

Пресс-релиз

Исследование GfK: Потребление тихих вин в России

23 июля 2018

Отдел коммуникаций GfK Rus
Т + 7 495 937 7222

Наталья Игнатьева
natalia.ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

Москва, 23 июля 2018 – GfK изучила, как меняется поведение россиян при покупке алкоголя¹ в России. По данным потребительской панели GfK, крепкий алкоголь, тихие вина, шампанские и игристые вина хотя бы раз в год покупают 86% домохозяйств. В среднем одно домохозяйство покупает 21 литр алкогольных напитков в год. И все чаще россияне отдают предпочтение вину.

За последний год² потребление тихих вин выросло на 8,8% в натуральном выражении. В год на одно домохозяйство приходится 10 литров вина, что составляет почти половину объемов годового объема покупки алкоголя на домохозяйство. По проникновению, категория охватывает почти 2/3 семей (59% домохозяйств покупают категорию хотя бы раз в год). Это на 1,5% больше, чем годом ранее. Частота покупок составляет – примерно 7 раз в год, и за визит люди покупают в среднем 1,4 литра вина.

Значимость категории тихих вин настолько велика, что, в частности, для канала Супермаркетов и Гипермаркетов сегмент тихих вин является одной из целевых категорий. Исследование GfK Retail Monitor показывает, что сети Глобус, METRO, Лента лучше других удовлетворяют покупателей в категории вина.

В целом, если посмотреть на тренды каналов продаж, то больше всего от изменений предпочтений россиян выигрывают супермаркеты, дискаунтеры и специализированные магазины - алкомаркеты. Самый большой оборот на винах делает Пятерочка. Среди самых быстро растущих сетей по объему продаж вина в денежном выражении выделяются сеть Красное и Белое, Лента и Перекресток.

¹ Без учета пива

² Здесь и далее данные приведены за период исследования потребительской панели домохозяйств GfK в городской и сельской России с апреля 2017 по март 2018, сравнение с аналогичным периодом годом ранее (апрель 2016 по март 2017), если не указано иное.

Топ-10 сетей по объему продаж вина в денежном выражении.

Пятерочка лидирует в Тихих Винах, продолжая расти по доле. Среди растущих выделяются также КиБ, Лента и Перекресток.



Топ 10 сетей по объему в рублях, %

Пятерочка	▲
Магнит у дома	▼
Красное & Белое	▲
Лента гипермаркет	▲
Ашан гипермаркет	▼
Магнит гипермаркет	▼
METRO	▼
Дикси	▼
О'Кей гипермаркет	▼
Перекресток	▲

Источник: GfK Русь, Панель домашних хозяйств, Россия в целом, МАТ 1 кв. 2018 vs МАТ 1 кв. 2017 vs МАТ 1 кв. 2016
© GfK Rus June 06, 2018 | Retail Week | Moscow

О GfK

GfK соединяет данные и научные методы исследований. Наши инновационные решения и методики дают ответы на ключевые вопросы бизнеса о потребителях, рынках, брендах и медиа – сегодня и в будущем. Как партнер в исследованиях и аналитике, GfK обеспечивает своих клиентов знаниями для роста. Это то, что мы называем “Growth from Knowledge”.

Чтобы узнать больше о нас, посетите наш сайт www.gfk.com или www.gfk.com/ru или следите за нашими новостями в Twitter: https://twitter.com/GfK_Rus