

АРТИКС

Активизация потребительского спроса в гриль-сезон

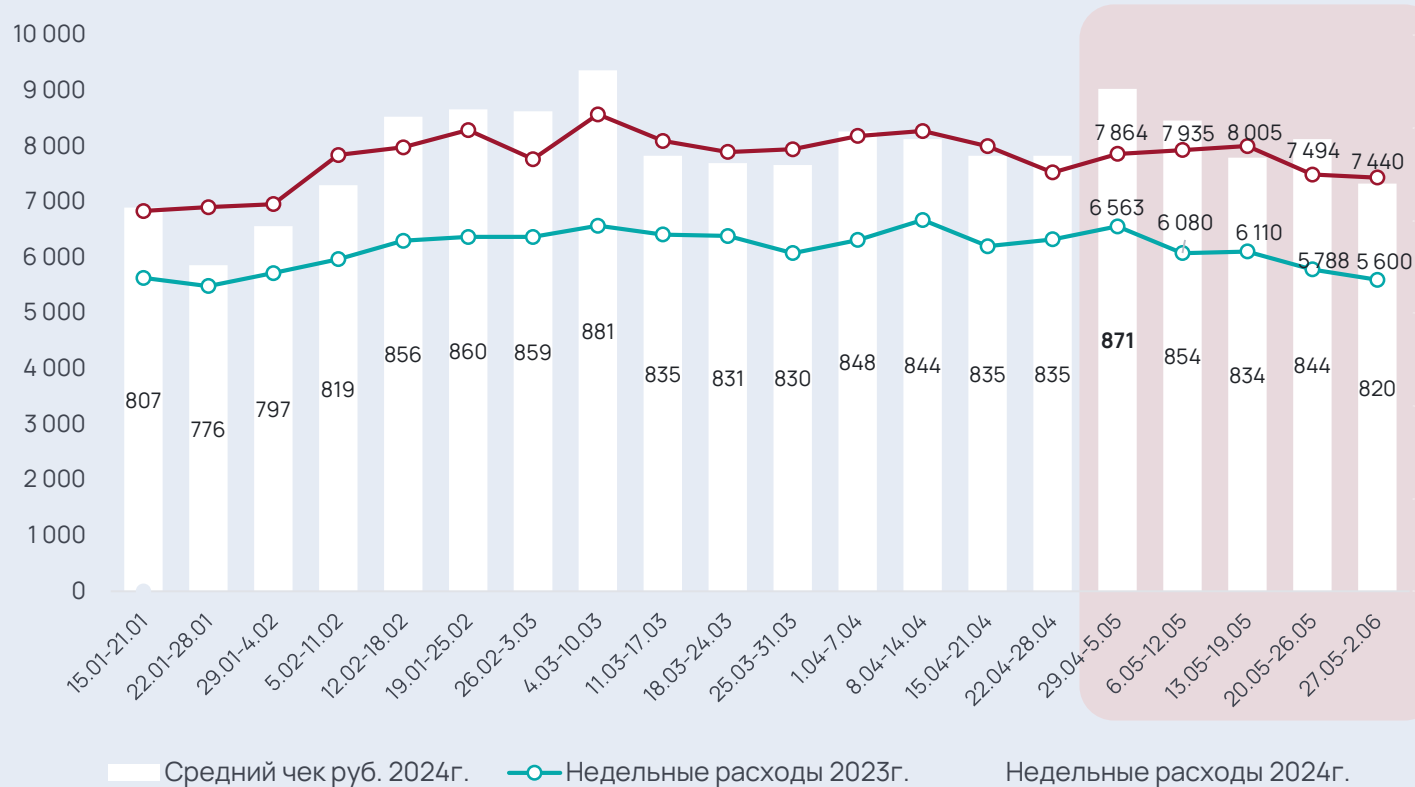
Артикс // 2025

Средний чек и недельные расходы увеличиваются в первую неделю мая

Объем потребительских расходов
+17% «майские» 2024г. к АППГ

Расходы в продуктовых магазинах
+4,2% «майские» к апрелю (2024г.)

Расходы в винных магазинах
+9,6% «майские» к апрелю (2024г.)



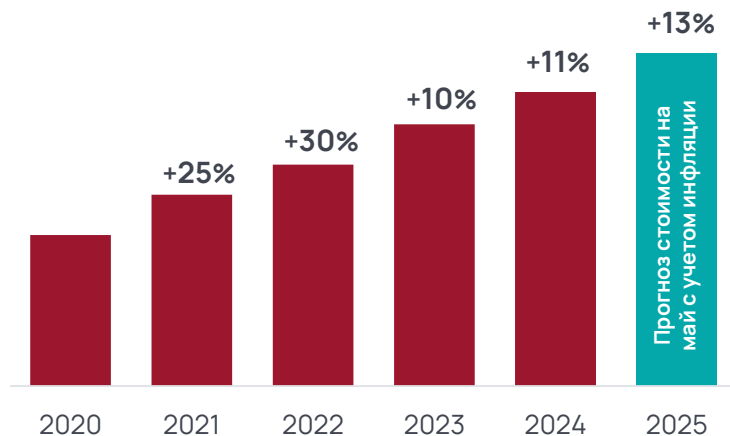
♦ В 2024 году с 29 апреля по 5 мая среднестатистическая российская семья потратила на покупку продуктов и товаров повседневного спроса 7864 рубля. Таким образом, **общий объем семейных трат на майские праздники увеличился на 4,4%.**

♦ На неделе выросли не только общие траты домохозяйств, но и **размер среднего чека.**

♦ На рост затрат россиян на товары повседневного спроса повлияли, в первую очередь, праздничные длинные выходные, когда потребители делали дополнительные покупки.

Как покупают продукты в гриль-сезон?

Динамика стоимости «шашлычного набора»



- ✦ После скачка цен на фоне СВО в 2020-2022 годы, **стоимость** традиционного «шашлычного набора» стабилизировалась и ежегодно **растёт соразмерно** темпам инфляции.
- ✦ Прогнозируемая **стоимость набора в 2025 году** составит ~ **3300 рублей**, в него войдут: **шашлык, шампуры, мангал, уголь и розжиг**.

На спрос в категории значительное влияние оказывают погодные условия и период Великого поста и Пасхи. Негативное влияние данных факторов в 2024 году **снизило продажи шашлыка на 30%**.



Динамика спроса в категории **зависит от дней недели, выпадающих на праздники**, но подавляющее число продаж приходится на период с пятницы по воскресенье.



Основная часть покупок в категории **приходится на офлайн**. Хотя доля онлайн в гриль-сезон растет, но пока **не превышает 5-7%** от общего объёма покупок, **сохраняется тренд на омниканальность**.



При этом **мангал и другие принадлежности, покупают в интернете активнее** – доля таких покупок доходит до 15%.

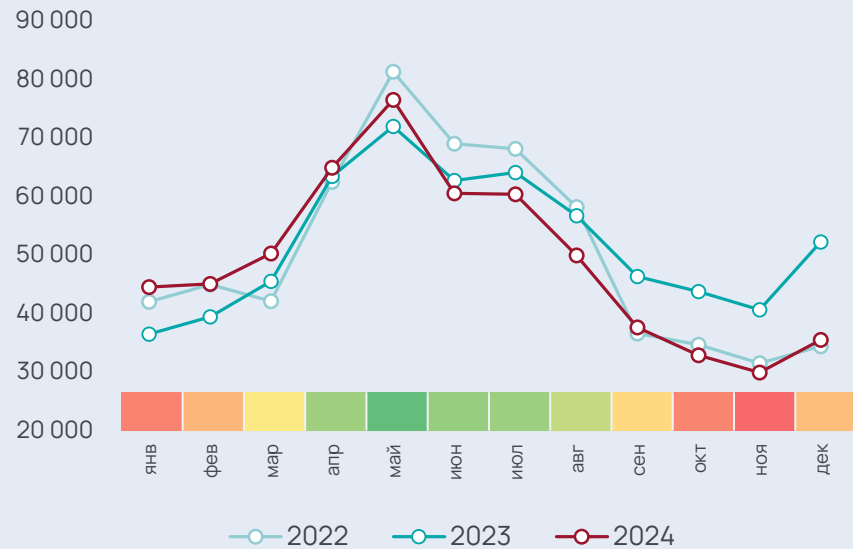


Наиболее **популярным алкогольным напитками** на майских праздниках является **вино (+14%) и пиво**. Среди безалкогольных «дачных» напитков лидируют **чай, кофе и квас**.



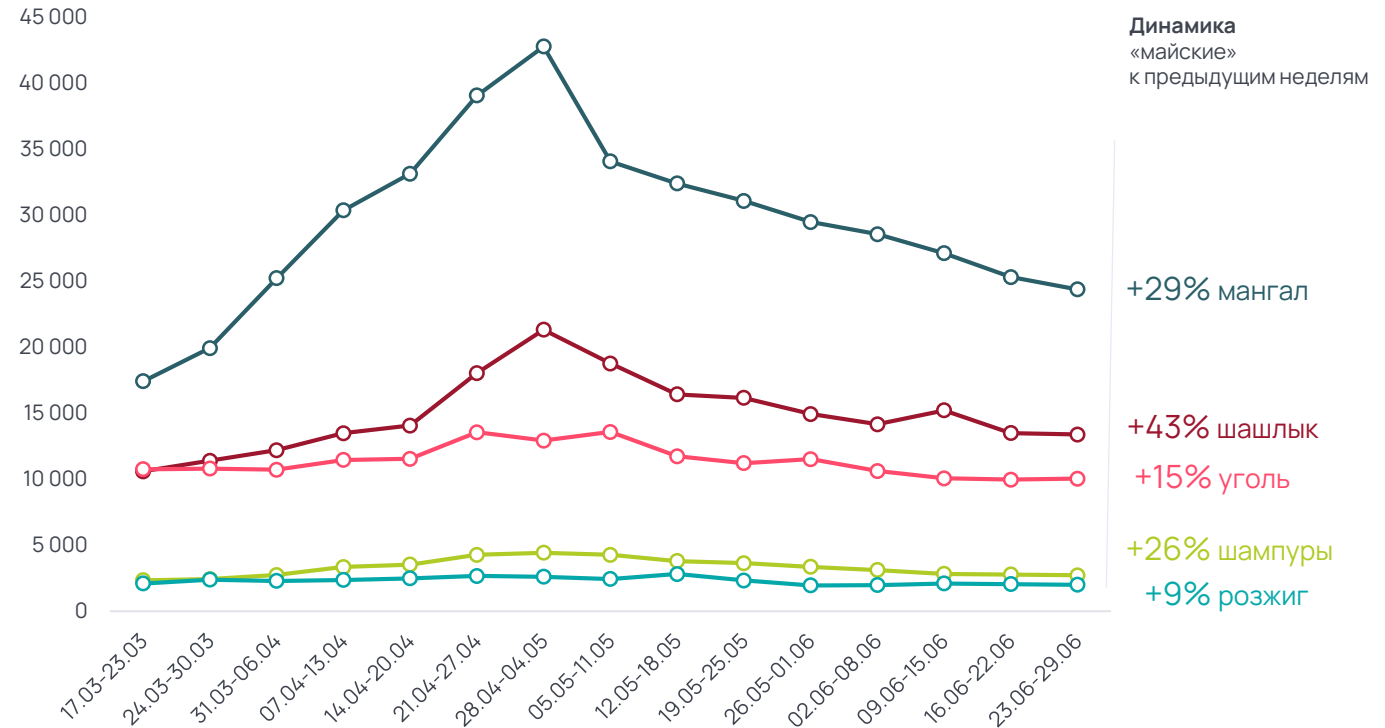
Пиковый интерес ко всем товарам категории приходится на майские праздники

Общая сезонность интереса к шашлычным продуктам



- ♦ Основной объем спроса в категории по шашлычным продуктам приходится на период с апреля по август с пиком в мае.
- ♦ В 2024 неблагоприятные погодные условия и пост повлияли на снижение интереса к категории в пиковый сезон. Однако показатели с января по майские праздники превзошли уровень интереса предыдущих лет. С мая наблюдался дальнейший спад, продолжавшийся до новогодних праздников.

Понедельный спрос к продуктам категории



- ♦ В майские праздники **больше всего интерес растет к основному продукту категории – шашлыку и мясным продуктам для гриля.**
- ♦ Пиковый интерес к другим продуктам категории также приходится на майские праздники, но выражен менее ярко, так как непортящиеся товары (**мангал, уголь, шампуры**) начинают искать и приобретать немного заранее.

Какие категории растут помимо «гриля»

По данным за первые 10 дней мая 2024 года, во время майских праздников у россиян выросли траты на некоторые услуги и товары:

Фастфуд

Обороты точек быстрого питания в 2024 году **выросли в 3,5 раза**. Число покупок увеличилось втрое. **Средний чек вырос на 19%** и составил 1338 рублей.



Рестораны

Обороты ресторанов **увеличились в 2,5 раза**, средний чек составил 2 290 рублей.



Кондитерские

Количество покупок в кондитерских **выросло на 21%**, а их **выручка — на 47%**. Средний чек за сладости достиг **555 рублей**, а за кофе навынос — **315 рублей**.



Такси

Число платежей за поездки **увеличилось в 4 раза**, а плательщиков стало втрое больше. Средний чек составил 498 рублей.



Театры

Оборот онлайн-платежей за билеты в театр **увеличился на 47%** по сравнению с аналогичным периодом 2023 года.



Спа-салоны

На **65%** выросла **выручка спа-салонов** во время майских праздников в 2024 году. Средний чек за спа-процедуры составил **5058 рублей**.



Фитнес-центры

Обороты несетевых фитнес-центров **выросли на 25%**, **средний чек вырос до 1927 рублей**



Стоматологические клиники

На **21%** **увеличились обороты стоматологических клиник**. За один визит к стоматологу россияне тратили в среднем 10 т.р., что на 17% больше, чем год назад.



Путешествия

Многие россияне **отправились на праздники в путешествие**. Средний чек в российской гостинице составил 5746 рублей, а средняя цена «пакетного» тура 87 т.р.



- ♦ Рост нерелевантных гриль сезону категорий в 2024 году был связан с неблагоприятными погодными условиями (что повлияло на количество выездов за город), а также периодом Великого поста и Пасхи, которые продлились до 5го мая и накладывали ряд ограничений в употреблении продуктов питания и образе жизни.
- ♦ В 2025 году Великий пост и Пасха продлятся до 20го апреля → прогнозируем рост интереса к гриль досугу на майских праздниках

В майские праздники растет онлайн-трафик на площадки топовых FMCG игроков

	Δ трафик на сайте, %	Δ WAU приложения, %
 самокат	+5%	+5%
 СБЕР MARKET	+5%	н/д
Яндекс  Лавка	+9%	2%
ВКУСВИЛЛ	+8%	-1%
 Перекрёсток	+6%	1%
 Пятёрочка	0%	0%
 Перекрёсток Впрок	-3%	-4%
 лента	1%	+5%

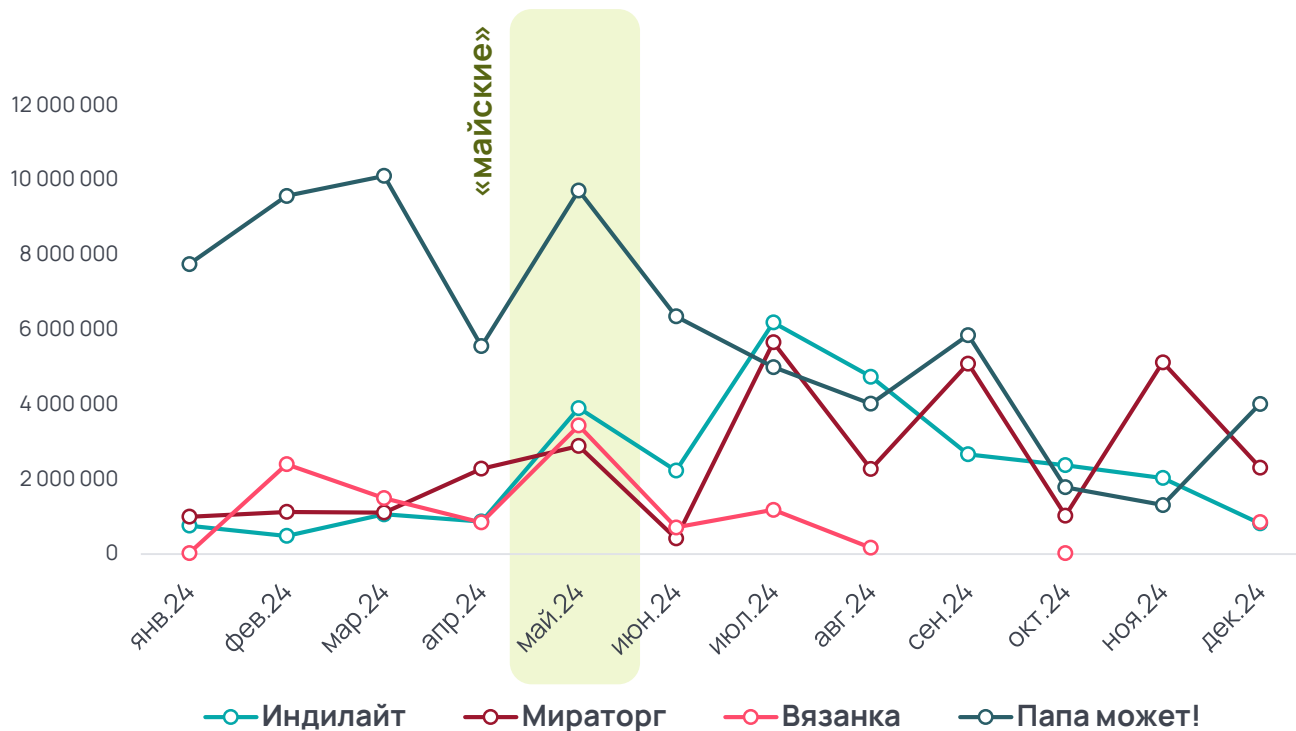
- ◆ Дополнительные выходные влияют на уровень покупательской активности населения, что ведет к увеличению трафика в том числе в онлайн-каналах торговли.
- ◆ Наиболее **заметные изменения в активности аудитории** в период майского пика спроса в гриль сезон **отмечается на сайтах**.
- ◆ Повышение активности веб-версий сервисов может говорить о **притоке новой аудитории, привыкшей к офлайн-покупкам**, но готовой в периоды сезонного спроса **обращаться к услугам доставки**.
- ◆ Также повышение активности на сайтах может быть связано с поиском необходимого набора продуктов и **сравнением цен с последующей омниканальной закупкой**.
- ◆ Отрицательная динамика в майские праздники была отмечена только у сервиса доставки «Впрок».

*указаны бренды на основе рейтинга E-Grocery Russia TOP по обороту

Источник: InfoLINE, SimilarWeb, SensorTower, 2024 год. Динамика «майские» к предыдущим неделям: 29.04-12.05 к 15.04-28.04

Лидеры категории* наращивают инвестиции

Динамика инвестиций в OLV
2024 год



Топовые бренды категории наращивают инвестиции в OLV, продвигаются через тематические сезонные креативы, увеличивают присутствие в медиа пространстве с начала гриль-сезона.

Источники: Mediascope, 2024 год / *лидеры по ВНТ-метрике «потребление» в категориях «мясо и птица» и «колбасы»

Примеры коммуникаций к гриль сезону



Ключевые выводы

01

Расходы населения

Традиционно в первую неделю мая расходы населения увеличиваются. Это связано как с началом гриль-сезона, так и с выходными, когда люди делают дополнительные покупки.



02

Покупки

Большая часть покупок совершается офлайн, однако доля онлайн покупок ежегодно возрастает, кроме того, в майские праздники увеличивается трафик в онлайн-сегменте FMCG-категории.



03

Сезонность

Пик спроса на шашлычные продукты приходится на май, в прошлом году погодные условия и Великий пост сместили спрос на нерелевантные гриль сезону категории. В этом году Пасха выпадает на 20 апреля, поэтому мы прогнозируем рост интереса к гриль досугу.



04

Бюджеты

Лидеры категории мясных и колбасных продуктов наращивают бюджеты в начале гриль-сезона, делая акцент на шашлычные продукты для гриль, барбекю и жарки на открытом огне.

