

**Итоги и тренды 2025 года.
Прогнозы и перспективы на
2026
Рынки ритейла, FMCG, e-com**

ДАМИР ГУБЕЙДУЛИН

Москва
30 марта 2026 г.

Содержание

- Итоги 2025 года
- Потребительские тренды
- Перспективы рынка food ритейла и FMCG

Retail: главное.

Альфа Банк подготовил исследование по рынку российского ритейла и е-кома, собрал самое важное:

- темпы роста продовольственной розницы в 2026 году упадут с 12,1% до 6,6%, выигрывают только крупные FMCG-ритейлеры, имеющие возможности заключать долгосрочных контрактов с поставщиками и открывать новые магазины
- в непродовольственной рознице динамика flat (8% в 2025 и 7,4% в 2026)
- е-ком вырастет на 21% YoY
- ключевыми факторами развития розницы станут давление на маржу, рациональные покупки, ИИ и роботизация

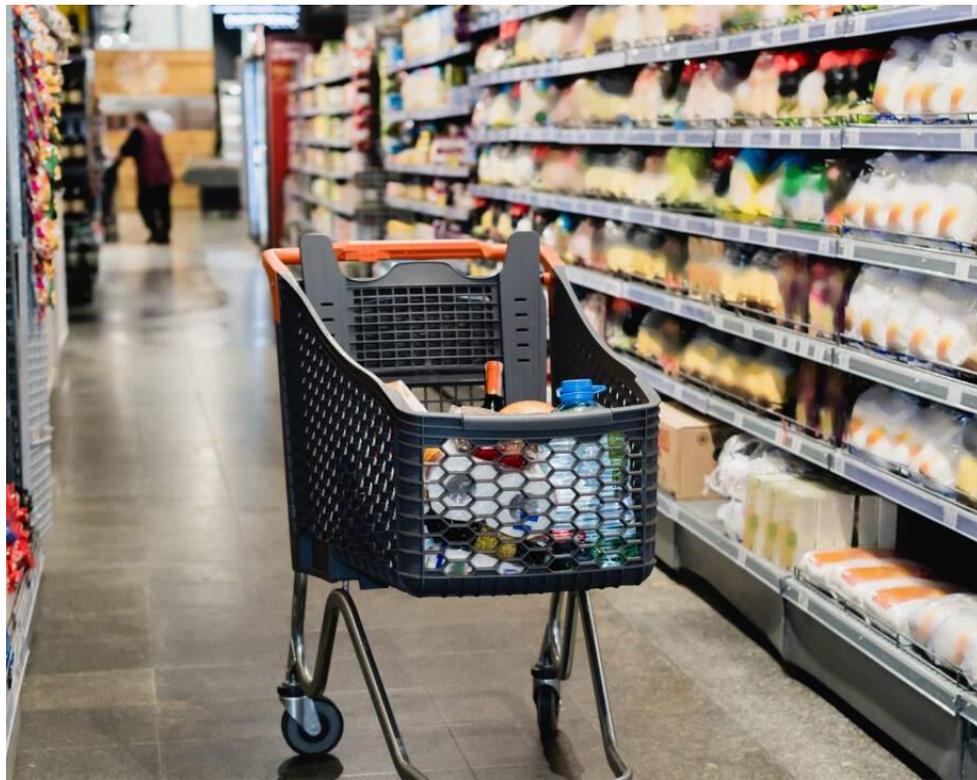
Прогнозы на 2026 год по сегментам:

- FMCG: +7-7,5% YoY, стабильная доля в расходах, рост доли е-кома в продовольственной рознице до 6,5-7%
- БТиЭ: +5-5,5% YoY, снижение доли в расходах
- Fashion: +7,5-8% YoY, стабильная доля в расходах
- Ювелирка: +14-14,5% YoY, увеличение доли в расходах
- DIY, мебель и товары для дома: +4-4,5% YoY, снижение доли в расходах

Оффлайн розница сокращается:

В России сокращается количество офлайн-магазинов — впервые за 25 лет. Только в Москве к началу 2026 года работало на 4500 магазинов меньше, чем в начале 2025 года, в Петербурге за тот же период стало меньше на 3000 магазинов. Это касается всех торговых точек — от продуктовых магазинов у дома, супермаркетов и киосков с фруктами до салонов связи и магазинов одежды.

Причины связаны с обострением проблем у бизнеса, управляющего офлайн-магазинами, — наступлением маркетплейсов, ростом себестоимости торговли, налоговыми изменениями, и все это — на фоне снижения потребления и высокой продуктовой инфляции.



DIY Retail



Темпы роста рынка DIY сократились с 27,4% YoY в 2024 до 13,2% YoY в 2025

Ключевые цифры от Infoline:

- выручка топ-11 ритейлеров в DIY по итогам 2025 составила 2,01 трлн рублей (весь рынок около 6,5 трлн руб??)
- самым быстрорастущим каналом продаж оказались МП, +42,5% YoY
- Ozon в DIY вырос на 42,5% YoY до 458,5 млрд рублей, WB – на 47,9% YoY до 358 млрд, Я.Маркет – на 12,8% до 50,9 млрд
- доля МП в структуре продаж DIY составила 13,3%, + 3,7 п.п. YoY
- у лидера DIY Лемана ПРО сокращение выручки на 6% YoY до 550 млрд рублей
- падение демонстрируют и другие сети: Строительный двор (-3,4% YoY), Максидом (-13,9% YoY), ОБИ aka Дом Ленты (-16,4% YoY), Стройляндия (-2,6% YoY)

Видим 2 тренда:

- 1) покупать стали меньше (потому что ипотека и строительные работы слишком дорогие)
- 2) покупать стали чаще в е-коме, а конкретно на универсальных МП (потому что удобно)

E – COM 2025



Совокупные продажи Wildberries, Ozon и «Яндекс Маркета» в 2025 году составили 8,59 трлн руб., прибавив год к году 32,2% (версия Infoline). Это существенно ниже динамики за 2024 год — 56,2% год к году. Data Insight предварительно оценивают совокупные продажи платформ в 8,3 трлн руб. Рост год к году 25%. В 2024 году значение оценивалось в 53%.

На резкое снижение роста могли повлиять три фактора: 1) общее торможение рынка и падение спроса 2) платформы уже слишком большие для бешеного роста 3) политика маркетплейсов в отношении селлеров.

Итоги 2025 года. Food retail

Объём всей розницы в 2025 составил 61,7 трлн рублей (+10% YoY), прогноз на 2026 — 65,6 трлн (+7% YoY)

РОМИР: Рынок розничной торговли. Тренды и вызовы 2026 года

- Средние траты на FMCG выросли на 14%, однако происходит это за счет роста среднего чека (+12%), а не количества товаров в корзине — число позиций в чеке снизилось на 14%.
- Покупатели используют все больше каналов покупок: с 8,7 каналов в 2022 году до 11,2 в 2025 году.
- Онлайн-покупки сопровождаются более крупной корзиной — средний чек около 1223 Р, что примерно на 15% выше офлайн-покупок.
- Самую большую долю FMCG-рынка в России занимают магазины у дома — 31,8%. Далее -супермаркеты (13,6%), гипермаркеты (12,1%) традиционная торговля (11%).
- Онлайн-канал также продолжает усиливать позиции: e-grocery уже занимает 9,6% рынка, постепенно увеличивая свою долю в структуре розничных продаж.

Основные тренды:

- Умное потребление — смещение в сторону «рационального выбора»
- Усиление конкуренции за время, кошелек и доверие покупателя
- Фокус на комплексное ценностное предложение с таргетом на «свою» аудиторию.
- Россияне все чаще готовы экономить на крупных покупках и развлечениях — например, на недвижимости, автомобилях, алкоголе или технике. Зато товары базовой корзины остаются приоритетом: продукты питания, лекарства, средства гигиены и фрукты.

Итоги 2025 года. Food retail

Рынок современной розницы консолидируется за счет лидеров

Доля в деньгах, %

По
Федеральным
округам

87

Центральный
Федеральный округ

86

Северо-Западный
Федеральный округ

85

Приволжский
Федеральный округ

84

Южный
Федеральный округ

83

Уральский
Федеральный округ

81

Сибирский
Федеральный округ

80

Дальневосточный
Федеральный округ

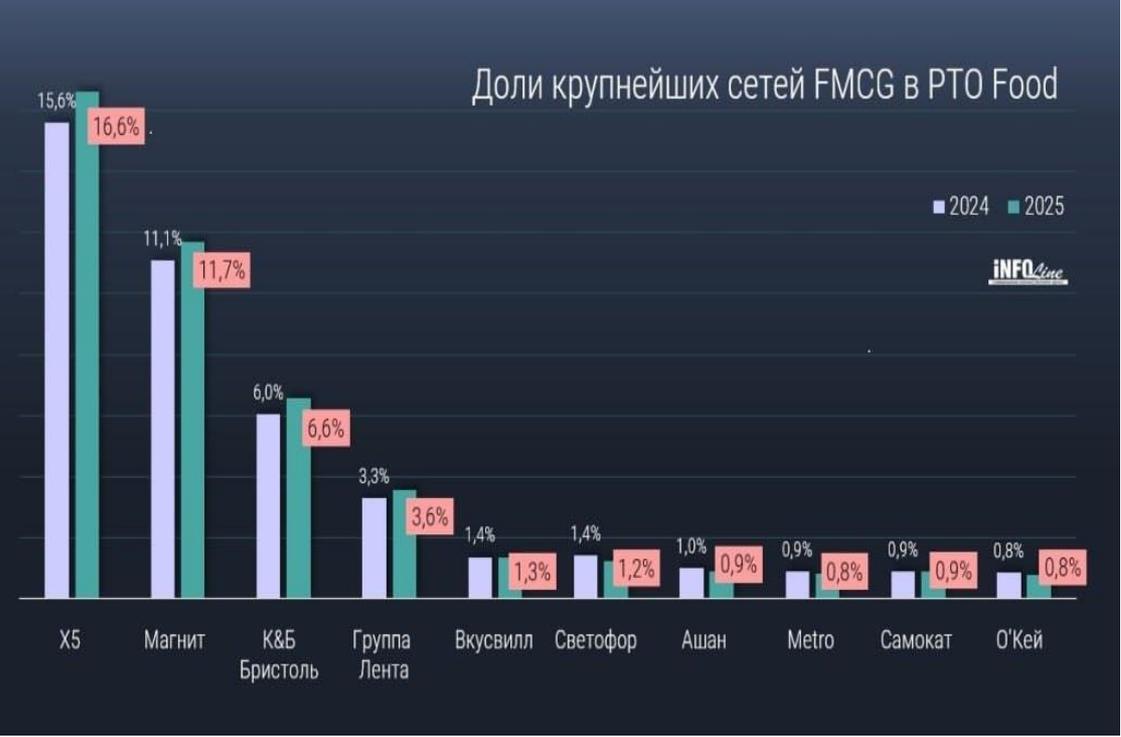
Доля современной торговли
по категории FMCG

85

МАТ НОЯБ'25



Food retail: лидеры рынка



Совокупная выручка топ-10 фудовых ритейлеров в 2025 году составила 12,7 трлн рублей

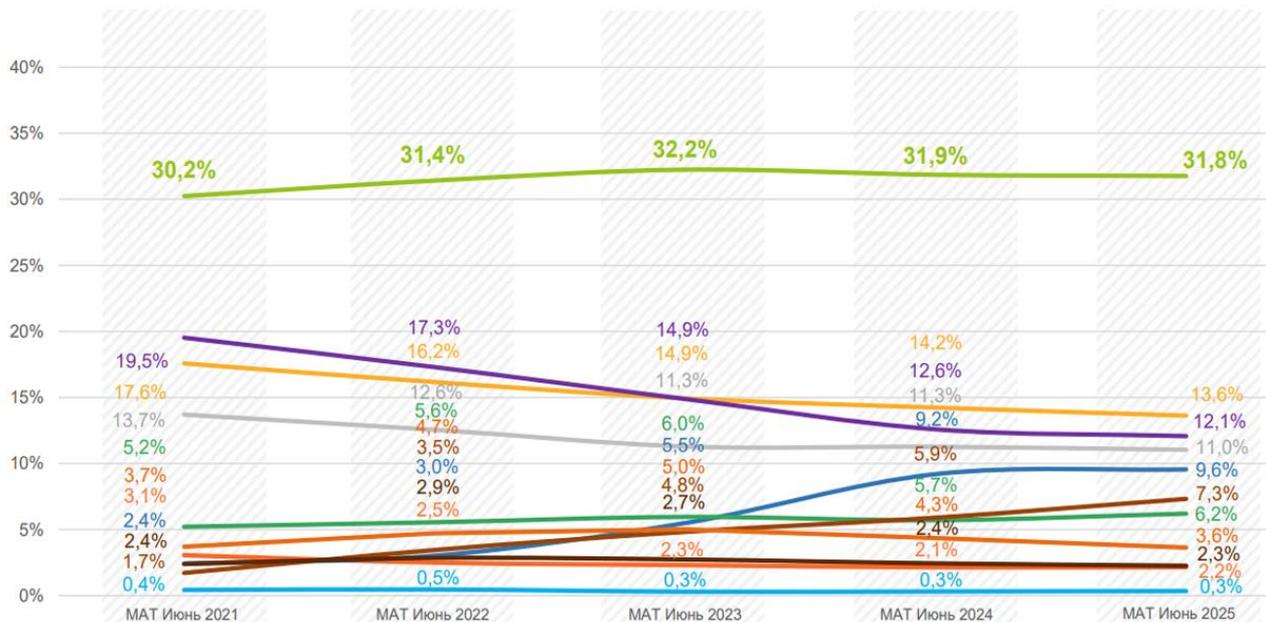
Лидеры по доле рынка (данные InfoLine):

- 1) X5 — 16,6%
- 2) Магнит — 11,7%
- 3) КБ и Бристоль — 6,6%
- 4) Группа Лента — 3,6%
- 5) ВкусВилл — 1,3%

Самокат — единственный представитель чистого е-кома в рейтинге, его выручка за год выросла на 12,3%, а доля в РТО сохранилась на уровне 0,9%.

Итоги 2025 года. Food retail

FMCG-Food: Россия Доля рынка по каналам, %



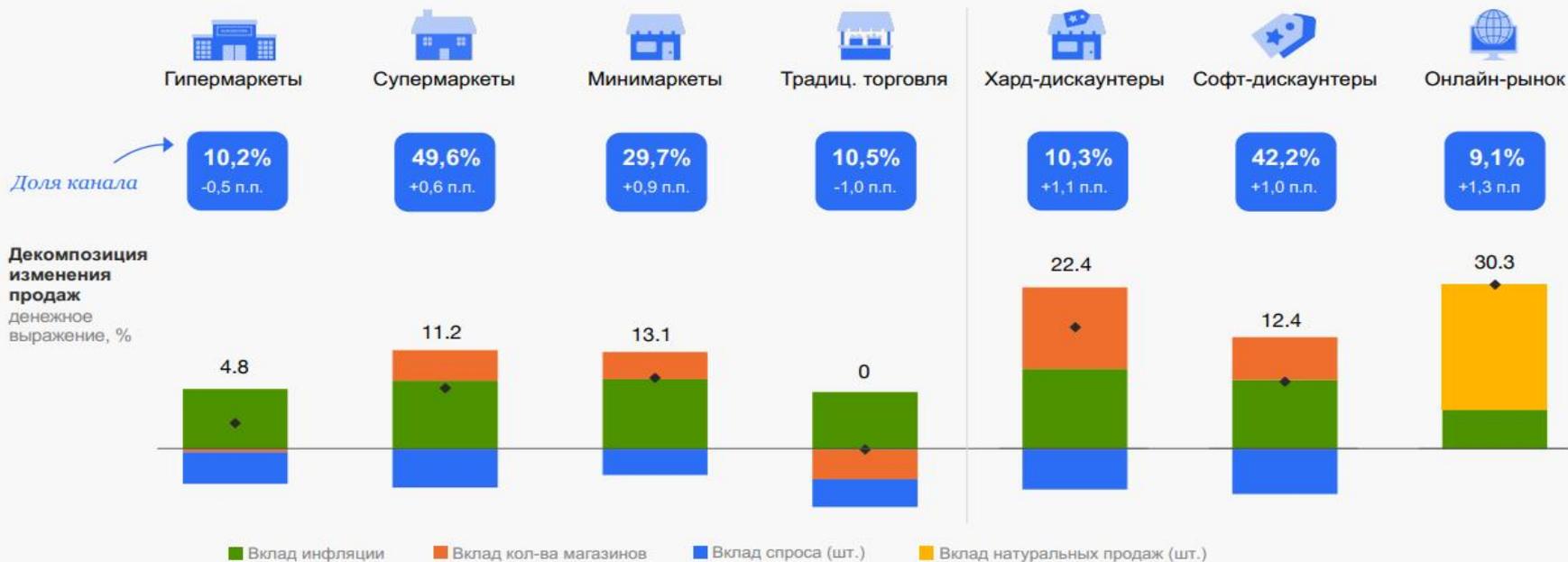
Доля каналов в 2025 году

Магазины у дома	31,8
Супермаркеты	13,6
Гипермаркеты	12,1
Традиционная торговля	11
E-Grocery	9,6
Локальные хард-дискаунтеры	7,3
NoReCa	6,2
Алкомаркеты	3,6
Федеральн. хард-дискаунтеры	2,3
Несетевые минимаркеты	2,2
Сетевые минимаркеты	0,3

Итоги 2025 года. Food retail

Одновременно трансформируется и роль каналов продаж

Онлайн-рынок и жесткие дискаунтеры показывают самые высокие темпы роста — но каждый по своей причине



Источник: ритейл-аудит Нильсен (продажи сопоставимых категорий на уровне национального аудита (180 торговых сетей и ручной аудит каналов традиционной торговли + онлайн-рынок FMCG). Без учета алкоголя и табака. Период: полный 2025 г.

Дискаунтеризация ритейла

Жёсткие дискаунтеры уже заняли 15,7% торговых площадей топ-200 FMCG России. Формат растёт, но темпы резко снижаются — рынок выходит из фазы экспансии.

Что происходит с площадями

По данным INFOline, динамика прироста торговых площадей выглядит так:

- 2022 — 1 097 тыс. кв. м
- 2023 — 838 тыс. кв. м
- 2024 — 440 тыс. кв. м
- 2025 — 193 тыс. кв. м

После пика 2021–2022 годов рост фактически замедлился в 5 раз.

Что происходит с магазинами

По числу новых точек динамика тоже меняется:

- 2023 — 2 140
- 2024 — 1 425
- 2025 — 1 236

Сети продолжают открываться активно, но уже точечной экспансии

- меньше капиталоемких объектов
- осторожность в инвестициях

Жёсткий дискаунт из “фазы захвата” перешёл в “фазу оптимизации”.

Как выглядит рынок сейчас

Структура торговых площадей топ-200 FMCG-ритейлеров:

- мягкие дискаунтеры — 48,3%
- жёсткие дискаунтеры — 15,7%
- магазины у дома — 15,5%
- гипермаркеты — 12,4%
- супермаркеты — 8,1%



Дискаунтеризация ритейла

Сразу несколько факторов:

- замедление спроса
- давление инфляции
- конкуренция ритейлеров
- исчерпание локаций для открытия

НО! Фактор и кейс Светофора

Один из крупнейших игроков показал:

- выручка — 394,43 млрд руб.
- динамика — -3%
- закрытие части магазинов
- давление проверок
- конкуренция

Кто растёт?

Лидеры сегмента по динамике:

- *Чижик — 417,5 млрд руб., +67,3%
- *Победа — +28,4%
- *Моя цена/Первый выбор 49,7%
- *Smart + 33,1%

Что происходит?

Экспансия за счёт открытия новых магазинов перестаёт быть главным драйвером.

Параллельно усиливается давление со стороны классических сетей - Пятёрочка и Магнит:

- активно используют промо и выравнивают цены
- частично заходят в модель мягкого дискаунта

Это размывает границу между форматами и рынок жёстких дискаунтеров упёрся не в спрос, а в модель роста.

Долгое время драйвером была простая логика: открыть больше точек, зайти в новые регионы и быстро нарастить оборот

Сейчас эта модель начинает давать сбой: заканчиваются хорошие локации, растёт конкуренция внутри самого сегмента, классические сети адаптируются и забирают часть ценового преимущества.

Плюс меняется сам потребитель.

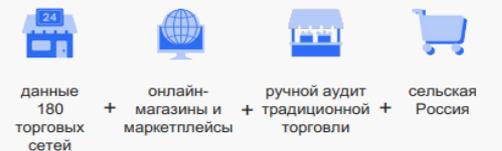
Он всё ещё экономит, но уже не готов мириться с плохим ассортиментом неудобной локацией и низким качеством товаров и сервиса

В результате рынок входит в следующую фазу:

- замедление экстенсивного роста
- усиление конкуренции
- борьба за качество при сохранении низкой цены

Итоги 2025 года в FMCG

Динамика рынка FMCG — итоги 2025 года



11,7%

на столько выросли продажи товаров повседневного спроса в 2025 году

из каких факторов формировался результат?

Динамика продаж FMCG и влияние факторов, %



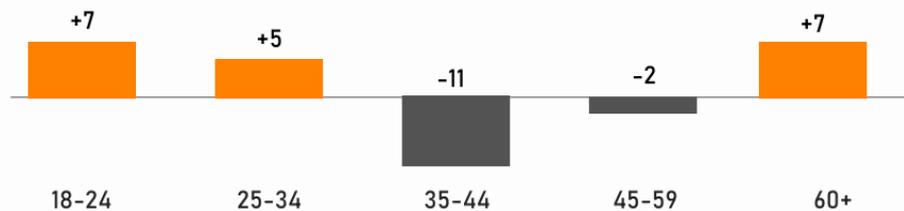
После рекордного всплеска уровня потребления предыдущих лет на фоне увеличения располагаемых доходов рынку становится все сложнее расти — динамика замедляется почти во всех категориях

Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 торговых сетей и ручной аудит каналов традиционной торговли, включая данные сельской России, измерения онлайн-рынка). Вклад инфляции = вклад от изменения цены за упаковку, вклад реального спроса = вклад от изменения натурального товарооборота (упаковки). Период: полный 2025 год к прошлому году.

Итоги 2025 года. FMCG и потребители

Снижение ИПУ россиян в 2025 г.

Индекс потребительской уверенности по возрастам **декабрь 2025**



Динамика средних трат на FMCG, МАТ ноябрь 2025

+14%

+2%

Динамика частоты

+12%

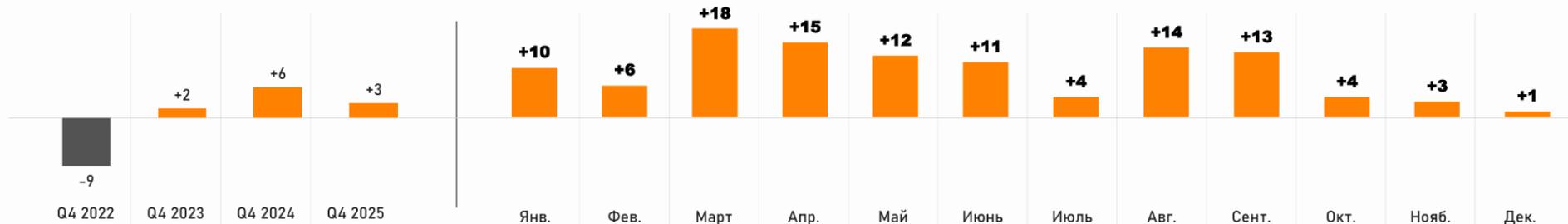
Динамика среднего чека

-14%

Динамика позиций в чеке

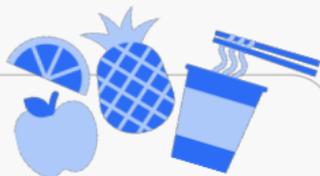
Индекс потребительской уверенности

2025



Итоги 2025 года. FMCG и потребители

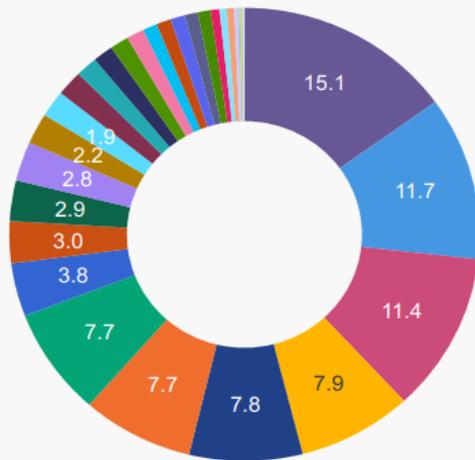
Рынок FMCG: как меняется покупательский спрос?



Среди ключевых драйверов FMCG-рынка в 2025 (в упаковках):

- Готовая еда
- Уход за домашними животными
- Табак
- Мясо и мясные изделия
- Кулинария и специи
- Фрукты и овощи

Доли категорий в структуре продаж, денежное выражение, %



Динамика продаж FMCG, 2025 год к 2024 году, %



Источник: национальный ритейл-аудит Нильсен (более 180 торговых сетей и ручной аудит каналов традиционной торговли, включая данные сельской России, измерения онлайн-рынка).

Период: 2025 год и аналогичный период 2024 года. Ключевые драйверы определены по вкладу в рост продаж в упаковках.

Ключевые тренды российского рынка на 2025 году

- 1. Региональная динамика — рост онлайн-торговли в регионах опережает столицу благодаря увеличению покупательского спроса и улучшению логистики.*
- 2. Рост среднего чека — увеличение среднего чека связано с инфляцией, спросом на товары средней и премиум категории и новыми схемами кредитования.*
- 3. Дефицит сотрудников — недостаток кадров ведет к росту зарплат и увеличению себестоимости операций, что влияет на стоимость доставки.*
- 4. Замедление роста рынка — общее замедление связано с насыщением аудитории и укоренением жесткой конкуренции.*
- 5. Консолидация рынка — лидеры ритейла и еком (маркетплейсы) укрепляют свои позиции, вытесняя менее конкурентоспособные компании.*
- 6. Госрегулирование — ужесточение контроля за у online-торговлей, рост налоговой нагрузки.*

Спасибо за внимание!

Дамир Губейдулин

Контакты:

+ 7 985 786 13 95

