

Анализ рынка ЭКО-магазинов

Работу выполнила студентка группы 20-Р-2:
Алишанова Элона

Объём рынка

В ходе исследования, проведенного NeoAnalytics на тему «Российский рынок органических продуктов: итоги 2019 г., прогноз до 2022 г.», выяснилось, что 2019 г. был крайне удачным для рынка, прирост объема по итогам года составил 46,3% на фоне динамики оборота розничной торговли в 6,3%.

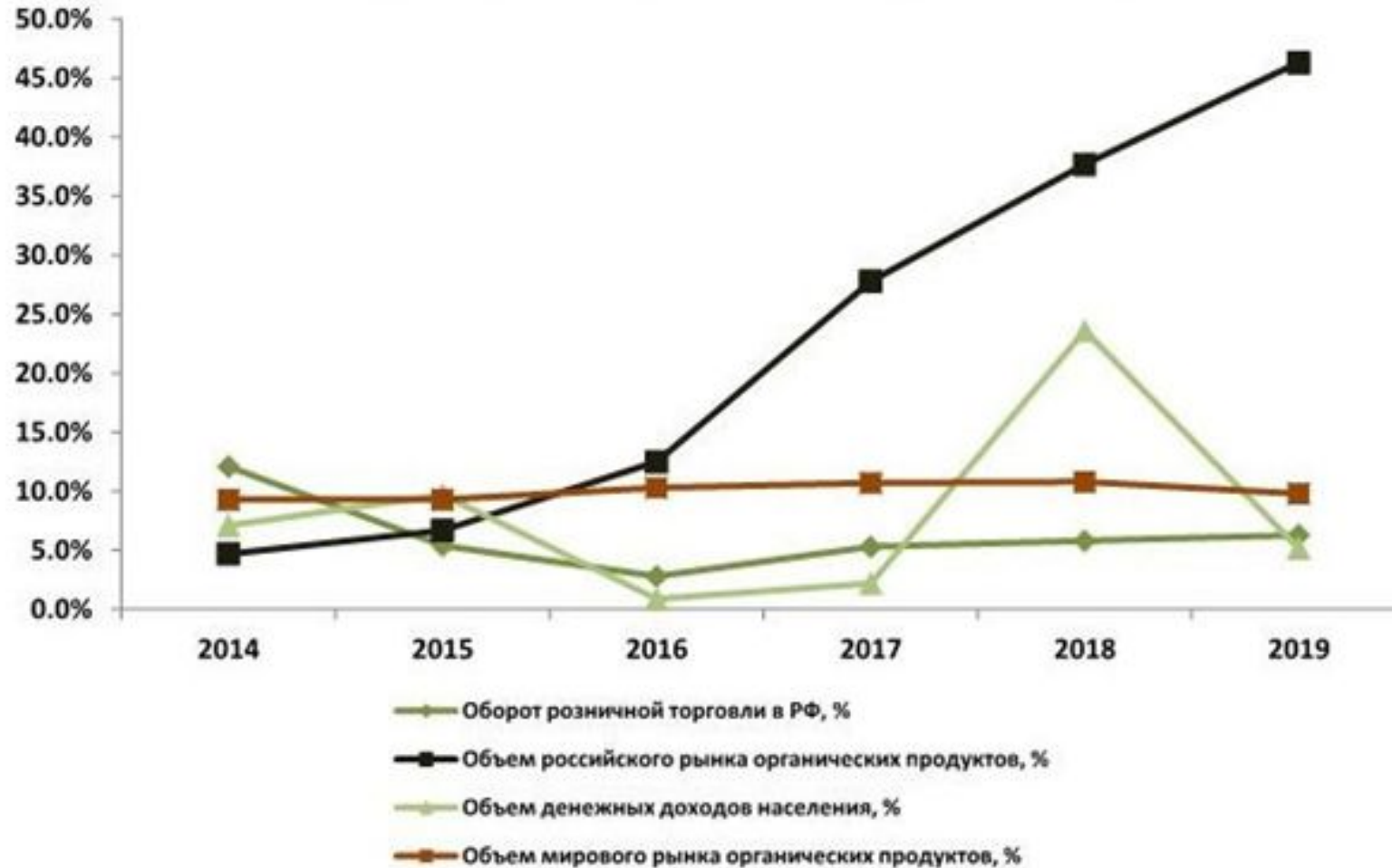
Данный показатель является рекордным для рынка в ретроспективе последних 5-ти лет. Кроме того, темпы роста мирового рынка значительно уступают российским аналогам.

Российский рынок органического производства в настоящее время активно развивается. Основными факторами, влияющими на развитие рынка, являются популяризация здорового образа жизни и употребление экологически чистых продуктов питания.



Объём рынка

Рис. 1. Динамика российского рынка органических продуктов на фоне основных макроэкономических индикаторов в РФ, 2014-2019гг., %



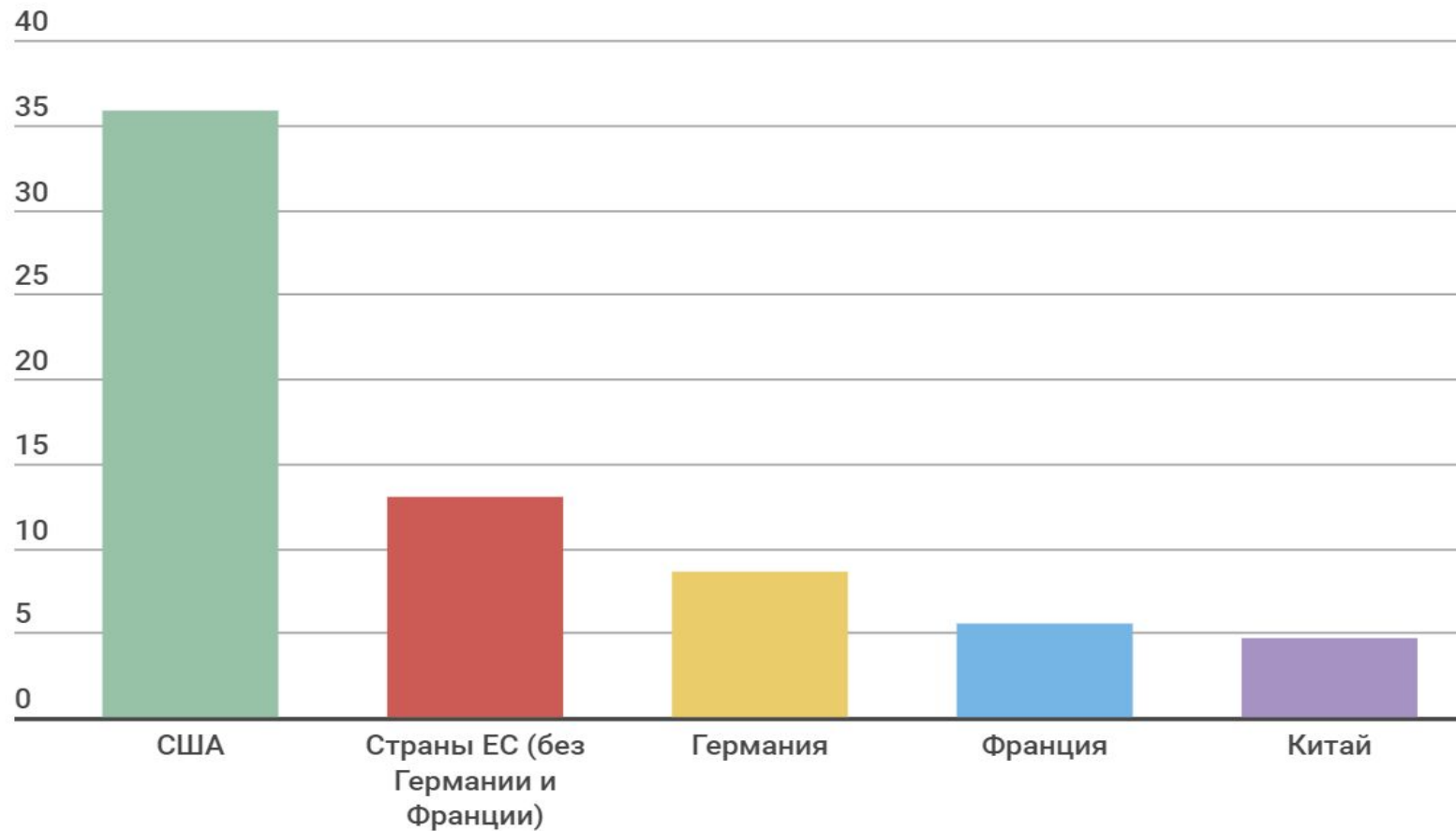
Объём рынка

Объём рынка, согласно последнему исследованию FiBL и IFOAM, пока остается низким и составляет €120 млн (около 7 млрд рублей), а потребление экопродуктов на душу населения — €0,8 (около 48 рублей). Между тем тенденция к росту по этим параметрам прослеживается и у нас. В 2015 году в РФ более 385 тыс. га сельхозземель были задействованы в производстве органической продукции. Страна вошла в десятку государств с самым большим ростом этого сектора, обогнав Филиппины, Италию и Мадагаскар.



Как развивается рынок экопродуктов в мире

Крупнейшие рынки сбыта экопродуктов, млрд евро в год



Как развивается рынок экопродуктов в России

Несмотря на то, что сегодня, согласно санитарно-эпидемиологическим нормативам, использовать термин "экологически чистый" на упаковке продукта без оснований нельзя, существуют многочисленные маркировки и сертификаты, заявляющие о том, что данный продукт изготовлен без использования пищевых добавок, синтетических удобрений и ГМО. Разобраться в них потребителю сложно, что дает возможность недобросовестным производителям обманывать покупателей с помощью такого явления, как *greenwashing* (буквально — "зеленое отмывание").



Перечень основных игроков рынка в России

ECOFOOD SLIM
(интернет)

ECOFOOD SLIM

Bionica

Bionica
(Нижний Новгород)

biofam.ru
СУПЕРМАРКЕТ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ

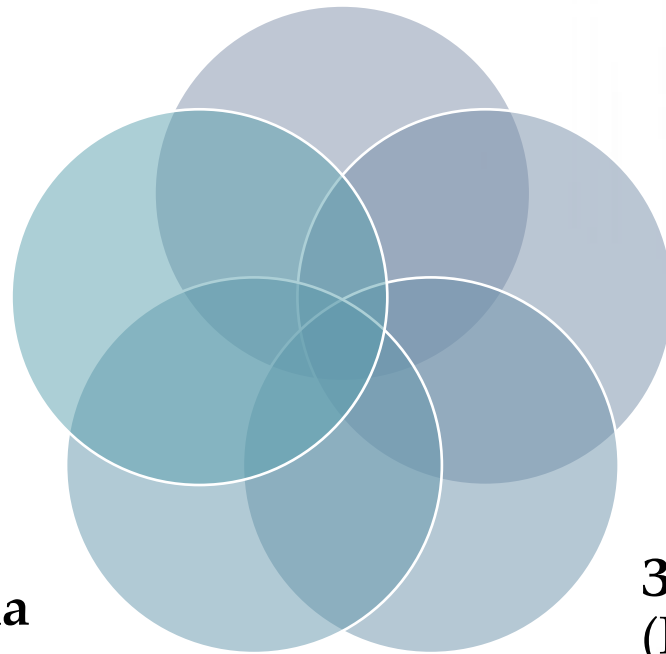
Biofam.ru
(Екатеринбург)



Папина лавка
(Воронеж)

ЗДРАВЫЙ ОБРАЗ

Здоровый образ
(Москва, Санкт-Петербург)



Лучшие эко-магазины в Калининграде



Компас
здоровья



ZW
STORE

Эко
Маркет



Перечень важнейших выгод «Компас здоровья»

Частые и значительные скидки на товар

Удобное месторасположение в каждой точке города

Огромный продуктовый ассортимент

Есть косметические средства

Есть препараты для здоровья

Есть подарочные сертификаты

Предоставляет продукцию около 200 брендов

Есть товары для дома

Есть детское питание

Бесплатная доставка по Калининграду от 1000р и по России от 3000р

Есть бонусная программа

Есть уходовые средства

Есть возврат товара

Цены ниже среднего по Калининградской области



Перечень важнейших выгод «Эко Маркет»



Есть товары для дома

Удобное месторасположение в центре города

Бесплатная доставка по Калининграду и области от 1500р

Есть товары для дома

Есть косметические средства

Цены ниже среднего по Калининградской области

Есть подарочные наборы

Есть товары для детей

Есть антисептики

Есть уходовые средства

Есть органические продукты

Есть эко-сумки

Делают разбор состава для любого продукта

Интересное ведение страницы в Instagram

Перечень важнейших выгод «ZW STORE»

- Принимают органику, макулатуру, полимерные отходы, алюминиевые и жестяные банки, ткань от зонтиков, стеклянные банки, картон, щетки от туши для глаз
- Вместо полиэтиленового пакета продают мешочки из фатина
- Вместо пластиковых трубочек продают железные трубочки
- -10%, если люди покупают крупы в свою тару
- Есть вещи из конопляного полотна
- Огромный ассортимент круп
- Веганские сладости
- Есть товары для дома



- Средние цены по Калининграду
- Есть косметические средства
- Начали сотрудничать с «tastylab green», «Белый слон», «Кафе карусель», «Кофе кактус», «Телеграф», «Хвоя бар», «ТсТ кофейня», «Вижу coffee», «city coffee», «Lady green», «Kaffein» и выбили скидку -10 – 15% на напитки с собой в одноразовую кружку
- Доставка 150р по Калининграду на любую сумму
- Есть эко-библиотека
- Товары без одноразовой упаковки
- Интересное ведение страницы в Instagram
- Есть многоразовые бахилы
- Есть эко-сумки

Уникальность и банальность продуктов/услуг «Компас здоровья»

Уникальность:

Препараты для здоровья
на основе масел и трав

Низкобелковые каши

Натуральная косметика

Банальность:

Органические продукты

Уходовые и
косметические средства с
хорошим составом

Продают эко-мочалки

Уникальность и банальность продуктов/услуг «Эко Маркет»

Уникальность:

Натуральная косметика

Бытовая НЕ химия

Гипоаллергенные товары
для детей

Банальность:

Органические продукты

Уходные и
косметические средства с
хорошим составом

Уникальность и банальность продуктов/услуг «ZW STORE»

Уникальность:

Принимают органику, макулатуру, полимерные отходы, алюминиевые и жестяные банки, ткань от зонтиков, стеклянные банки, картон, щетки от туши для глаз для переработки

Товары без одноразовой упаковки

Продают металлические бритвы и трубочки, мимикаки

Есть эко-библиотека

Банальность:

Органические продукты

Сумки ручной работы

Эко-косметика

Продают эко-мочалки

Продают твердый шампунь

Примеры нестандартных решений в продвижении на данном рынке

Организация	Примеры
Компас здоровья	<ol style="list-style-type: none">1. Предоставляет продукцию около 200 брендов, на сайте которых указан магазин «Компас Здоровья» указан в ссылке приобретения
Эко Маркет	<ol style="list-style-type: none">1. Продвигается через блогеров2. Сотрудничают с косметологами Калининграда, которые на приеме дают визитку Эко Маркета
ZW STORE	<ol style="list-style-type: none">1. Акция для продвижения «Экодвор» - Принимают органику, макулатуру, полимерные отходы, алюминиевые и жестяные банки, ткань от зонтиков, стеклянные банки, картон, щетки от туши для глаз для переработки2. Начали сотрудничать с «tastylab green», «Белый слон», «Кафе карусель», «Кофе кактус», «Телеграф», «Хвоя бар», «ТсТ кофейня», «Вижу coffee», «city coffee», «Lady green», «Kaffein» и выбили скидку -10 – 15% на напитки с собой в одноразовую кружку, после чего покупателям дают визиту ZW STORE

Примеры нестандартных решений в продвижении на данном рынке



Примеры нестандартных решений в продвижении на данном рынке



Примеры нестандартных решений в продвижении на данном рынке



Примеры нестандартных решений в продвижении на данном рынке



Перечень потребительских сегментов на данном рынке

- Два главных критерия, по которым люди предпочитают экологию и органику — это внесение вклада в поддержку окружающей среды и польза для собственного здоровья. Такие варианты отметили 64 и 65% опрошенных.



- Чуть меньше, около 50%, подтвердили что их прельщают отсутствие тестов на животных.
- Главным показателем того, что товар действительно является экологичным служит особая маркировка или знаки, так считают 78% людей. При этом, лишь четверть всех опрошенных сказали, что разбираются в этих знаках.

Перечень потребительских сегментов на данном рынке

90% тех, кто покупает экологические товары также имеет и иные аналогичные привычки заботы о себе и об окружающем мире, например, использует сумки вместо одноразовых пакетов, экономит природные ресурсы, сдает мусор на переработку и т. д.

Из всех «зеленых» товаров самым большим спросом пользуются продукты питания, за них отдали голоса более 83 респондентов. Дальше идут бытовая химия (более 74%) и косметика (более 63%).



ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ЗНАКИ, ВЫЗЫВАЮЩИЕ У ПОТРЕБИТЕЛЯ НАИБОЛЬШЕЕ ДОВЕРИЕ



“Листок жизни” и EU Ecolabel - экологичное производство и добыча сырья, качество и безопасность продукции, грамотная утилизация. Оценка по всему жизненному циклу продукта.

EU Organic - подтверждает соответствие европейскому стандарту органического сельского хозяйства.

FSC - бережное лесопользование. Используется для древесного сырья и упаковки.

BDIH - экологичное производство, отсутствие опасных компонентов, косметика не тестируется на животных.

ICEA - экологичное производство, отсутствие опасных компонентов, перерабатываемая упаковка.

ПОРТРЕТ ТИПИЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ ЭКОТОВАРОВ

Возраст 18-35 лет
Чаще без детей
Образование высшее
Работает менеджером, учится или фрилансер

Интересуется туризмом, путешествиями, ЗОЖ,
занимается спортом, увлекается музыкой,
рукоделием и кулинарией.

Главные мотивы покупки экотоваров: забота
об окружающей среде, польза для здоровья.

- Ходит в магазин с экосумкой
- Покупает экотовары
- Ориентируется в экомаркировках
- Сдаёт батарейки
- Старается брать меньше пакетов
- Экономит электроэнергию и воду
- Знает про отдельный сбор отходов
- Имеет и другие экопривычки



Общие тенденции, более всего влияющие на данный рынок

Доля продаж исследуемых товаров в денежном выражении

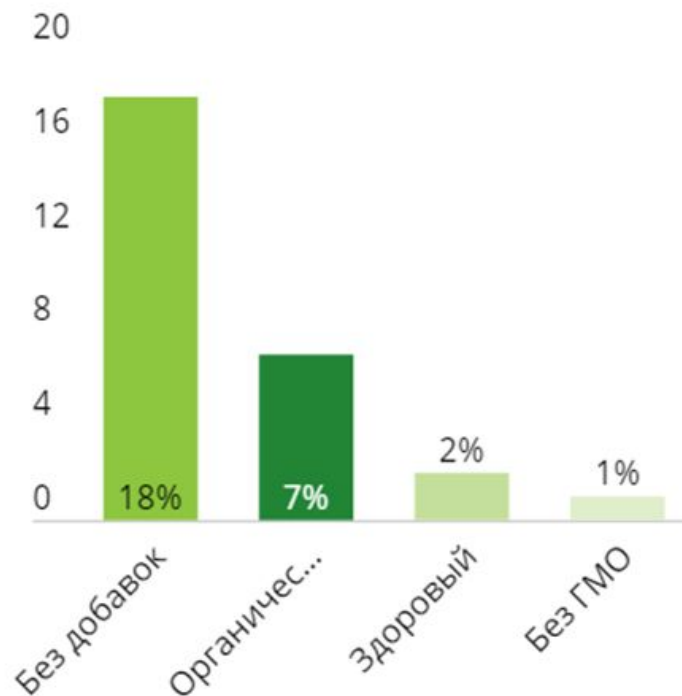


Наиболее распространенные обозначения на упаковках



Общие тенденции, более всего влияющие на данный рынок

- Потребители чаще всего покупают товары с обозначением «без добавок» — они составляют почти пятую часть от рассмотренных (18%) в денежном выражении. Второе место по объемам продаж занимают продукты с уже ставшими традиционными обозначениями — «био», «натуральный», «эко», при этом данный сегмент демонстрирует одни из наиболее высоких темпов роста — 39% в денежном выражении по сравнению с прошлым годом. Лидерами по темпам роста также являются продукты с указаниями «без глютена» (25%), «без ГМО» (50%), «для веганов» (102%).



Особенные факторы, влияющие на данный рынок

- Согласно определению Международной федерации движений за органическое сельское хозяйство (IFOAM), в основе производства органических продуктов лежат четыре главных принципа:



История отрасли/рынка



Спасибо за внимание! Будьте здоровы!

