

Всеобъемлющий взгляд: ICMR HoReCa Панель 2025

Сергей Яшко
Исполнительный директор бизнес-направления
«Потребительская панель»

Новая HoReCa панель ICMR

5000 индивидуальных панелистов

- Сбор данных стартовал в июле 2025
- Все ключевые показатели потребления (оборот в деньгах, штуках, пенетрация, частота, средний чек и т.д.)
- Свыше 150 позиций рынка HoReCa (фастфуд, блюда самых разных кухонь мира, готовые напитки и т.д.)
- Более 200 сетей, среди которых:

HoReCa игроки



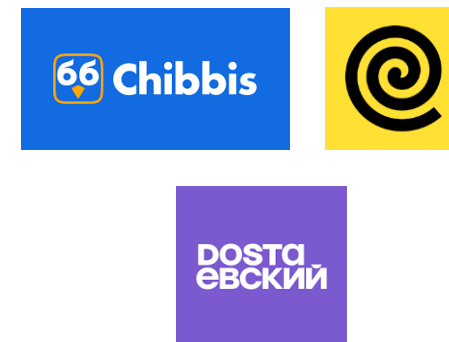
и многие другие

Ритейлеры



и многие другие

Доставщики



и многие другие

ICMR HoReCa Panel

Участники панели сообщают о всей еде и всех напитках, которые они покупают для потребления в каналах HoReCa



TOTAL VIEW



Обед в столовой/ офисе

- Салаты, первое и второе блюдо
- Напитки, гарнир, хлебобулочные изделия и другое



Перекус «на ходу»

- Кофе и выпечка, легкие перекусы
- «Быстрая еда», стрит-фуд и другое



Ужин в кафе, ресторане

- Закуски, салаты и десерты
- Первые блюда, основные блюда
- Другие блюда и дополнительные услуги



Напитки в баре

- Алкогольные напитки
- Безалкогольные напитки
- Иные виды напитков, включая специализированные позиции

ICMR HoReCa Panel даст ответы на Ваши вопросы

Методология



TOTAL VIEW



HoReCa Панель

Выборка: 5000 человек, ежедневно сообщают о покупках

- Демографическая репрезентативность: население РФ в возрасте 16-69 лет
- Рекрутинг на базе основной Потребительской Панели (20000+ человек)



Методика сбора данных

Измерение через приложение: покупки в канале HoReCa

- **Все упакованные продукты** со штрих-кодов проходят через EAN-Scan (чипсы, закуски, напитки, мороженое и т.д.)
- **Все остальные продукты** проходят через диалоговое окно / сканирование чека (сэндвичи, гамбургеры, фрукты и т.д.)



Результат

- **Основные KPI:** пенетрация, частота, цена и т.д.
- **Все релевантные каналы** дистрибуции и ключевые сети: столовые, кафе, вендинги и проч.
- **Профиль покупателей:** возраст, пол и т.д.
- **Место потребления** (на месте, «на ходу и т.д.) и **ситуации** (завтрак, перекус и т.д.)
- **Анализ перетоков** (HoReCa vs. FMCG Retail)

ICMR Retail Monitor HoReCa 2026

Что в себя включает исследование?

Тренды поведения покупателей в HoReCa

- Как выглядят современные практики покупок в HoReCa
- Единый анализ покупательского поведения (пенетрация, частота покупки и т.д.), совмещенный с оценками посещаемых сетей

Широкий анализ сегментов

- В одном исследовании собраны данные о покупках в трех разных сегментах:
 - рестораны быстрого обслуживания (QSR)
 - доставки (delivery)
 - кафе на территории продуктовых магазинов / кофемашины в торговом зале

Оценка оккейженов в разных сетях и каналов

- Возможность включения новых категорий (на этапе предварительной подписки)



Что и когда будет доступно для партнеров

		<ul style="list-style-type: none">■ Валидация данных■ Первые коммерческие данные■ AdHoc проекты			<ul style="list-style-type: none">■ ICMR Синдикативы – HoReCa Retail Monitor■ AdHoc проекты
Q3 2025		Q4 2025	Q4 2025 – Q1 2026		Q3 2026
<ul style="list-style-type: none">■ Подготовка мобильного приложения■ Набор панели■ Начало сбора данных			<ul style="list-style-type: none">■ Подписочная кампания 2026 на данные HoReCa панели.■ Ad Нос проекты		

Спасибо за внимание!

Сергей Яшко
Исполнительный директор бизнес-
направления «Потребительская панель»

