



СТАНИСЛАВ КРАСИЛЬНИКОВ / ТАСС

# ПАНИЧЕСКОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

НАКАНУНЕ САМОИЗОЛЯЦИИ РОССИЯНЕ ЗАПАСЛИСЬ НЕ ТОЛЬКО ЕДОЙ, НО И ТЕХНИКОЙ

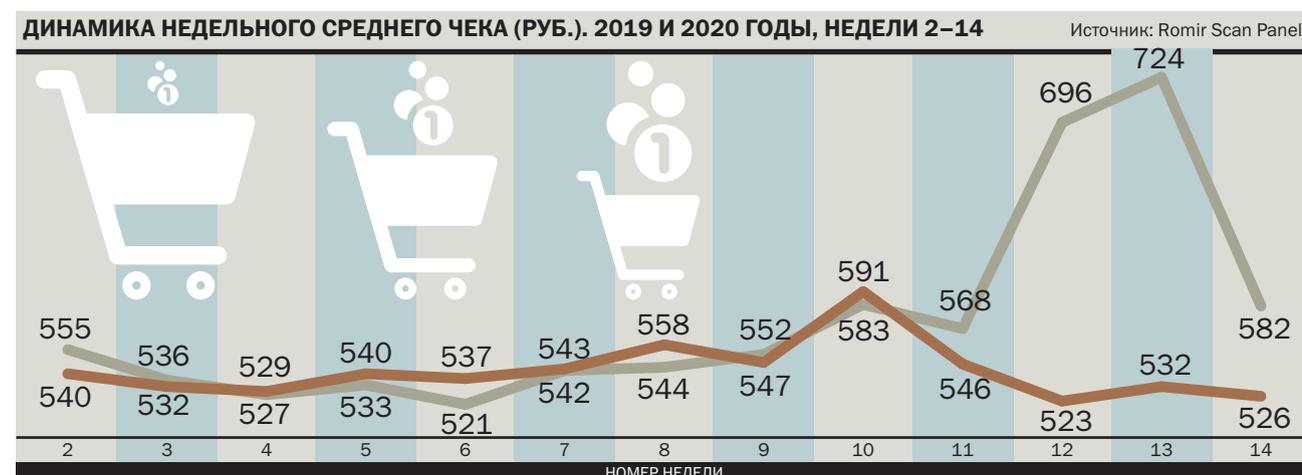
В марте — апреле этого года, по свидетельству представителей продовольственных сетей и экспертов рынка, случился резкий всплеск потребления продуктов и непродовольственных товаров.



Судя по замерам исследовательского холдинга «Ромир», если в первые недели года, как обычно, наблюдался посленовогодний спад покупок, затем — традиционный рост расходов накануне празднования 8 Марта, то далее последовал резкий всплеск потребления, и за три недели марта средний чек вырос с 583 руб. до 724 руб. (для сравнения, годом ранее был спад — с 591 руб. до 532 руб.). Впрочем, на неделе с 30 марта по 5 апреля средний чек резко сократился, потеряв 142 руб. относительно недели с 23 по 29 марта, и остановился на отметке в 582 руб., что на 10,5% выше прошлогоднего значения.

Панический взлет потребления был вызван сразу двумя причинами. 6 марта фактически развалилась сделка ОПЕК+ по сдерживанию добычи нефти, после

ТЕКСТ **Михаил Малыхин**  
ФОТО **Станислав Красильников / ТАСС**



чего к 9 марта цена нефти марки Brent рухнула почти до \$25 за баррель, что сразу отразилось на взлете цены рубля до \$80 и выше. К концу же марта в связи с коронавирусом был объявлен режим карантина для въезжающих из-за рубежа и режим самоизоляции для жителей столиц и нескольких регионов страны.

Если в соцсетях в это время разгуливали традиционные шутки о том, что с полок сметают гречку и туалетную бумагу (с демонстрацией слайдов), то в сетях торговых констатировали потребительский интерес другого плана.

Как ранее уже писал „Ъ“, по данным Nielsen, россияне в марте закупили товаров больше, чем к новогодним праздникам, продажи в крупных розничных сетях увеличились на 17%. На фоне девальвации рубля началась скупка электроники: интерес к ноутбукам, по данным GfK, вырос почти на 140%. Ощутимо выросли продажи не только гаджетов для удаленной работы, но и холодильников, электроплит, стиральных машин и телевизоров.

Кроме того, по данным Nielsen, накануне самоизоляции за семь дней выросли продажи средств, которые в представлении покупателей помогают бороться с эпидемией: продажи средств для мытья полов подскочили на 98%, влажных салфеток — на 51%, мыла — на 50%. Спрос на санитайзеры также остается рекордным: за неделю их продажи выросли в пять раз, а антисептиков для кожи — почти в 30 раз.

После заявлений торговых сетей о том, что «гречки хватит всем», в условиях самоизоляции россияне сменили потребительские привычки. Рост продаж той же гречки за первую неделю самоизоляции упал с 70% до 1%. По данным Nielsen, рост продаж риса в натуральном выражении к аналогичной неделе прошлого года замедлился с 63% до 24%, макаронных изделий — с 68% до 17%. В то же время, по данным Nielsen, вырос спрос на спиртное. Так, продажи водки в натуральном объеме в первую неделю самоизоляции выросли на 34% год к году. На неделе с 23 по 29 марта рост составил 31%. Динамика увеличения продаж пива осталась на прежнем уровне и составила 25% год к году. Предвидя интерес к спиртному в кризис, некоторые регионы уже стали ограничивать и запрещать продажу алкоголя ●