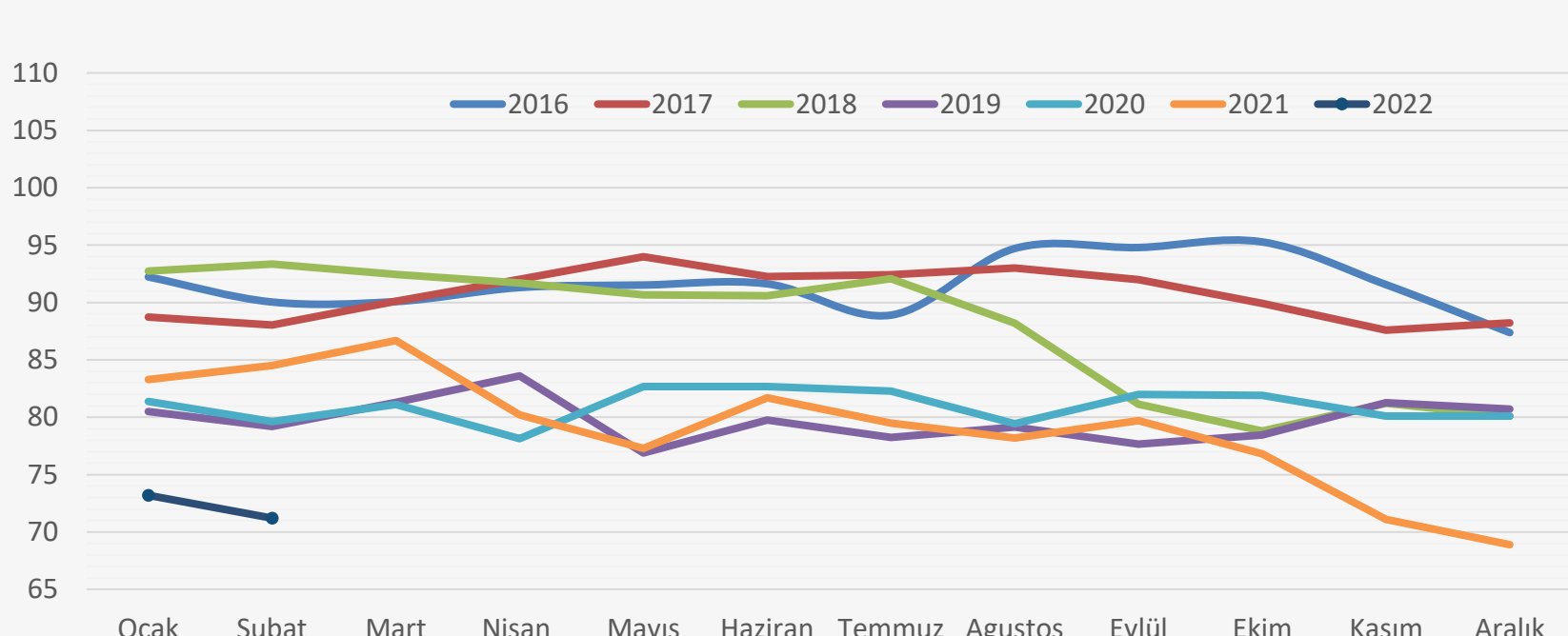


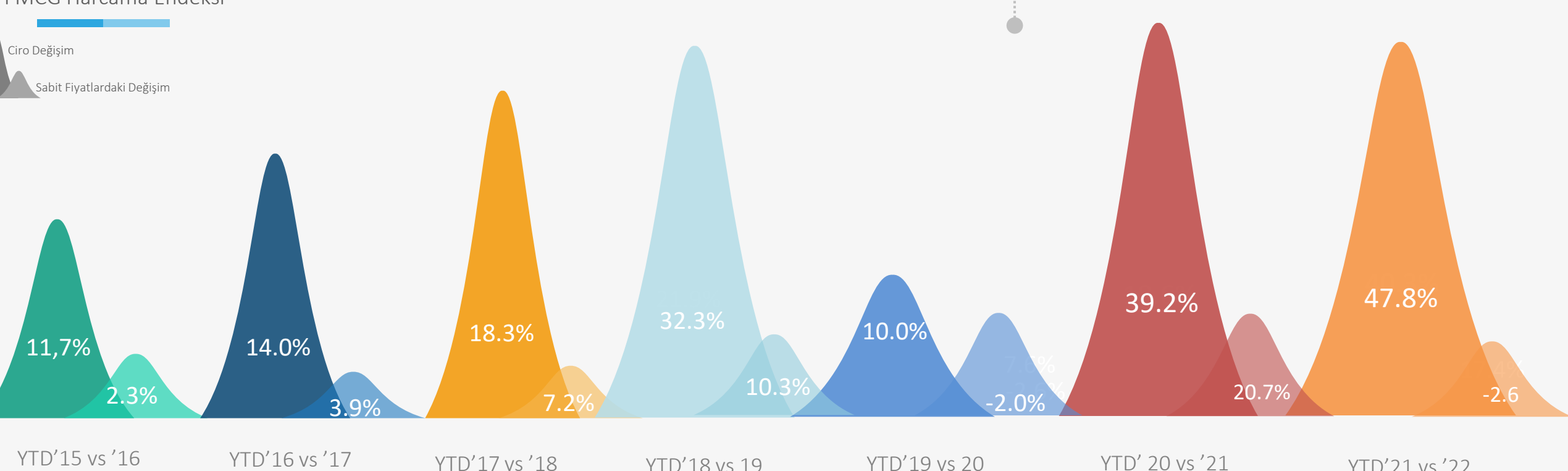
Tüketici Güven Endeksi



Kaynak: TUIK

Tüketici güven endeksi, son 5 senenin Şubat dönemlerine göre en düşük seviyeyi gördü. Geçen aya göre de düştü.

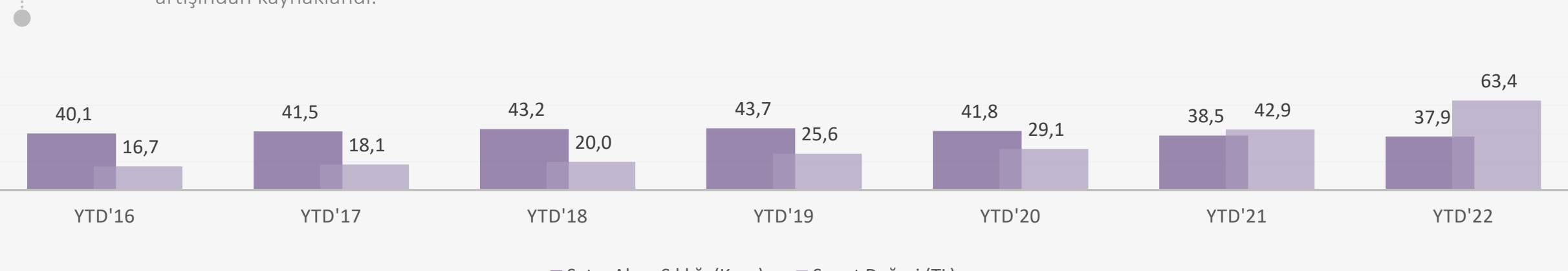
FMCG Harcama Endeksi



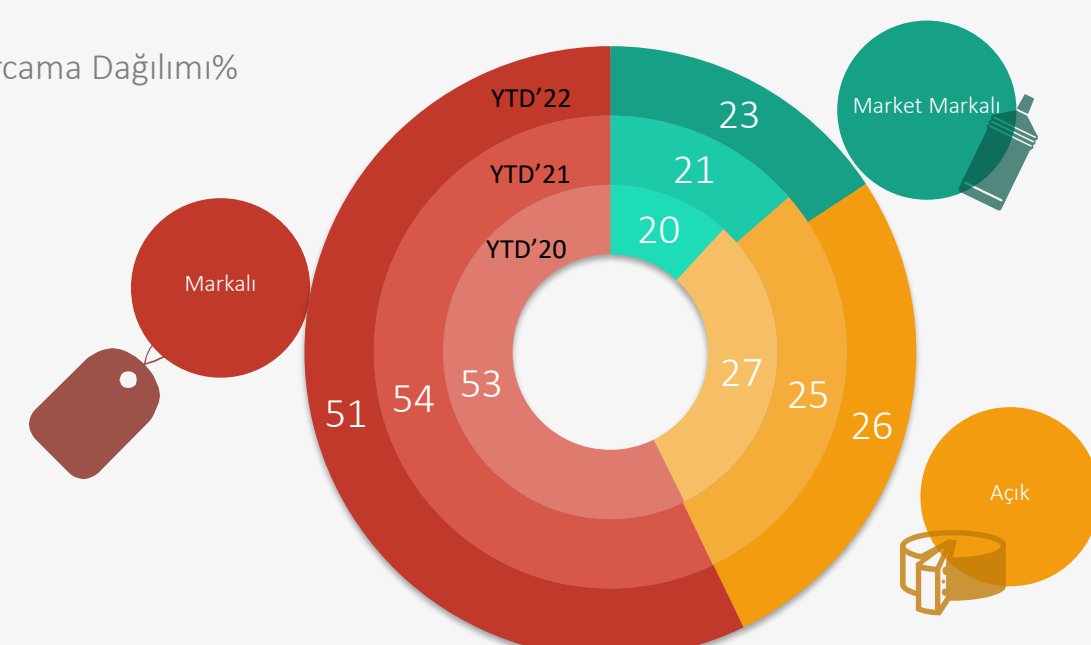
Hane içi Hızlı Tüketim Ürünleri'nin büyüme hızı enflasyondan arındırılmış rakamlarla önceki döneme göre düşüş gösterdi.

HTÜ'nün cirosal büyümesi sepet değeri artışından kaynaklandı.

FMCG Harcama Detayları



HTÜ Harcama Dağılımı%



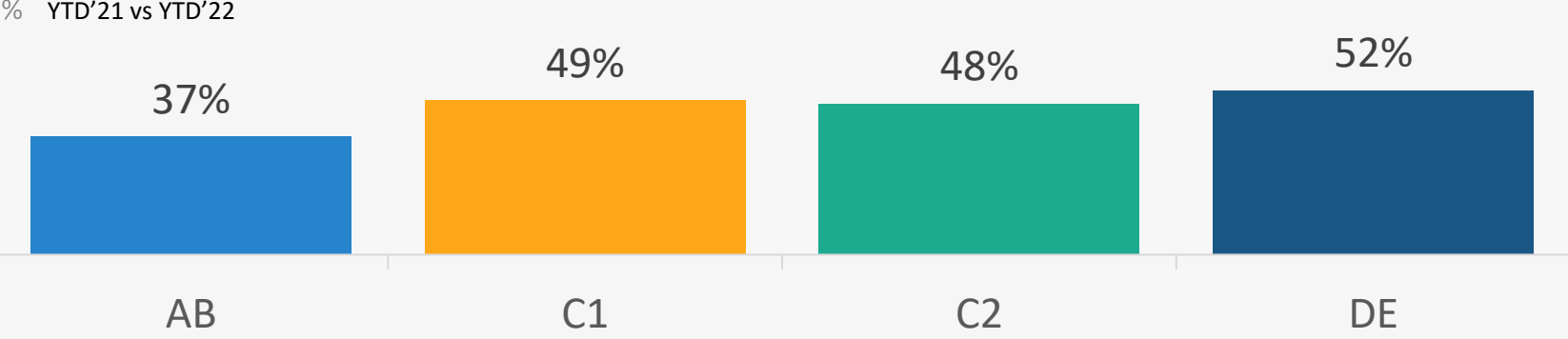
Hızlı Tüketim ürünlerinin 4'te 1'i Açık ürünlerden oluşmaktadır. Toplam FMCG içinde Markalı ürünlerin payı %51 seviyesindedir. Market markalı ürünlerin payı %23.

Ciro Payı% YTD'22



Harcamadaki artış tüm SES gruplarında gerçekleşirken, C1 ve DE SES grubunun harcaması ortalama üzerinde arttı.

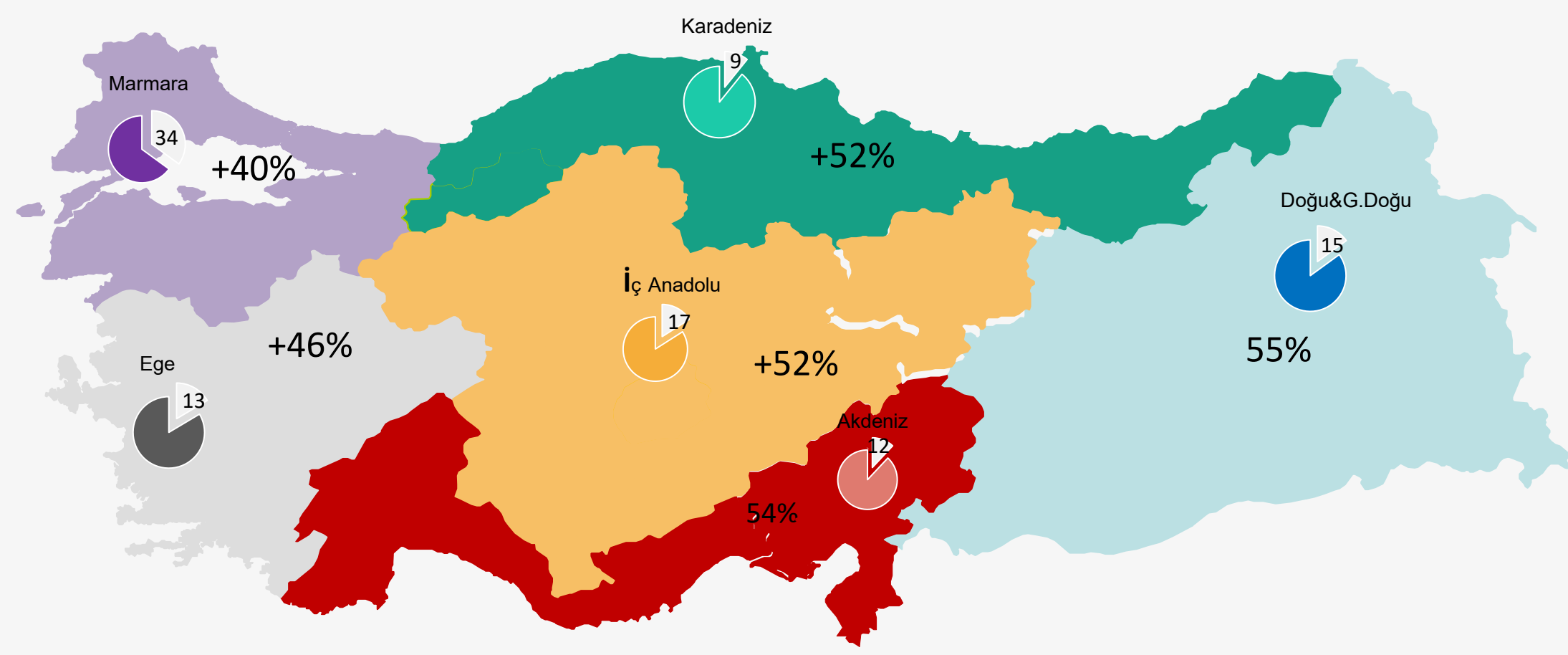
Değişim% YTD'21 vs YTD'22



Value Change +/-%

Value Share%

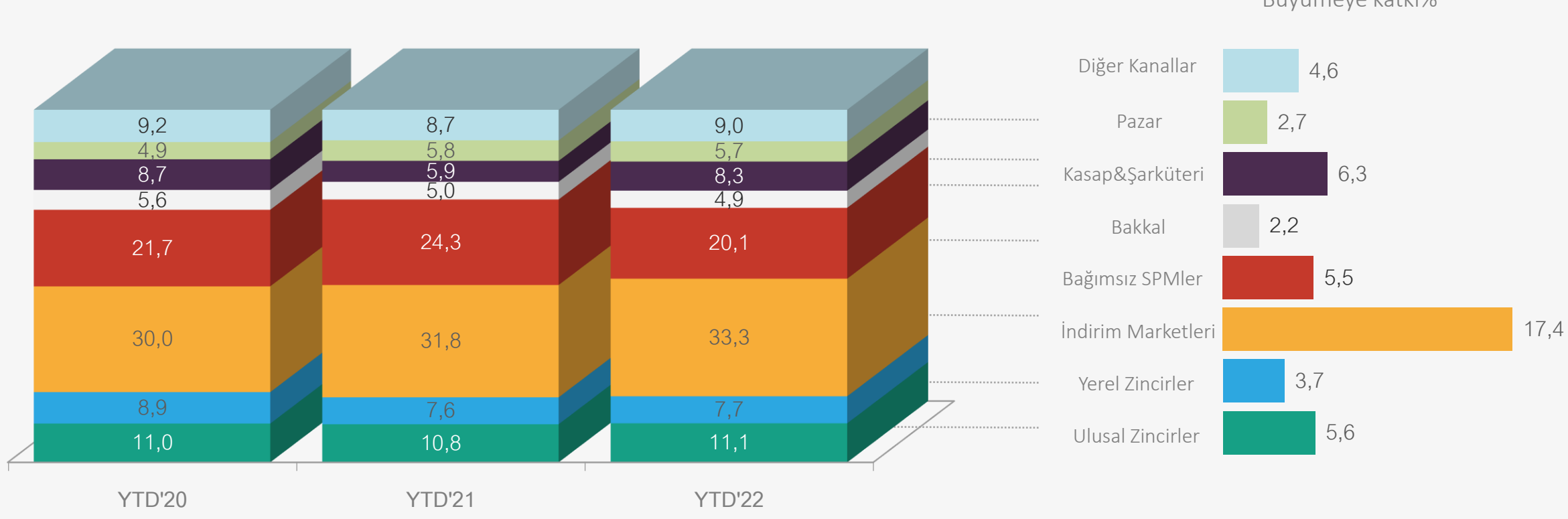
FMCG Hane içi hızlı tüketim ürünleri harcama değişimlerine bakıldığında Karadeniz, İç Anadolu, Akdeniz ve Doğu ve GD. Anadolu bölgesindeki harcamalar TR ortalamasının üzerinde artış gösterdi.



HTÜ ciro büyümesine en yüksek katkı İndirim Marketlerinden geldi.

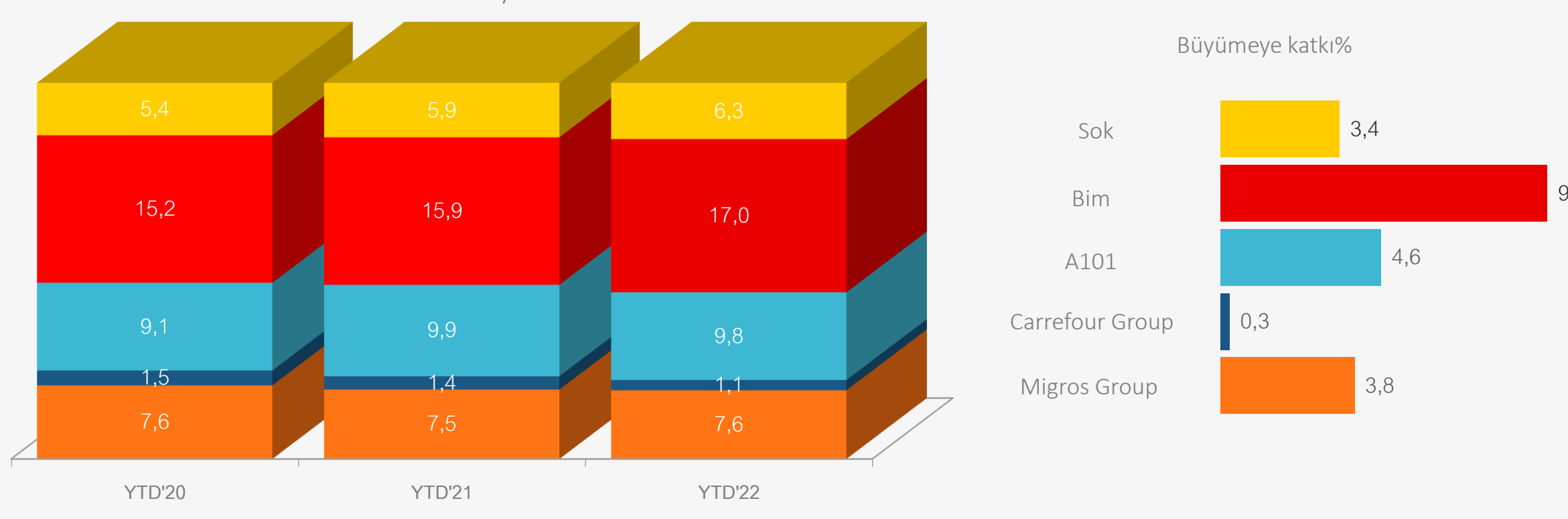
Ciro Payı%

Büyüme katkı%



Ciro Payı%

Büyüme katkı%

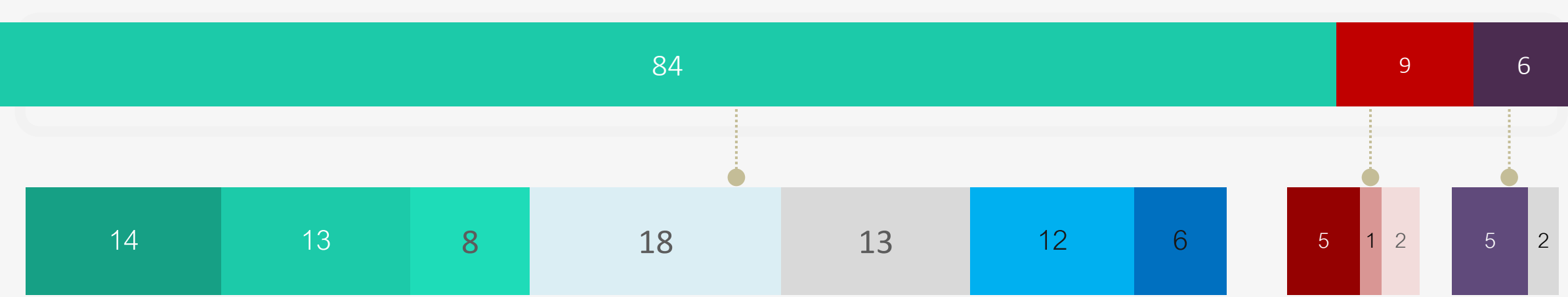


Ciro Payı | YTD'22

Gıda & İçecek

Kişisel Bakım

Ev Bakım



Ciro Değişim % YTD'21 vs '22

