

Если у вас появились вопросы или требуется дополнительная информация, ваш контакт в Нильсен:

Марина Чагина
marina.chagina@n-df.ru
+7(999)905-05-71

Продажи горячих напитков перешли к восстановлению после прошлогоднего снижения

Натуральные продажи кофе и какао выросли, в то время как чай стал единственной снижающейся категорией

При этом отдельные сегменты вкусового чая активно ускоряются

Доля онлайн-продаж в индустрии горячих напитков впервые превысила 10%

6 сентября 2024, Москва — По данным аналитики Нильсен, за 12 месяцев по июль 2024 года включительно продажи горячих напитков (растворимого, молотого и зернового кофе, какао, чая) на омниканальном рынке перешли к восстановлению после прошлогоднего снижения. Особенно заметно выросли натуральные продажи молотого и зернового кофе (+8,3%) и какао (+3,1%), в то время как единственной снижающейся категорией стал чай (-4,3%). Исследование учитывает совокупные данные продаж более 150 розничных сетей по всей России и 50 интернет-площадок.

«Если в прошлом году натуральные продажи горячих напитков замедлялись (-3,7%), то за последние 12 месяцев до июля 2024 года включительно они перешли к восстановлению (+0,9%). Даже такое небольшое ускорение становится важным для индустрии, где спрос долгое время стагнировал: продажи этих товаров закономерно снизились после всплеска продаж в 2022 году, когда покупатели сформировали запасы, а также на фоне дальнейшего изменения полки и ухода некоторых зарубежных брендов.

Что касается конкретных категорий, то за последний год самое заметное изменение наблюдается у молотого и зернового кофе: на омниканальном рынке FMCG его продажи ускорились на 8,3%, практически достигнув уровня 2022. Такое изменение может быть связано как с восстановлением ассортимента и запуском новых марок или ребрендингов (Poetti, Monarch, Tibio), так и увеличением спроса в онлайн-канале, где натуральный кофе занимает значительно большую долю, чем в офлайн-продажах горячих напитков», — **комментирует Салтанат Нысанова, директор по работе с клиентами Нильсен.**

За счет чего развиваются продажи горячих напитков?

Один из ключевых трендов, который подталкивает развитие продаж горячих напитков — активное развитие онлайн-канала. За последние два года его значимость в индустрии удвоилась: если в 2022 на интернет-продажи приходилось только 5,7% в структуре этой группы, то сейчас его доля установила новый рекорд и составила сразу 10,5%. В отдельных категориях его значимость заметно выше: например, у молотого и зернового кофе доля онлайн-продаж достигает уже почти 30%, а какао — 13% в денежном выражении.

«Еще один тренд, который способствует ускорению продаж горячих напитков — развитие небольших сегментов, например, в разбивке по формату или вкусам. Ярким примером становится чай: несмотря на то, что натуральные продажи всей категории замедляются за счет черного (-5,2%) и зеленого чая (-0,1%), небольшой сегмент фруктовых и травяных вкусов показывает активный рост (+16,5%).

Похожий тренд и в категории натурального кофе, где ускоряется спрос в том числе на напитки со вкусом ванили (+48,4%), ирландского крема (+13,6%) и трюфеля (+13,2%)», — **комментирует Салтанат Нысанова, директор по работе с клиентами Нильсен.**

О Нильсен

NielsenIQ (Нильсен) — IT-компания, предоставляющая данные о рынке ритейла и покупательском поведении. Наиболее полные и объективные результаты измерений, ставшие стандартом в индустрии, и открытый подход к интеграции новых источников данных позволяют нам оставаться надежным партнером в изучении омниканального потребления товаров повседневного спроса.

Нильсен задает вектор развития индустрии измерений, позволяя крупнейшим FMCG-игрокам принимать уверенные решения. Наш набор данных и предиктивная аналитика помогают не только повышать эффективность бизнеса, но и способствуют развитию потребительского рынка на стыке нужд покупателей, производителей и ритейлеров.