

ПОНЯТИЕ ЗОЖ / РАЗВИТИЕ НАПРАВЛЕНИЯ В 2021 Г

Лидия Макшейн
4 июня 2021 г

НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021

ЛИДИЯ МАКШЕЙН

независимый директор,
руководитель практики ЗОЖ
в ритейле "myRetailStrategy"



- Разработала проекты в сфере ЗОЖ для сетей «ВкусВилл», «Азбука Вкуса» и «Перекресток»
- 16 лет опыта работы с направлением ЗОЖ/Эко/Органик, FoodTech для E-com и Retail.
- Консалтинг для сетей и производителей в сфере ЗОЖ: проекты, ритейл-туры и др.

НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021

НЕ ЭКСТРИМ, А УДОВОЛЬСТВИЕ

ЗОЖ: ШЕСТЬ СОСТАВЛЯЮЩИХ

ПИТАНИЕ

ФИЗИЧЕСКАЯ
АКТИВНОСТЬ

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ
РАВНОВЕСИЕ

УМЕНЬШЕНИЕ
ВРЕДНЫХ ПРИВЫЧЕК

ПРОФИЛАКТИКА

СОЦИАЛЬНАЯ И
ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021



ПЯТЬ СЕГМЕНТОВ ЗОЖ



■ ЗОЖ-активисты



■ Традиционный
ЗОЖ



■ Удобный ЗОЖ



■ ЗОЖ для семьи



■ Декларируемый
ЗОЖ



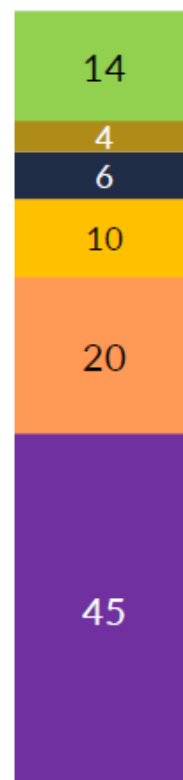
■ Не-ЗОЖ

% покупателей

2018



2020



% оборота

2018



2020



НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021

Источник: GFK Healthy Trends 2020. 23/09/2020

ВОСПРИЯТИЕ ЗОЖ ПРОДУКТОВ

ПРОДУКТЫ С ПРОСТЫМ СОСТАВОМ,
КАК ГОВОРЯТ ПОКУПАТЕЛИ - «БЕЗ ХИМОЗЫ»



55% ПОКУПАТЕЛЕЙ
ЗОЖ



НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021

ПОНИМАНИЕ ЗОЖ

Когда попросила добавить
больше овощей в шаурму



**Максимально близко к
зожу я нахожусь в тот
момент, когда иду на
работу через станцию
метро «спортивная»**

**НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021**

ПРИОРИТЕТЫ ПОКУПАТЕЛЯ ПРИ ВЫБОРЕ ПРОДУКТА

55%

ПИЩЕВАЯ
БЕЗОПАСНОСТЬ

53%

ВОПРОСЫ
ЗДОРОВЬЯ

38%

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ

35%

СОЦИАЛЬНЫЕ
АСПЕКТЫ

НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021

Источник: 2020Q2 survey by global certification body DNV-GL.

Для российского покупателя пока важнее всего время



ЭТО ОТРАЖАЕТСЯ В ГОТОВНОСТИ ПЛАТИТЬ БОЛЬШЕ ЗА ПРОДУКТ



Centennials
(Gen Z)

#1	помогают существенно экономить время	51%
#2	изготовлены в условиях справедливых для животных	44%
#3	не содержат пластик	44%
#4	адаптированы под мои потребности	43%
#5	изготовлены в условиях справедливых для людей	42%



Millennials
(Gen Y)

#1	помогают существенно экономить время	51%
#2	улучшают мой внешний вид	44%
#3	не содержат пластик	42%
#4	адаптированы под мои потребности	41%
#5	изготовлены в условиях справедливых для людей	39%



Matures
(Gen X)

#1	помогают существенно экономить время	48%
#2	не содержат пластик	39%
#3	улучшают мой внешний вид	38%
#4	адаптированы под мои потребности	38%
#5	изготовлены в условиях справедливых для людей	38%



Boomers

#1	помогают существенно экономить время	47%
#2	не содержат пластик	43%
#3	изготовлены в условиях справедливых для людей	40%
#4	адаптированы под мои потребности	39%
#5	улучшают мой внешний вид	36%



Silent

#1	помогают существенно экономить время	44%
#2	не содержат пластик	42%
#3	изготовлены в условиях справедливых для людей	42%
#4	улучшают мой внешний вид	41%
#5	адаптированы под мои потребности	37%

**НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021**

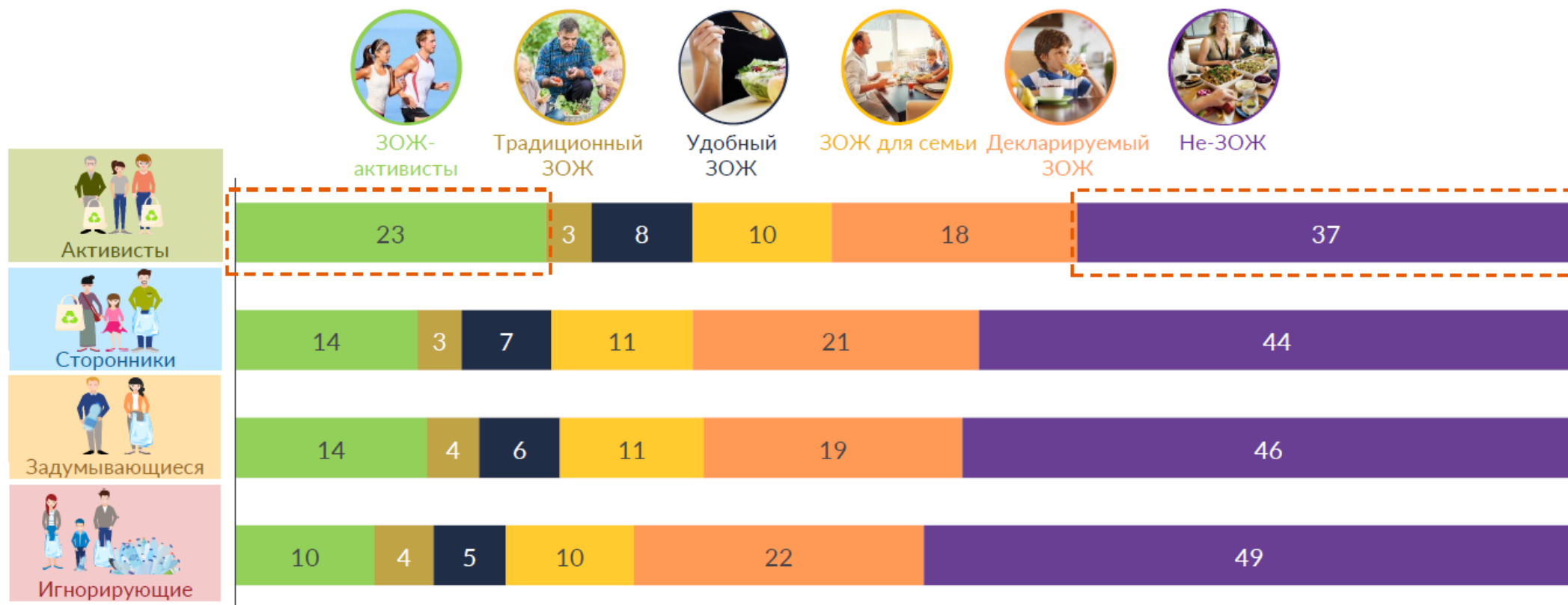
CO3: Готовы ли Вы платить на 10% больше за какие-либо из следующих товаров, относящихся к категории продуктов питания / напитков, средств личной гигиены, или нет? Например, Вы готовы заплатить 110 рублей за товар, обладающий данной характеристикой, вместо 100 рублей за товар, у которого данная характеристика отсутствует.

■ GfK Retail Day 2020 | Осознанное потребление и ЗОЖ. Что изменилось

© GfK

25

Темы здорового потребления и устойчивого развития переплетены



Источник: Потребительская панель GfK

23-Sep-20 GfK Retail Day 2020 | Осознанное потребление и ЗОЖ. Что изменилось

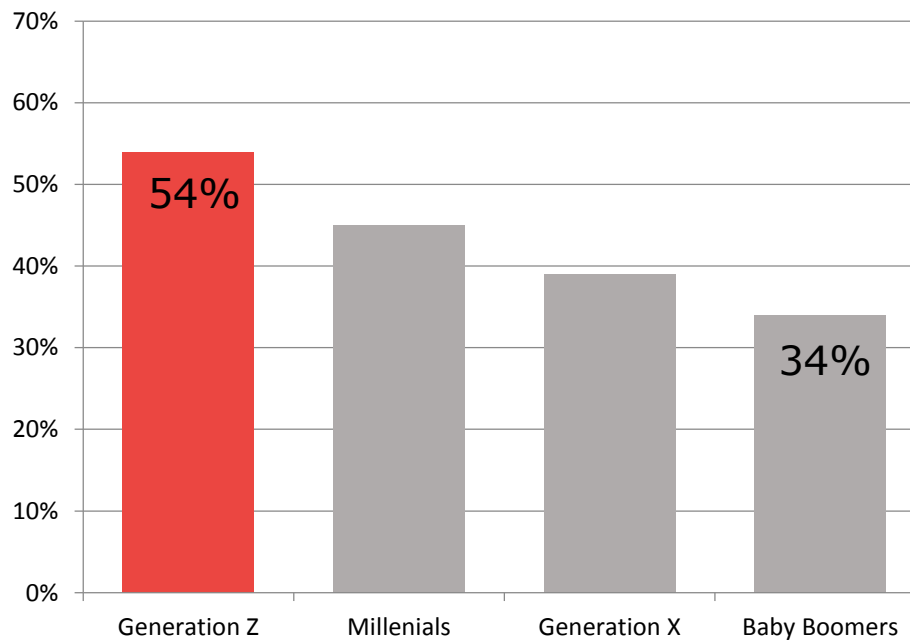
© GfK

21

НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021

PLANT-BASED / VEGAN REVOLUTION

Позиция: «пытаюсь уменьшить потребление мяса и продуктов животного происхождения»



- В Европе официально отклонили изменения в регуляторике, запрещающие использовать термины и изображения молочных продуктов для описания растительных сыров и альтернатив молока.

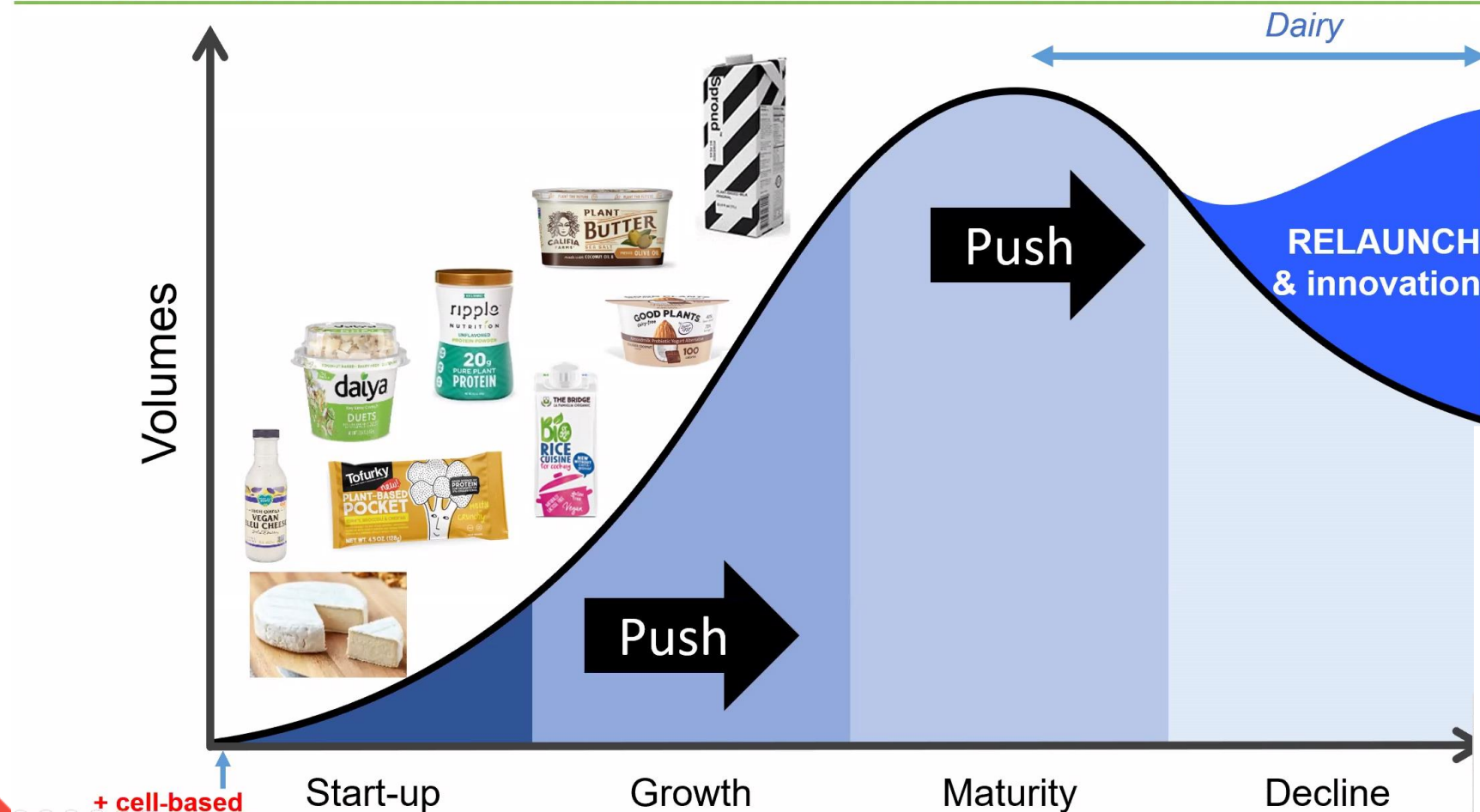
НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021

Источники:

- Euromonitor Health and Nutrition 2020, февраль 2020
- Food Manufacture 26 мая 2021 г

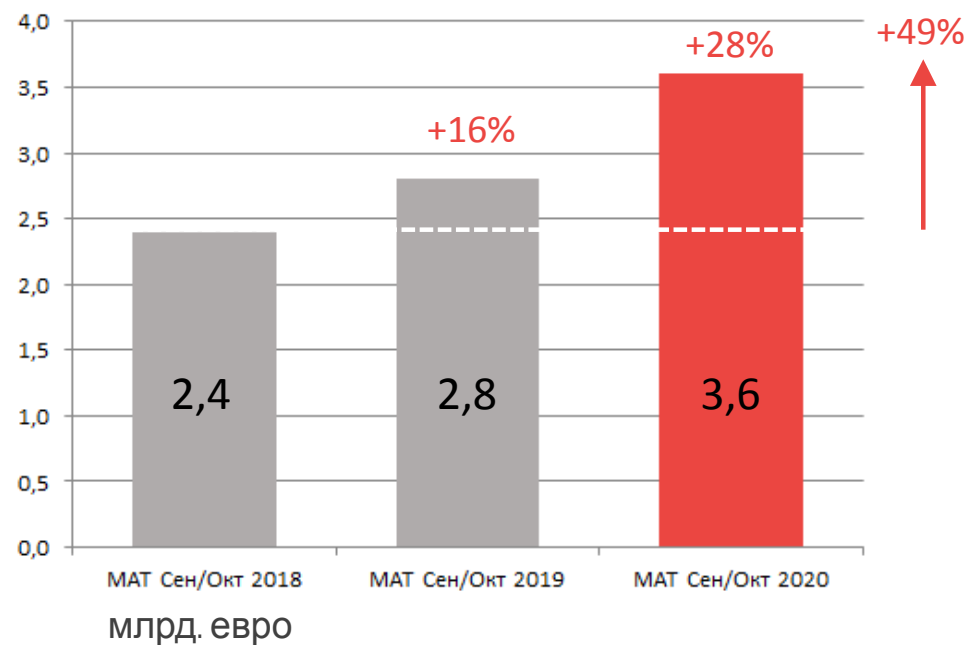
Dairy & Plant Based on the Product Lifecycle Curve

Sitting at different ends of the spectrum; more need for dairy innovation



НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021

ПРОДАЖИ PLANT-BASED в Европе выросли на 49% за два года



Источник: Nielsen Market Track

*Total market incl. discounters, AU (Plant-based (PB) meat, milk, yoghurt)+BE (PB meat, milk, yoghurt)+DE (PB meat, milk, yoghurt, cheese, ice cream)+FR (PB meat, milk, yoghurt)+GER (PB meat, milk, yoghurt, cheese, ice cream, fish)+IT (PB meat, milk, yoghurt, cheese, ice cream)+NL (PB meat, milk, yoghurt, cheese)+PO (PB milk)+RO (PB meat, milk)+SP (PB meat, milk, yoghurt)+UK (PB meat, milk, yoghurt, cheese, bakery), sales value in €, MAT Sep/Oct (between CW39 and CW42 depending on country)

2018 vs. 2020; plant-based meat includes vegan and vegetarian products in all countries.

- Food Manufacture 26 мая 2021 г

НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021

ТРИ ГЛАВНЫХ МЫСЛИ

- ПОКУПАТЕЛЕЙ ЗОЖ – 55%
- ЗОЖ ЕСТЬ В КАЖДОЙ КАТЕГОРИИ
И В 99% ФОРМАТАХ СЕТЕЙ
- ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ
АСПЕКТЫ ВХОДЯТ В ТОП-5 ФАКТОРОВ
ЗАПЛАТИТЬ НА 10% БОЛЬШЕ

НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021

СПАСИБО!

Лидия Макшейн

“myRetailStrategy”
+7 925 506 8812
mcshane.news



**НЕДЕЛЯ
РИТЕЙЛА
2021**