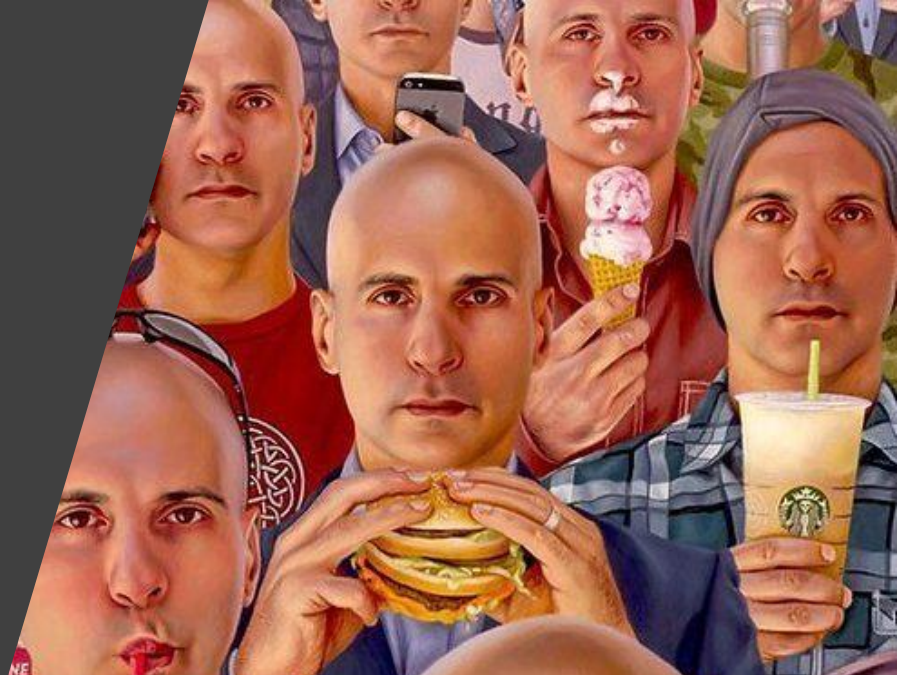


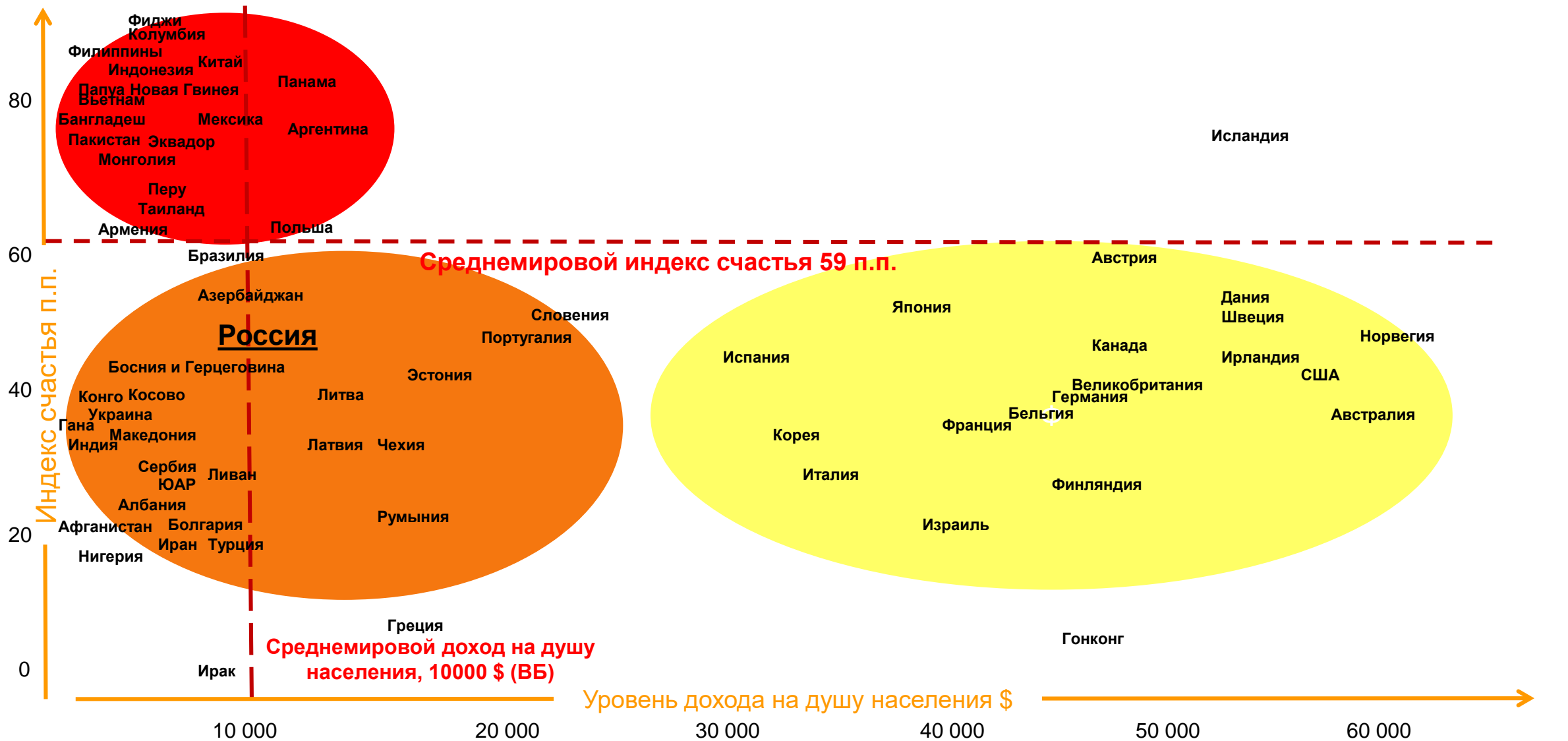
Romir

КРИЗИС, СТАБИЛЬНОСТЬ
ИЛИ СТАГНАЦИЯ:

РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО НА ФОНЕ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ
ПОТЯСЕНИЙ ДЕСЯТИЛЕТИЯ



ГЛОБАЛЬНЫЙ ИНДЕКС СЧАСТЬЯ

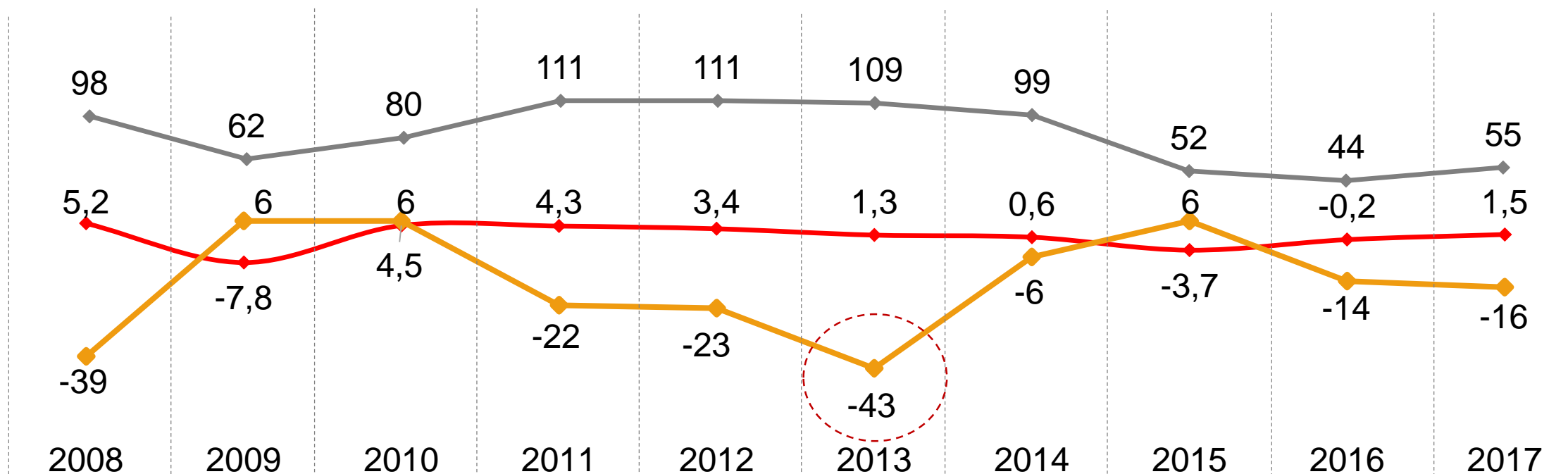


Источники: Gallup International, Ромир, 2017

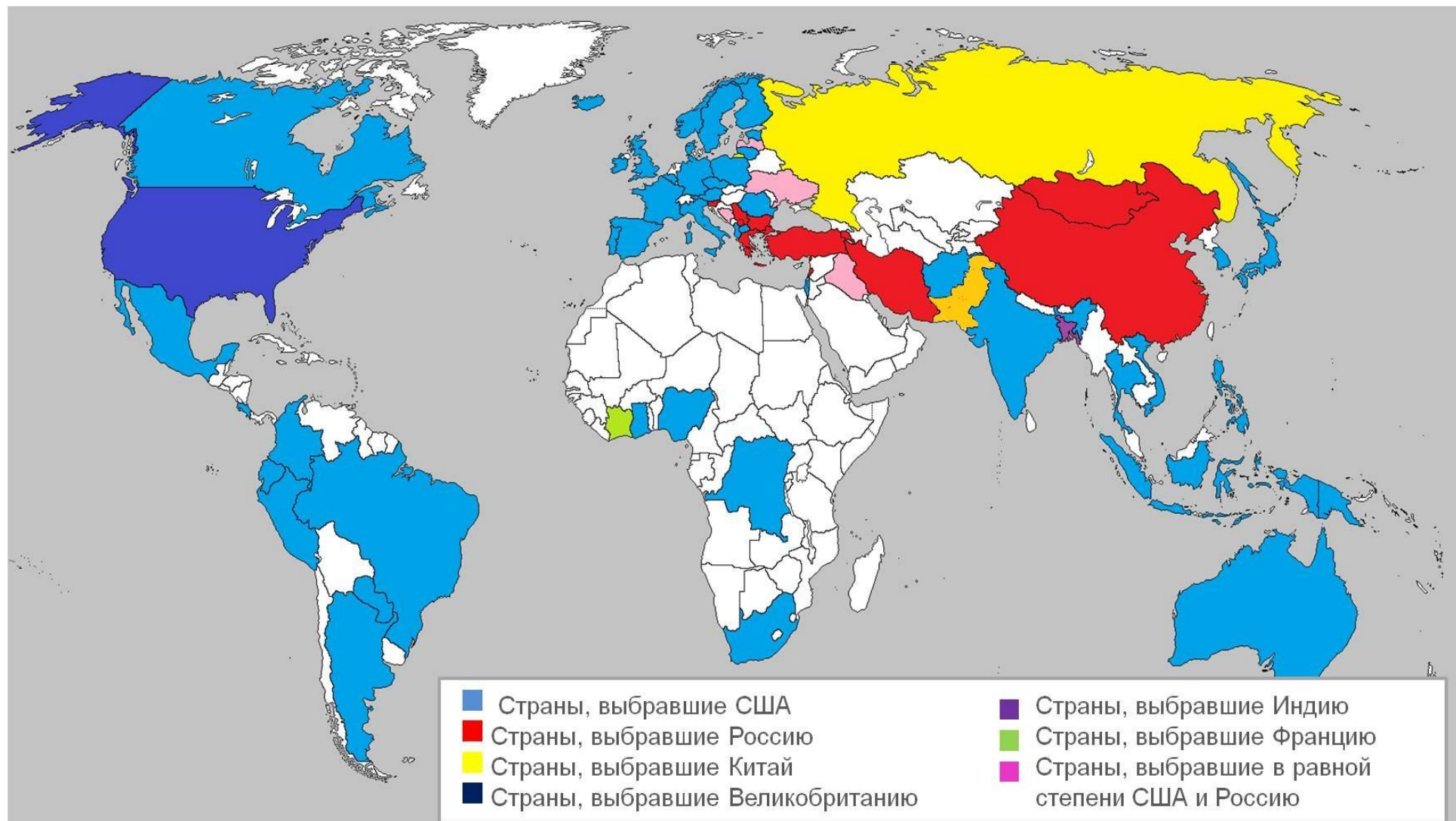
РОССИЯ В ПОСЛЕДНЕЕ ДЕСЯТИЛЕТИЕ

В 2013 Г. ИНДЕКС ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАДЕЖДЫ ОПУСТИЛСЯ ДО САМОЙ НИЗКОЙ ОТМЕТКИ НА ФОНЕ СТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В СТРАНЕ, РОСТА ЦЕН НА НЕФТЬ И ВХОЖДЕНИЯ РОССИИ В G8.

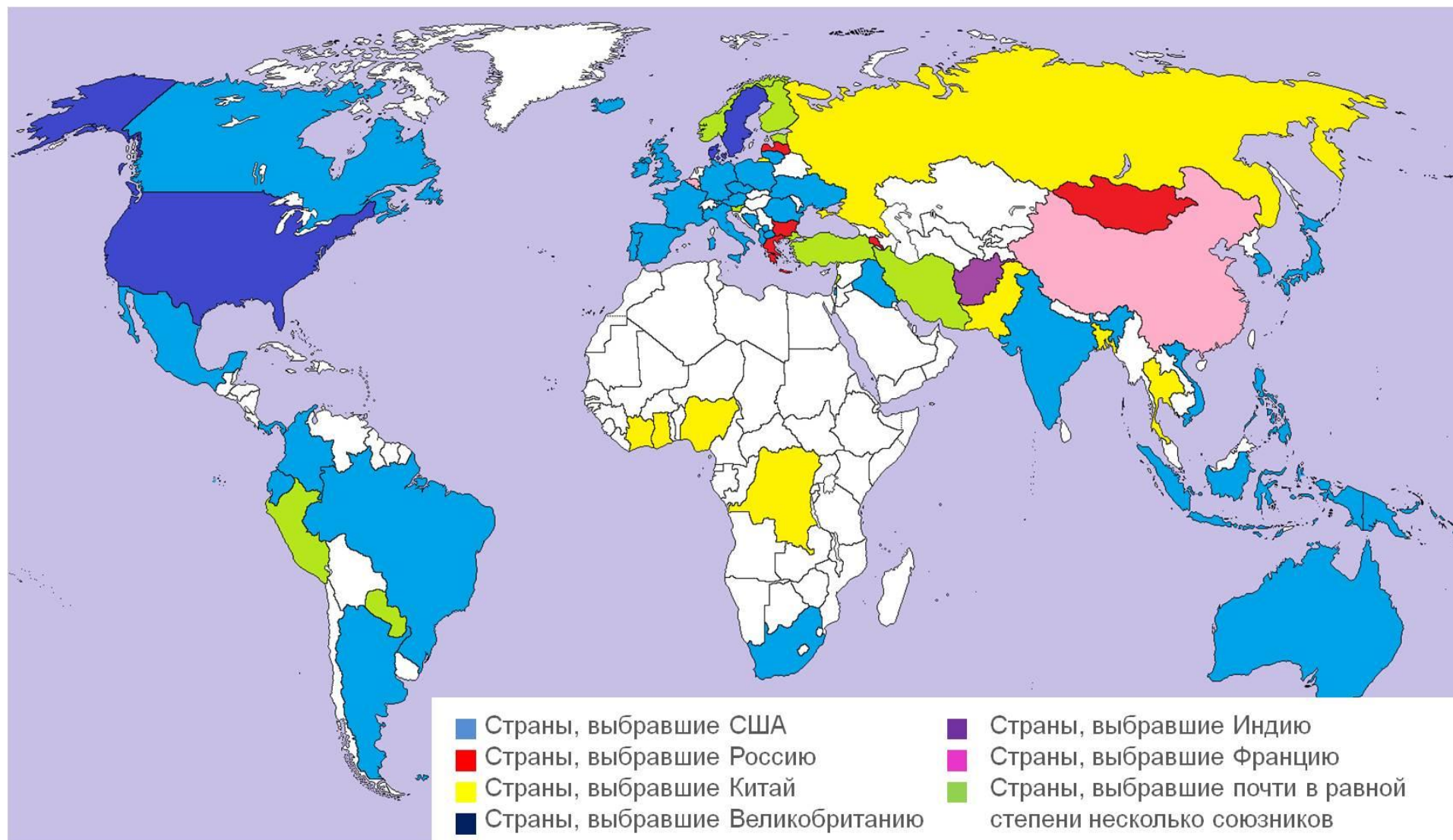
- Индекс экономической надежды россиян
- Динамика ВВП России
- Динамика цен на нефть марки rent (US \$)



МНОГОПОЛЯРНОСТЬ МИРА: ВЫБОР ВОЕННОГО СОЮЗНИКА

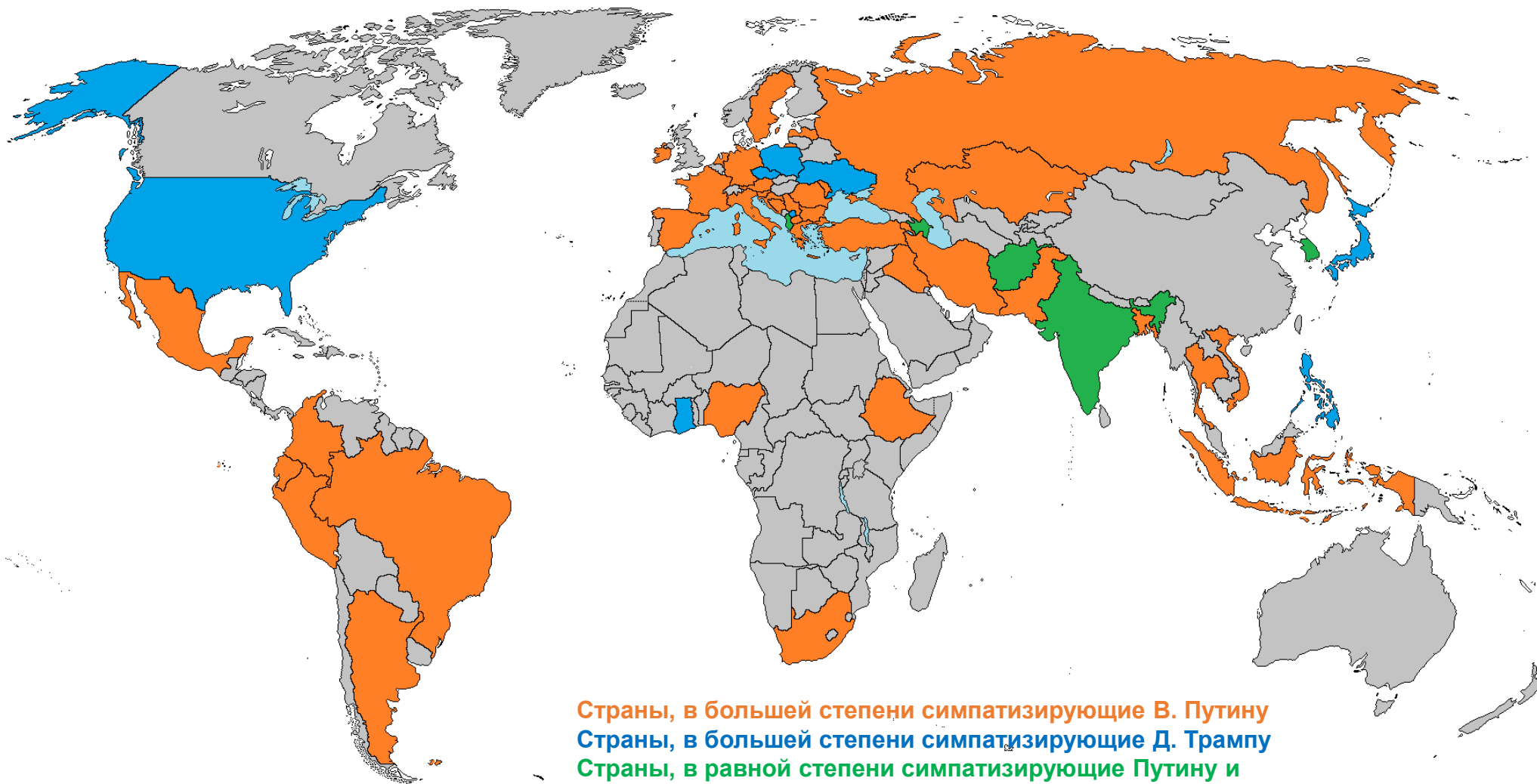


МНОГОПОЛЯРНОСТЬ МИРА: ВЫБОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПАРТНЕРА

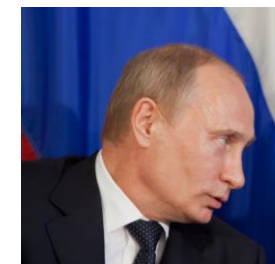


МИРОВЫЕ ЛИДЕРЫ

2017



3 п.п.



-26 п.п.

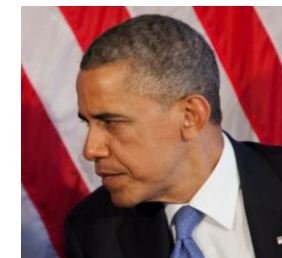


Страны, в большей степени симпатизирующие В. Путину
Страны, в большей степени симпатизирующие Д. Трампу
Страны, в равной степени симпатизирующие Путину и Трампу (разница не более 5 п.п.)
Страны, не принимавшие участие в опросе

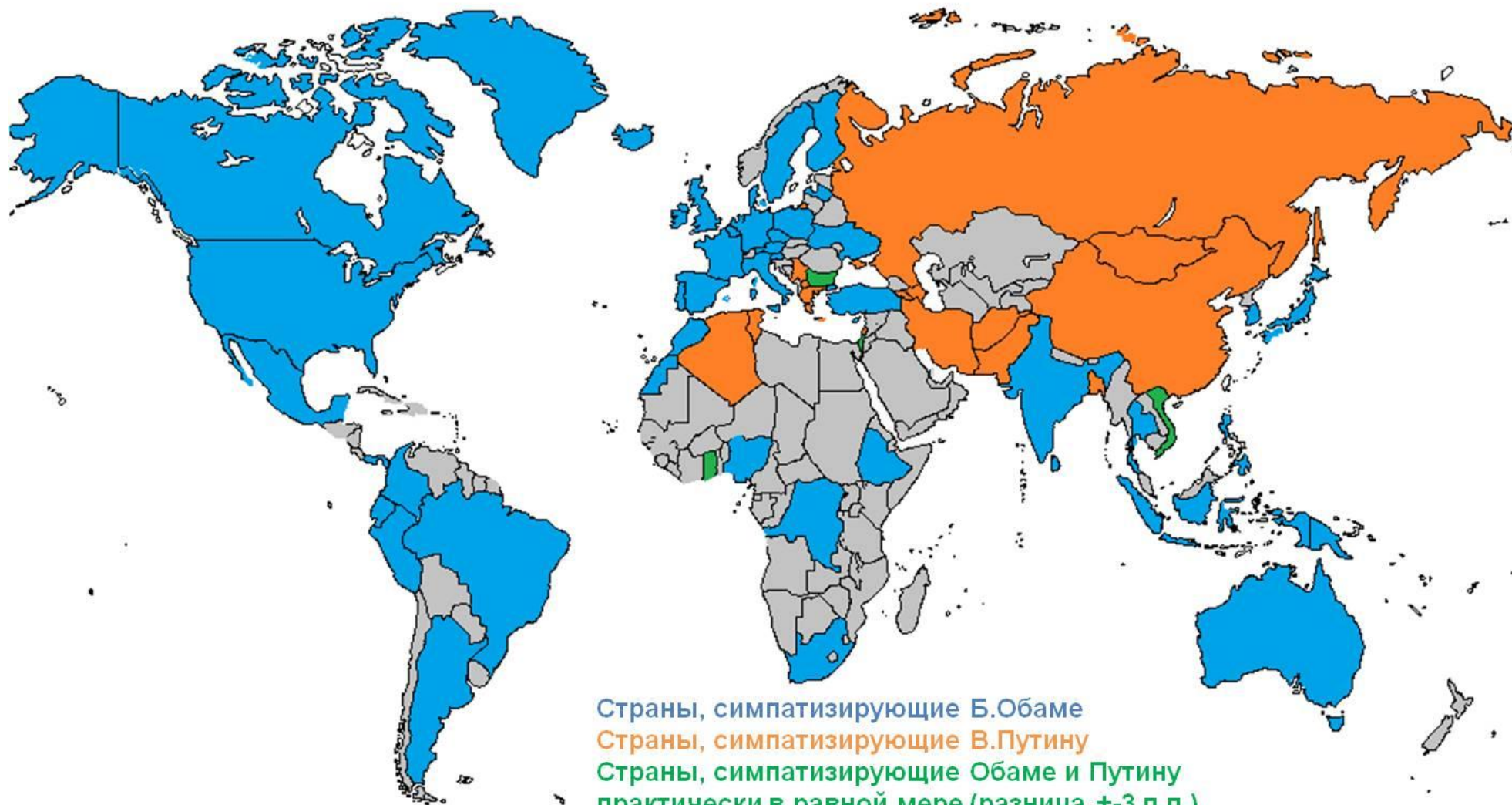
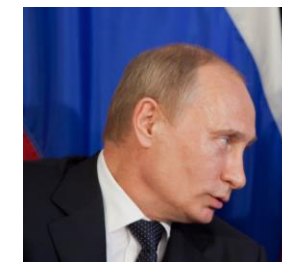
МИРОВЫЕ ЛИДЕРЫ

2015

30 п.п.



-10 п.п.



Страны, симпатизирующие Б.Обаме
Страны, симпатизирующие В.Путину
Страны, симпатизирующие Обаме и Путину
практически в равной мере (разница +3 п.п.)
Страны, не принимавшие участие в опросе

ТОТАЛЬНАЯ РАССИНХРОНИЗАЦИЯ

■ Политика локальна

В начале XX века в мире насчитывалось порядка 90 государств, к концу века количество независимых государств увеличилось до 200.

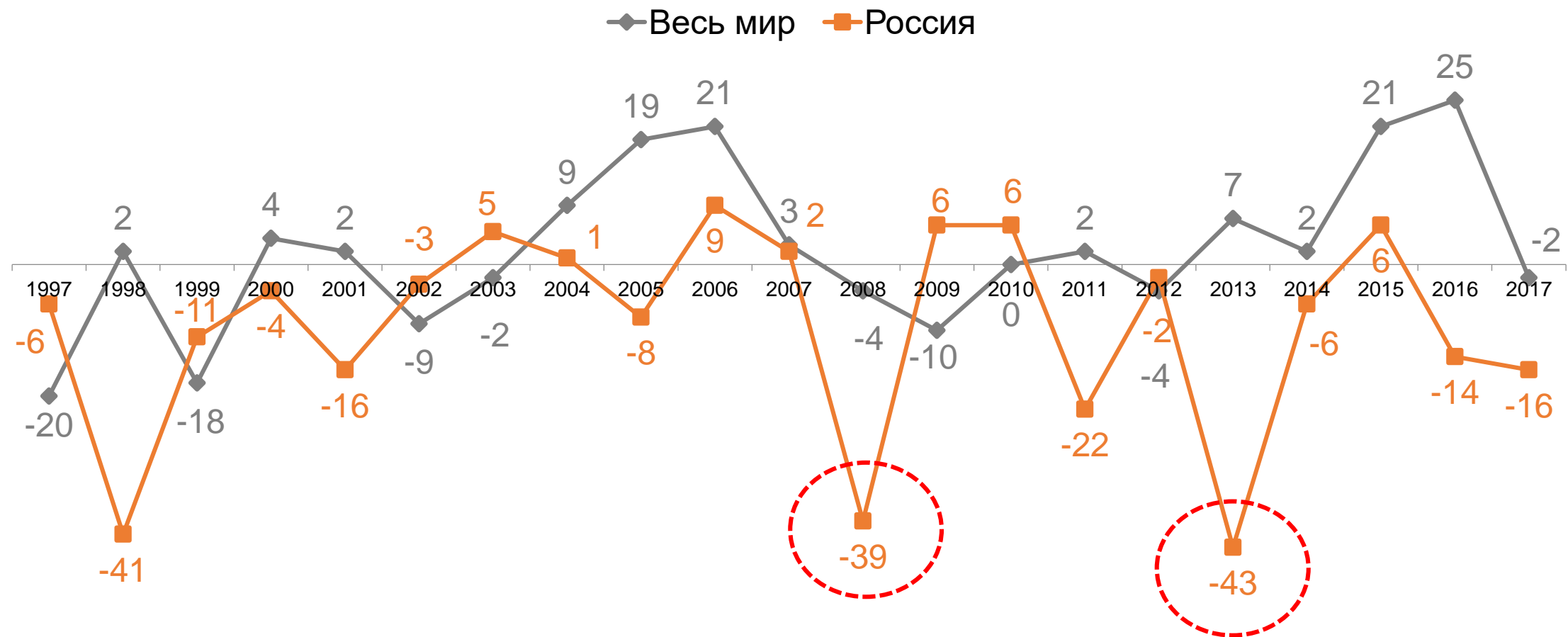
■ Экономика региональна

Продолжается формирование макроэкономических региональных рынков.

■ Информация глобальна

- Интимные подробности жизни Цезаря стали публичными через 150 лет после его смерти;
- Известие о начале Крымской войны шло до Австралии 114 дней;
- Почта от Москвы до Хабаровска доходила со скоростью поезда за 14 дней;
- Слух, посеянный в интернете в США, достигает первых полос традиционных медиа Европы со скоростью распространения вируса гриппа – за 17 часов.

ИНДЕКС ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАДЕЖДЫ



ПРОБЛЕМЫ И ЗАДАЧИ ПРЕЖНИЕ

ГЛАВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА



РОСТ ЦЕН, ИНФЛЯЦИЯ

72%



БЕДНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ

62%



КОРРУПЦИЯ

43%



БЕЗРАБОТИЦА

42%

ПРИОРИТЕТЕННЫЕ ГОСЗАДАЧИ



ПОВЫШЕНИЕ БЛАГОСОСТОЯНИЯ НАРОДА

41%



РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

40%



БОРЬБА С КОРРУПЦИЕЙ

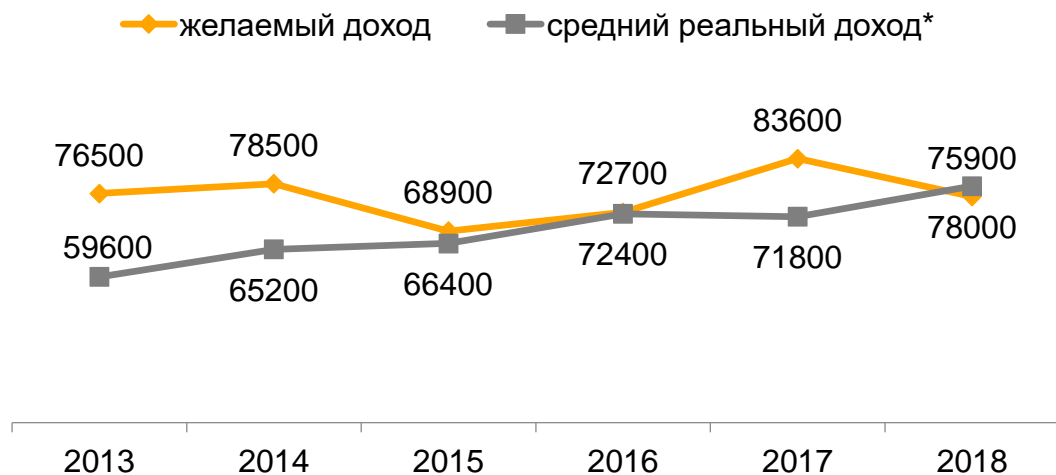
31%

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ

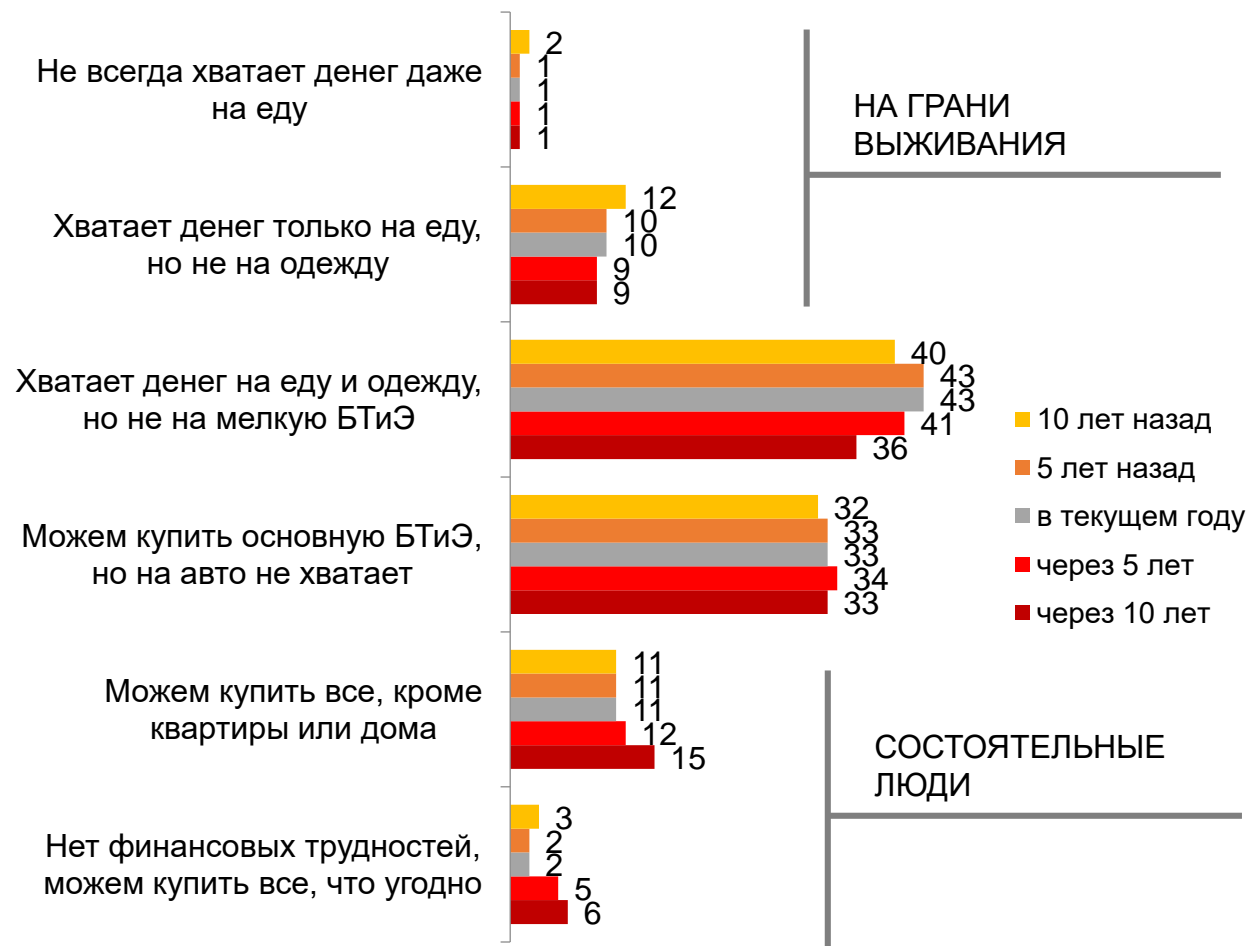
40% СЧИТАЮТ, ЧТО СТРАНА ПРЕБЫВАЕТ В КРИЗИСЕ

46% ОЩУЩАЮТ НЕКОТОРЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ

ФИНАНСОВЫЕ ЗАПРОСЫ СТАНОВЯТСЯ РЕАЛЬНЫМИ

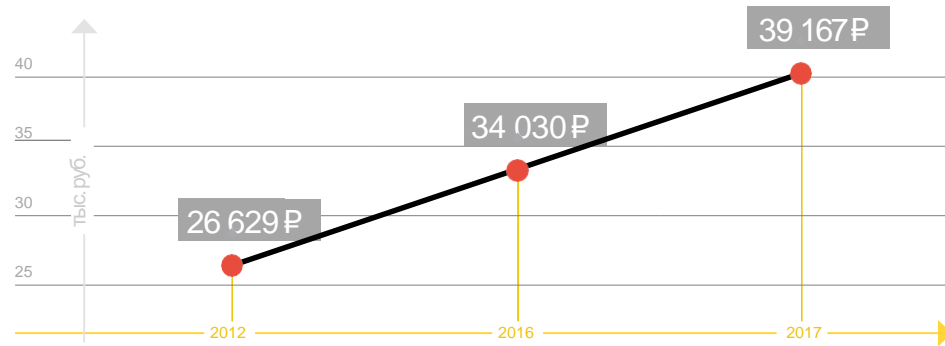


ФИНАНСОВОЕ РАССЛОЕНИЕ ОБЩЕСТВА

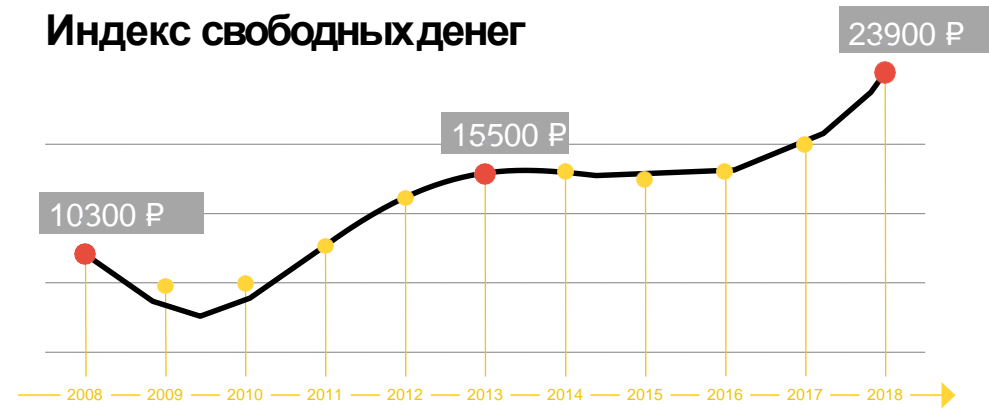


МЕДЛЕННОЕ ВОССТАНОВЛЕНИЕ

Средняя зарплата в России



Индекс свободных денег



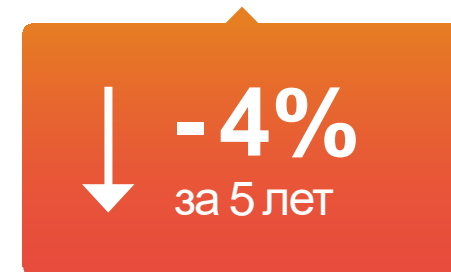
Рост зарплаты



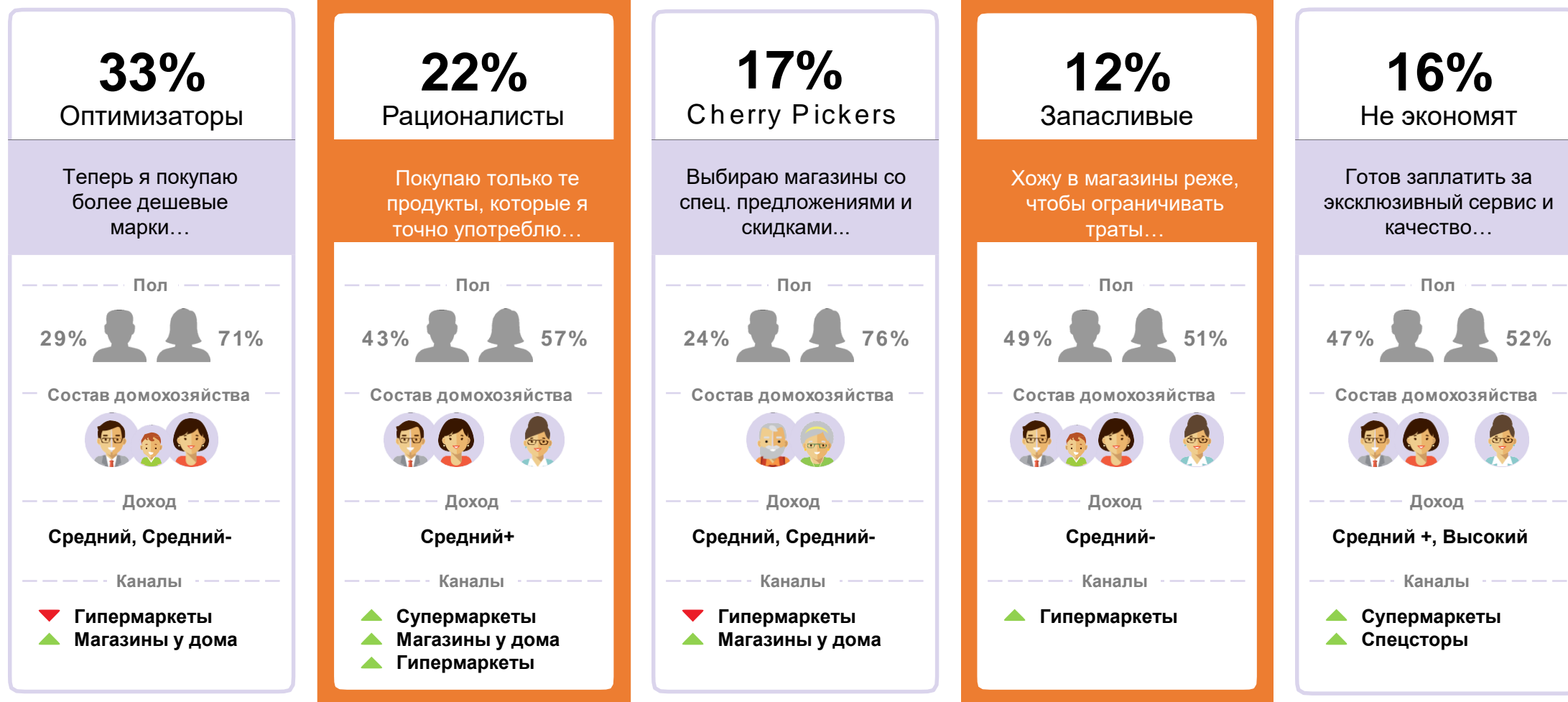
Оборот розничной торговли в России



Снижение безработицы



СТРАТЕГИИ ПОКУПОК И ЭКОНОМИИ

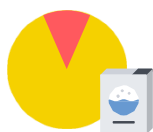


ПРИВЫЧКА ЭКОНОМИТЬ

ПРОМО

Покупатели не видят разницы между промо и обычными ценами.

Топ-5 категорий с наибольшей долей покупок по промо:



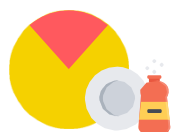
87%

Стиральные порошки и кондиционеры для белья



73%

Алкогольная продукция (Ром и виски)



69%

Средства для мытья посуды



61%

Кондитерские изделия (шоколадные плитки)



58%

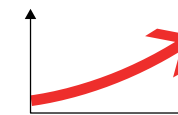
Шампуни, гели для душа

СТМ



6,1%

Доля продуктов СТМ в FMCG



Кол-во категорий, где представлены СТМ, растет

Премиализация СТМ:

Перекресток
СУПЕРМАРКЕТ

АЗБУКА
ВКУСА

Ашан



МИКС СЕТЕЙ В ПОРТФЕЛЕ ПОКУПАТЕЛЯ – РАЗМЫВАНИЕ ЛОЛЬЯНОСТИ

7,5

Среднее количество сетей в портфеле покупателя

42%

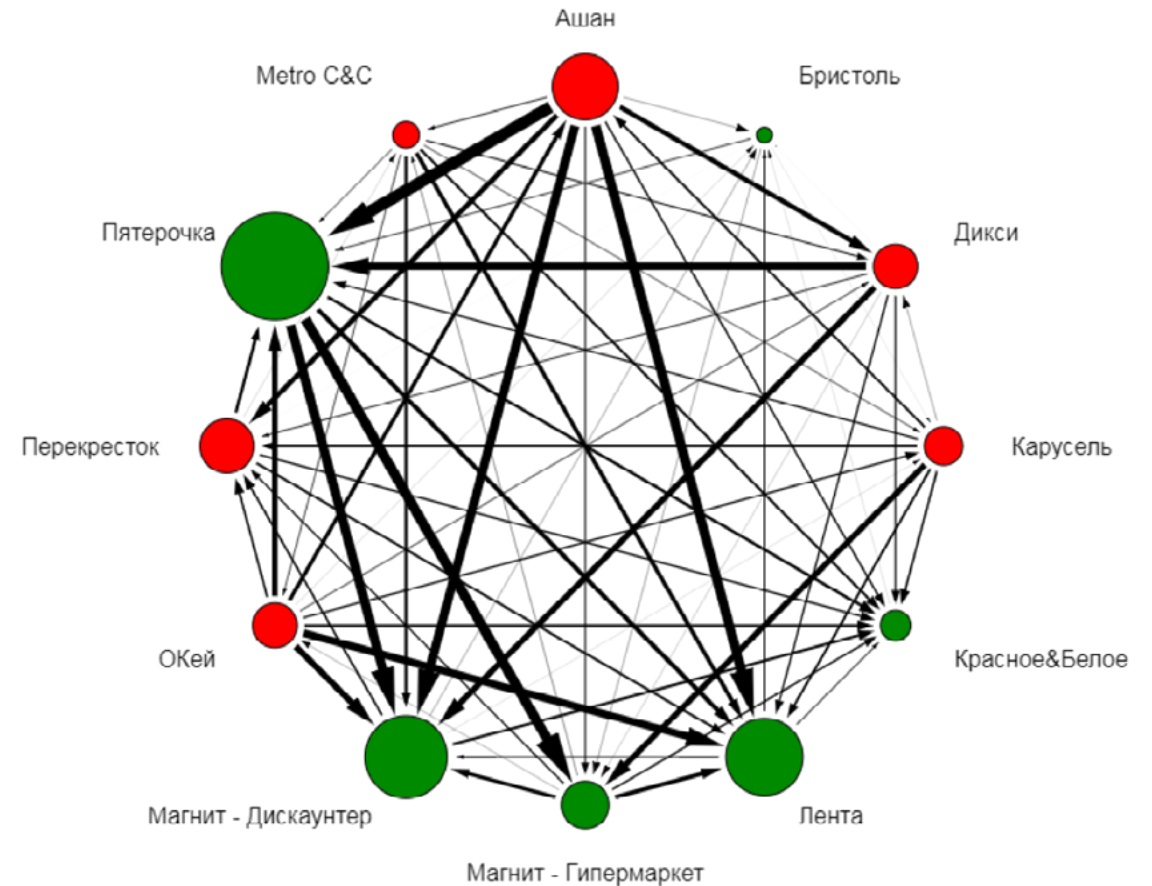
Покупка совершается по промо-акциям

10

Среднее количество сетей в портфеле тех, кто покупает со скидкой в более чем 57% случаев (cherry pickers)

14%

Ежегодный прирост промо с 2012 года



КРИЗИС 2014 ГОДА БЫЛ ПРЕДОПРЕДЕЛЕН



ПОТЕРЯ СМЫСЛОВ



ОТСУТСТВИЕ СТРАТЕГИИ
РАЗВИТИЯ СТРАНЫ



СТАГНАЦИЯ
ПОТРЕБЛЕНИЯ

НО КАК НИ СТРАННО, ИМЕННО КРИЗИС СПЛОТИЛ НАСЕЛЕНИЕ
И ПРИДАЛ НОВЫЙ ИМПУЛЬС РАЗВИТИЯ –
И ДЛЯ ЭКОНОМИКИ, И ДЛЯ ПОЛИТИКИ СТРАНЫ

ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ И ВЫБОР ПОКУПАТЕЛЕЙ



Поколение X

1963-1984
(36-55 лет)



Поколение Y

1984-2000
(18-35 лет)



Поколение Z

2000
(до 18 лет)

Доля от всего населения РФ

22%

22%

28%

Средние траты на FMCG

14 858 руб. (-4,8%)*

12 142 руб. (+0,2%)

5 608 руб. (+15,3%)

Средние траты на FMCG Food

7 608 руб. (-6,6%)

6 002 руб. (-1,4%)

1 490 руб. (+4,6%)

Стремления

Баланс работа \ жизнь

Свобода и гибкость

Безопасность и стабильность

Отношение к технологиям

Цифровые иммигранты

Цифровое поколение

Техноголики

Продукт поколения

Персональный компьютер

Мобильный телефон и
планшет

Google glass, 3D-принтеры,
умный дом

Способ коммуникации

Face-to-face / SMS / e-mail

Face-to-face / соц.сети / SMS

Facetime / smartwatch / соц.сети

Среднее время просмотра ТВ в день

6,3

4,9

3,7

Среднее время пользования
мобильными приложениями в день

4,7

6,1

8,9

МИЛЛЕНИАЛЫ – ПОКОЛЕНИЕ Y И Z

Каждый 5-й россиянин сегодня –
миллениал



ВСЕГДА ОНЛАЙН



HEALTHY TREND – КАК СТИЛЬ ЖИЗНЬ



ОРИЕНТАЦИЯ НА БРЕНД –
КАК СПОСОБ ПОДЧЕРКНУТЬ СВОЮ
ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ



ЭМОЦИИ, А НЕ ВЕЩИ

МЕНЯЕТСЯ ВРЕМЯ

2002 год



2018 год



...МЕНЯЕТСЯ И ПОТРЕБИТЕЛЬ

Онлайн все



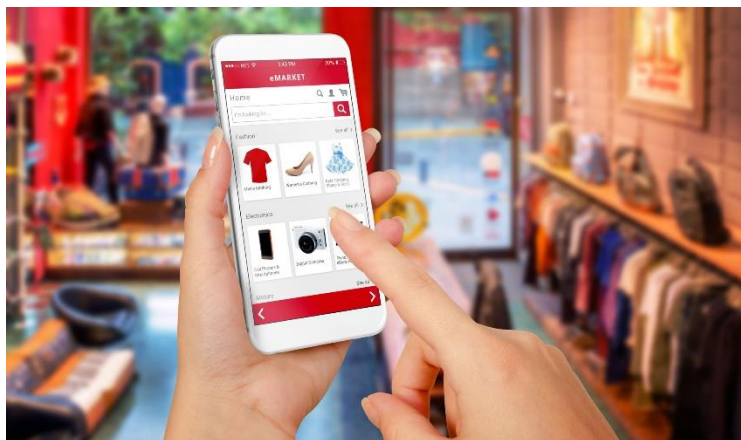
Онлайн всегда



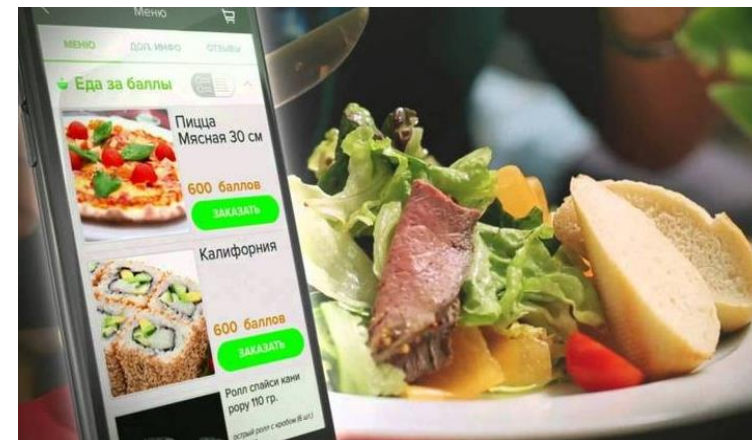
РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН КОММЕРЦИИ



61% пользователей
Интернета выходят в
со смартфона



Около **50%**
покупателей в России
совершают покупки со своих
смартфонов



81% заказов еды
совершаются в мобильных
приложениях

МОБИЛИЗАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ



Рост рынка FMCG в онлайн составил
32,2% в 2018 против 2017

50% доля людей,
покупающих FMCG онлайн в 2018

21% увеличение частоты
покупок онлайн в 2018

ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ



40,0%

FRESH



51,2%

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ
ТОВАРЫ



31,2%

ОДЕЖДА



13,2%

ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ



73%

считают качественными продукты без искусственных добавок и красителей



35%

готовы переплачивать за экологически чистые продукты

Важное в питании

Очень важно (TOP 1, 5 баллов)

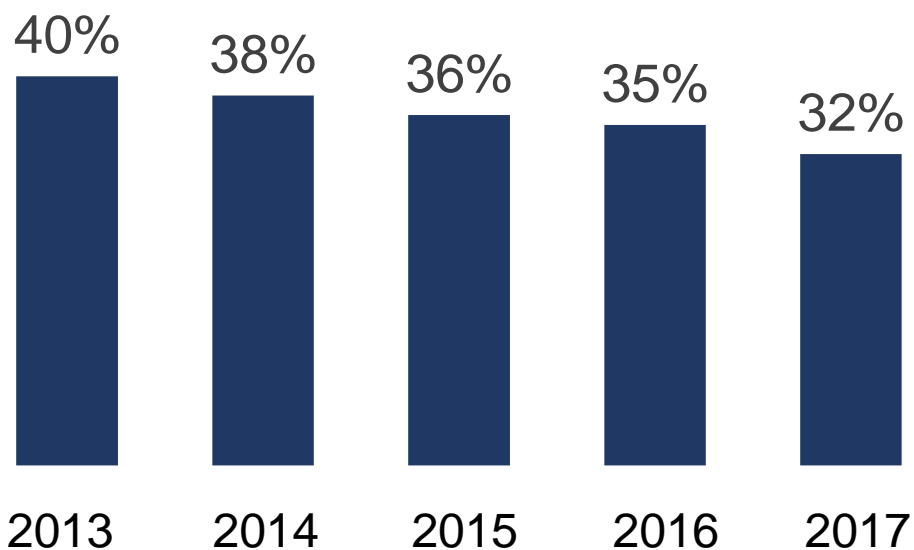
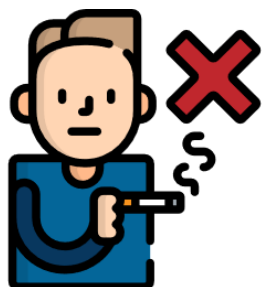
	2012	2018
Чтобы еда была полезной	21%	38%
Чтобы еда состояла из натуральных продуктов, ингредиентов	20%	33%
Чтобы еда содержала все необходимые полезные вещества, минералы, витамины	23%	30%

Линейки продуктов

BI + **FITNESS**

	2012	2018
	65%	76%
	5.3	6.3

ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ




на **40%** за последний год
увеличилась пенетрация
безалкогольного
ПИВА.


Причины отказа от курения


Забота о собственном здоровье	92%
Экономические причины	48%
Забота о здоровье окружающих	30%
Бытовые неудобства, связанные с курением	26%
Под влиянием окружающих	20%
Курение мешает мое работе/ хобби/ образу жизни	11%
Законодательные ограничения курения	8%

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ КАК ЗАЛОГ ЛОЯЛЬНОСТИ


Исследования покупателей


 **Исследования**

 **Распознавание лиц**

 **Big Data**

Персонализированные предложения

 **Программы лояльности, основанные на предпочтениях покупателя**

 **Таргетированные Push-уведомления**

 **Обратная связь**

Персонализация в социальных сетях

7%

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ — ПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

- 1/2** - сегмента – продажи одежды
- 15%** - украшения
- 10%** - косметика



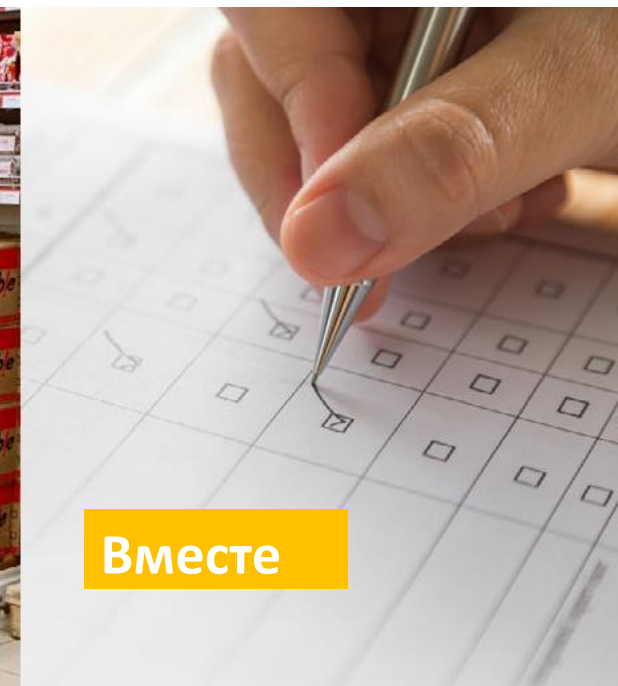
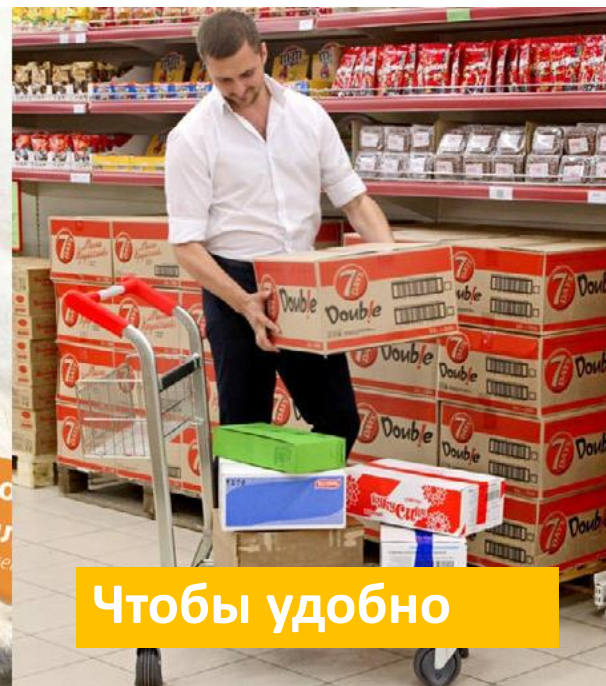
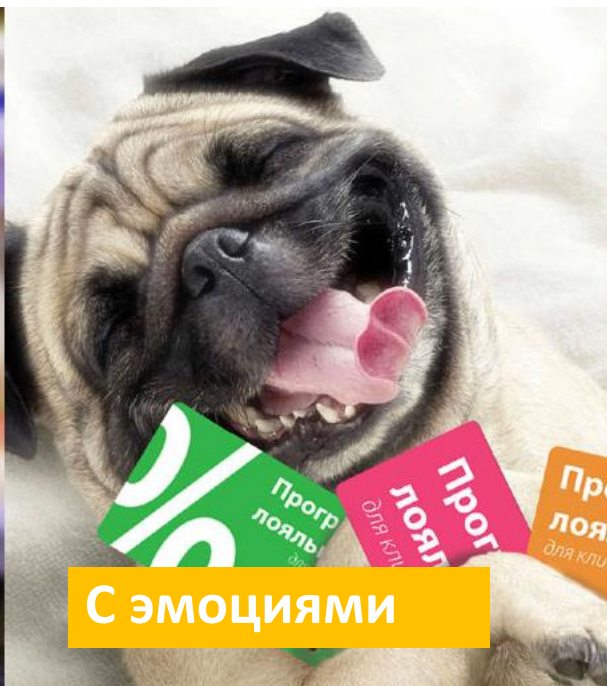
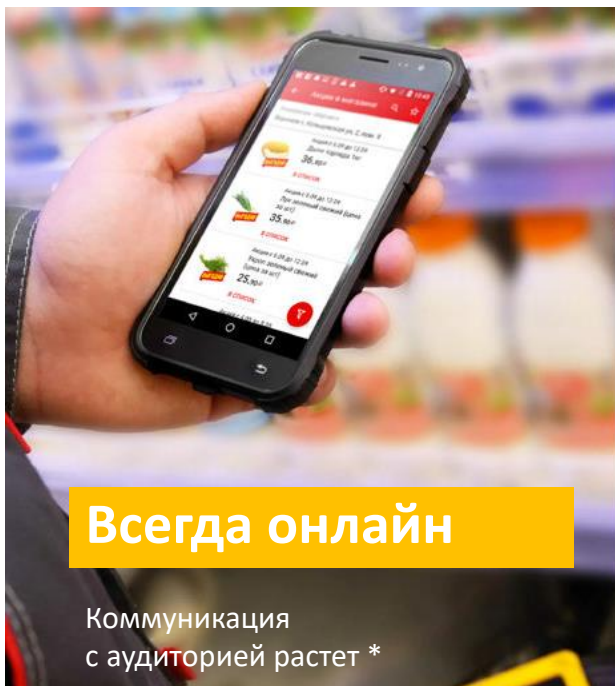
ТРЕБОВАНИЯ К РИТЕЙЛУ

ОФФЛАЙН МАГАЗИН СЕГОДНЯ – НЕ ТОЛЬКО МЕСТО, ГДЕ ПРОДАЮТСЯ ТОВАРЫ,
НО И МЕСТО, ГДЕ ЗАБОТЯТСЯ О ПОКУПАТЕЛЕ

Удобное расположение **65%**

Низкие цены **51%**

Акции и скидки **49%**



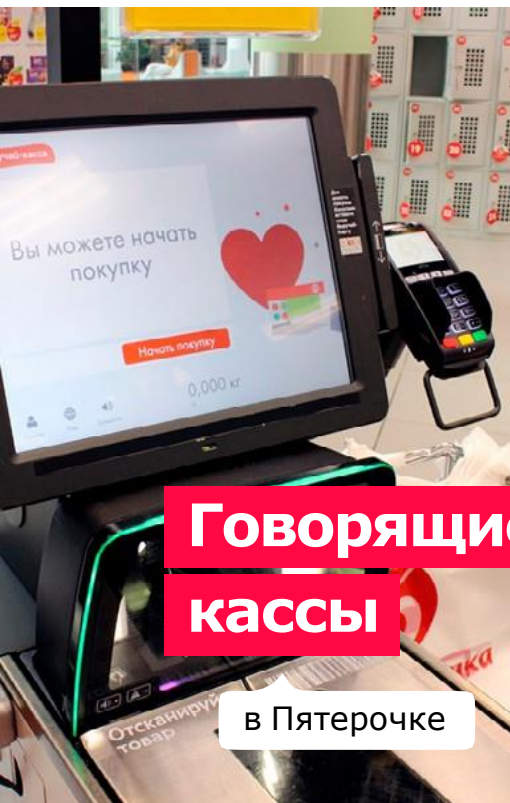
Увлекающие программы
лояльности

Широкий ассортимент
и удобное расположение
товаров

Проведение опросов и учет
мнения покупателей

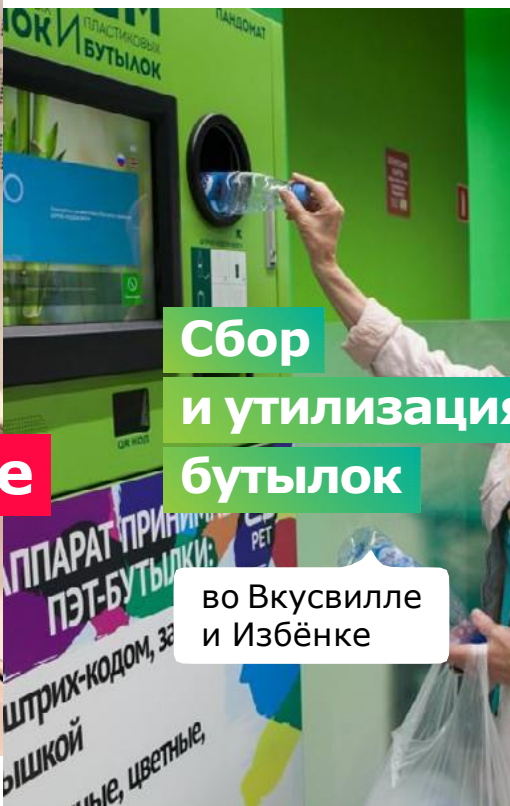


НОВЫЕ РЕШЕНИЯ РИТЕЙЛА - ПРЕДВОСХИЩЕНИЕ ОЖИДАНИЙ



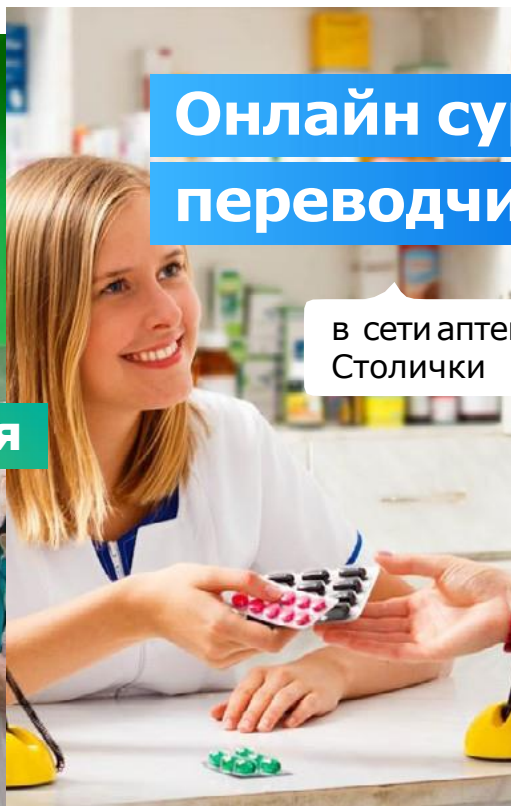
**Говорящие
кассы**

в Пятерочке



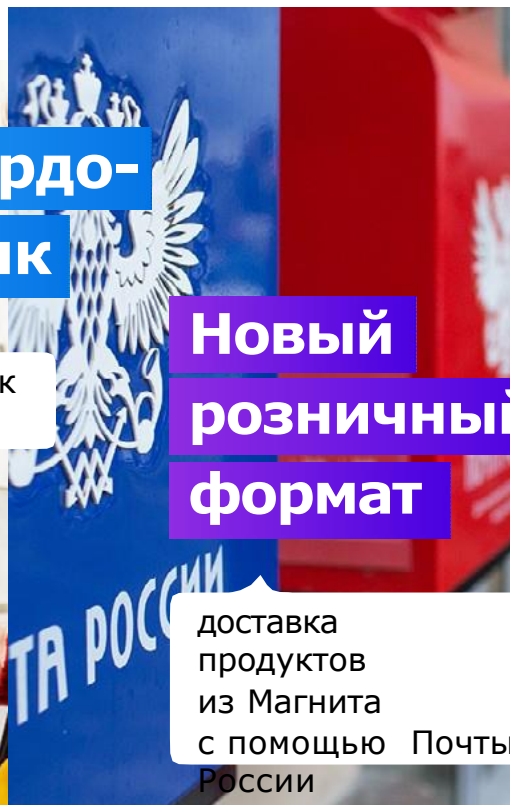
**Сбор
и утилизация
бутылок**

во Вкусвилле
и Избёнке



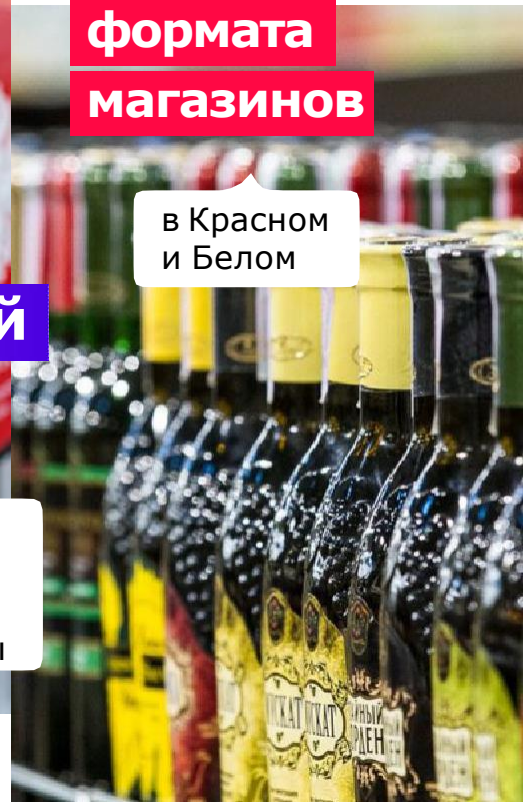
**Онлайн сурдо-
переводчик**

в сети аптек
Столички



**Новый
розничный
формат**

доставка
продуктов
из Магнита
с помощью Почты
России



**Смена
формата
магазинов**

в Красном
и Белом

ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЯ



СОВРЕМЕННЫЙ
ПОТРЕБИТЕЛЬ ЛОЯЛЕН
НЕ К КОМПАНИИ, БРЕНДУ
ИЛИ ОПРЕДЕЛЕННОМУ
ПРОДУКТУ,
А К СВОЕМУ ОПЫТУ
ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

ВАЖНО НЕ ВЛАДЕНИЕ, А ПОЛЬЗОВАНИЕ



ГДЕ ВЫХОД ИЗ КРИЗИСА?

...РАЗВИТИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ?

...ПЕРЕДАЧА ЦЕННОСТЕЙ?

...ФОРМИРОВАНИЕ ИДЕОЛОГИИ?