РИНОК FOOD-РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ

ВСЕ НЕ ТАК ПОГАНО

МИКОЛА ЖИЧУК
Partyzan Agency



ПАРТИЗАНСЬКИЙ МАРКЕТИНГ - це відмова від класичних способів реклами.

Натомість перевага віддається нестандартним та ефективним стратегіям і каналам комунікації.

PARTYZAN AGENCY

- Розробка дизайну, брендів, комплексних рекламних кампаній
- Розробка рітейл-концептів «під ключ»
- Просування в соціальних мережах
- Власний цех по виготовленню реклами
- Стратегічний маркетинг












2сім
ЗРУЧНИЙ МАРКЕТ


Галя Балувана
ГОТУЄМО ПО-ДОМАШНЬОМУ


èva


ЗАБІЯКА
ФАМІЛЬНА & МАЙСТЕРНЯ
ЗАБІЯКА


JASMINE


MULTIPLEX


Сімі


LUCHAN


Сільпо


AHI
DEL


БЛАГОМЕД


BAOBAB


ROZETKA


IN SPORT. IN HEALTH. INFIT
INFIT


EC.ua
EconomClass


ТЕРИТОРІЯ
магазин сусід

РИТЕЙЛ НА ОКУПОВАНИХ ТА ПОСТРАЖДАЛИХ ТЕРИТОРІЯХ

• торгові точки, що знаходяться на окупованих після 24 лютого 2022 р. територіях Луганської, Донецької, Херсонської та Запорізької обл. і над якими управляюча компанія втратила контроль, не враховувалися у даних про загальну кількість магазинів конкретного ритейлера;

• торгові точки, пошкоджені чи зруйновані внаслідок військових дій і не відкриті знову до 30.09.2023 р., у цьому звіті ідентифікуються як закриті;

• торгові точки, тимчасово закриті через воєнні дії у тому чи іншому регіоні, у цьому звіті ідентифікуються як закриті.

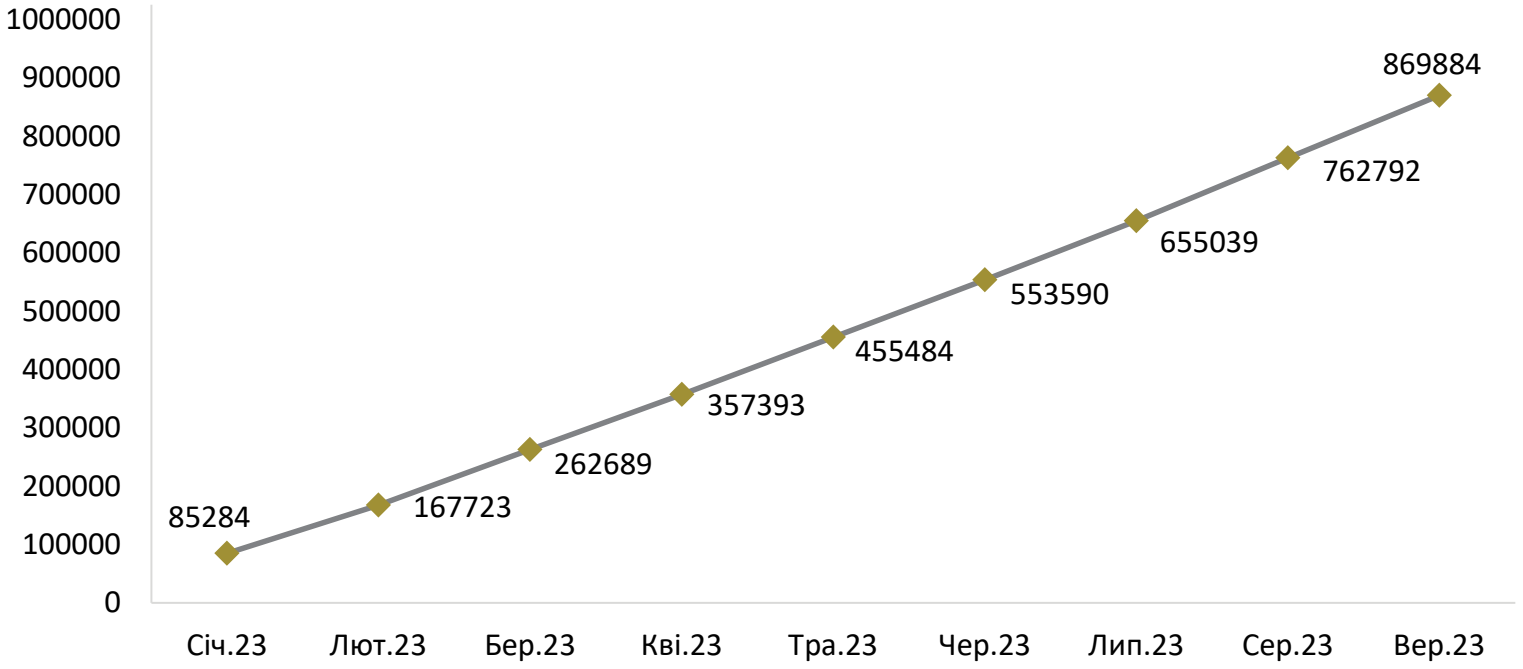
КЛАСИФІКАЦІЯ ТОРГОВИХ ФОРМАТІВ

• **мінімаркети** – самообслуговування до 200 кв.м.
• **магазини біля дому** – самообслуговування від 200 до 400 кв.
• **супермаркети** – самообслуговування від 400 до 3000 кв.м.
• **гіпермаркети** – самообслуговування площею торгового залу від 3000 кв.м. (виключаючи магазини cash&carry)

• окремими групами йдуть магазини форматів **cash & carry** (оптово-роздрібні точки), **дискаунтери** (магазини самообслуговування з вузьким асортиментом, але низькими цінами) та **преміум-маркети** (або делікатес-маркети - магазини самообслуговування, цільовою аудиторією яких є споживачі сегментів «середній+» та вище, а асортиментна матриця акцентована на продуктах власної кулінарії, імпорту та делікатесах).

ТРЕНДИ РИНКУ FOOD РИТЕЙЛУ

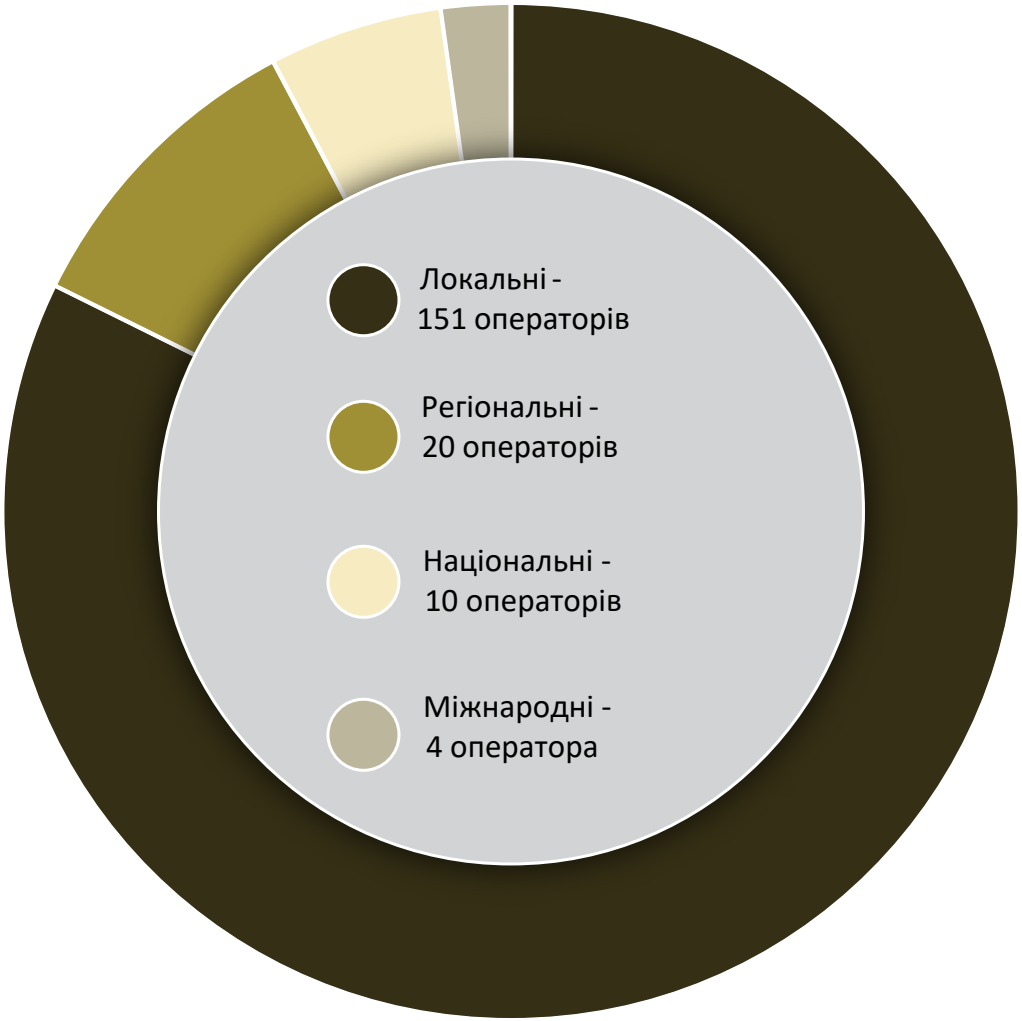
Динаміка роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб) України, січень-вересень 2023 р., млн грн*



Дані: Держкомстат України

** дані за січень-вересень 2023 р. наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополь, а також без урахування тимчасово окупованих територій Донецької, Луганської, Херсонської та Запорізької областей*

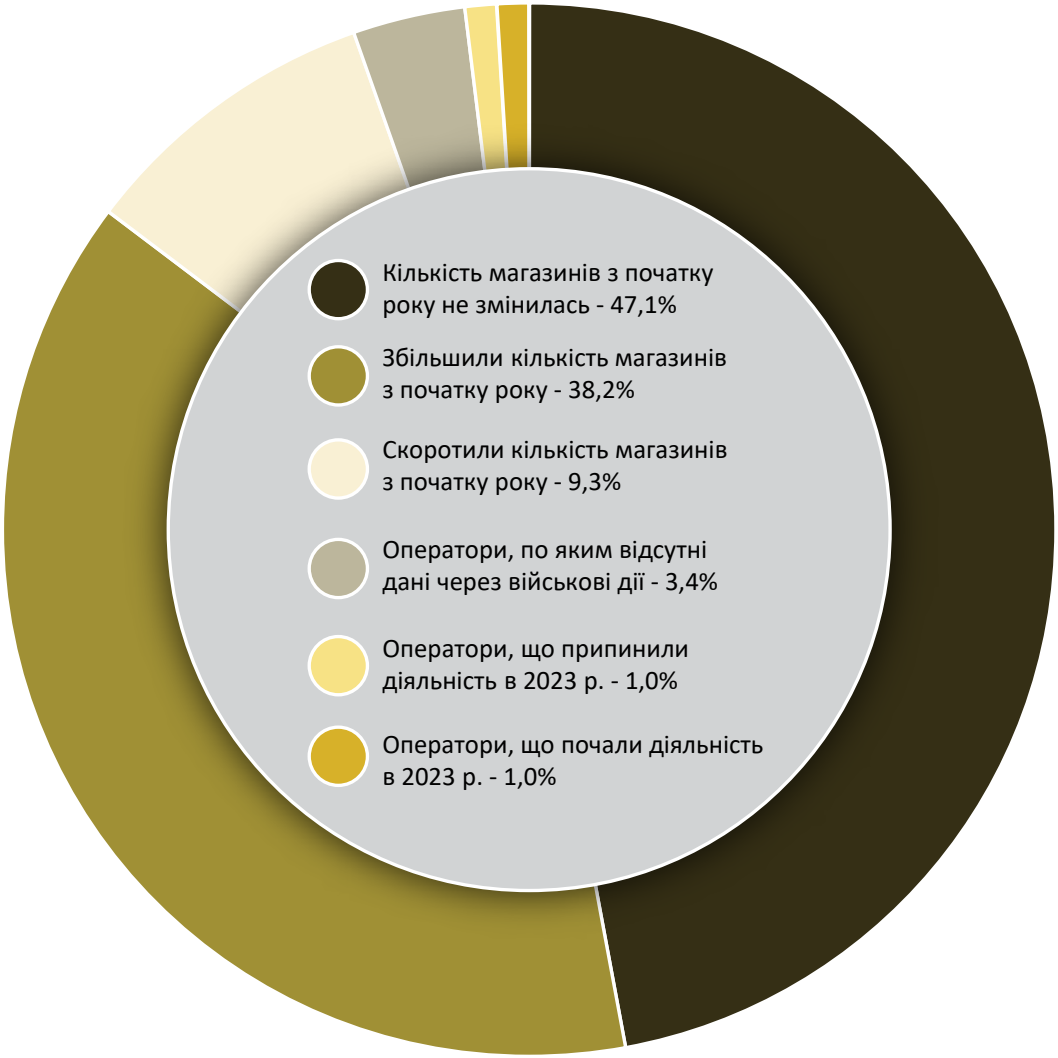
Розподіл продовольчих ритейлерів України за географічними типами операторів, грудень 2023 р.*



Дані: GT Partners Ukraine

** в розрахунок бралися лише компанії, що складаються з щонайменше 2 магазинів*

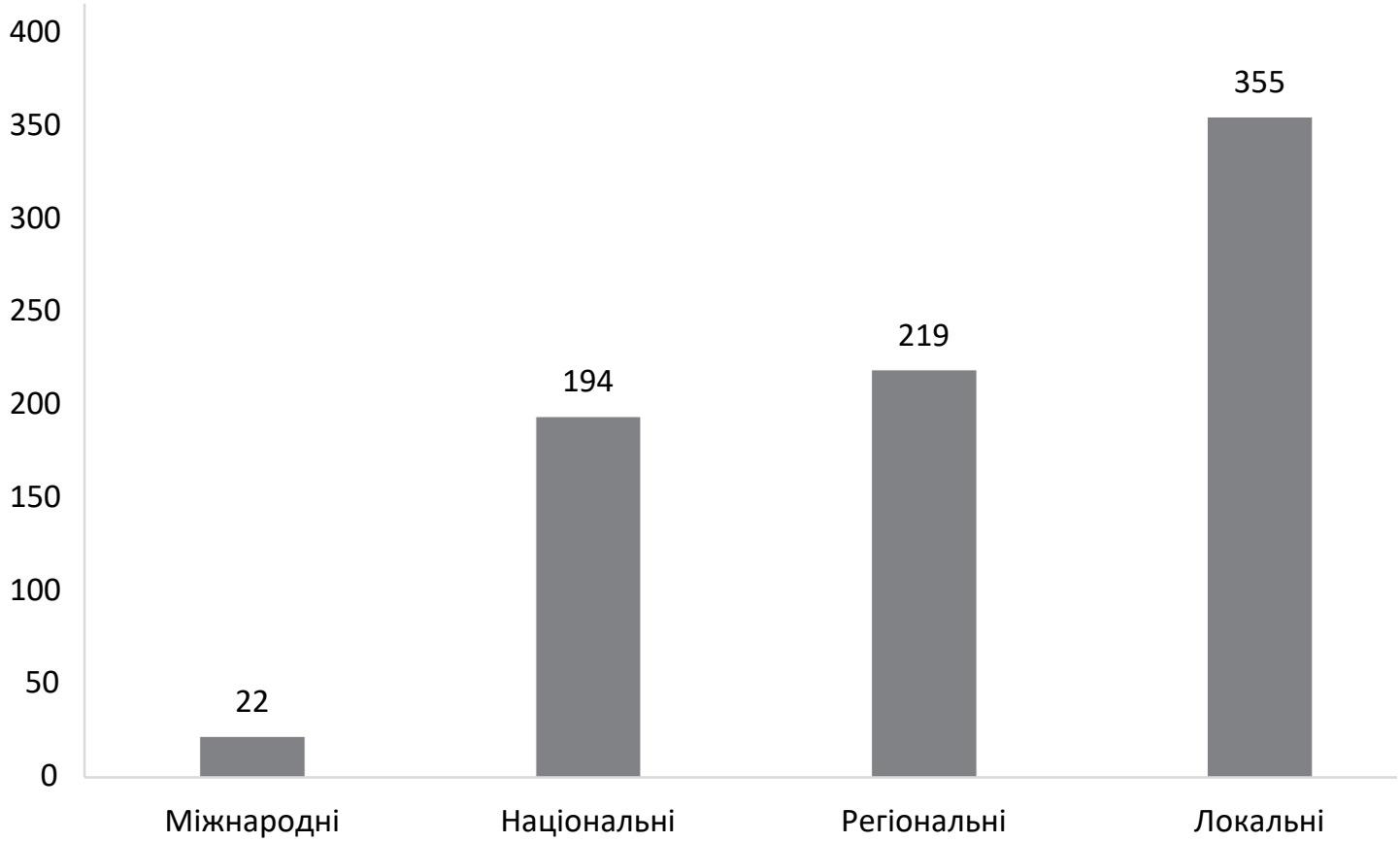
Активність food-ритейлерів України щодо відкриття нових магазинів у 2023 р., %*



Дані: GT Partners Ukraine

** наведено відсотковий показник від загальної кількості food-ритейлерів, що діють на ринку України (включаючи ритейлерів, що складаються з 1 магазину)*

Які типи food-ритейлерів відкривали нові магазини в Україні в 2023 року, од.*

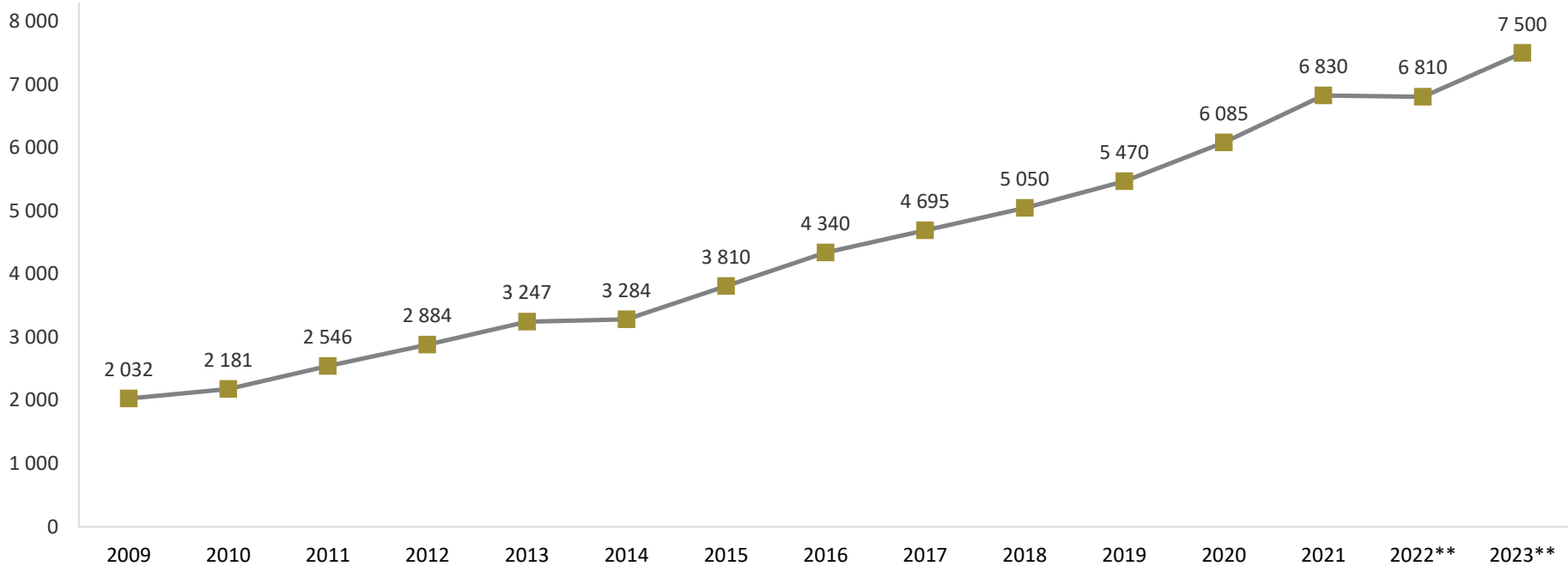


Дані: GT Partners Ukraine

** наведено кількість магазинів, відкритих кожним з типів ритейлерів в 2023 р.*

*** включаючи ребрендинг, реформат і поглинання*

Загальна кількість FMCG магазинів сучасних форматів в Україні, які об'єднують бл. 180 компаній, 2009-2023 рр., од.*

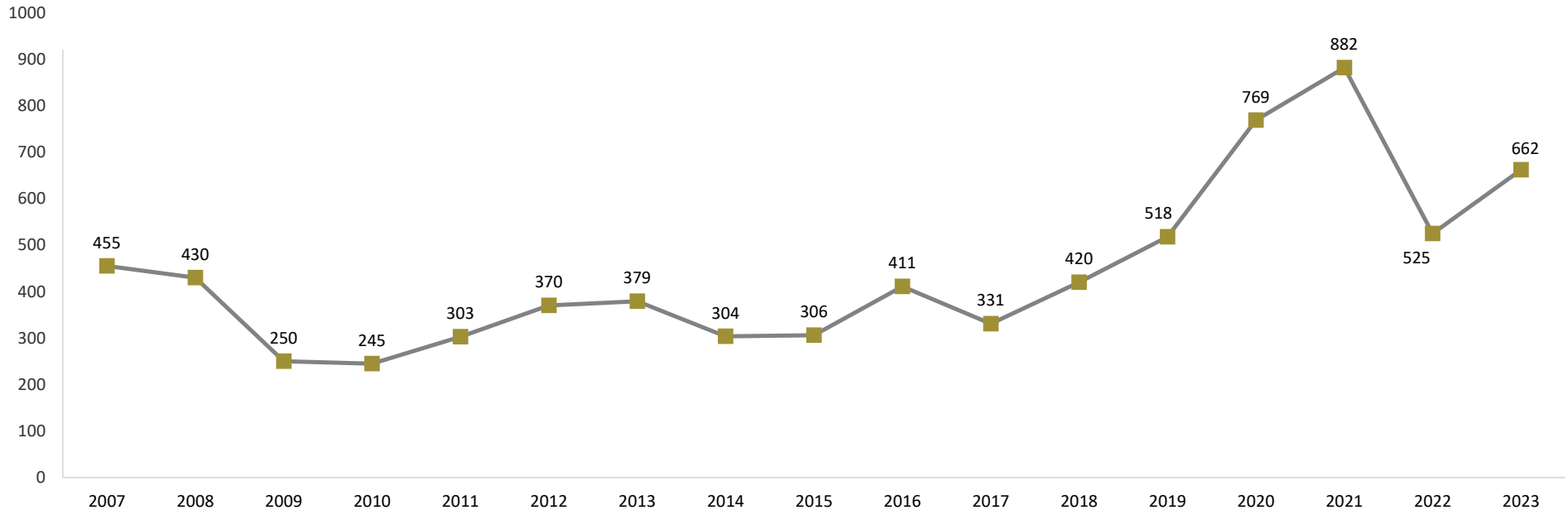


Дані: GT Partners Ukraine

**орієнтовні показники*

*** без урахування магазинів, розташованих на тимчасово окупованих територіях та тимчасово не працюючих у зоні ведення воєнних дій*

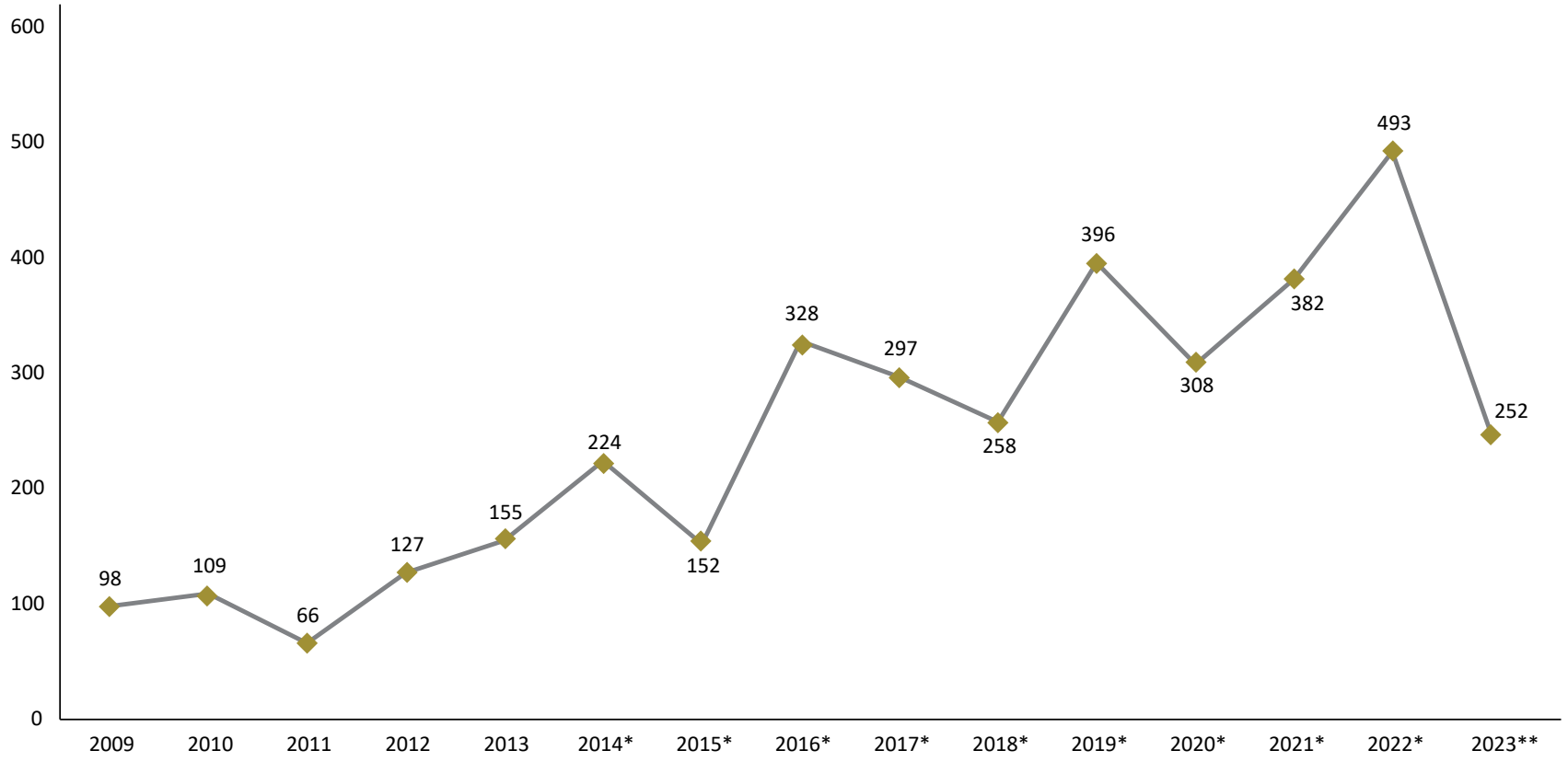
Динаміка відкриття нових FMCG об'єктів в Україні, 2007-2023 рр.*



Дані: GT Partners Ukraine

** без урахування магазинів, що пройшли ребрендинг чи магазинів, що відкривалися на місці об'єктів інших операторів*

Кількість FMCG магазинів, закритих або проданих найбільшими операторами України в 2009-2023 рр., од.*



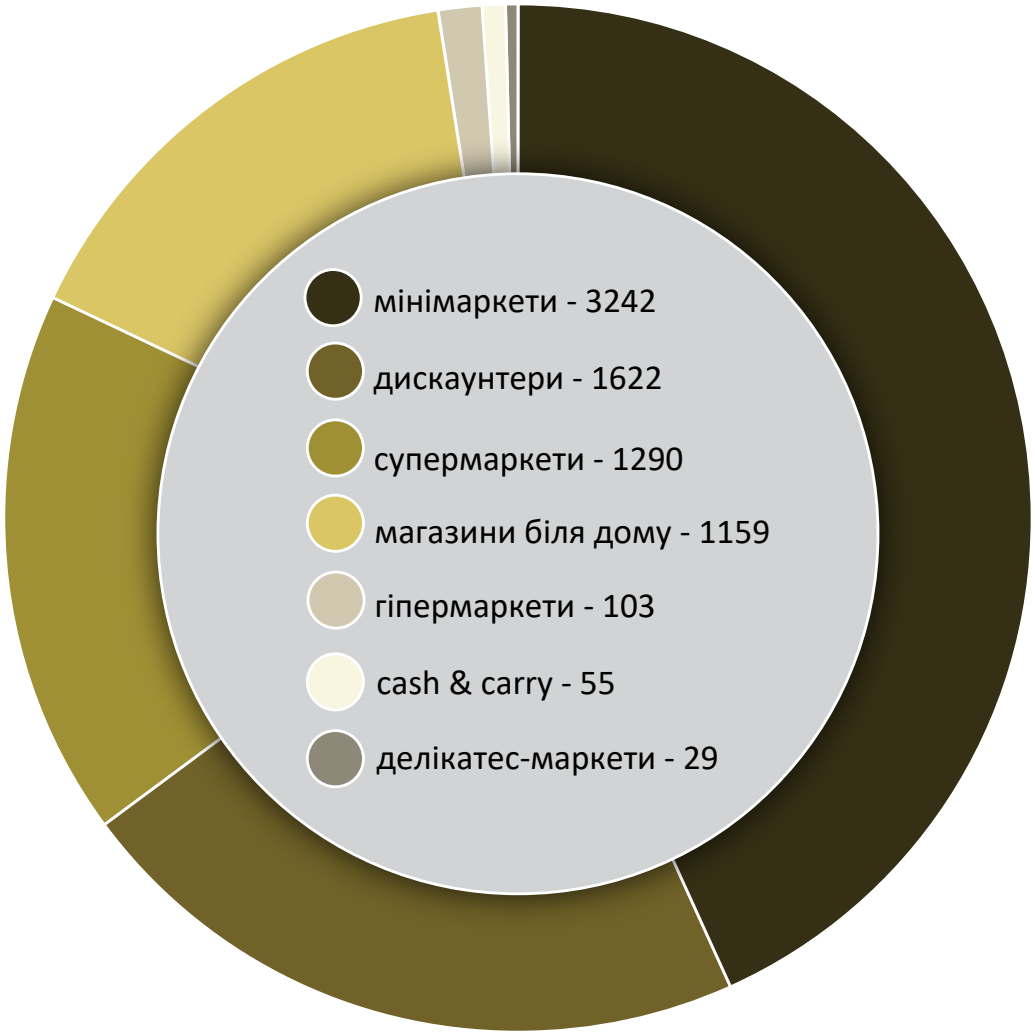
Дані: GT Partners Ukraine

** включаючи магазини мереж, що пішли з ринку в цей період*

*** без урахування магазинів, що працюють нерегулярно у зоні воєнних дій (такі об'єкти позначалися як діючі)*

**** включаючи магазини, тимчасово закриті на період ведення воєнних дій або постраждалі від руйнувань*

Сучасні формати продовольчих магазинів, які розвиваються в Україні, од. *



Дані: GT Partners Ukraine
** станом на 31.12.2023*
*** без урахування магазинів, розташованих на територіях ведення воєнних дій*

14

ТРЕНДІВ FOOD РИТЕЙЛУ

ГІБРИДНІ ФОРМАТИ

На нових ритейл – об’єктах змішуються елементи різносторонніх та різнопланових форматів з суміжних та не дуже індустрій

FOOD TO GO

Зміна режиму харчування і більш часте використання готових страв, глобальне зростання популярності їжі «на винос».

Майже в кожно з наших нових проектів запроектована зона прийому їжі/food to go.



Partyzan

Сімі

partyzan.com.ua

ФРАНЧАЙЗИНГ

Зростання популярності
франчайзингового ритейлу
в сегменті мінімаркетів, «біля дому»,
спеціалізованих магазинів.



Partyzan

partyzan.com.ua

ВИХІД НА ЕКСПОРТ

Все більше ритейлерів



МІКС ЗВИЧОК І СТИЛЮ ПОКУПОК





ПРОМО – ХАХТИНГ

PROMOTIONS ARE MAJOR DRIVERS



СІМ'Я З 1,2 ОСОБИ

Скорочується число сімей з більш ніж одним членом (у зв'язку з цим немає великого сенсу їздити у великі супермаркети з метою економії витрат).

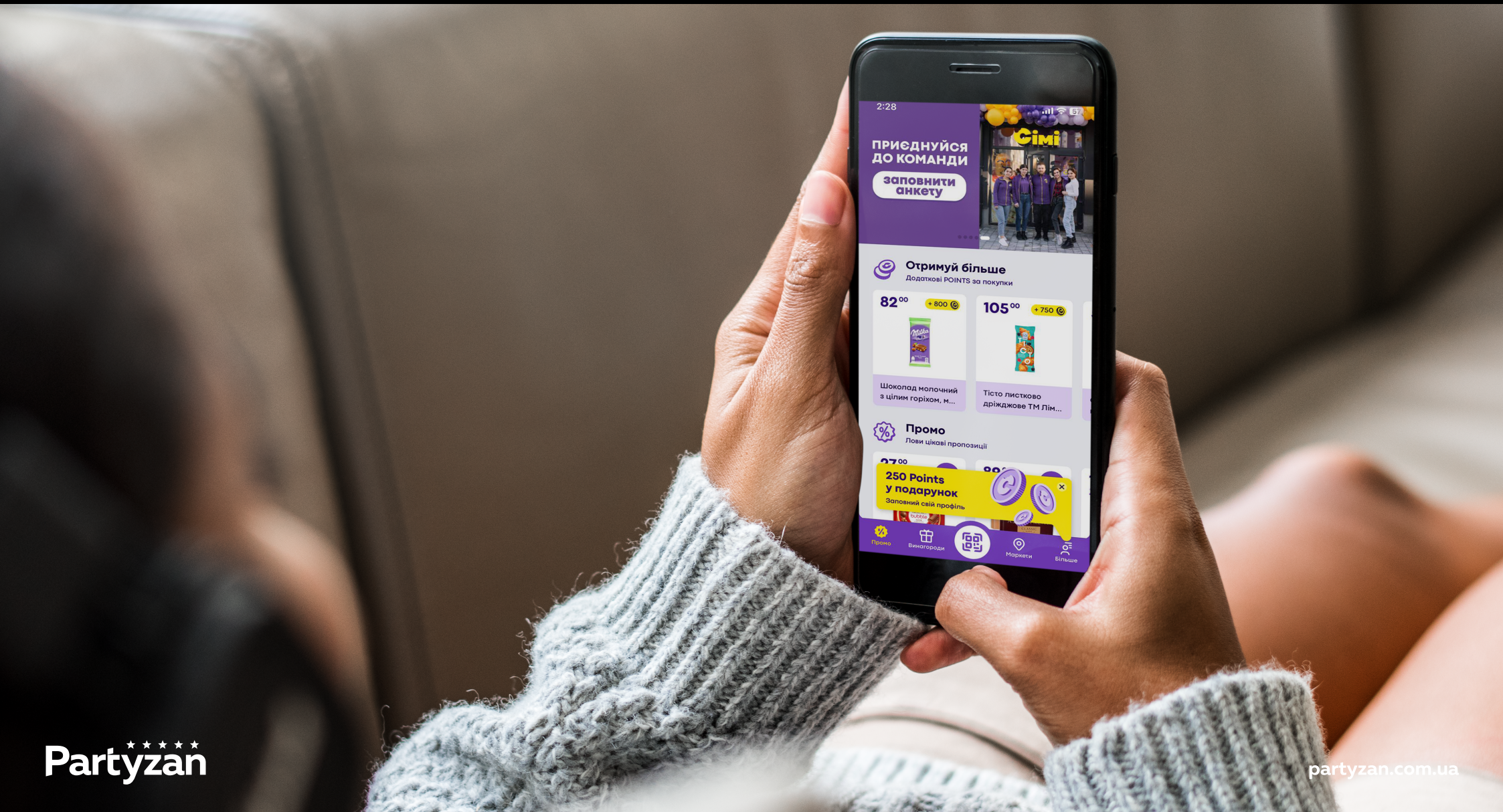


Partyzan

partyzan.com.ua

OMNISALES ARE GROWING

BUT SLOWLY



Partyzan

partyzan.com.ua

Convenience Grab-and-Go

Busy lifestyles were driving demand for convenient meal solutions, including ready-to-eat and grab-and-go options.

Food retailers were responding by increasing their selections of prepared foods, meal kits, and convenience-oriented snacks, often featuring healthier and more diverse choices to cater to evolving consumer



Partyzan

partyzan.com.ua

FOOD TRANSPARENCY

Consumers were increasingly interested in knowing where their food comes from and how it's produced.

Food retailers were responding by providing more information about sourcing, production methods, and ingredient sourcing, often through labeling initiatives, QR codes, or online platforms dedicated to transparency and traceability.



CUSTOMER AND EMPLOYEE EXPERIENCE ARE EQUALLY IMPORTANT

To attract talent and retain quality staff, Gartner advocates a more “human-centric” and less “transactional” management approach.



Partyzan

partyzan.com.ua

EXPERIENTIAL RETAIL

Food retailers were focusing on creating unique and immersive shopping experiences to differentiate themselves from competitors and attract customers.

This could include in-store events, cooking demonstrations, tasting stations, and interactive displays aimed at engaging and entertaining shoppers while they browse.



САМООБСЛУГОВУВАННЯ



ДОДАТКОВІ СЕРВІСИ







ПРОГНОЗИ ТРЕНДІВ FOOD РИТЕЙЛУ

E-commerce Dominance

Automation and Robotics

Personalization

Sustainability Initiatives

Integration of Health and Wellness

Augmented Reality and Virtual Shopping

Smart Stores and IoT Integration

Diverse Retail Formats

Globalization of Food Culture

Regulatory and Ethical Considerations



МИКОЛА ЖИЧУК

Директор з маркетингу

Partyzan Agency

+38 050 378 43 60

hello@partyzan.com.ua

www.partyzan.com.ua