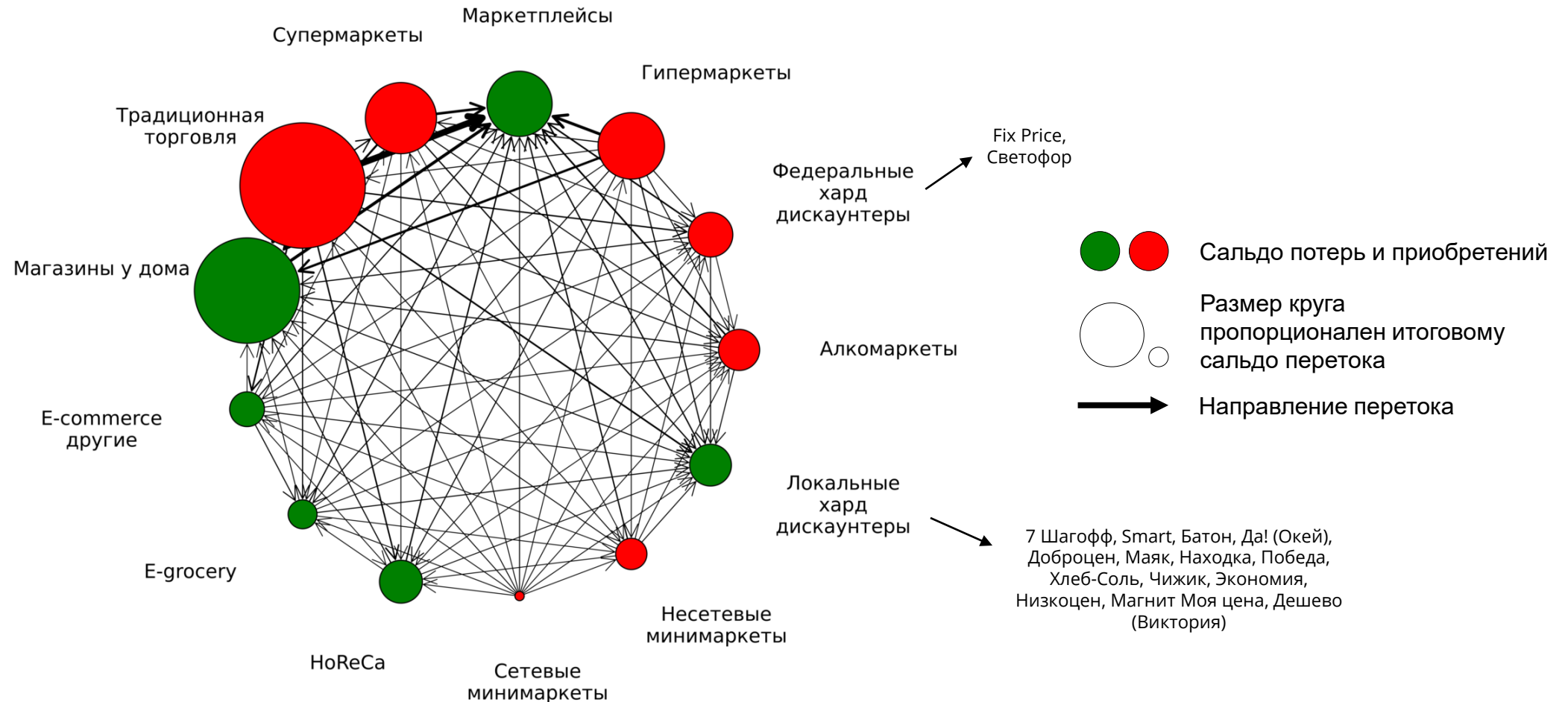
ПОЛУЧИТЬ





ПОТРЕБИТЕЛЬ АКТИВНО ПЕРЕКЛЮЧАЕТСЯ МЕЖДУ ФОРМАТАМИ, ЗАКРЫВАЯ СРАЗУ НЕСКОЛЬКО ПОТРЕБНОСТЕЙ

FMCG, Перетоки в денежном выражении

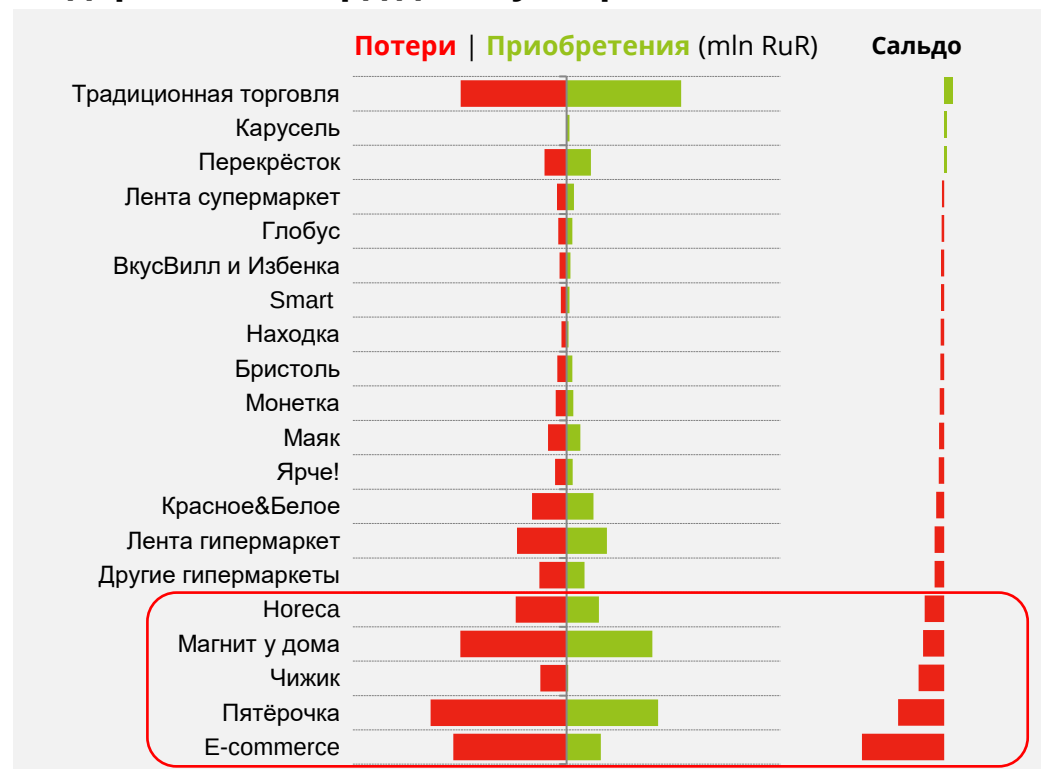




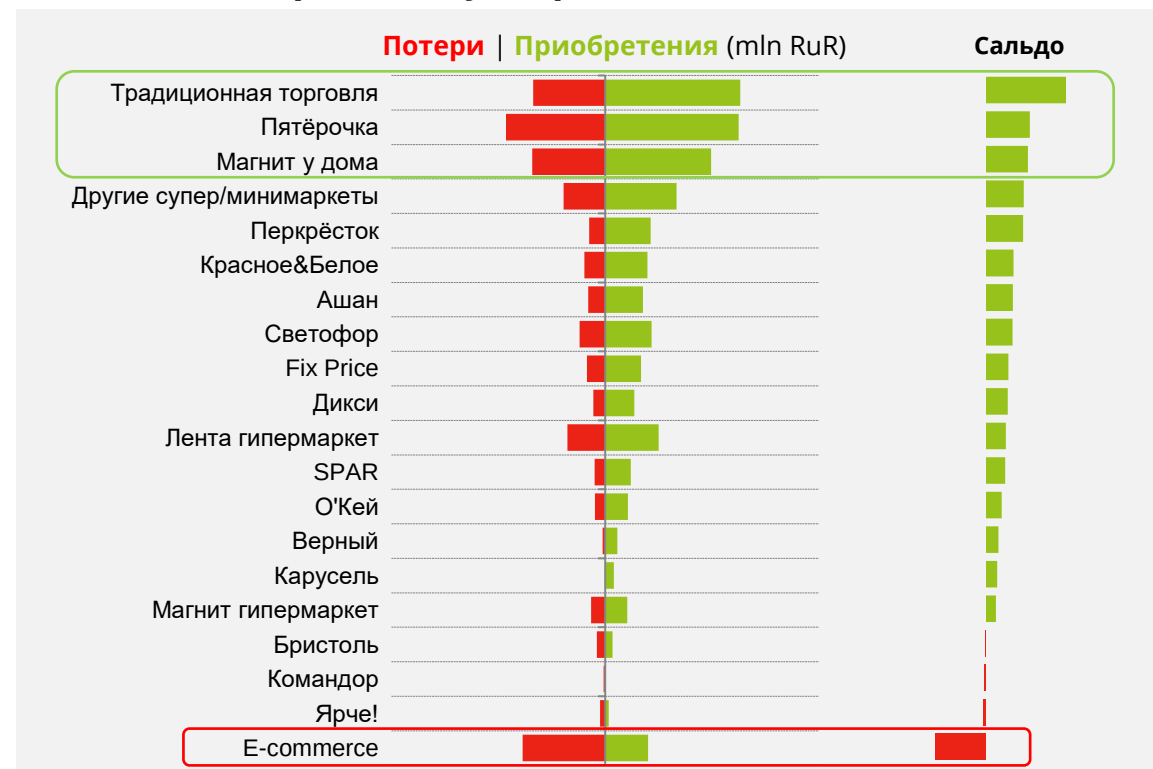
ЛОКАЛЬНЫЕ ХАРД ДИСКАУНТЕРЫ БОЛЕЕ УСПЕШНЫ В ПЕРЕТОКАХ С КОНКУРЕНТАМИ, НО ВСЕ ФОРМАТЫ ТЕРЯЮТ E-COMMERCE

YTD Август 2023 vs YTD Август 2022

Федеральные Хард дискаунтеры*



Локальные Хард дискаунтеры**



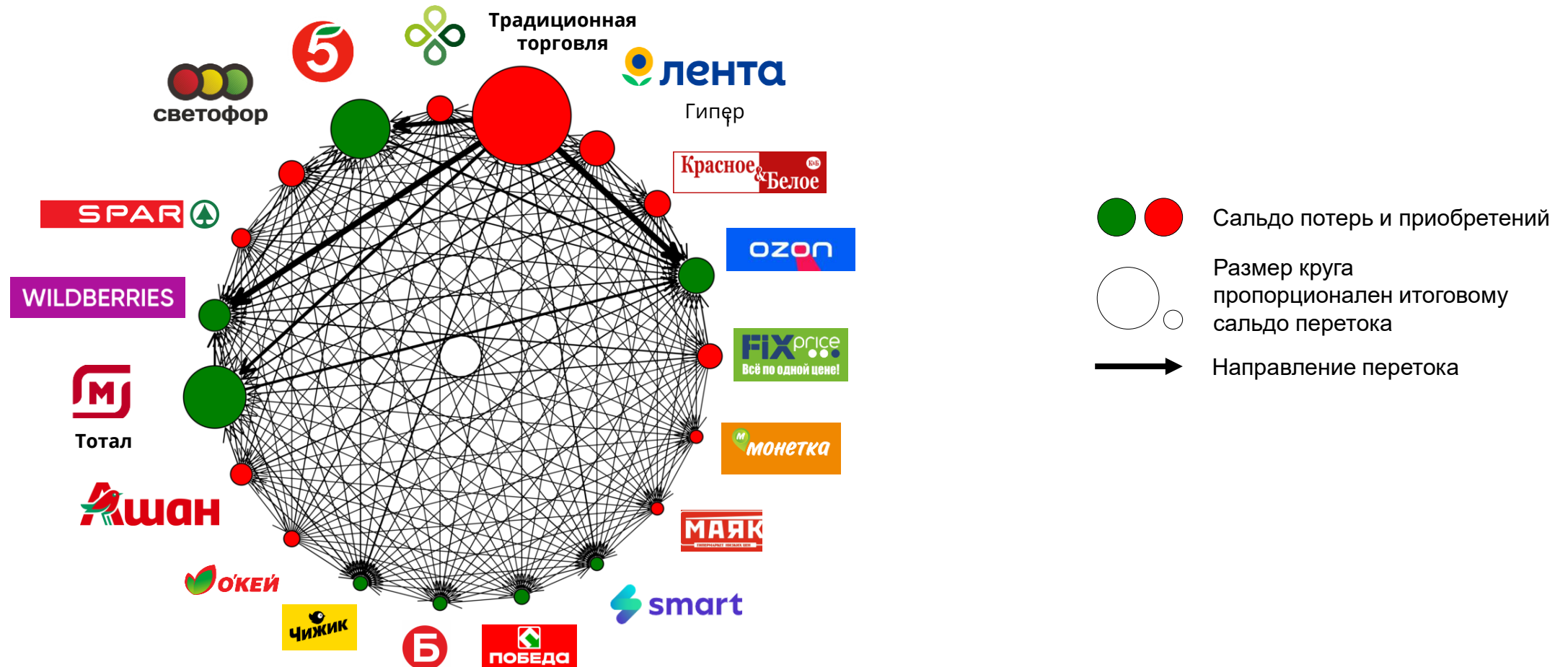
*Fix Price, Светофор

** 7 Шагофф, Smart, Батон, Да! (Окей), Доброцен, Маяк, Находка, Победа, Хлеб-Соль, Чижик, Экономия, Низкоцен, Магнит Моя цена, Дешево (Виктория)

ФОРМАТЫ У ДОМА АКТИВНО ОБМЕНИВАЮТСЯ С ИГРОКАМИ ОНЛАЙН РЫНКА И ЛОКАЛЬНЫМИ ХД



FMCG, Перетоки в денежном выражении



Докладчик: Светлана Силенина,
Руководитель направления "Потребительские рынки" INFOLine



РЫНОК общественного питания



Ежегодное исследование
"Производство продуктов питания и напитков
России 2023 года"

ПОЛУЧИТЬ





ЧЕРКИЗОВО

С 1974

ATRIA



ВКУС  **ON**

4400 точек обслуживания

82 продуктовых решения



ФИНСКОЕ
КАЧЕСТВО

ДОПОЛНЯЕТ
ЛЮБЫЕ БЛЮДА

НЕ ПРОДАЁТСЯ
В МАГАЗИНАХ

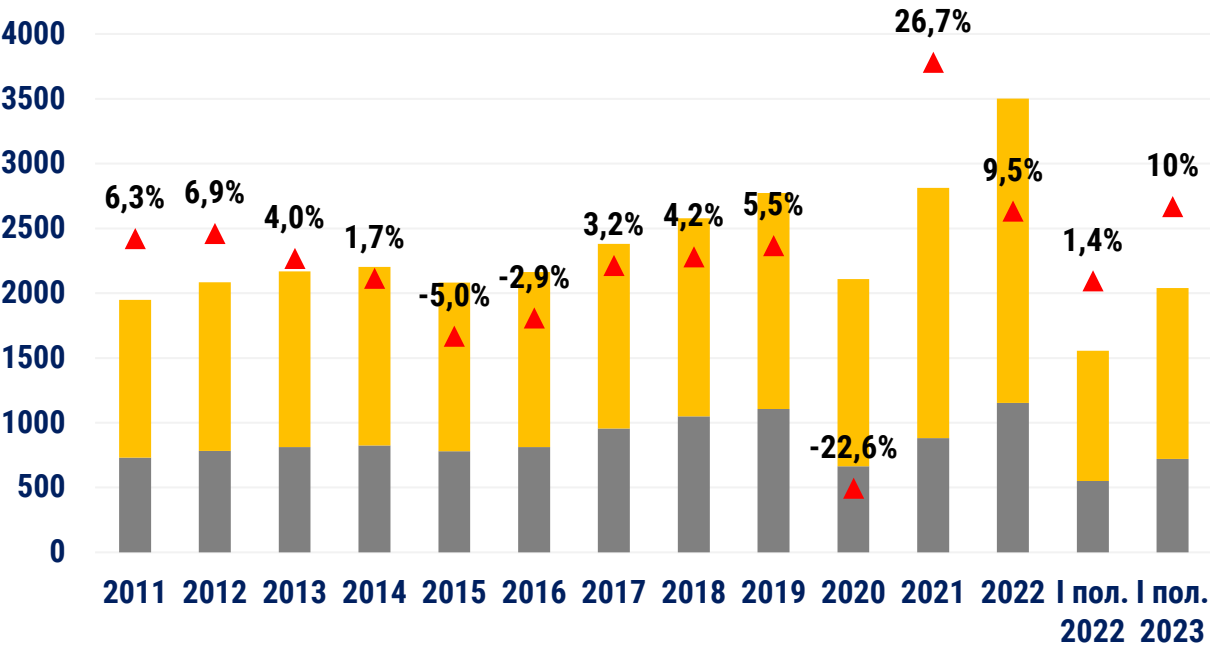
МИРАТОРГ



более **40** ресторанов

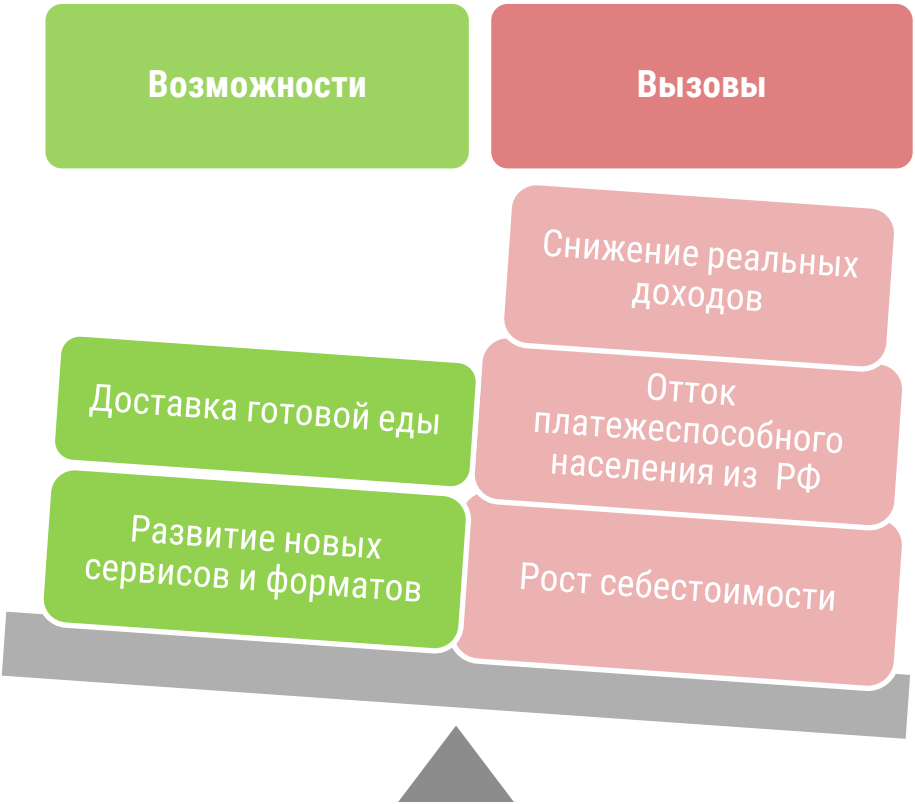


Динамика оборота общественного питания



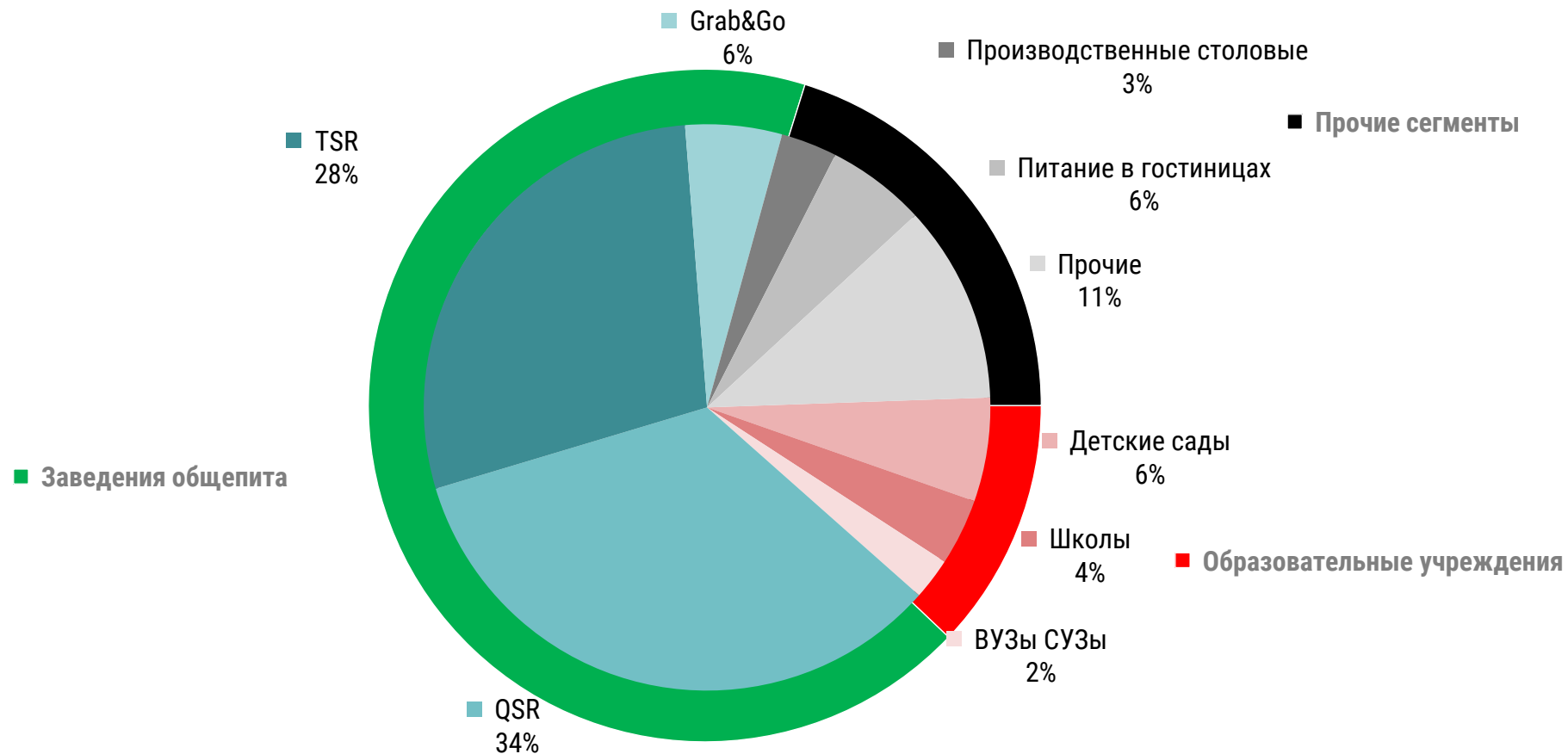
■ Оборот общественного питания по данным ФСГС, млрд руб.
■ Дооценка INFOline оборота общественного питания, млрд руб.
▲ Динамика оборота общественного питания, % (в сопоставимых ценах)

Источник: ФСГС, оценка INFOline



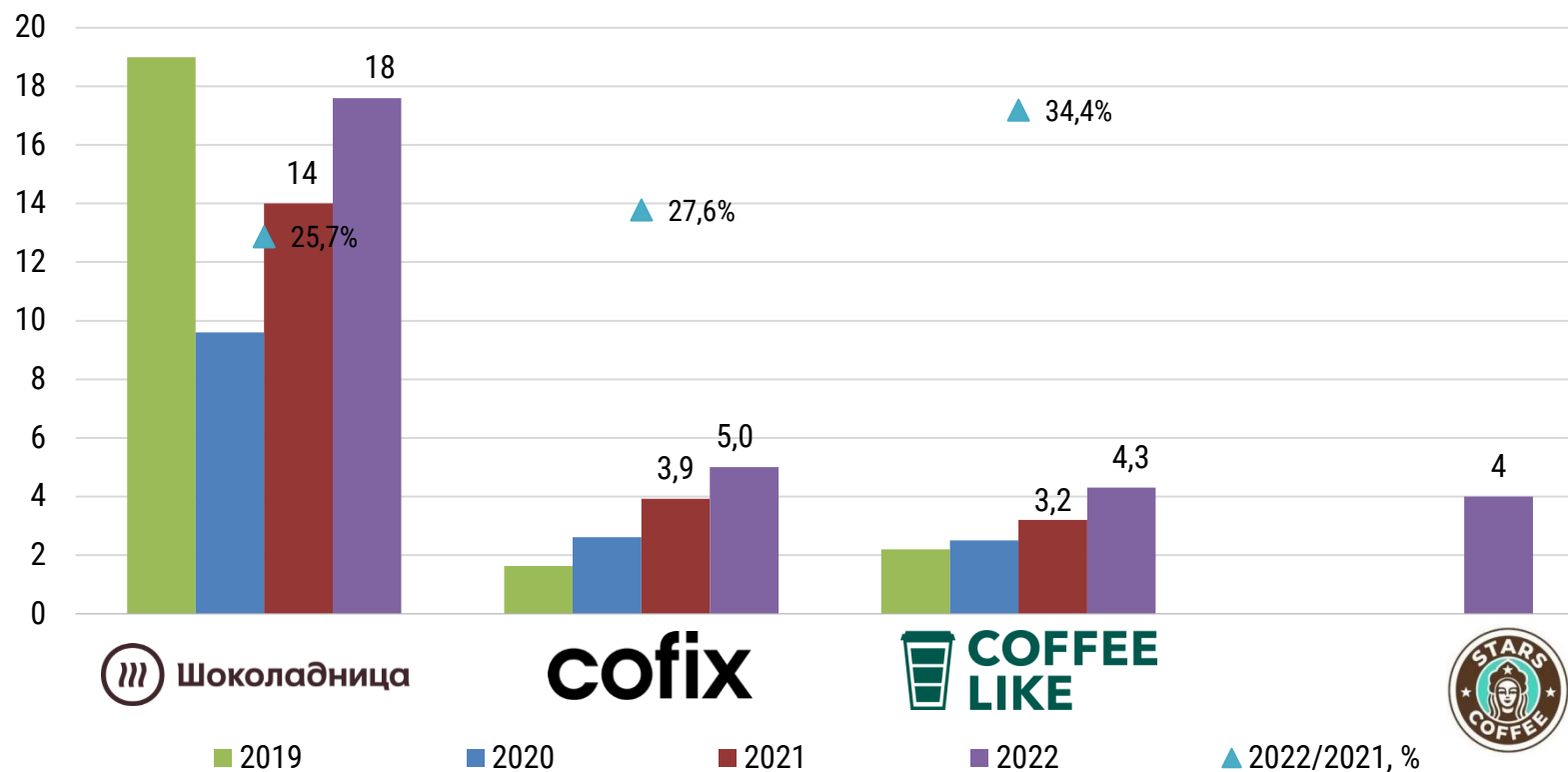
Источник: INFOline

Структура рынка общественного питания в денежном выражении



Источник: оценка INFOLine

TOP-4 бренда кофеен по обороту, млрд руб.



Покинули рынок в 2022



Сеть кофеен
№2

Оборот в 2021 – **5,1 млрд руб.**

Доля рынка – **менее 1%**

Ромир: **38,4%** людей хотя бы раз
покупали кофе в общепите в I пол.
2023 г.

В лидерах – "Вкусно – и точка" и
"Додо пицца"

Источник: *оценка INFOLine, отчетность компаний

iINFO *Line*
Romir

Заключение



ПОКУПАТЕЛЬ САМ ВЫБИРАЕТ СВОЮ СТРАТЕГИЮ

22%

Ценовой Гуру

Ищу промо-акции и скидки на товары, которые я покупаю регулярно

Обращаю более пристальное внимание на выгодные продукты (с хорошим соотношением «цена-качество»)

23%

Избегающий

Избегаю определенных отделов/полок в магазине, чтобы уменьшить возможный соблазн

Избегаю совместного похода за покупками с другими членами семьи, чтобы минимизировать импульсные покупки

Прагматик

Покупаю продукты питания только, если я уверен (-а), что употреблю их

Составляю письменный список продуктов, которые собираюсь купить, чтобы минимизировать количество незапланированных покупок

Оптимизатор

Покупаю более дешевые бренды (марки)

Покупаю собственные торговые марки (частные марки) магазинов чаще, чем делал(а) это раньше

В поисках лучшего магазина

Чаще покупаю продукты на местном (ближайшем) рынке

Чаще покупаю продукты в дискаунтерах

Покупаю дорогие продукты, но в меньшем количестве

Среднее число сетей в кошельке

5,2

5,0

5,0

Спасибо!**ПОЛУЧИТЬ**

Дополнительную информацию Вы можете получить на сайте
www.infoline.spb.ru и www.advis.ru
или по телефонам +7(495) 772-7640, +7(812) 322-6848
или по почте: mail@infoline.spb.ru.