
Формируя выбор покупателя: Покупательское поведение и предпочтения в упаковке

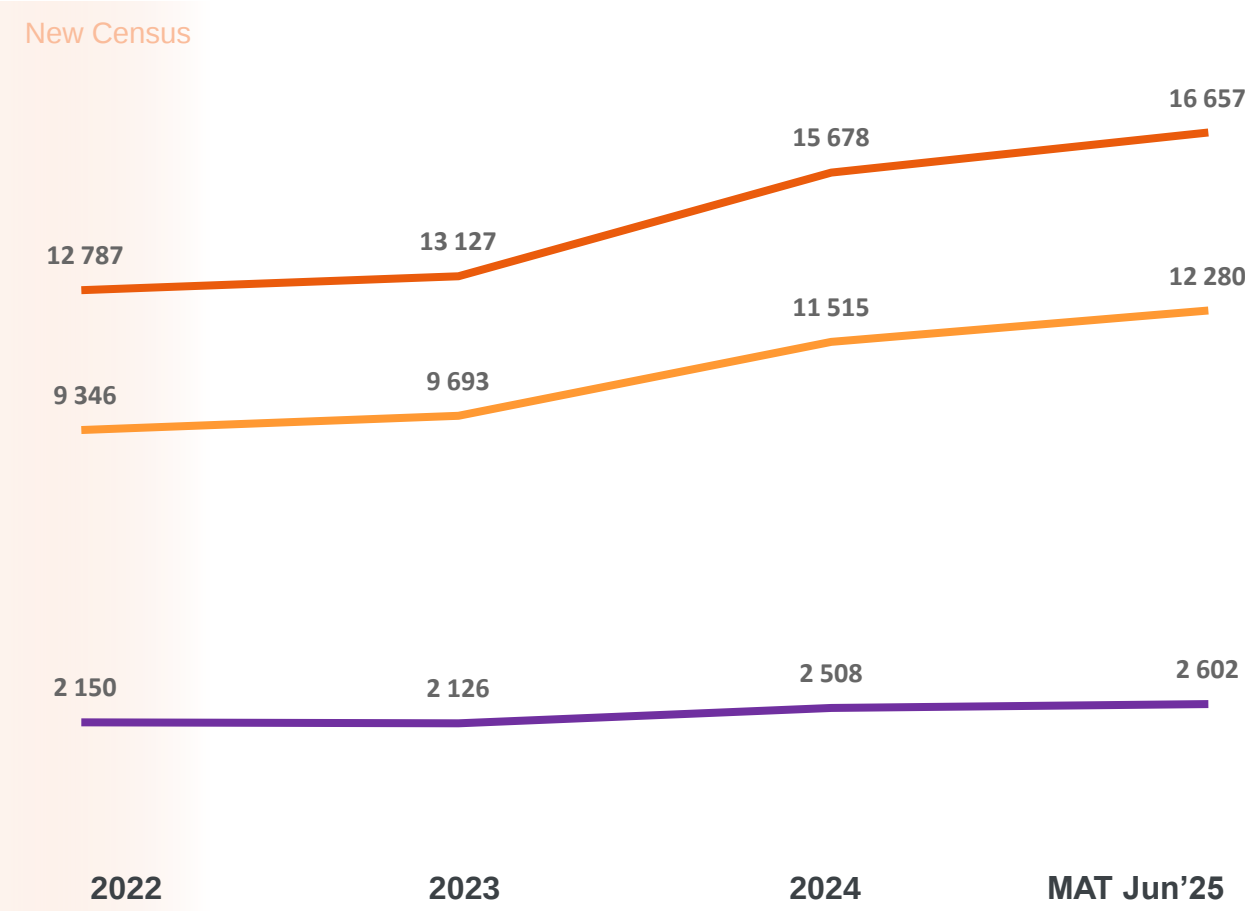
ICMR (ГФК-Русь)

25 сентября 2025

Рынок растет в денежном выражении (+17,0%). Продуктовые группы растут на годовом отрезке, как и непродуктовые (+17,2% vs +13,3%). В Июне 2025 наблюдается рост оборота в сравнении с прошлым годом за счет и Продуктовых, и Непродуктовых товаров.



Ключевые параметры: Оборот FMCG рынка (в млрд. рублей)



Динамика оборота	
Июнь 2025 к Июнь 2024	МАТ Июнь 2025 к МАТ Июнь 2024
Тотал FMCG +10,1%	Тотал FMCG +17,0%
Продуктовые FMCG товары +11,2%	Продуктовые FMCG товары +17,2%
Непродуктовые FMCG товары* +6,0%	Непродуктовые FMCG товары* +13,3%

Источник: ICMR, Панель домашних хозяйств, FMCG, вкл. свежие продукты (20 000 ДХ) / * Непродуктовые категории без фармацевтических товаров

На годовом отрезке рынок растет за счет увеличения как среднего чека, так и частоты покупок.

Изменение основных показателей потребления FMCG:

МАТ Июнь 2025 к МАТ Июнь 2024

(Июнь 2025 к Июнь 2024)



Покупки в рублях

+17,0%
(+10,1%)



Размер чека (в рублях)

+9,7%
(+14,0%)



Частота покупок

+6,7%
(-3,4%)

Анализ потребительской корзины FMCG



Доля расходов, %
МАТ Июнь 2025



- Мясо
- Напитки
- Молочные продукты
- Фармацевтические товары
- Бакалея
- Конд. изделия и снеки
- Фрукты и овощи
- Товары личной гигиены
- Замороженные продукты
- Товары бытовой химии
- Хлебобулочные изделия
- Рыба
- Другие категории

Индексы динамики
МАТ Июнь 2025
к МАТ Июнь 2024

В денежном выражении	В натуральном объеме
113	105
117	107
119	103
121	104*
117	102
117	104
122	106
111	105*
117	102
110	101*
117	99
119	102
118	103

Покупательский оптимизм постепенно снижается на фоне некоторого ухудшения экономических показателей



Crisis Index

(= % Устойчивых - % Пострадавших)



УСТОЙЧИВЫЕ

Не беспокоятся за свою работу/ Имеют стабильное финансовое положение



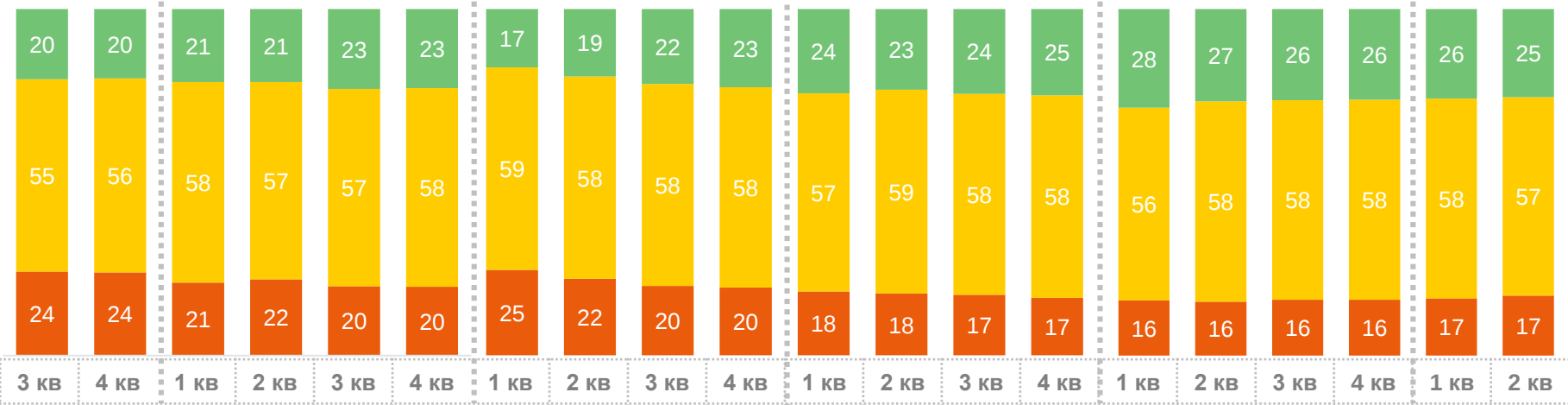
ОБЕСПОКОЕННЫЕ

В целом спокойны за свое рабочее место / Обеспокоены риском снижения доходов, но в настоящее время не испытывают финансовых сложностей



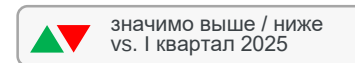
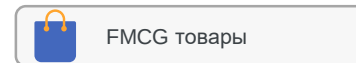
ПОСТРАДАВШИЕ

Испытывают сильный страх потери работы/ Уже остались без работы



Базовые расходы продолжают занимать три четверти бюджета покупателей, основные группы расходов в целом находятся на уровне прошлого периода.

Средние доли, %



Базовые расходы



Дополнительные расходы



Удовольствие



База: II квартал 2025 (n=3866)

STR14. Оцените, пожалуйста, примерно какой процент от общего ежемесячного дохода Вашей семьи уходит на каждую из перечисленных ниже статей расходов в текущей ситуации? Пожалуйста, укажите процент для каждого вида расходов за последний месяц (если у Вас нет тех или иных расходов, поставьте 0). Сумма процентов должна равняться 100.

В продуктовых категориях в качестве экономии стараются покупать упаковки меньшего объема, а в бытовой химии, товарах гигиены, кормах для животных и лекарствах наоборот упаковки большего объема



ТОП способы экономии в разных категориях

1 место

2 место

3 место

FOOD		Рыба	Выбор магазинов, где это стоит дешевле	Покупка упаковок маленького объема	
		Бакалея	Покупка про запас	Покупка упаковок маленького объема	Покупка СТМ
		Хлеб/выпечка	Покупка упаковок маленького объема	Покупка СТМ	Покупка со скидкой с исходящим сроком годности
NON-FOOD		Товары для дома / бытовая химия	Покупка более дешевых марок	Покупка упаковок большого объема	Покупка про запас
		Гигиена / уход за собой	Покупка более дешевых марок	Покупка про запас	Покупка упаковок большого объема
		Корм для домашних животных	Покупка более дешевых марок	Покупка упаковок большого объема	Покупка про запас
		Лекарственные препараты	Покупка того, что необходимо / по списку	Покупка дешевых марок	Покупка упаковок большого объема

Изменение объема покупки

Марка / цена



Как меняются объемы упаковок?

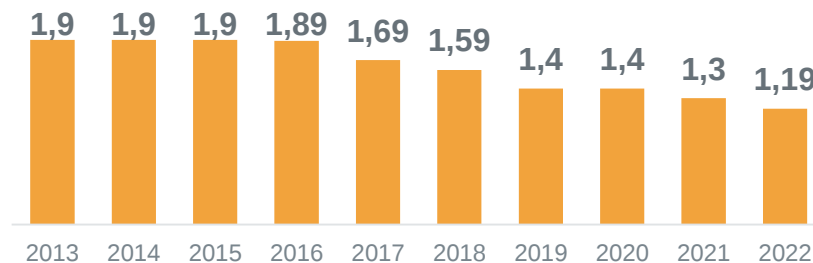
Осознанная экономия или даунсайзинг?



Сокращение рождаемости

В первом полугодии 2022 года, рождаемость сократилась на 6,3%

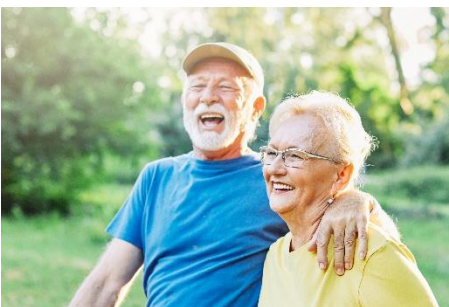
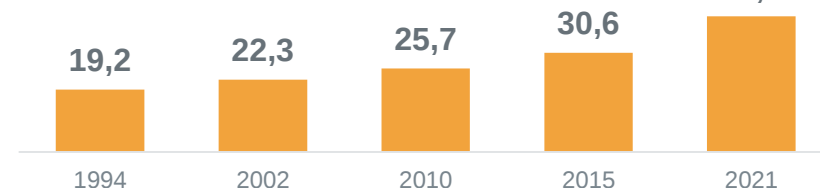
Динамика рождаемости в России, млн. человек



Рост числа одиночек

Более 40% дх в России состоят из 1 человека, а их доля удвоилась за 20 лет

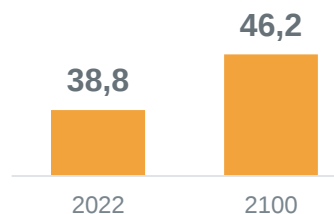
Динамика доли одиноко проживающих россиян, % от общего числа семей



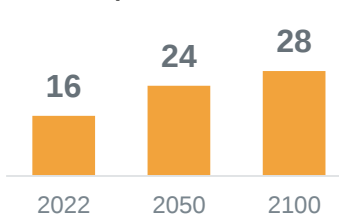
Старение населения

За последние 50 лет доля населения в возрасте старше 65 лет удвоилась; прогноз на сохранение тенденции

Медианный возраст населения



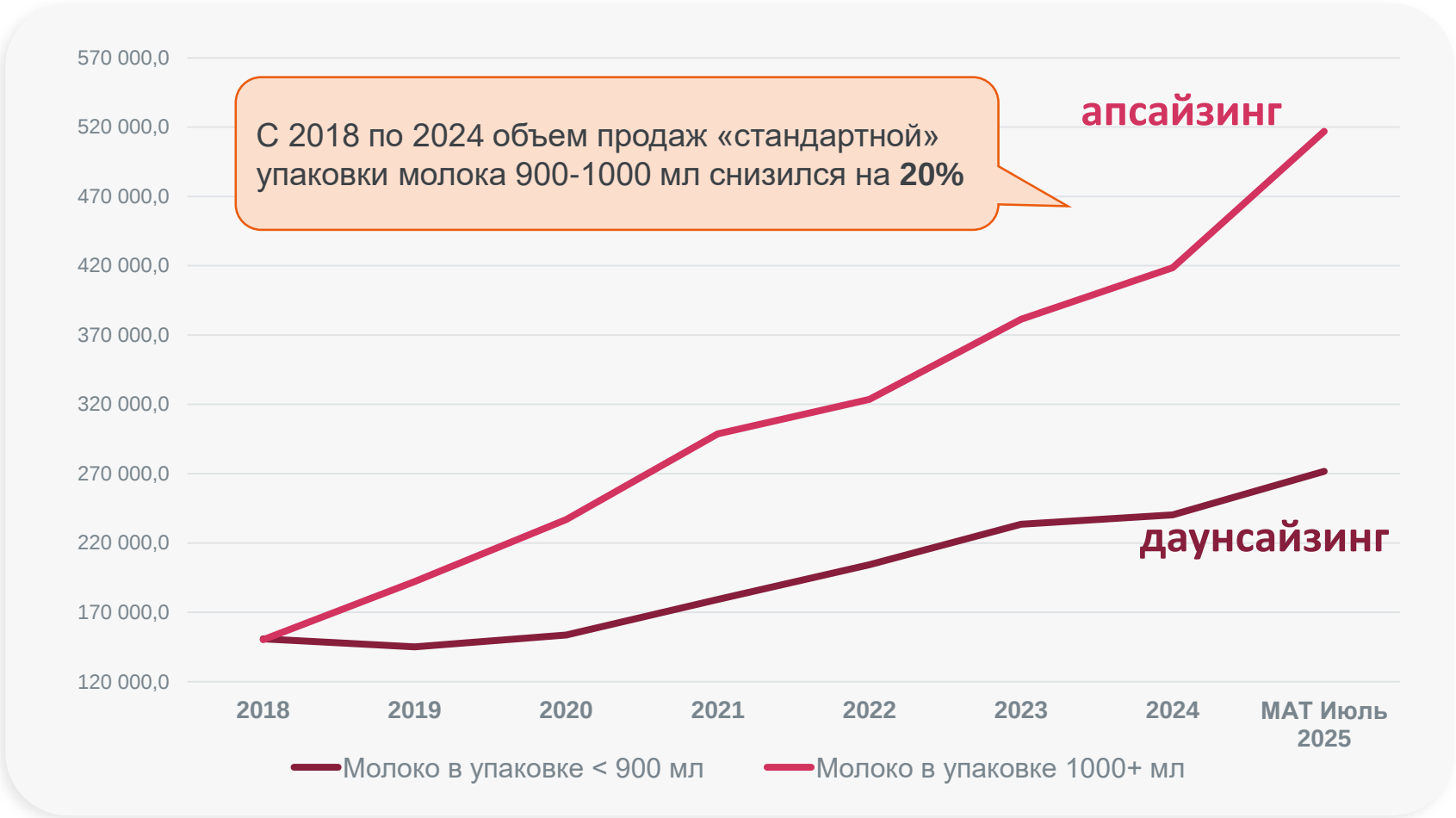
Доля людей в возрасте 65+, %



В России ассортимент молока стремится от стандартной упаковки в 900-1000 мл к маленьким или большим форматам. Большие упаковки молока (больше литра) более востребованы семьями, а малые – одиночными ДХ



Динамика объема маленьких и больших упаковок пастеризованного молока, 000 литров



Примеры «нестандартных» упаковок молока на российском рынке



1,4 литра



0,5 литра

Категории, в которых покупатели чаще всего замечали уменьшение размера упаковки

Чаще всего покупатели замечали уменьшение упаковки в категории молока





Как связаны упаковка и
осознанное
потребление?

Рейтинг экологических проблем в динамике



Загрязнение и пластиковые отходы являются самыми значимыми экологическими проблемами, по мнению потребителей

Наиболее значимая проблема, %

▲ ▼ значимо выше / ниже vs. предыдущий период

2022

n = 16 029

2024

n = 2364

Коммуникация о безопасности питания важна в первую очередь для продуктов, ориентированных на людей 56+ лет



Загрязнение воды



19



17 -2 ▼



Пластиковые отходы



-3 ▼



Загрязнение воздуха



-3 ▼

Более выражено среди потребителей старше 55 лет

80 %

хочет, чтобы их дети жили в благоприятных экологических условиях

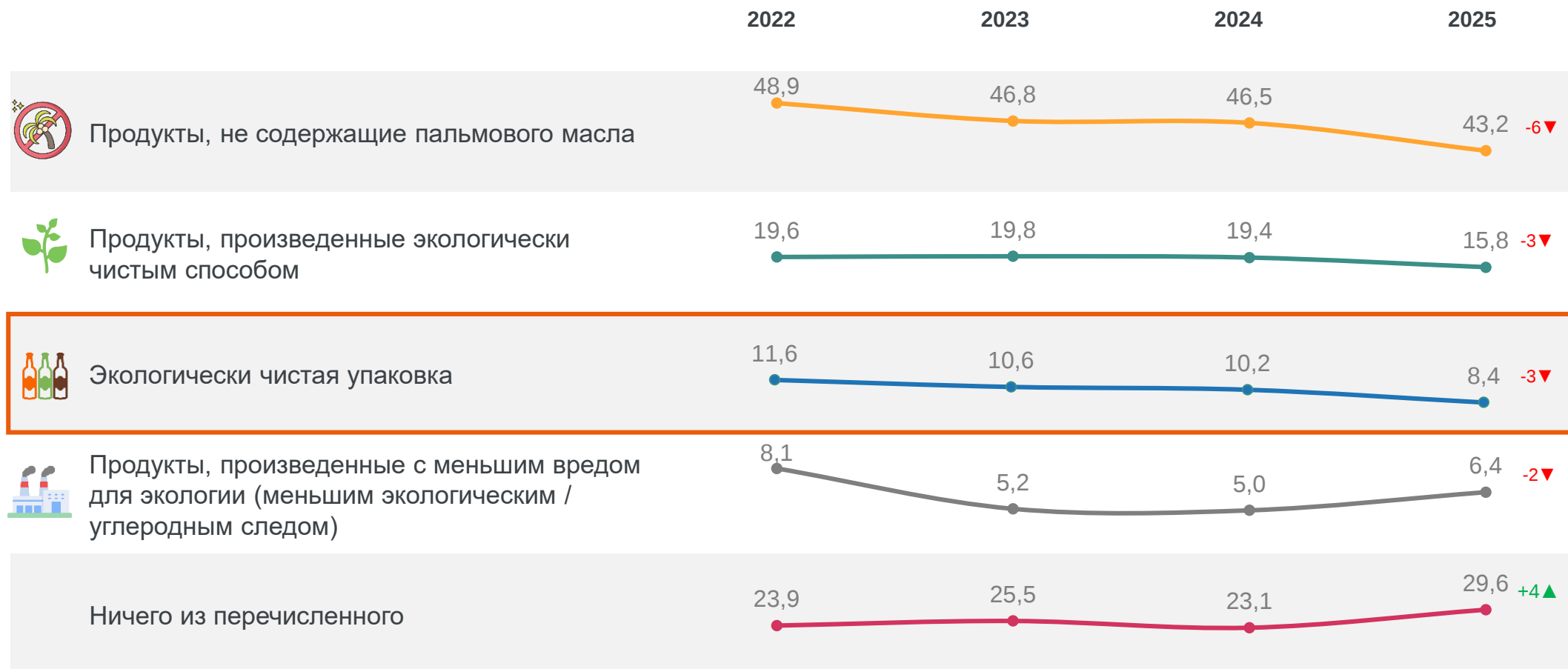
Q03. Пожалуйста, выберите из данного списка пять проблем, которые на Ваш взгляд, являются самыми значимыми. Каждой из пяти выбранных Вами проблем проставьте ранги по их степени важности от 1 до 5, где 1 – наиболее значимая проблема
Q10. Пожалуйста, оцените, насколько Вы согласны с нижеперечисленными высказываниями?

Наиболее важные аспекты устойчивого развития

В целом важность отдельных аспектов устойчивого развития несколько снижается, в том числе важность Экологически чистой упаковки

▲ Разница, по сравнению с 2022 годом

Наиболее важные аспекты устойчивого развития, %



GS 113. Устойчивое развитие многогранно, и люди в большей или меньшей степени заботятся о разных аспектах. Какие из следующих аспектов особенно важны для Вас? Пожалуйста, выберите до 3 из следующего списка утверждений.

Источник: ICMR, Панель домашних хозяйств, FMCG, вкл. свежие продукты (20 000 ДХ), установочная анкета

Как оценивают вред упаковки на здоровье и экологию

Упаковка из бумаги/картона и стекла чаще воспринимается безвредной для здоровья и экологии



**Наиболее
безвредная
упаковка для
здоровья и
экологии**

Около трети покупателей считают безвредной **стеклянную** упаковку



**Наиболее
вредная упаковка
для здоровья и
экологии**

Но! Терпимость покупателей к пластиковой упаковке растёт

Q19. Пожалуйста, по каждому из перечисленных ниже типов упаковки, оцените их уровень вредности или безвредности для здоровья и экологии?
База: вся выборка, n=2364

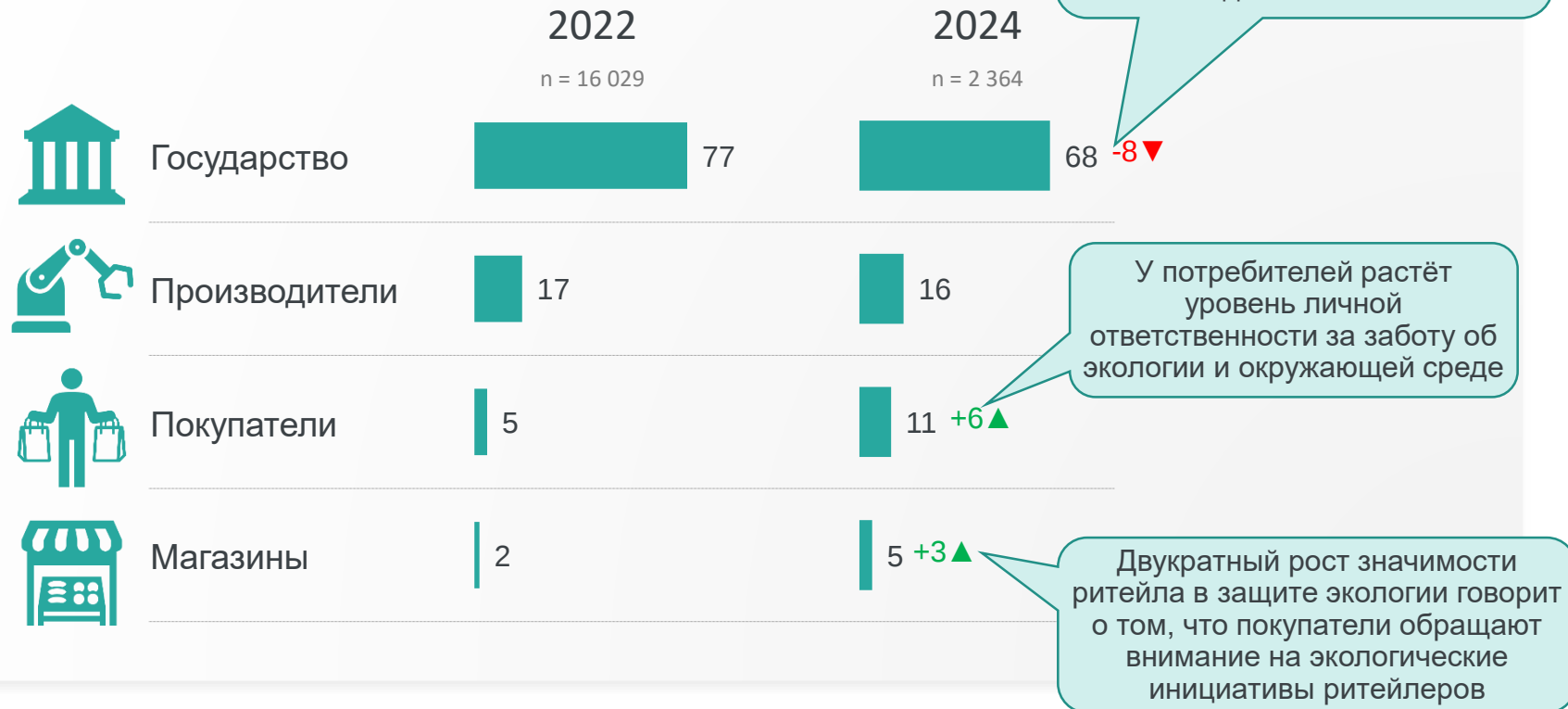
■ GfK Healthy Trends 2024 | Moscow, Russia

На ком лежит ответственность за охрану окружающей среды?

Хотя число россиян, ощущающих личную ответственность за окружающую среду, расчёт, большинство по-прежнему считает, что об экологии должно в первую очередь заботиться государство

▲ значимо выше / ниже
vs. предыдущий период

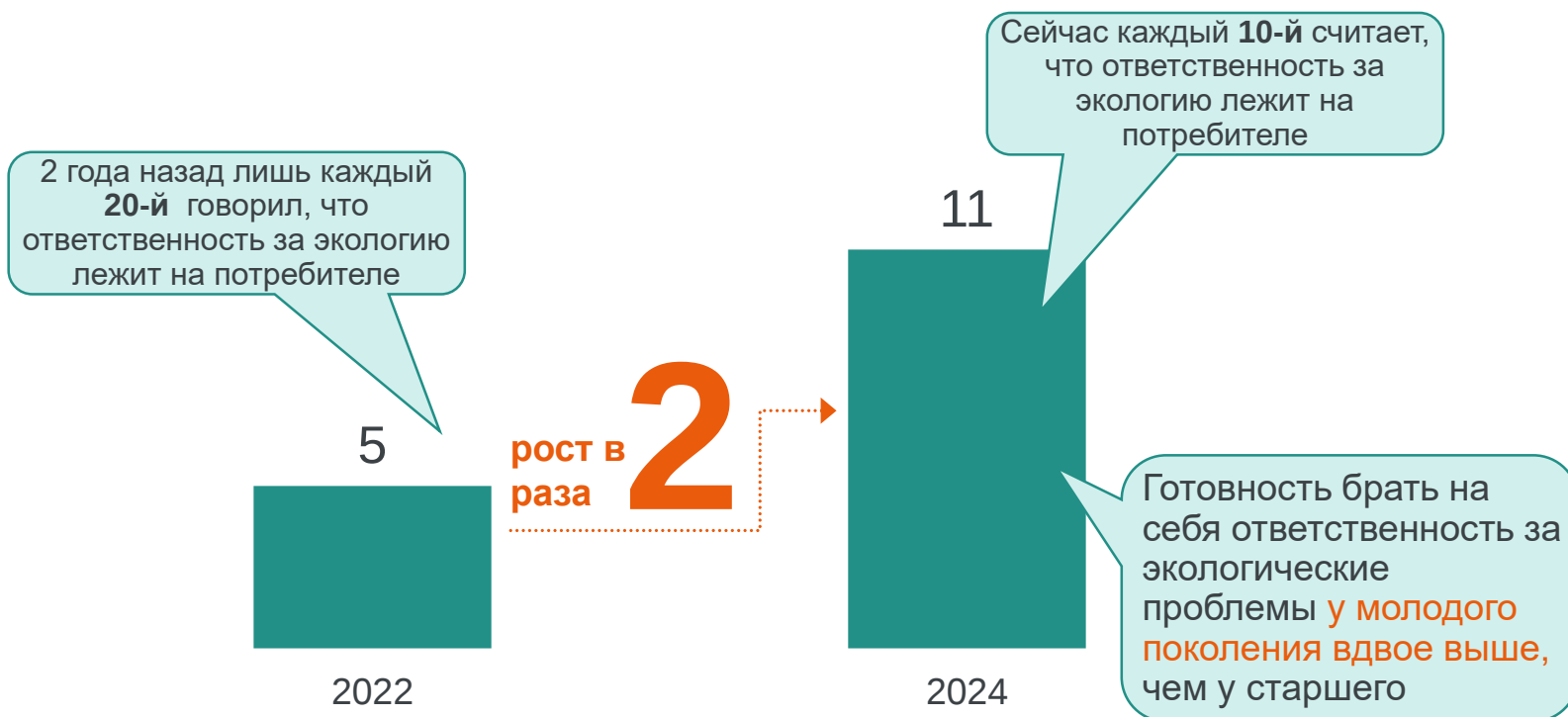
Главную роль в защите экологии играет...,
%



Q04. Кто из нижеперечисленных, по Вашему мнению, должен играть главную роль в решении вопроса о контроле и уменьшении вреда, причиняемого экологии и окружающей среде? По каждому из вариантов ответа, пожалуйста, проставьте ранги от 1 до 4, где 1 – главная роль.

С 2022 года уровень **персональной ответственности** потребителей за экологию **вырос вдвое**

Главную роль в защите экологии играют потребители, %



Q04. Кто из нижеперечисленных, по Вашему мнению, должен играть главную роль в решении вопроса о контроле и уменьшении вреда, причиняемого экологии и окружающей среде? По каждому из вариантов ответа, пожалуйста, проставьте ранги от 1 до 4, где 1 – главная роль.

Сейчас в российском обществе наметился тренд на осознанность. Этот тренд поддерживается интересом молодого поколения зумеров к эко проблемам

Топ-3 ритейлера, ассоциирующихся с заботой об экологии

 **Пятерочка**

ВКУСВИЛЛ

 **лента**

Основные выводы



- В 2025 году покупательский оптимизм постепенно снижается на фоне некоторого ухудшения экономических показателей. При этом наряду с ростом среднего чека наблюдается также рост частоты покупок.
- Выбор товаров в упаковке меньшего или большего объема является одним из основных способов экономии. При этом в продуктовых категориях для экономии чаще выбирают упаковки меньшего объема, а в непродуктовых категориях для экономии чаще выбирают упаковки большего объема.
- В связи с увеличением доли одиночных домохозяйств растут продажи товаров в упаковках маленького объема. С другой стороны также наблюдается рост и больших упаковок для семейного потребления.
- По сравнению с 2022 годом среди потребителей растёт личная ответственность за экологию. Каждый десятый осознает свою роль в защите экологии. Готовность брать на себя ответственность за экологические проблемы у молодежи выше, чем у старшего поколения. В маркетинговой коммуникации брендам следует делать акцент на том как потребитель может помочь в защите экологии.

Благодарим за внимание!

ICMR (ГфК Русь) Потребительская панель
+7 495 995 15 55
scanner@icmr.ru