

Корм для кошек подорожал на 5% к 2023 году, а для собак — на 13%

ИТ-Компания «Эвотор» проанализировала продажи зоокормов в несетевой рознице в 2024 году. Продажи в натуральном выражении выросли на 4%. Количество представленных брендов и потребителей сократилось, а доли лидеров снижаются. Кошатники чаще покупают влажный корм своим питомцам, чем собачники.

Корма для кошек

За 2024 год в несетевой рознице, по данным Эвотора, продажи корма для кошек в натуральном выражении (кг) увеличились на 4% к 2023 году.

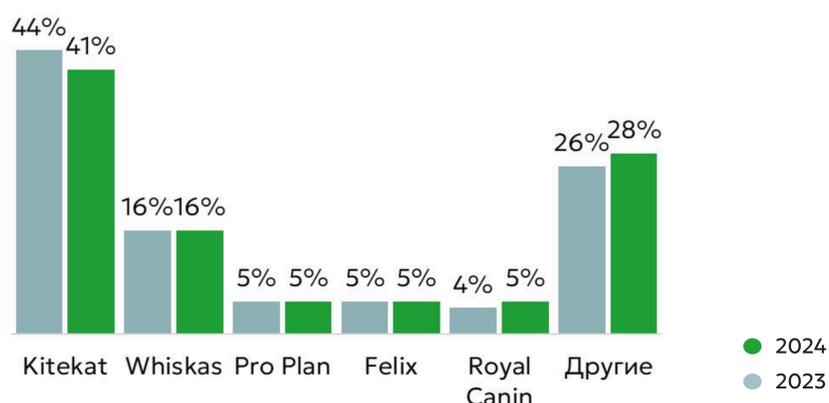
Средняя цена выросла на 5% до 450 рублей за 1 кг в декабре 2024 года. В Москве и Санкт-Петербурге в декабре 2024 года в среднем корм для кошек стоил 740 рублей за 1 кг, в Татарстане — 590 рублей, в ХМАО — 570 рублей, в Якутии — 540 рублей, в Тюменской и Новосибирской областях — 480 рублей, в Свердловской области и Приморском крае — 470 рублей, Ростовской и Самарской областях — 460 рублей, в Красноярском и Краснодарском краях — 430 рублей, в Нижегородской области — 420 рублей, в Челябинской области — 390 рублей, в Крыму и Пермском крае — 370 рублей, в Иркутской области — 360 рублей, в Калининградской области — 350 рублей, в Башкортостане — 310 рублей, в Оренбургской области — 300 рублей, а в Алтайском крае и Марий Эл — 230 рублей.

Популярные форм-факторы и бренды

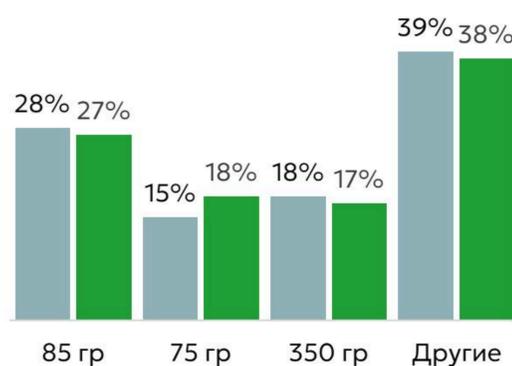
По данным Эвотора, доля продаж сухого корма в 2024 году составила 53% в натуральном выражении (54% — в 2023 году). На влажный корм, который часто покупают как лакомство, соответственно, пришлось 47% (в 2023 году — 46%). Самый популярный форм-фактор — пауч 85 грамм, его доля составила 27% (в 2023 году — 28%). На втором месте — также мини-формат влажных кормов весом 75 грамм с долей 18%, причем его доля выросла с 15% в 2023 году. Во многом это связано с тем, что влажный корм в маленьких упаковках (паучах) представлен не только в зоомагазинах, но и магазинах «у дома», где его часто покупают как лакомство для кошек. Торговых точек с кормами для кошек в ассортименте в 2 раза больше, чем с кормами для собак.

КОРМА ДЛЯ КОШЕК

Бренды, %



Форм-фактор, %



Данные: 2023, 2024. Источник: смарт-терминалы «Эвотор», традиционная торговля.

На третьем месте — сухой корм в небольшой упаковке, 350 грамм с долей 17% (в 2023 году —18%). Кроме того, в некоторых торговых точках сухой корм продается на развес.

Самый популярный бренд в несетевой рознице — Kitekat, однако его доля за год снизилась с 44% до 41%. На 2 месте — Whiskas, его доля в 16% за год не изменилась. Долю в 5% каждый занимают Pro Plan, Felix и Royal Canin. За год количество брендов, представленных в несетевой рознице снизилось со 157 в 2023 году до 150 в 2024 году. Производителей также стало чуть меньше: 90 в 2023 году, и 89 — в 2024 году.

Корма для собак

Продажи кормов для собак в несетевой рознице в 2024 году выросли на 4% к 2023 году.

Средняя цена за год выросла на 13% до 440 рублей за 1 кг в декабре 2024 года. В Москве средняя цена корма для собак составила 660 рублей за 1 кг, в Санкт-Петербурге — 588 рублей, в Свердловской области — 517 рублей, в Ростовской области — 485 рублей, в Хабаровском крае — 460 рублей, в Красноярском крае — 437 рублей, в Якутии — 431 рубль, в Краснодарском крае — 391 рубль, в Приморье - 389 рублей, в Иркутской области — 370 рублей, в Крыму — 334 рублей, в Челябинской области — 334 рубля, в Амурской области — 331 рубль, в Калининградской области - 325 рублей.

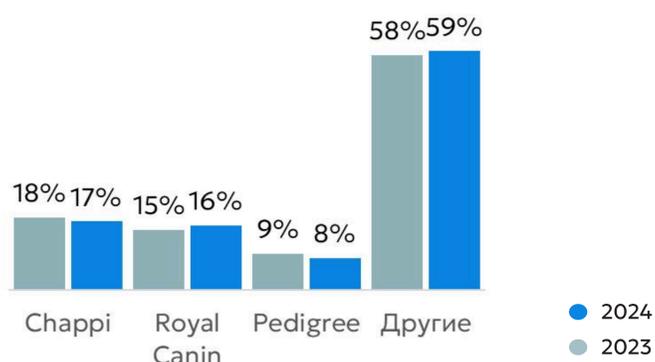
Популярные форм-факторы и бренды

Доля продаж сухого корма в натуральном выражении в 2024 году составила 78%, влажного — 22% (не изменилось с 2023 года). Больше всего покупают большие упаковки 15 кг — доля продаж в натуральном выражении 17% (не изменилось с 2023 года). На 2 месте — упаковки по 2 кг, с долей 8% (в 2023 году — 7%). На упаковки по 3 кг приходится 7% продаж в натуральном выражении (так же, как и в 2023 году). Доля паучей с влажным кормом 85 грамм снизилась с 8% в 2023 году до 7% в 2024 году. И упаковки 600 грамм сохранили долю в 7%.

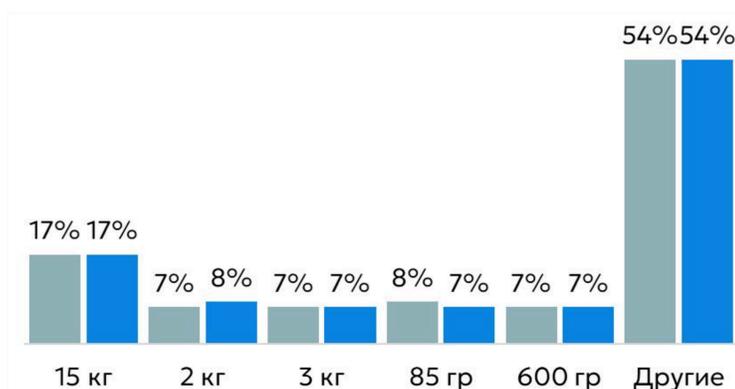
За год количество представленных в несетевой рознице брендов снизилось со 159 в 2023 году до 144 в 2024 году, а производителей — с 87 в 2023 году до 79 в 2024 году. Доля лидера — Chappi — сократилась с 18% в 2023 году до 17% в 2024 году. Наоборот, Royal Canin вырос за год с 15 до 16%. Доля Pedigree снизилась с 9 до 8%.

КОРМА ДЛЯ СОБАК

Бренды,%



Форм-фактор,%



Данные: 2023, 2024.
Источник: смарт-терминалы «Эвотор», традиционная торговля.

«Рынок зоокормов меняется, перераспределяются доли: лидеры теряют свои позиции в пользу небольших производителей. При этом количество брендов в ассортименте сокращается. Растут продажи в натуральном выражении и доля на рынке влажных кормов (паучей), которые покупают в качестве лакомства не только в зоомагазинах, но и в магазинах «у дома». При этом увеличивается спрос на пачки в маленьких форматах (75 гр.)», — прокомментировала Полина Тюрина, руководитель big data Эвотора.

Кошатники vs собачники

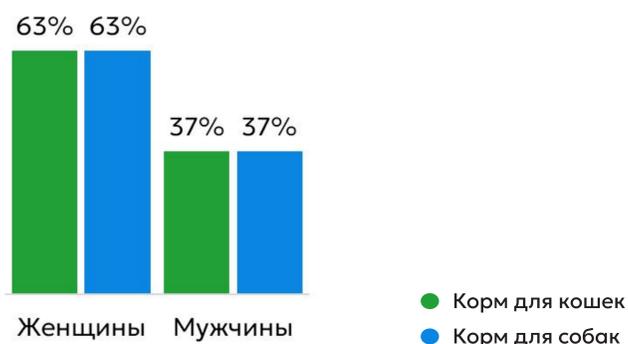
В 2024 году среди покупателей зоокормов в несетевой рознице, по данным платформы Эвотор для аналитики покупательского поведения Evo People Panel, 72% покупали корм для кошек, 23% — для собак и 5% — и для собак и для кошек

Портрет покупателя отчасти похож, с небольшими различиями. Так, соотношение женщин и мужчин среди них одинаковое: 67% — женщины, 37% — мужчины. Среди тех, кто покупает корма для кошек, больше родителей (41%), чем среди покупателей корма для собак (28%). Среди родителей 42% владельца кошек и собак, воспитывают детей 3-6 лет.

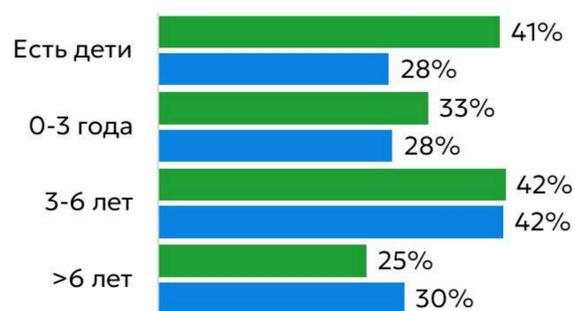
Больше всего покупателей в возрасте 45-59 лет: 40% — собачников, 36% — кошатников. Доход большинства покупателей корма для кошек (45%) и собак (40%) варьируется от 19 до 45 тыс. рублей в месяц.

ПОРТРЕТ покупателя зоокормов

Пол,%



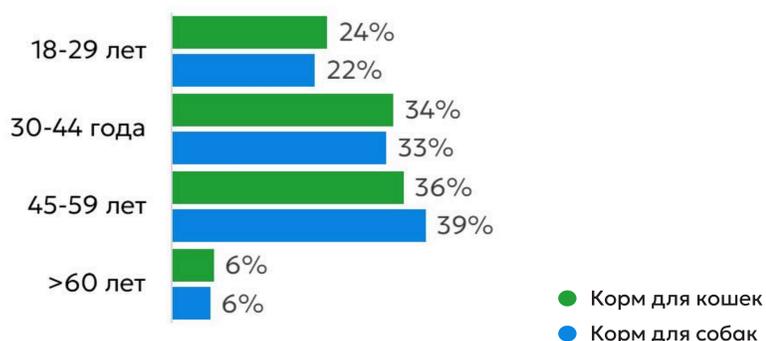
Наличие и возраст детей,%



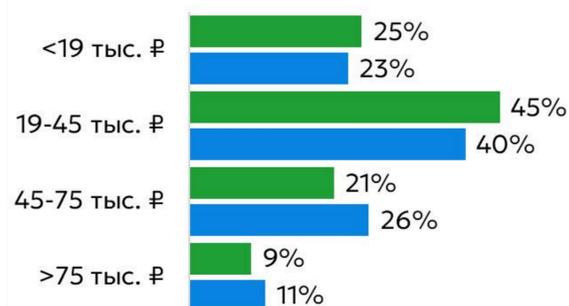
Данные: 2024.
Источник: смарт-терминалы «Эвотор», традиционная торговля.

ПОРТРЕТ покупателя зоокормов

Возраст,%



Доход,%



Данные: 2024.
Источник: смарт-терминалы «Эвотор», традиционная торговля.

Методика

Для анализа использовались агрегированные обезличенные данные продаж со смарт-терминалов «Эвотор» с продажами зоокормов в 2024 и 2023 году. Рассчитывались следующие показатели: средняя цена за 1 кг, объем продаж в натуральном выражении в пересчете на точку и динамика год к году и др. показатели. Для составления социально-демографического портрета покупателя использовались данные собственной аналитической панели Эвотора — EvoPeople Panel. Телеграм-канал https://t.me/evotor_analytics
ИТ-компания «Эвотор» — разработчик и производитель кассовой техники и ПО. <https://evotor.ru/>