



Данные, которым доверяют

Сентябрь 2025

Продолжится ли рост на рынке готовой еды?

В условиях новой экономической
реальности



О компании NTech

с 2013

на рынке
исследований

в ТОП-10

аналитических
компаний РФ

*По версии alladvertising.ru

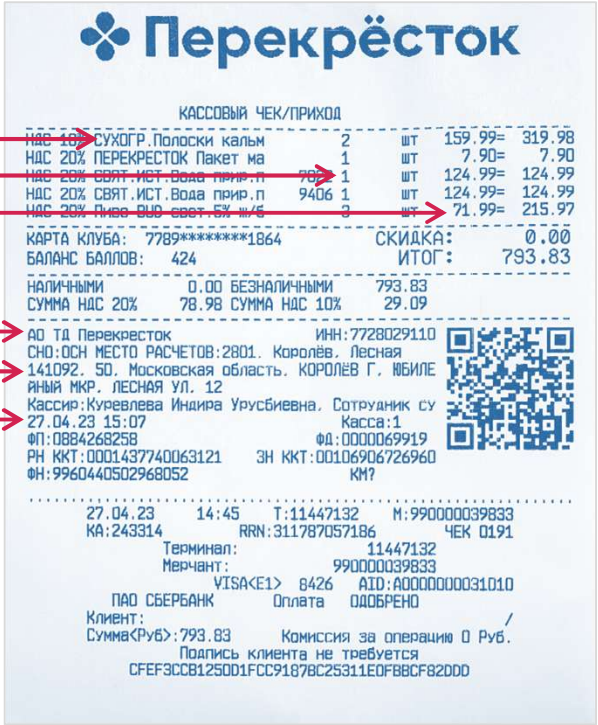
90+

квалифицированных
специалистов

Нам доверяют

Tech





более
100
млн чеков/мес.

Выборка в разы больше, чем у крупнейших потребительских панелей РФ

Аналитика NTech

- Специальные отчеты без персональных данных
- Адресная база ТТ
- Исследование каналов продаж
- Ценовой мониторинг
- Отчеты по ритейл-аудиту
- Конкурентный анализ
- Емкость рынка по категории
- Дистрибуция по каналам сбыта
- Анализ эффективности промо
- Персонализированные отчеты

Пример отчета полочных продаж																
Год	Месяц	Сеть	Формат	Регион	Область	Город	Артикул SKU	Номенклатура	Группа	Категория	Производи- тель	Бренд	Продажи, шт.	Продажи, руб. (с НДС)	Цена продаж и	Количеств о ТТ
2020	Янв.	ПЕРЕКРЕС ТОК	Супермар кет	Центральный федеральный округ	Московская область	Королев	546312	СУХОГРУЗ Снек рыбный кальмар сушено-вяленый в полосках 70 гр	Импульсны е товары	Снек рыбный	Венетик	Сухогруз	576	92 154,24	159,99	8
2020	Фев.	ПЕРЕКРЕС ТОК	Супермар кет	Центральный федеральный округ	Московская область	Королев	630857	СВЯТОЙ ИСТОЧНИК Вода питьевая природная негаз пластик 5000мл	Напитки Б/А	Вода питьевая	Borjomi	Святой источник	371	46 371,29	124,99	7
2020	Март	ПЕРЕКРЕС ТОК	Супермар кет	Центральный федеральный округ	Московская область	Королев	870954	ATMOSPHERE Салфетка- тряпка д/пола микрофибра, 40x50 см	Салфетки для уборки	Салфетки из микрофибры	Florin LTD	Atmosphe re	7	862,19	123,17	5

Главная полка холодильника

Общий взгляд на рынок

– уникальный агрегат NTech, объединяющий данные из 19 категорий и репрезентирующий свыше 500 млрд руб. ежемесячных затрат россиян на продукты питания

- Молочная продукция
- Мясная продукция
- Бакалея
- ФРОВ
- Кондитерские изделия
- Напитки
- ХБИ
- Рыбная продукция
- Готовая еда
- Консервация
- Корма для животных
- Яйцо
- Детское питание
- Прочие продукты



Наши партнеры

NTech сотрудничает с ключевыми российскими организациями в отрасли в рамках деятельности, направленной на развитие потребительского рынка России



Московская
Торгово-Промышленная палата



Центр агроаналитики
Минсельхоза РФ



Роскачество



Национальная мясная
ассоциация



Национальный союз
птицеводов



Национальный союз
свиноводов



Национальная ассоциация
производителей индейки



Союз производителей соков,
воды и напитков



Национальный союз
производителей молока



Рыбный Союз



Ассоциация компаний
розничной торговли



Россельхозбанк



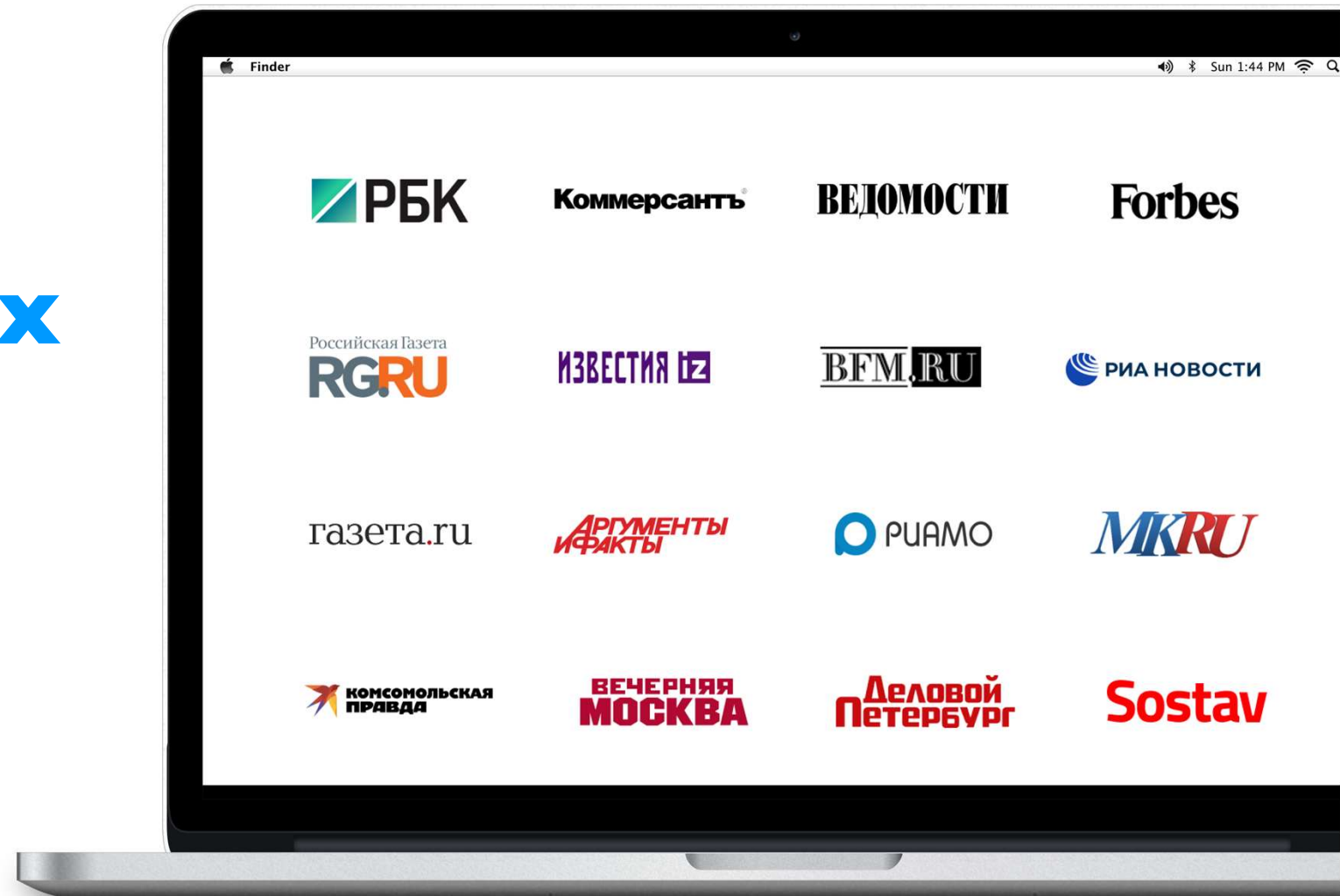
РАНХиГС



Сбермаркетинг

NTech в федеральных СМИ

> 100 публикаций в год в ведущих изданиях России с использованием данных NTech

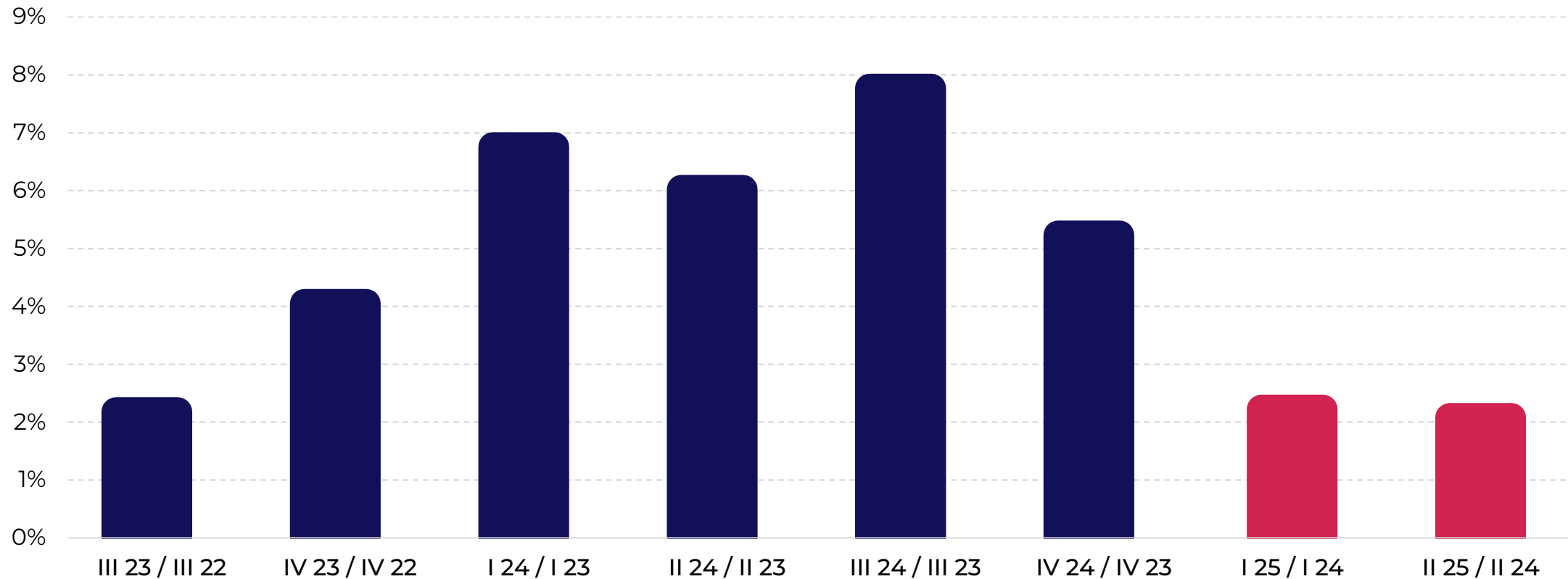


Главное о рынке



Динамика продаж

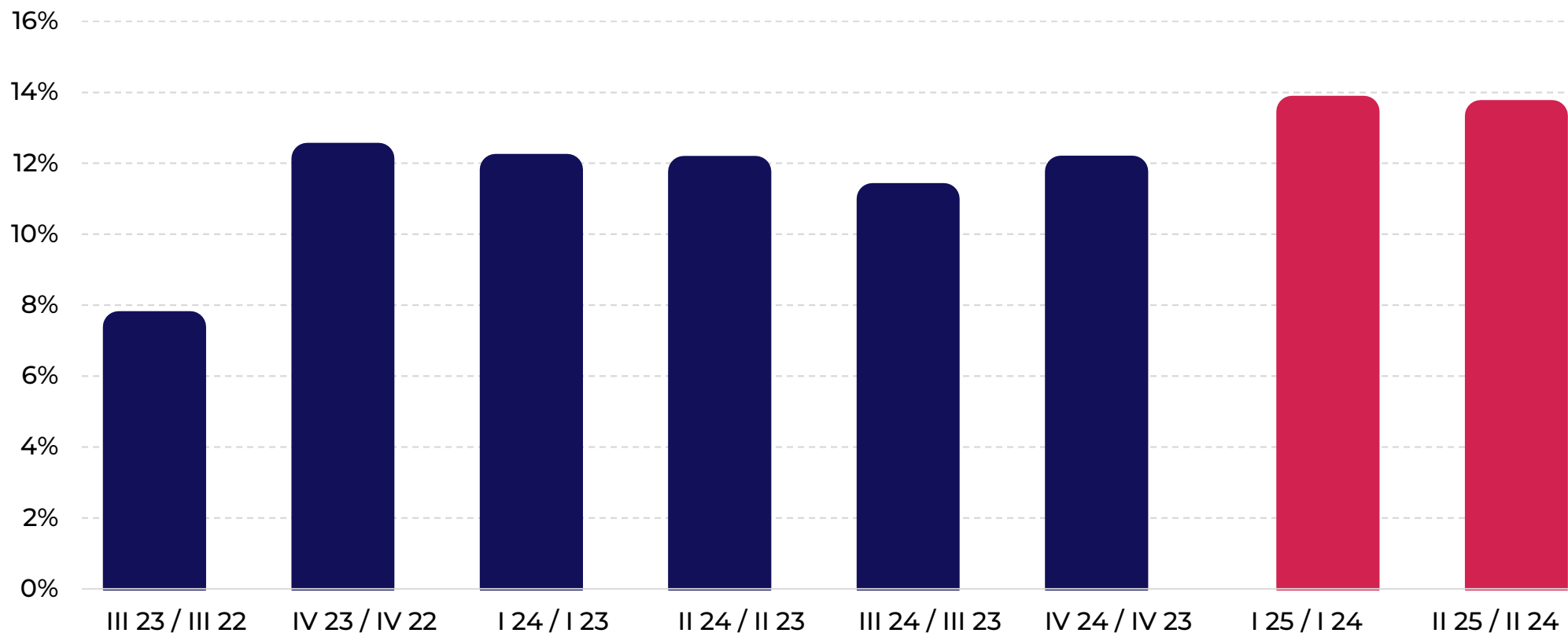
продуктов питания в натуральном выражении



Рост во II кв. 2025 оказался минимальным за последние 8 кварталов

Инфляция

продуктов питания



Инфляция не только не снизилась, а **продолжает расти**

Динамика продаж

продуктов питания в натуральном выражении



Последние 2 года можно условно разделить на **3 периода**

Указана динамика в физическом выражении к аналогичному месяцу предыдущего года.

Холодное лето 2025

В европейской части России июнь 2025 был ощутимее прохладней, чем июнь 2024. Это привело к глобальной корректировке продаж всех сезонных продуктов и существенной корректировке структуры потребительской корзины.

Город	Июнь 2024	Июнь 2025
Москва	+24 ⁰ C	+20 ⁰ C
Санкт-Петербург	+22 ⁰ C	+18 ⁰ C
Новосибирск	+23 ⁰ C	+24 ⁰ C
Екатеринбург	+23 ⁰ C	+22 ⁰ C
Казань	+25 ⁰ C	+21 ⁰ C
Красноярск	+22 ⁰ C	+24 ⁰ C
Нижний Новгород	+24 ⁰ C	+20 ⁰ C
Челябинск	+23 ⁰ C	+23 ⁰ C
Уфа	+25 ⁰ C	+23 ⁰ C
Самара	+27 ⁰ C	+22 ⁰ C

Указана среднемесячная дневная температура по данным сайта <https://world-weather.ru/>.
Указана динамика групп в физическом выражении.

Июнь 25 / июнь 24

-24%

Прохладительные напитки

-10%

Мороженое

-3%

Маринады (мясо, птица)

+10%

Фаршевая группа

+9%

Свекла

+20%

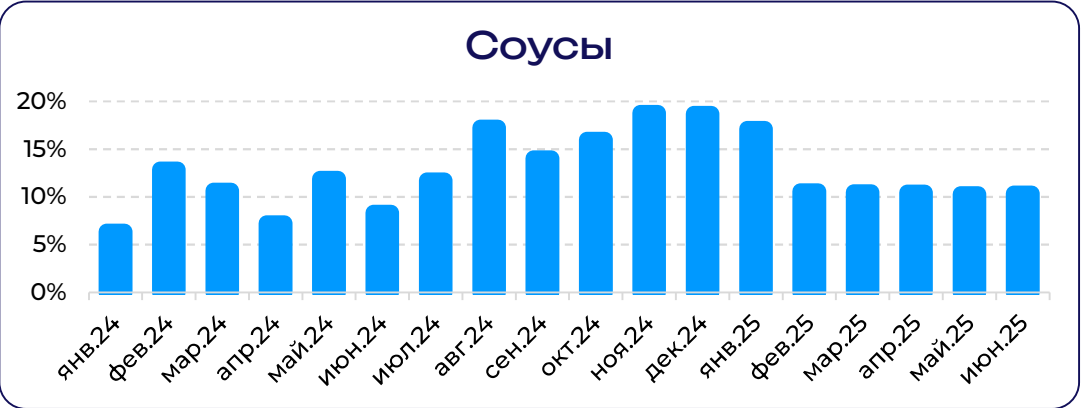
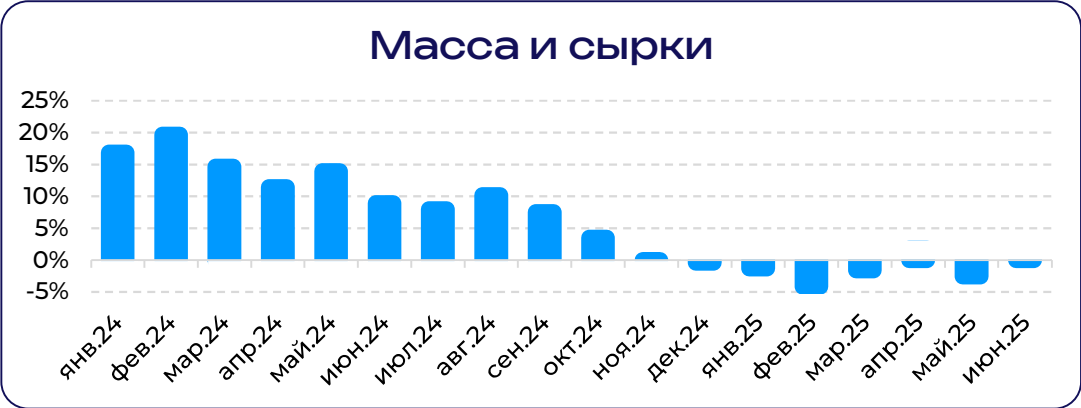
Сахар

Вместо кваса пили чай с сахаром, вместо выездов на шашлыки жарили дома котлеты и варили борщи

Чтобы корректно анализировать новую экономическую реальность в масштабах РФ, нужно исключить июнь и ограничиться периодом «Декабрь-Май»

Что случилось 1 декабря 2024?

Почему именно в декабре 2024 рост рынка резко замедлился?



Указана динамика в физическом выражении к аналогичному месяцу предыдущего года.

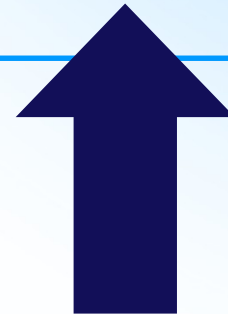
Ничего особенного именно 1 декабря не произошло. Изменения происходили во второй половине 2024 и в начале 2025 в разных группах по-разному. Просто к декабрю 2024 динамика большинства из групп стабилизировалась, что и сформировало **«новую экономическую реальность»**.

Что было?

И в период роста, и в период бурного роста
всё было очень просто

- Все (или почти все) изменения на рынке продуктов питания в 2023-2024 гг. определялись **одной глобальной тенденцией**

**Рост интереса ко вкусной
и разнообразной еде**



Масштабный рейтинг брендов продуктов питания

- Все категории продуктов питания
- 8 рейтингов по регионам РФ
- 11 категорийных рейтингов
- 79 групповых рейтингов
- Рейтинг SKU
- Рейтинг CTM
- В открытом доступе на сайте

**Максимально полная
и объективная картина рынка**

NTech

NTech
500'24



NTech 500 '24

Что позволило LAY'S
стать лидером?

Топ-10 рейтинга NTech-500

Место в рейтинге		Торговая марка	Рейтинговый балл		Изменение	
2024	2023		2024	2023	Места в рейтинге	Рейтингового балла
1	2	 LAY'S	9 255	8 508	+1 ↑	+ 747 ↑
2	1	 МИРАТОРГ	9 145	9 048	-1 ↓	+ 98 ↑
3	3	 ПРОСТОКВАШИНО	8 046	7 613	0	+ 433 ↑
4	4	 ДОБРЫЙ	7 627	7 350	0	+ 277 ↑
5	5	 ПАПА МОЖЕТ	7 024	6 226	0	+ 798 ↑
6	10	 KINDER	5 407	5 093	+ 4 ↑	+ 314 ↑
7	15	 ФРУТОНЯНЯ	5 290	4 751	+ 8 ↑	+ 540 ↑
8	16	 ПЕТЕЛИНКА	5 251	4 719	+ 8 ↑	+ 532 ↑
9	9	 ADRENALINE	5 251	5 122	0	+ 128 ↑
10	6	 ВЯЗАНКА	5 150	5 744	- 4 ↓	- 594 ↓

Тренд на разнообразие

+ 2%



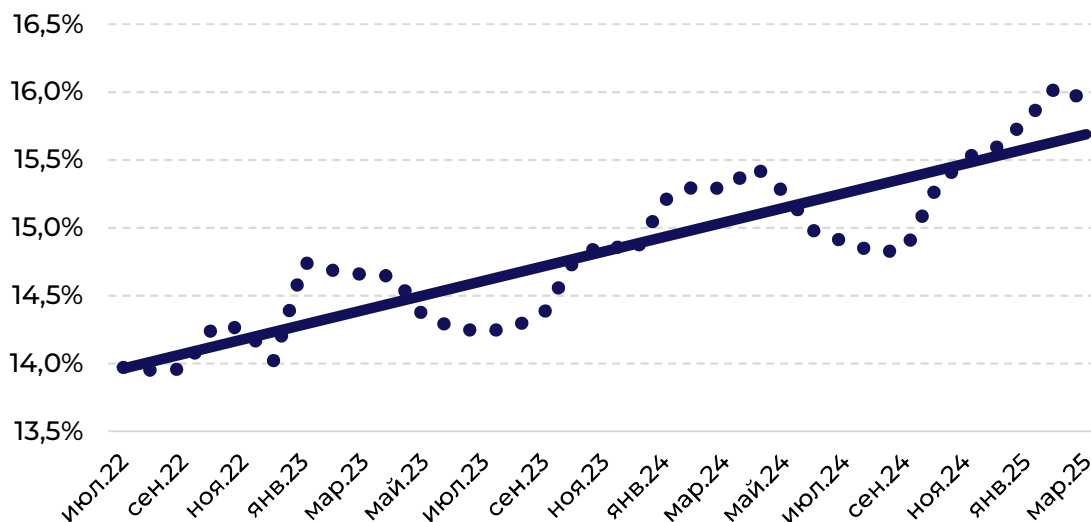
Стандартные вкусы

+ 9%

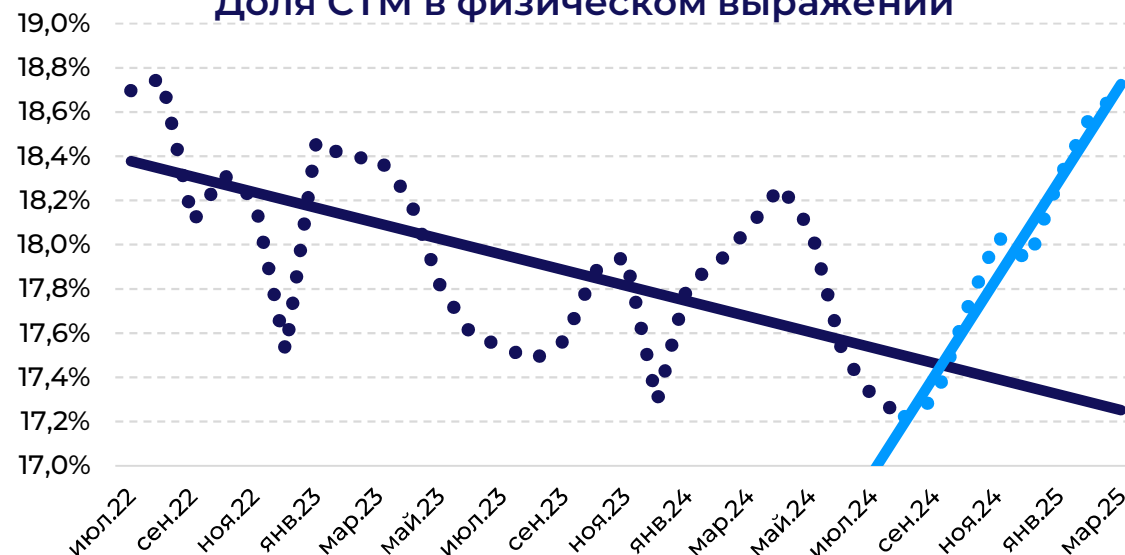


С учётом нестандартных вкусов
(том ям, гуакамоле и т.д.)

Доля СТМ в денежном выражении



Доля СТМ в физическом выражении



Летом 2024 произошёл разворот тренда и всего за 9 месяцев **СТМ** **стремительным рывком** отыграли все двухлетние потери

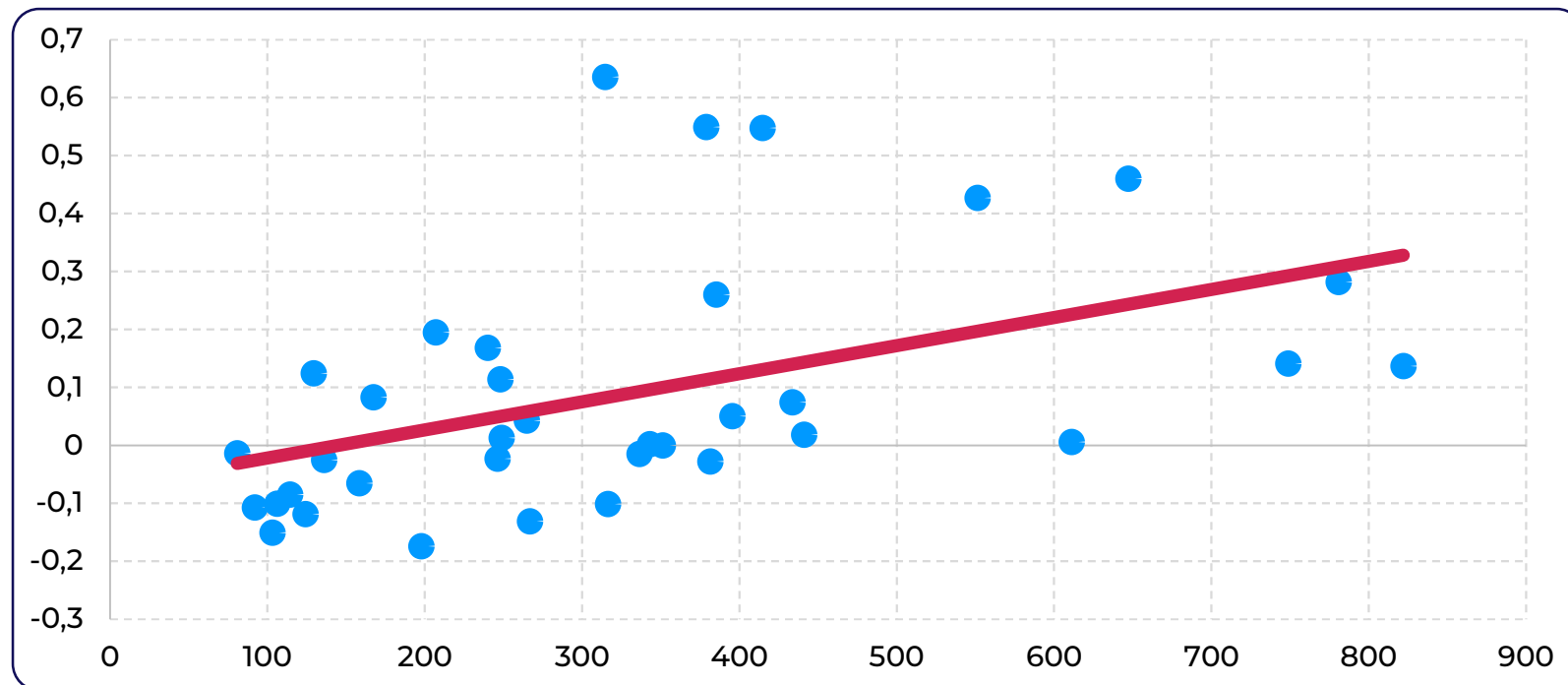
Перелом ситуации



СТМ «первого поколения», ориентированные на **низкую цену**, уступают место на рынке современным СТМ «второго поколения», ориентированным на **вкусный продукт**

Какие СТМ были востребованы?

Динамика доли СТМ в физическом выражении внутри сети, где она представлена



Средневзвешенная
цена СТМ (руб./кг)

В условиях роста рынка продуктов питания СТМ «первого поколения», ориентированные на минимальную цену, начали стремительно терять свою популярность у потребителей

40 крупнейших СТМ по объему продаж в денежном выражении за 2024 год (без учета СТМ в категории «Готовая еда»).

Указана динамика доли СТМ 2024 г. к 2023 г. от общего объема продуктов питания в конкретной сети (за вычетом категории ФРОВ).

Цена: полный 2024 г. РФ в целом.

Новая экономическая реальность

Потребители поляризовались

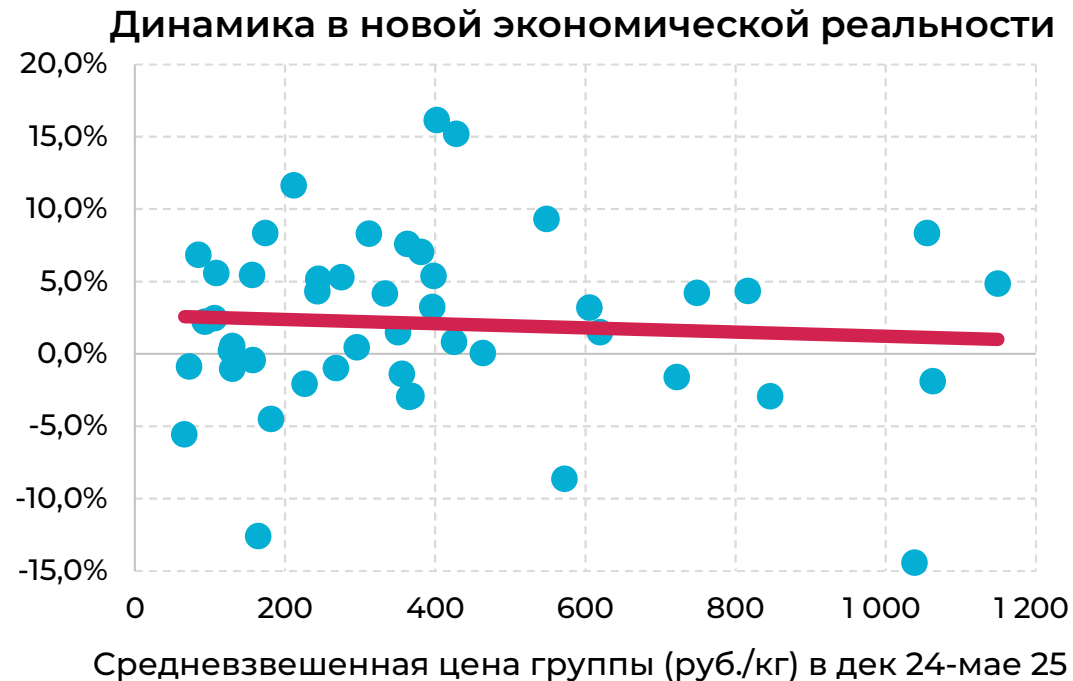
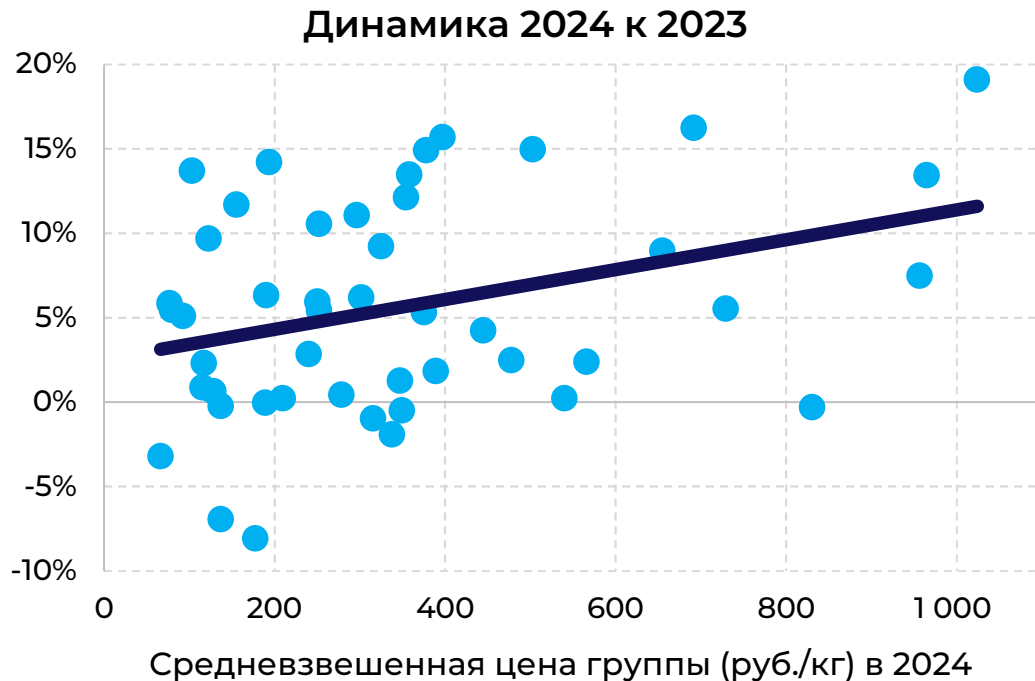
- В новой экономической реальности тенденция на рост интереса к разнообразной и вкусной еде сохранилась, но одновременно с ней на рынке стала ярко проявляться обратная тенденция

Рост интереса
к разнообразной
и вкусной еде

Отказ от разнообразия
в пользу более простой
и дешёвой еды

Новая экономическая реальность

Глобальный разворот рынка?



В 2024 опережающими темпами росли группы с более высокой средневзвешенной ценой. В новой экономической реальности такого не наблюдается

Динамика крупнейших сетей

Сеть	Май 24 / Май 23	Май 25 / Май 24
Лента (гипермаркет)	4,8%	0,5%
Globus	-1,1%	-2,1%
Магнит (гипермаркет)	-3,6%	-2,4%
Metro	6,0%	-5,7%
Ашан	-6,8%	-12,6%
О'Кей	-2,3%	-14,9%
Лента (супермаркет)	8,7%	5,7%
Перекресток	4,1%	-7,6%
Атак	-0,7%	-10,1%
Пятерочка	1,6%	-0,2%
Магнит	1,7%	-2,3%
Верный	-3,5%	-5,4%
Дикси	3,3%	-2,6%
Чижик	-2,6%	24,3%
Магнит (дискаунтер)	5,8%	6,2%
Светофор	-4,1%	-6,4%
Доброцен	3,4%	-9,8%

Динамика сопоставимых продаж (LikeForLike) в физическом выражении

Продукты питания, Май 2025 / Май 2024

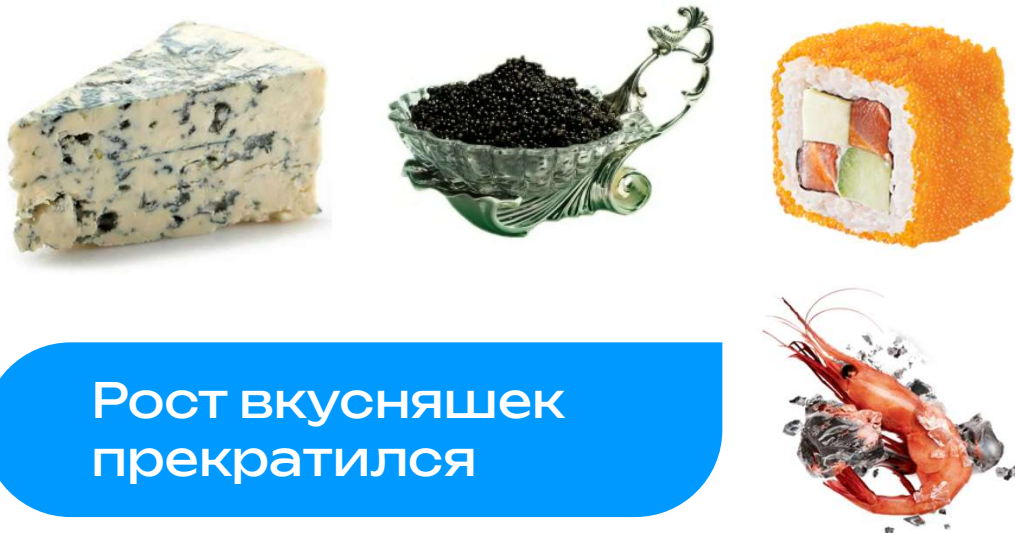
Дискаунтеры, которые в период бурного роста имели довольно слабую динамику, в новой экономической реальности стали самым быстрорастущим форматом

Магнит (дискаунтер): сумма по форматам «Моя цена» и «Первый выбор».

Категория «ВКУСНЯШКИ»

В 2022-2024 гг. росла опережающими темпами

- Ассорти сыров
- Икра красная
- Икра черная
- Козий, овечий сыр
- Морепродукты
- Роллы
- Рыба охлажденная
- Рыба слабосоленая
- Стейки
- Суши
- Сыровяленые колбасы
- Сырокопченые копчености
- Сыры с плесенью
- Твердые сыры



Рост вкусняшек прекратился

	III кв 24 / III кв 22	Дек24-Май25 / Дек23-Май24
Черная икра	+155%	-37%
Роллы	+74%	-16%
Сыры с плесенью	+54%	+12%
Морепродукты	+50%	-2%
Категория «Вкусняшки»	+37%	+2%
Рынок продуктов питания	+10%	+3%

Динамика в физическом выражении

**Всё плохо?
Всё пропало?**

На самом деле, нет:

1. Тренд на разнообразную и вкусную еду продолжает сохраняться
2. Многие вкусные интересные продукты продолжают демонстрировать опережающий рост

**Покупая продукты питания, люди
подсознательно делают выбор
по одному из 4 алгоритмов**



Как люди **выбирают** продукты

Альфа-покупки

Конкретное SKU
и никаких замен



14.3%

Бета-покупки

Ограниченное число
альтернатив



22.9%

Сигма-покупки

«Свободный» выбор:
возможна замена
из других категорий



54.3%

Омега-покупки

Импульсные
покупки, вкусняшки,
продукты в подарок



8.5%

Важная особенность «сигма-покупок» состоит в том, что покупатель может легко переключиться с одного продукта на другой, с одной категорию – на другую: греческий салат может превратиться в шпроты, вареная колбаса – в йогурт, пельмени – в спагетти карбонара.

Готовая еда активно конкурирует с продуктами из самых разных категорий. Чтобы понять, что происходит с готовой едой, надо смотреть на весь рынок продуктов питания в целом

88%

покупок салатов
в денежном выражении

73%

покупок готовых блюд
в денежном выражении

**являются
сигма-
покупками**



Куда ушли объёмы?



- 4% ↓



+ 62% ↑

Ситуации потребления

- Бутерброд
- Воскресный завтрак
- Воскресный обед
- Второй завтрак
- Дополнения и сайдинги
- Завтрак
- Завтрак таксиста
- Закуска (под алкоголь)
- Застолье
- Кулинарные эксперименты
- Ланч (легкий обед)
- Макароны с ...
- Обед
- Обед школьника
- Перекус
- Перекус «под сериальчик»
- Перекус автомобилиста
- Перекус в школу
- Перекус/еда в дороге
- Пикник/барбекю
- Пицца
- Полдник
- Салат
- Снековый перекус
- Суп
- Ужин
- Ужин «без готовки»
- Ужин зумера
- Фондю и блины
- Что-то к чаю
- Энергетический завтрак
- Энергетический перекус
- Яичница

Внутри каждой ситуации потребления продукты, в которых велика доля сигма-покупок, активно конкурируют между собой: колбаса легко превращается в йогурт, сметана – в икру, сыр – в шоколад...

Возможные изменения в структуре потребления

Прогнозная динамика в физическом выражении по результатам
стресс-теста 2025

Тропические
и экзотические фрукты



57% ↓

Мясные фарши



42% ↓

Морепродукты



25% ↓

Макароны



51% ↑

Сурими



35% ↑

Сахар



28% ↑

Звёзды и чёрные дыры

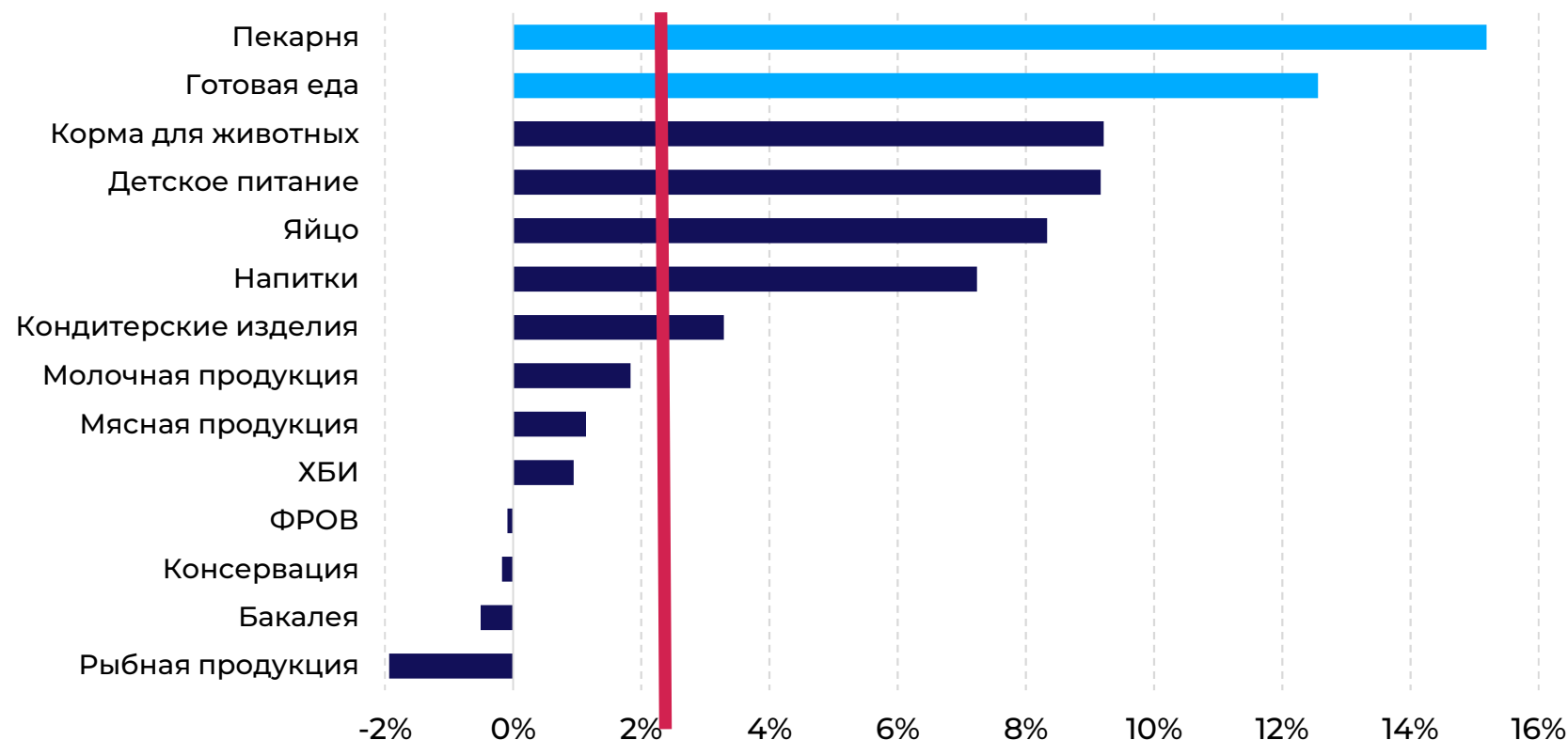
Готовая еда

- Горячие напитки
- Салаты
- Закуски (включая зельцы, студни и холодцы)
- Гарниры и многокомпонентные готовые блюда, не требующие термообработки (за исключением разогрева в СВЧ-печи), кроме классических хлебобулочных изделий (например, пирожков с мясом) и консервации

Пекарня

- Выпечка с коротким сроком хранения: булочки (сладкие, кексы, коржики, куличи), песочные изделия, пироги, слоеные изделия (круассаны, слойки, штрудели), сосиски в тесте, а также некоторые блюда для перекуса из кулинарии (чебуреки, пицца и прочая выпечка).

Динамика в физическом выражении



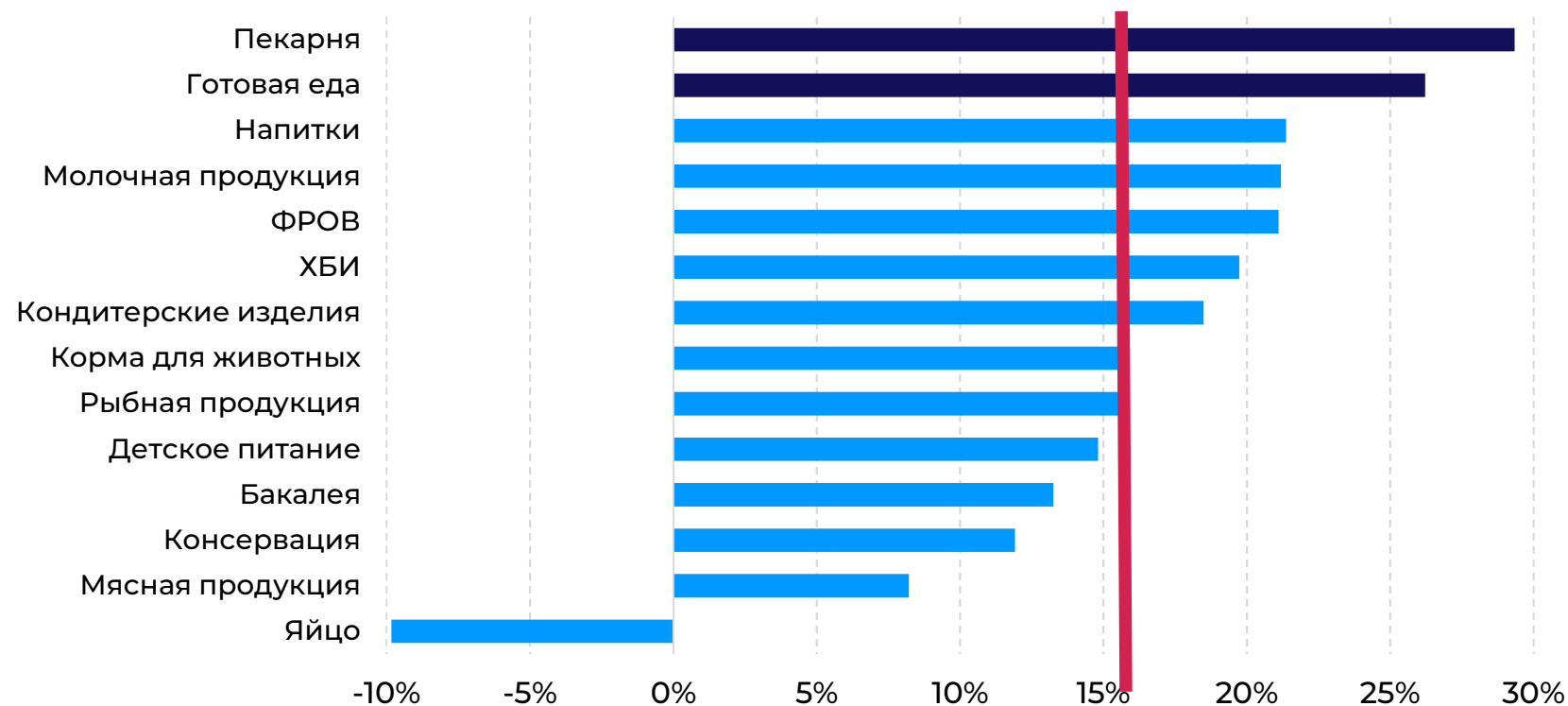
**Новая
экономическая
реальность**

Дек 23 – Май 24 /

Дек 24 – Май 25

У большинства наиболее объёмных (в физическом выражении) категорий – ФРОВ, Молочная продукция, Бакалея, Мясная продукция, ХБИ – темпы роста существенно ниже, чем в среднем по рынку. «Пекарня» и «Готовая еда» – лидеры роста!

Динамика в денежном выражении



**Новая
экономическая
реальность**

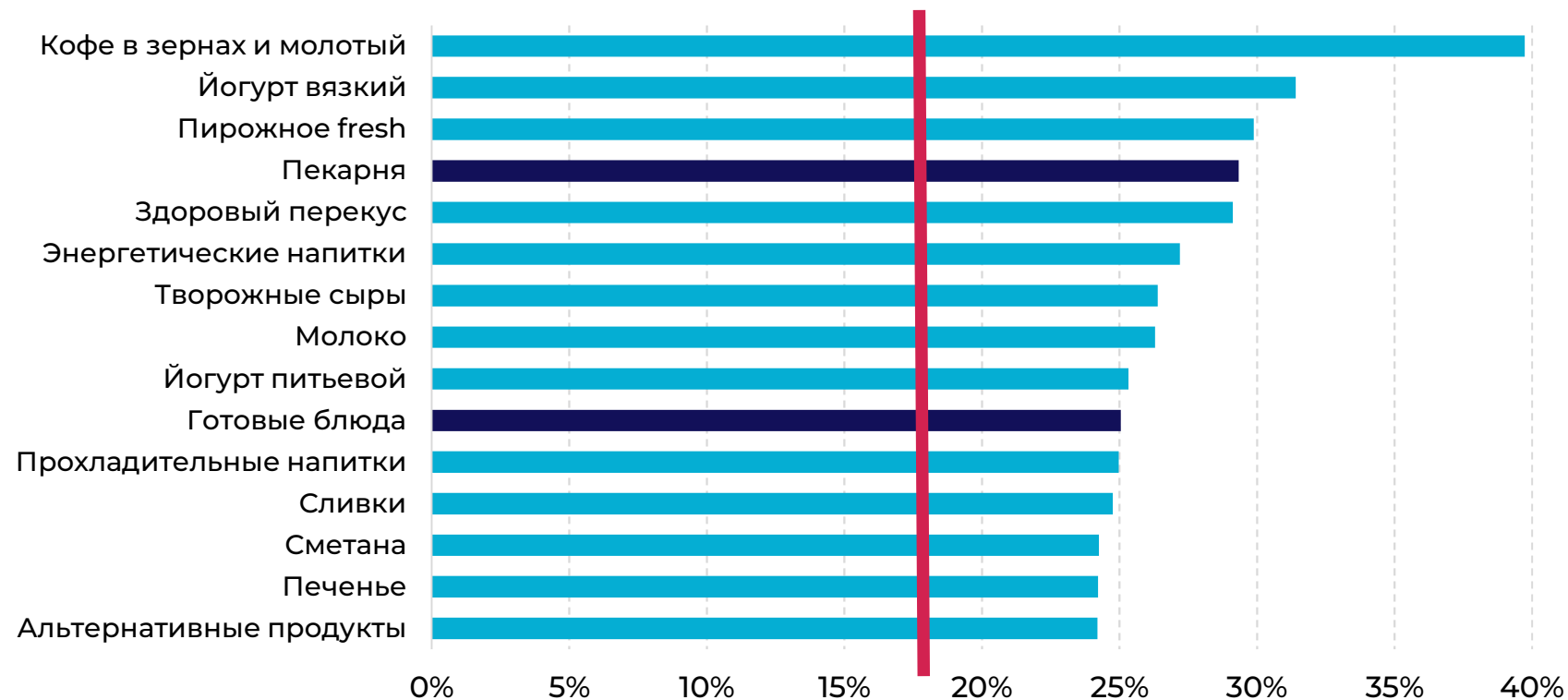
Дек 23 – Май 24 /

Дек 24 – Май 25

Инфляция позволила большинству категорий обеспечить высокие темпы роста в денежном выражении

Красная линия – прирост всего рынка продуктов питания за указанный период

Динамика групп в денежном выражении



**Новая
экономическая
реальность**

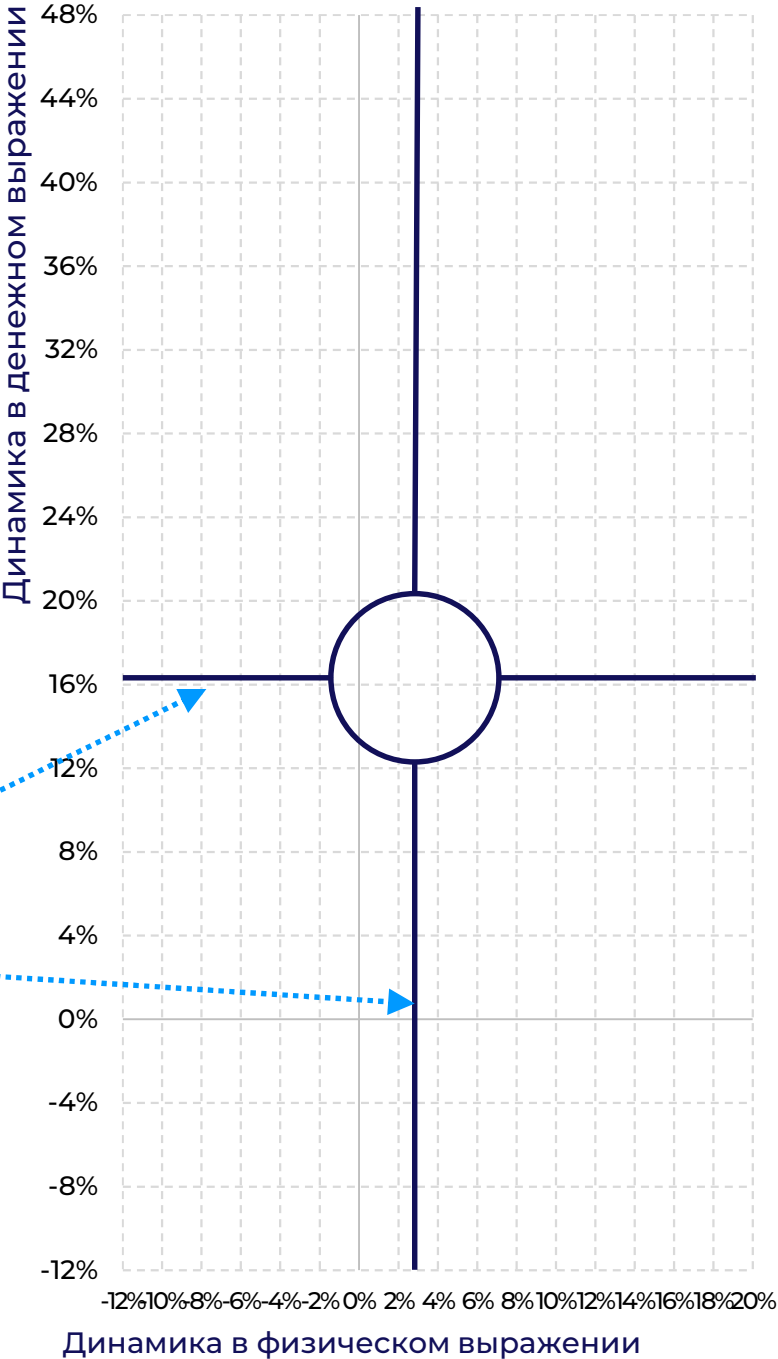
Дек 23 – Май 24 /
Дек 24 – Май 25

Многие группы, которые росли опережающими темпами в период бурного роста рынка, продолжают расти и в новой экономической реальности

Мы предлагаем использовать для анализа категорий, групп и т.д. аналог «бостонской матрицы»

Визуально удобный метод анализа

Усредненный прирост всего рынка продуктов питания дек24-май25 к дек24-май25



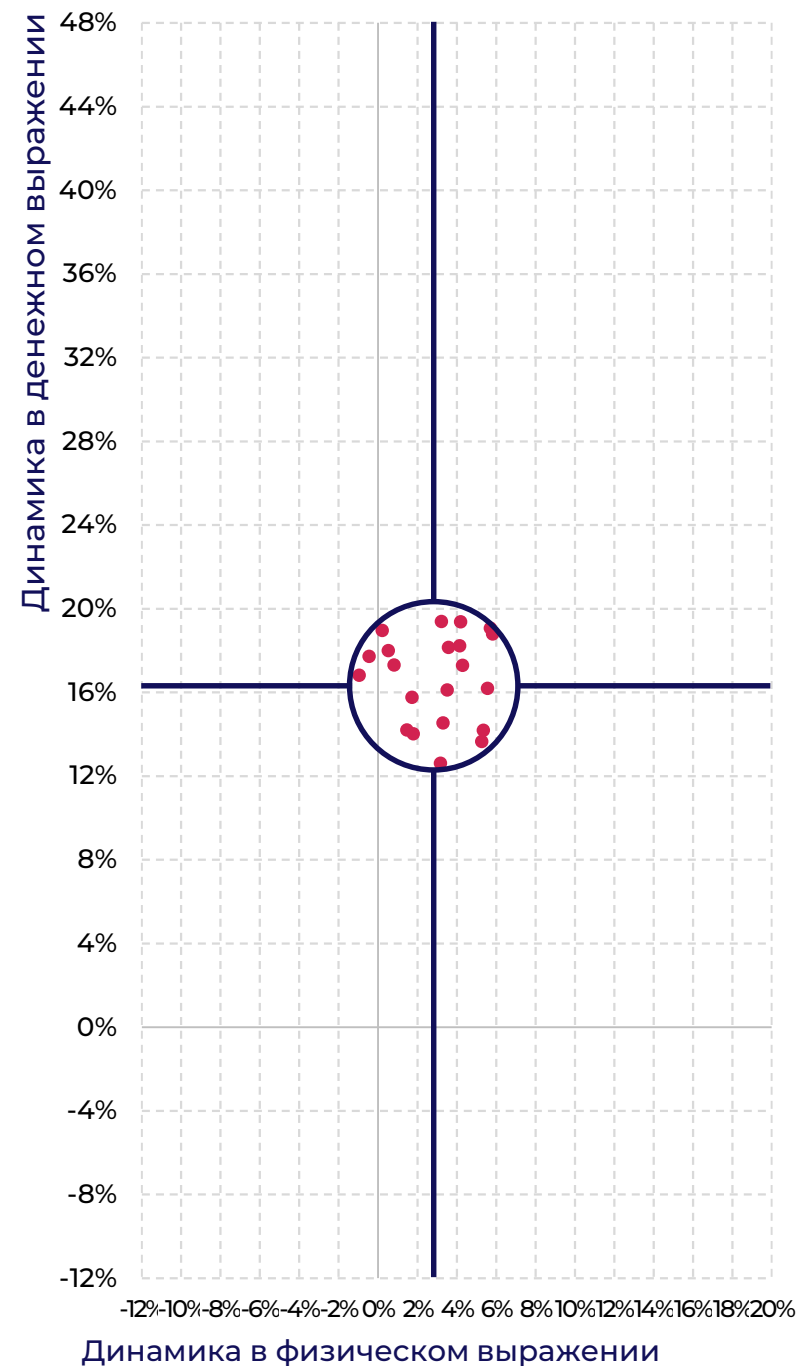
Центр

Группы, которые и в физическом, и в денежном выражении выросли примерно также, как и рынок в целом

Типичные представители:

- Растительное масло
- Конфеты, к чаю (вафли, пряники...)
- Мороженое, творог
- Фаршевая группа, копчености
- Сокосодержащие напитки
- Огурцы, яблоки
- Традиционный хлеб

Анализ на основании динамики дек24-май25 к дек24-май25

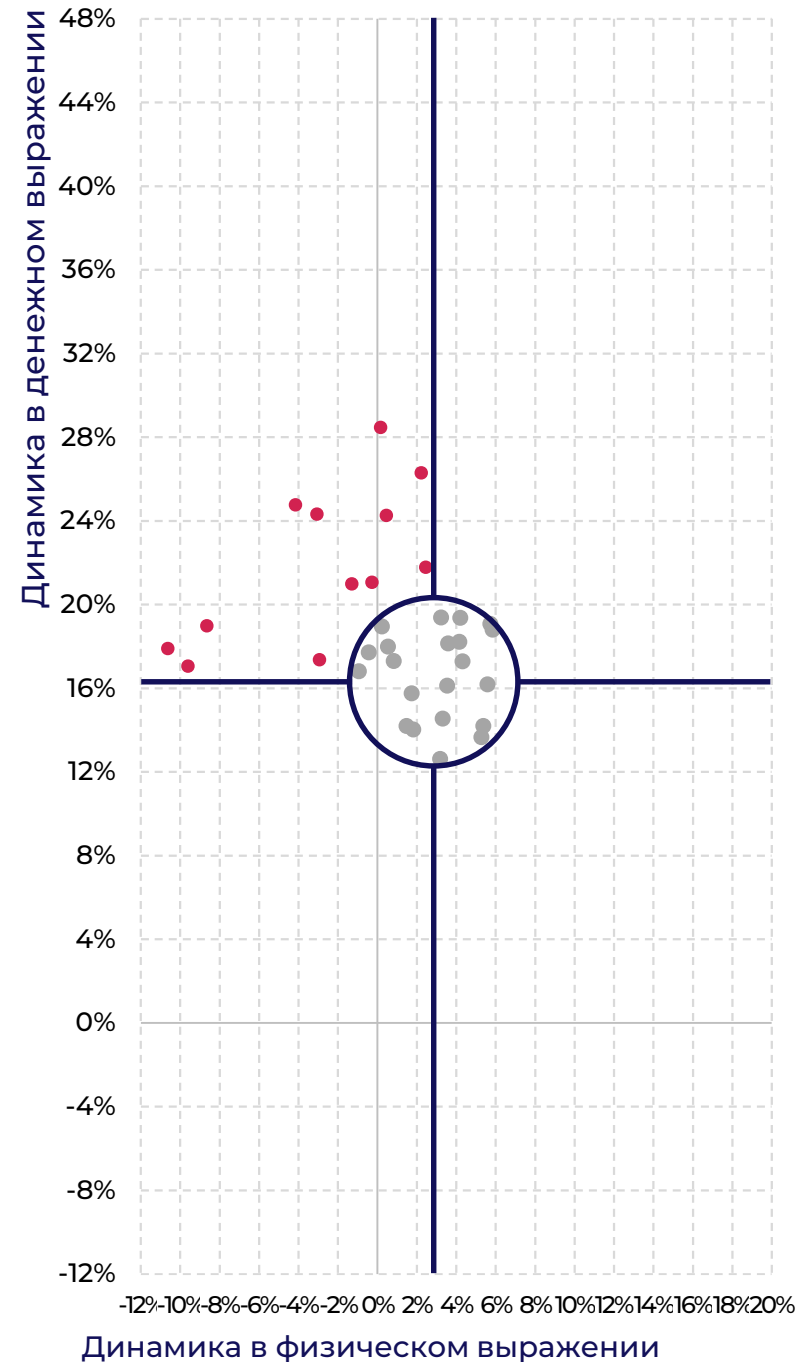


Инфляционные группы

Группы, которые в физическом выражении выросли хуже рынка, но в денежном выражении обогнали рынок

Типичные представители:

- Растворимый кофе
- Шоколадные плитки
- Сливочное масло
- Рыба
- Картофель

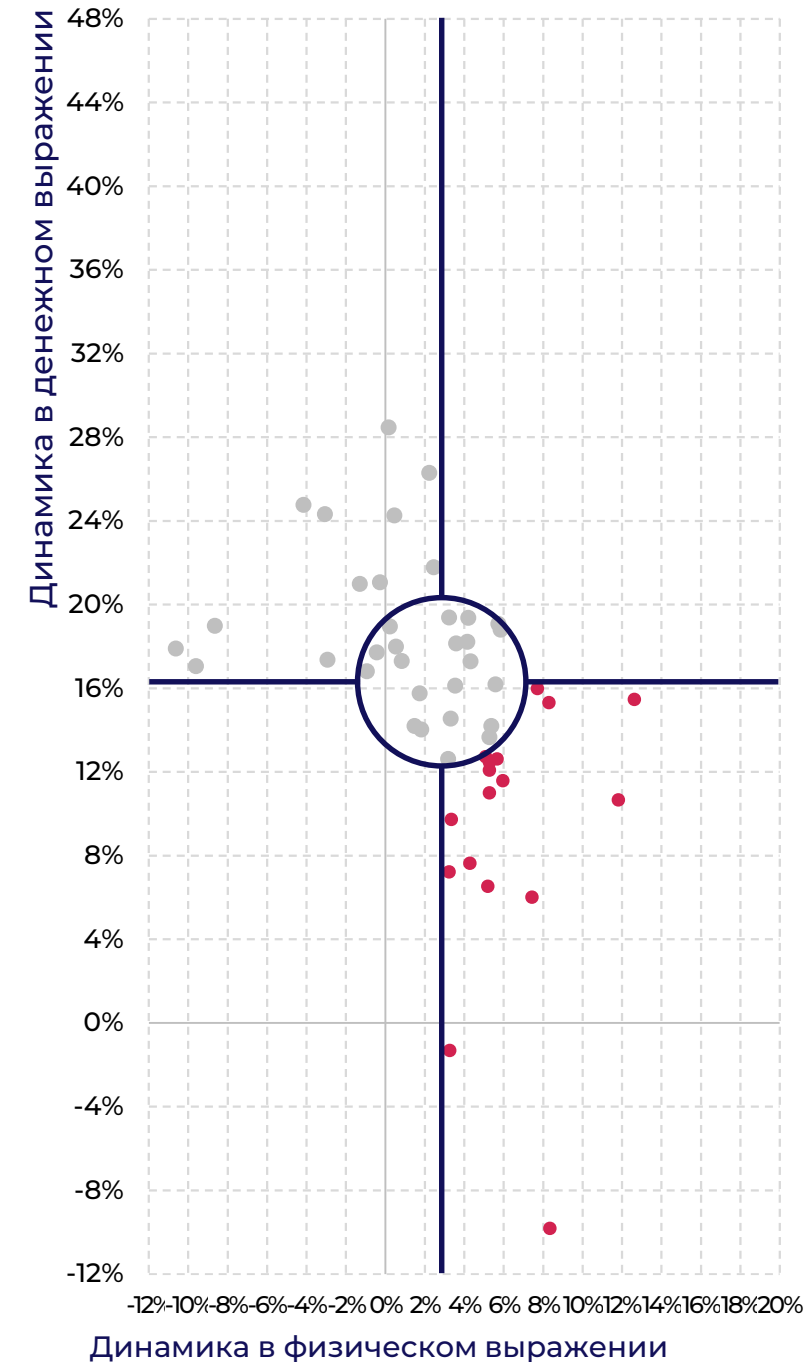


Дефляционные группы

Группы, которые в денежном выражении выросли хуже рынка, но в натуральном выражении обогнали рынок

Типичные представители:

- Соусы, Рис, Гречка
- Немолочное детское питание
- Корма для кошек
- Разделка мяса, Субпродукты
- Груши, Авокадо
- Куриное яйцо



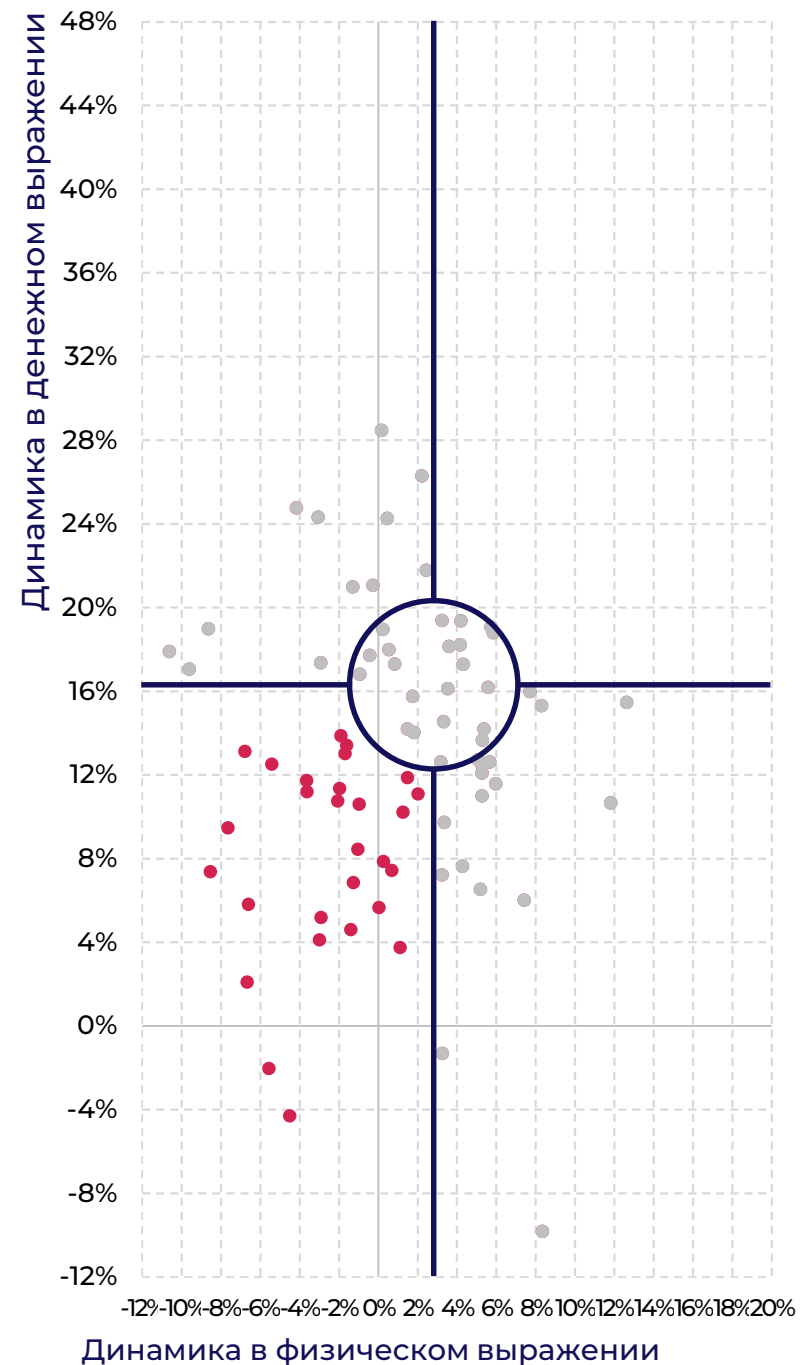
Черные дыры

Группы, которые и в физическом, и в денежном выражении выросли хуже рынка в целом

Типичные представители:

- Майонез, Сахар, Макароны
- Грибные, овощные и рыбные
- Масса, Сырки, Плавленые сыры
- Сосиски, Пельмени, Тушка птицы
- Сок
- Морепродукты, Слабосоленая рыба
- Томаты, Цитрусовые

Анализ на основании динамики дек24-май25 к дек24-май25



Звезды

Группы, которые и в физическом, и в денежном выражении выросли лучше рынка в целом

Типичные представители:

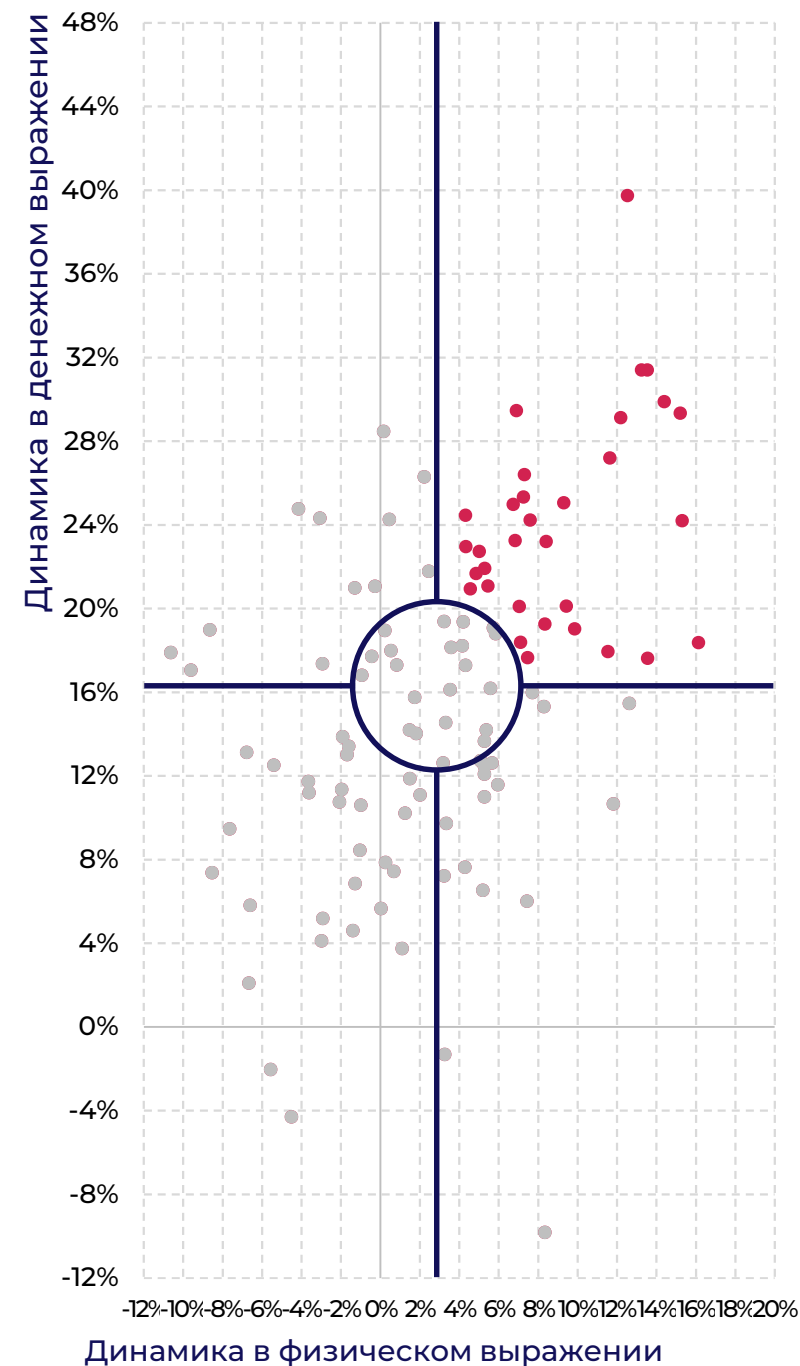
■ **Готовая еда**

■ **Пекарня**

- Молочное детское питание
- Прикассовая кондитерка, Печенье
- Оригинальные сыры, Йогурты
- Нарезка к/и, Маринады, Филе птицы
- Вода, Энергетики, Сладкая газировка
- Ягоды, Оригинальный хлеб

В звездах по-прежнему очень много вкусных интересных продуктов

Анализ на основании динамики дек24-май25 к дек24-май25



Перекус

И когда закончится рост?

	Период бурного роста	Сейчас	Цена (руб./кг)
Готовые блюда	+15%	+10%	548
Блюда для перекуса	+38%	+49%	946

Динамика в физическом выражении

Блюда для перекуса –
это один из главных
драйверов категории
«Готовая еда»



Супы

В тренде на азиатскую кухню

	Период бурного роста	Сейчас	Цена (руб./кг)
Супы (готовые блюда)	+ 37%	+ 22%	512
Щи	+ 32%	- 21%	548
Том Ям	+ 62%	+ 108%	724

Пример сохранения
тренда на интересную
еду



Динамика в физическом выражении

Готовые салаты

Разнонаправленная динамика

	Период бурного роста	Сейчас	Цена (руб./кг)
Готовые салаты	+14%	+7%	382
«Крабовый»	+3%	-7%	557
Цезарь	+42%	+29%	911
Морковь по-корейски	+12%	+16%	237

Вот, что бывает, когда на рынке есть две противоположные тенденции: опережающими темпами растут и «народные», и «элитные» продукты



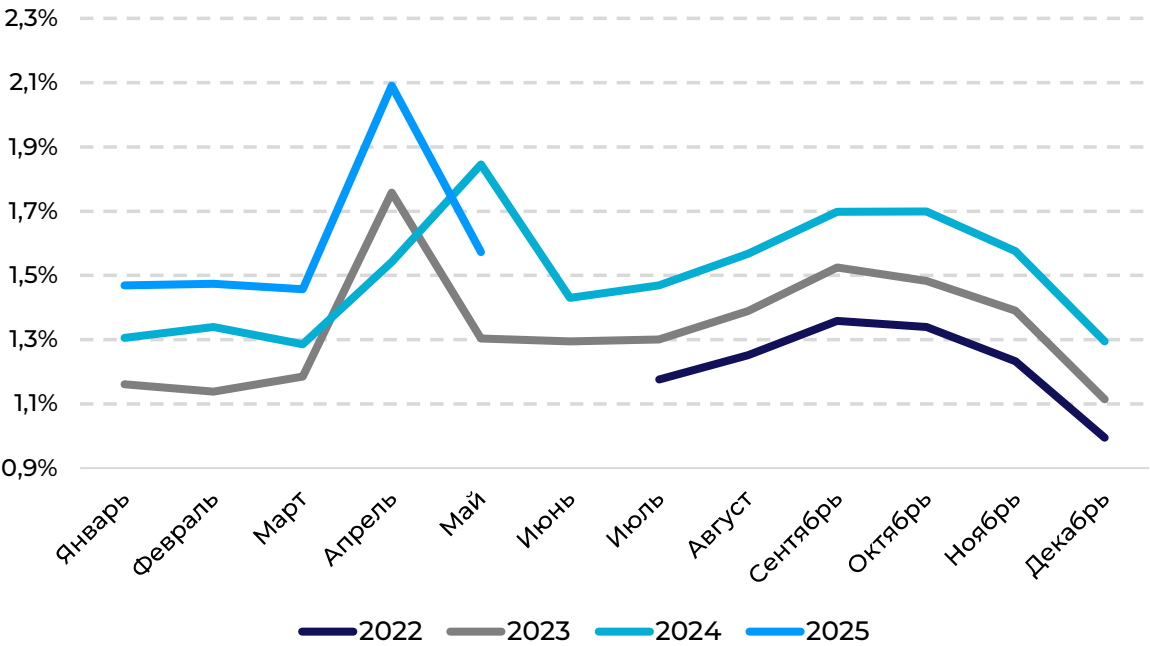
Динамика в физическом выражении

Динамика и доля указаны в физическом выражении. «Бурный рост»: 2024 г. к 2023 г. «Сейчас»: дек24-май25 к дек23-май24. Цена: дек24-май25

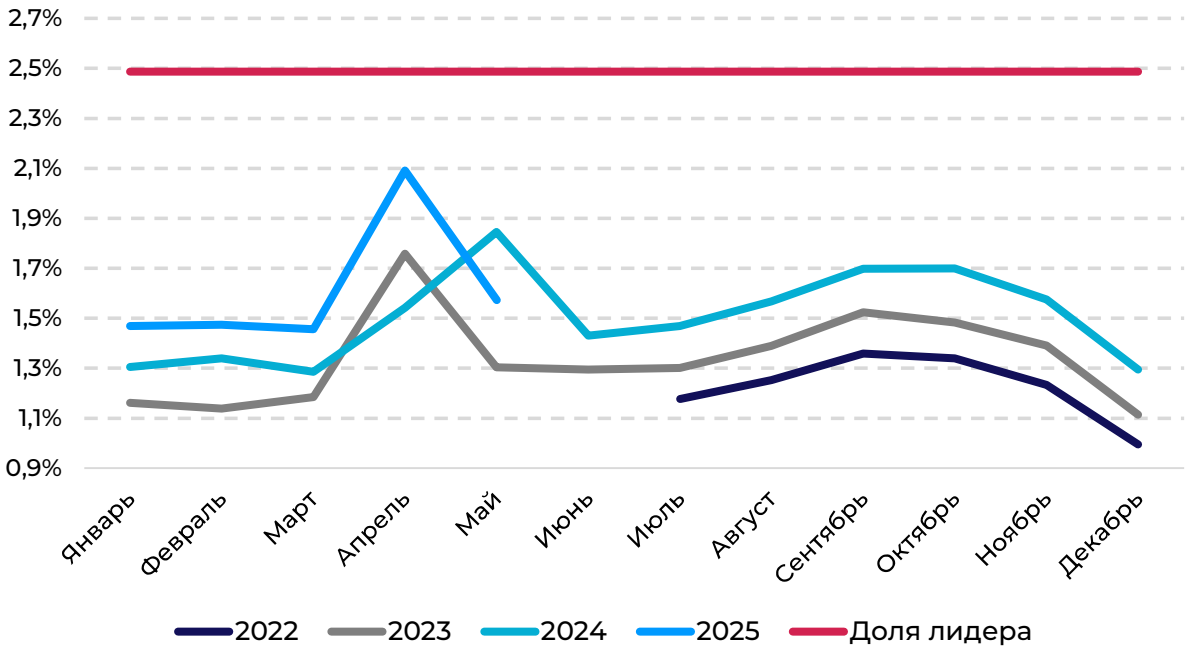
Динамика «Пекарни»

Непрерывный рост

Доля «Пекарни» в продажах сетей (денежное выражение)



Доля «Пекарни» в продажах сетей (денежное выражение)



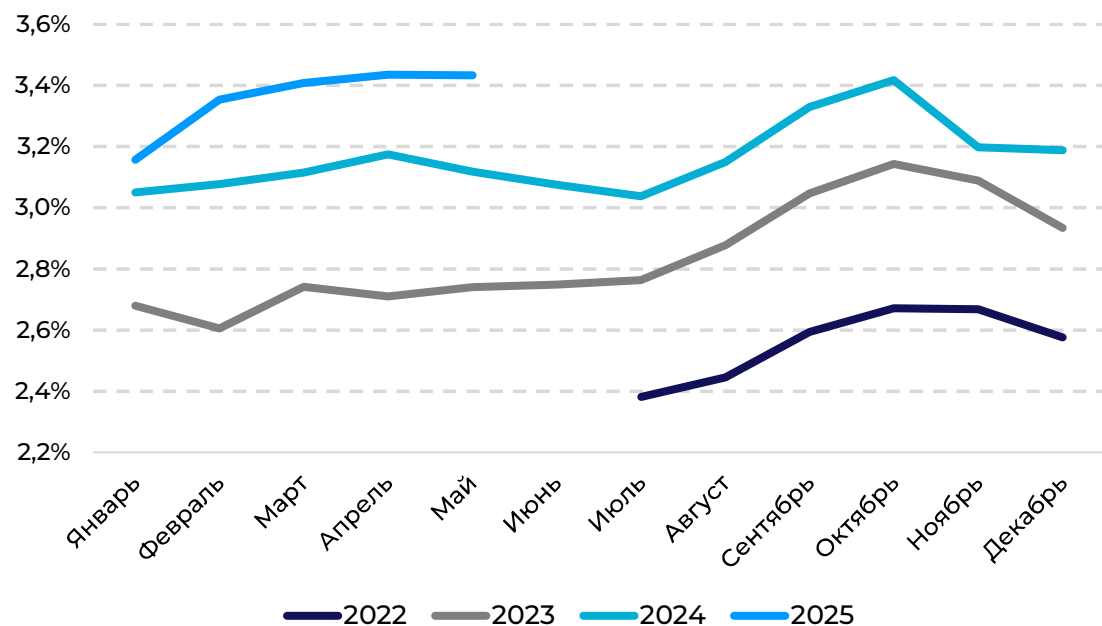
И потенциал развития

Лидер: федеральная сеть с самой высокой долей категории «Пекарня» в денежном выражении за II квартал 2025 г.

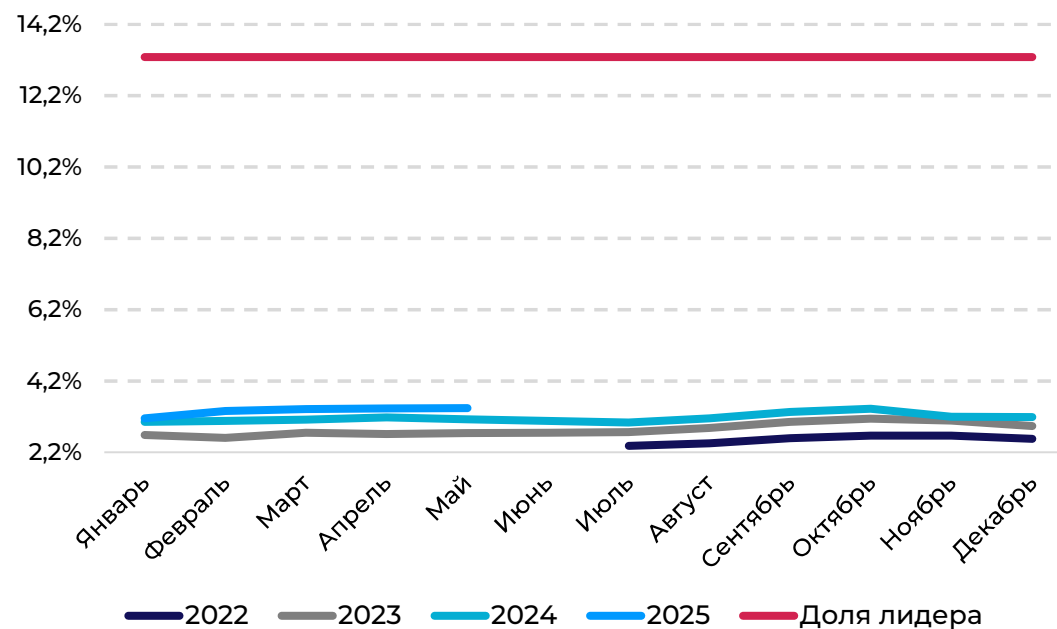
Динамика «Готовой еды»

Снова непрерывный рост

Доля «Готовой еды» в продажах сетей
(денежное выражение)



Доля «Готовой еды» в продажах сетей
(денежное выражение)



И колоссальный потенциал развития

Лидер: федеральная сеть с самой высокой долей категории «Готовая еда» в денежном выражении за II квартал 2025 г.

**Есть ли потенциал для
дальнейшего роста?**

Потенциал развития

по наиболее крупным подгруппам

Подгруппа	Динамика	Доля от продаж продуктов питания	Доля у лидера	Потенциал
Блюда мясные	28%	0,26%	2,54%	X 10
Салаты мясные	30%	0,19%	1,51%	X 8
Бутерброды, сэндвичи	59%	0,13%	0,30%	X 2
Суши и роллы	119%	0,11%	0,65%	X 6
Салаты рыбные	25%	0,11%	0,62%	X 6
Пицца	52%	0,07%	0,54%	X 7
Салаты овощные	28%	0,06%	0,42%	X 7
Блюда макаронные	74%	0,05%	0,25%	X 5
Шашлыки и гриль	-5%	0,05%	0,40%	X 9
Блюда из круп	20%	0,03%	0,21%	X 6

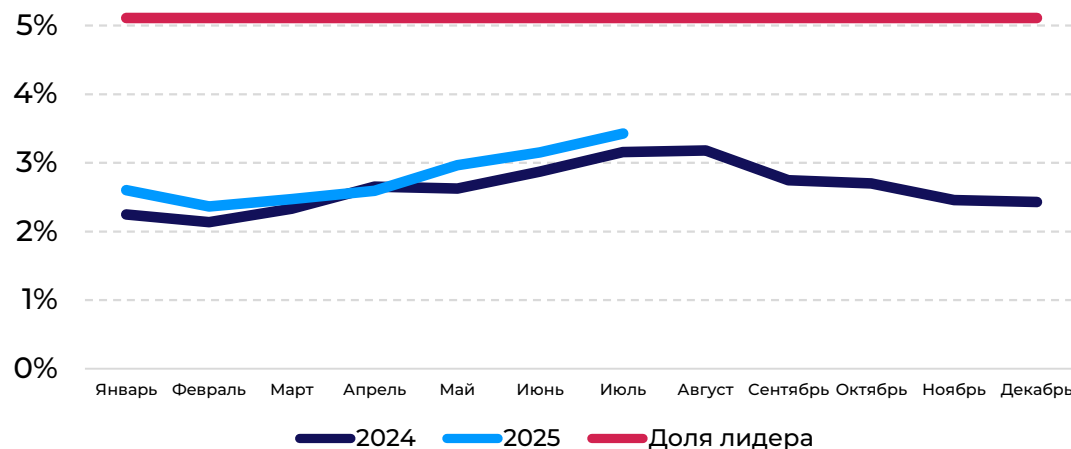
Развивать можно всё!

По крупнейшим федеральным сетям без учета замороженных продуктов и горячих напитков. Доля и динамика указаны в денежном выражении. Динамика: дек24-май25 к дек23-май24. Доля лидера – доля соответствующей группы в федеральной сети, где она максимальна относительно продаж всех продуктов питания.

Автозаправки

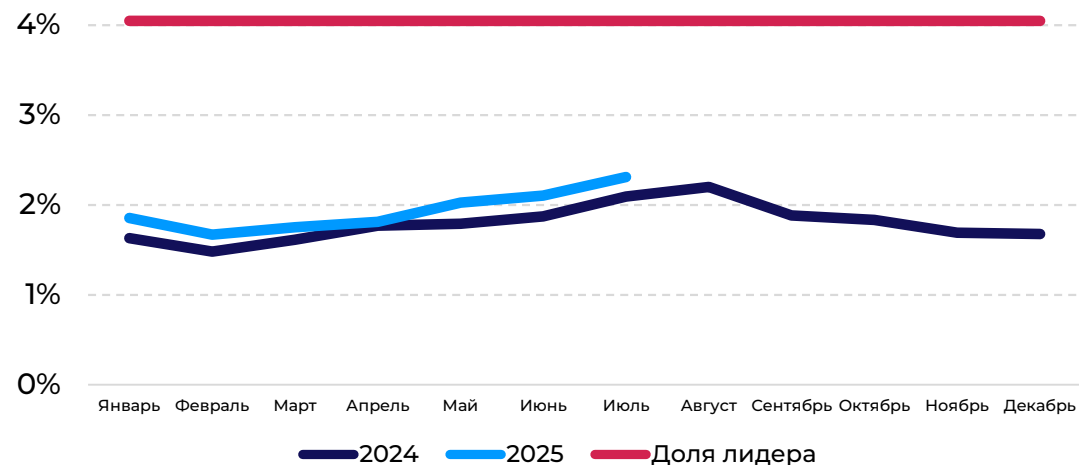
Спящий тигр

Доля продуктов питания в продажах АЗС
(денежное выражение)



Динамика 25/24 (январь-июль) **+8%**

Доля готовой еды в продажах АЗС
(денежное выражение)



Динамика 25/24 (январь-июль) **+10%**

Продажи продуктов питания на АЗС растут, потенциал развития сохраняется

**Насколько
сформировался
рынок готовой
еды?**



Топовые позиции в группе «Конфеты»

Tech

Владимирская область, дек 24 – май 25



В сформировавшихся категориях сети торгуют примерно одним и тем же, неизбежно скатываясь в «ценовые войны».

Указаны топовые по объёму продаж в денежном выражении.

Топовые позиции в «Готовой еде»

Владимирская область, дек 24 – май 25

**1 магазин,
19 млн руб.**



**315 магазинов,
24 млн руб.**



**252 магазина,
6 млн руб.**



В категории «Готовая еда» сети пока находятся в поиске KVI-продуктов

Новинки

Доля в продажах, дек 24 – май 25

Подгруппа	Доля в физическом выражении	Доля в денежном выражении
ХБИ	3,4%	4,1%
Бакалея	2,6%	4,4%
Молочная продукция	4,7%	5,6%
Напитки	4,1%	5,6%
Мясная продукция	6,8%	7,1%
Пекарня	9,4%	9,6%
Готовая еда	13,6%	13,6%

Новинки лучше всего приживаются в категориях «Готовая еда» и «Пекарня»

Новинками считались SKU, которые продавались в период дек 24 – май 25, но не продавались в период дек 23 – май 24. Доли рассчитывались от объёма категорий

Новинки в категории «Готовая еда»

Доля в продажах, дек 24 – май 25

Сеть	Доля в физическом выражении	Доля в денежном выражении
Globus	1%	1%
Лента (гипермаркет)	3%	3%
Магнит (гипермаркет)	3%	4%
Лента (супермаркет)	5%	7%
Азбука вкуса	6%	7%
О'Кей	8%	9%
Магнолия	8%	10%
Магнит (около дома)	7%	10%
Ашан-Атак	10%	12%
Metro	31%	16%
Дикси	16%	19%
Пятёрочка	20%	21%
Перекрёсток	22%	22%
Чижик	59%	64%

Эффективнее всего с новинками работает X5 Retail Group, хуже всего с новинками работают гипермаркеты

Новинками считались SKU, которые продавались в период дек 24 – май 25, но не продавались в период дек 23 – май 24. Доли рассчитывались от объёма категории

Эффективность новинок

«Азбука вкуса», дек 24 – май 25 в сравнении с дек 23 – май 24

ТОП-3 по приросту продаж в денежном выражении, млн руб.	
Филе цыпленка под сырной корочкой с картофельными дольками 290г	29,9 млн руб.
Шницель свиной по-венски с фузилли и тертым сыром 260г	25,9 млн руб.
Салат оливье с мясом весовой	22,3 млн руб.

Это новинки!

Уже готово

ШНИЦЕЛЬ ПО-ВЕНСКИ С ФУЗИЛЛИ И ТЕРТЫМ СЫРОМ

Тонкие кусочки свиной корейки в аппетитной панировке с сыром и макаронами в итальянском стиле

РЕЦЕПТ БЕЗОПАСНОСТИ В 24 Ч

С сыром гауда и фузилли

Даже в сетях, где эффективность новинок относительно невелика, именно они обеспечивают рост категории

Новинками считались SKU, которые продавались в период дек 24 – май 25, но не продавались в период дек 23 – май 24.

**Готовая еда имеет
серьёзный потенциал роста
даже в условиях новой
экономической реальности**

**Опирайтесь на данные,
и у вас всё получится!**



**Данные, которым
доверяют**





Данные, которым доверяют

Telegram

Всё самое интересное
на нашем канале

