

INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100

iINFO *Line*



Санкт-Петербург
2011 год

«INFOline» партнер по исследованиям крупнейших ритейлеров и поставщиков FMCG



Мы гордимся клиентами
Они рекомендуют нас

«INFOline» - 8 лет успешных проектов в сфере исследований розничной торговли FMCG и DIY



«Издательский дом RETAILER. Отраслевые медиа и коммуникации» – единственная компания в России, в управлении которой находятся все современные информационно-коммуникационные возможности для представителей розничных компаний.

Интернет: с 2003 года работает портал «Retailer.RU. Ежедневные коммуникации». Ежемесячная аудитория свыше 200 тысяч человек.

Мероприятия: с 2005 года ИД Retailer проводит отраслевые мероприятия развлекательного и делового характеров, в России и зарубежом. В 2011 году организуется 10 проектов из серии Retailer Congress, Retailer football Cup и INFOline Retailer Russia TOP-100.

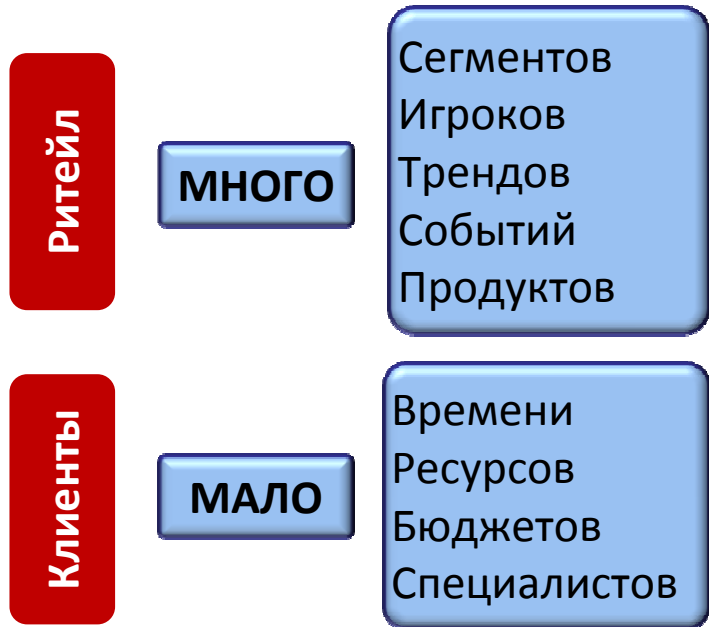
Периодика: с 2006 года выпускается журнал «Retailer magazine. Владельцам и топ-менеджерам». Тираж 5000 экземпляров, продается в OZON.ru.

RETAILER
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

Книги: с 2010 года выпускается серия отраслевых книг «в карикатурах и комментариях». В продаже в OZON.ru доступны «Закон о торговле в карикатурах и комментариях» и «ИТ в ритейле в карикатурах и кейсах». В 2011 года готовится к изданию еще 6 тематических книг в серии.



- 1000 страниц
- 300 сделок M&A
- 100 справок
- 8 сегментов
- 1 билет на конгресс



INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100





INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100



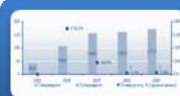
20% оборота розничной торговли и более 50% торговли в современных форматах



История развития



Акционеры и структура бизнеса



Операционные показатели



Описание форматов

NPV

Финансовые показатели



Региональная представленность



Логистика

Private label

Private label



Стратегия и планы развития

Более 100 000 ссылок на INFOLine Retailer Russia TOP-100

Более 100 уникальных материалов в СМИ на основании рейтинга

Коммерсант, Ведомости, РБК Daily, Эксперт, РИА-Новости, Интерфакс, ИТАР-ТАСС, Росбалт, Newsru.com, МЕТРО, Российская газета, Финам и многие другие



Картина дня Газета «Ъ» Приложения Власть Деньги Огонёк Weeken

Коммерсантъ ЕЖЕДНЕВНАЯ ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА

Главное Политика Экономика Бизнес В мире

Газета "Коммерсантъ", №103 (4644), 09.06.2011 ТЕКСТ КОММЕНТАРИИ: 0

Магазинам указали на место

Составлен рейтинг крупнейших ритейлеров 2010 года



Фото: Николай Цыганов / Коммерсантъ



Вся галерея

На Top-20 ритейлеров пришлось в 2010 году 11,2% розничного рынка России, следует из рейтинга крупнейших торговых сетей России, составленного InfoLine и журналом Retailer Magazine. Ключевые изменения на рынке коснулись сегмента бытовой техники и электроники: впервые за более чем десять лет "М.Видео" удалось обойти "Эльдорадо" по объему годовых продаж с минимальным разрывом в 8%.

По данным Росстата, товарооборот розничной торговли в России в 2010 году составил \$541,2 млрд (+4% к 2009-му), из которых \$265,1 млрд пришлось на продуктовую розницу, а \$276,1 млрд — на торговлю непродуктовыми товарами. Несмотря на то что в общей структуре торговли большую долю занимают непродовольственные товары, в 2010 году в Top-20 ритейлеров преобладают именно продуктовые сети, следует из рейтинга розничных операторов России, составленного агентством InfoLine и журналом Retailer Magazine (см. таблицу). На Top-20 ритейлеров пришлось в 2010 году 11,2% розничного рынка России, причем лидеры отрасли — X5 Retail Group, "Магнит" и французская Auchan Group — на троих занимают почти половину из этой доли (примерно 5,3% рынка).

Согласно рейтингу, самые заметные изменения в 2010 году произошли на рынке бытовой техники и электроники: впервые за последние десять лет сеть "Эльдорадо" уступила первое место по годовой выручке своему ближайшему конкуренту "М.Видео". По оценкам InfoLine, "Эльдорадо" проиграла "М.Видео" совсем немного — ее выручка без НДС в прошлом году составила 80 млрд руб. против 86,39 млрд руб. у "М.Видео", то есть отставание составило всего 8% (сама "Эльдорадо" своей выручки пока не раскрывала). Еще по итогам 2009 года разрыв между компаниями составлял более 20% (89 млрд руб. у "Эльдорадо" и 70,6 млрд руб. у "М.Видео"). Торговые площади "Эльдорадо" в 2010 году сократились более чем на 17%, до 388,9 тыс. кв. м, "М.Видео", напротив, открывала магазины и прибавила 20,8% по торговой площади, подсчитало InfoLine.

Ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсантъ»

Магазинам указали на место

Составлен рейтинг крупнейших ритейлеров 2010 года



Фото: Николай Цыганов / Коммерсантъ



Вся галерея

На Top-20 ритейлеров пришлось в 2010 году 11,2% розничного рынка России, следует из рейтинга крупнейших торговых сетей России, составленного InfoLine и журналом Retailer Magazine. Ключевые изменения на рынке коснулись сегмента бытовой техники и электроники: впервые за более чем десять лет "М.Видео" удалось обойти "Эльдорадо" по объему годовых продаж с минимальным разрывом в 8%.

Информационное агентство «Росбалт»

РОСБАЛТ | Бизнес

Главный | Москва | Петербург | Федерация | Вокруг России | Бизнес | Выборы | Национальный ответ | Стиль

Новости | Аналитика

Росбалт, 22/06/2011, 11:21

Аналитики: Российский ритейл идет по экстенсивному пути развития

МОСКВА, 22 июня. Совокупный прирост выручки первой сотни розничных сетей, представленных на территории РФ, по итогам 2010 года составил 21%, говорится в исследовании аналитического агентства INFOline.

Согласно рейтингу INFOline Retailer Russia TOP-100, составленному совместно с Retailer Magazine, компаниям из ТОП-100 удалось достичь хороших показателей выручки не за счет роста эффективности, а благодаря открытию новых магазинов, то есть экстенсивному, а не интенсивному развитию.

При подготовке рейтинга были исследованы и проанализированы операционные и финансовые показатели более 1000 торговых сетей.

По данным рейтинга, общая сумма выручки ТОП-100 ритейлеров за прошедший год превысила отметку в 2,6 трлн рублей. Ситуация в разных сегментах, однако, неоднородна, указывают аналитики.

«Важным параметром, характеризующим эффективность, является показатель выручки с квадратного метра. В 2010 году в абсолютных величинах в рублях прирост выручки с кв. метра торговых площадей компаний, вошедших в рейтинг INFOline Retailer Russia TOP-100, составил всего 6,3%, что даже не покрывает инфляции (более 6% за прошлый год). Таким образом, показатель прироста выручки в 21% был достигнут за счет экстенсивного развития сетей — открытия новых магазинов. Несмотря на кризис, сети смогли достичь хороших показателей выручки. Отчасти это обусловлено тем, что в этот период девелоперы стали идти на некоторые уступки — появились новые интересные условия для открытия магазинов. Прирост торговых площадей ТОП-100 сетей за прошедший год составил почти 17%. На текущий момент на ТОП-100 приходится уже 13 млн кв. метров торговых площадей», — отметил генеральный директор INFOline Иван Федяков.

По мнению специалистов агентства, на текущий момент в городах-миллионниках сетям расти достаточно тяжело. Высокая конкуренция не позволяет существенно увеличить оборот путем открытия новых магазинов; срок окупаемости новых магазинов в городах-миллионниках растет. В связи с этим аналитики видят два направления дальнейшего экстенсивного развития сетей. Первое предполагает рост за счет открытия в городах с численностью населения от 100 тыс. человек. Второе подразумевает развитие успешных российских ритейлеров в новых для себя форматах.

Росбалт, 22/06/2011, 11:20

Аналитики: Российский ритейл идет по экстенсивному пути развития

МОСКВА, 22 июня. Совокупный прирост выручки первой сотни розничных сетей, представленных на территории РФ, по итогам 2010 года составил 21%, говорится в исследовании аналитического агентства INFOline.

Согласно рейтингу INFOline Retailer Russia TOP-100, составленному совместно с Retailer Magazine, компаниям из ТОП-100 удалось достичь хороших показателей выручки не за счет роста эффективности, а благодаря открытию новых магазинов, то есть экстенсивному, а не интенсивному развитию.

При подготовке рейтинга были исследованы и проанализированы операционные и финансовые показатели более 1000 торговых сетей.

По данным рейтинга, общая сумма выручки ТОП-100 ритейлеров за прошедший год превысила отметку в 2,6 трлн рублей. Ситуация в разных сегментах, однако, неоднородна, указывают аналитики.

Ежедневная деловая
газета РБК Daily

ГЛАВНАЯ · В ФОКУСЕ · В МИРЕ · ТЭК · ИНДУСТРИЯ · ПОТРЕБЬНОК · БАНКИ / ФИНАНСЫ · ТЕЛЕКОМ / МЕДИА ·

«Центробувь» обогнала X5 и «Магнит» по темпам роста торговых площадей

26.07.2011 Евгения Перцева

 [Версия для печати](#)

Торговые площади «Центробуви» по итогам 2010 года увеличились на 89,5%, до 180 тыс. кв. м. Это самый высокий рост среди 20 крупнейших ритейлеров, попавших в рейтинг INFOLine. Тем не менее лидером по количеству торговых площадей, как и годом ранее, остается X5 Retail Group с показателем более 1,5 млн кв. м, а следом за ней с небольшим отрывом — 1,4 млн кв. м — идет «Магнит» (см. таблицу). Правда, сохранить лидерство в 2010 году X5 смогла лишь благодаря покупке «Копейки»: если бы не эта сделка, площади компании не превысили бы 1,2 млн кв. м, уверены авторы рейтинга.

Рейтинг торговых сетей за 2010 год был составлен агентством INFOLine совместно с Retailer magazine. Общая торговая площадь первой сотни сетей страны на конец прошлого года составила 13,2 млн кв. м, что почти на 17% больше, чем в 2009 году. На такой территории можно расположить, например, тысячу футбольных полей.

Из двадцатки лидеров наиболее выдающимися авторы рейтинга называют достижения «Центробуви»: сеть увеличила торговые площади на 89,5%, или на 85 тыс. кв. м. К началу 2011 года этот показатель достиг 180 тыс. кв. м.

Работающие на рынке брокеры удивились таким результатам. Директор департамента торговой недвижимости Penny Lane Realty Алексей Могила говорит, что не заметил особой активности от «Центробуви». «Может, эти данные сложились из площадей франчайзи», — предположил он.

при текущих темпах роста и отсутствии покупок у X5 «Магнит» может получить первое место по итогам 2011 года.

Третье место в этом году заняла компания «М.Видео» с показателем 564 тыс. кв. м и ростом почти 20%. Еще в 2009 году сеть бытовой техники и электроники располагалась на шестой позиции, а на третьем месте был ее конкурент — «Эльдорадо». К концу 2010 года площади этой сети сократились на 17% до 388 тыс. кв. м, что соответствует шестой позиции в рейтинге. «Педа