

В 2007 году аналитические продукты информационного агентства "iNFOLine" были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство "iNFOLine" было принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира "ESOMAR". В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства "iNFOLine" сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует нашим клиентам получение качественного продукта и постпродажного обслуживания посредством проведения дополнительных консультаций по запросу заказчиков.



Периодический отраслевой обзор

Рейтинг торговых сетей FMCG России

III квартал 2009 года

ДЕМО-ВЕРСИЯ

- Статистические данные по розничной торговле России и регионов
- **Изменение основных показателей розничной торговли России**
- Обзор событий на розничном рынке РФ, произошедших в III квартале 2009 года
- **Рейтинг торговых сетей FMCG по итогам января-сентября 2009 года**
- Итоги развития торговых сетей FMCG в III квартале 2009 года
- **Комментарии к проекту Закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ»**

Содержание отраслевого обзора "Рейтинг сетей FMCG России: III квартал 2009 года"

Введение	4
Рейтинг торговых сетей FMCG России	5
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по количеству магазинов</i>	5
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по величине торговых площадей</i>	9
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по чистой выручке</i>	12
Раздел I. Развитие розничной торговли в России	15
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли</i>	15
<i>Государственное регулирование розничной торговли</i>	16
<i>Структура оборота розничной торговли по видам товаров</i>	20
<i>Инфляция на рынке продовольственных товаров</i>	21
<i>Структура оборота розничной торговли по видам организаций</i>	24
<i>Региональная структура оборота розничной торговли</i>	26
Раздел II. Основные события и планы развития торговых сетей FMCG	28
"X5 Retail Group N. V." / Торговые сети "Пятерочка" и "Перекресток".....	28
"X5 Retail Group N. V." / Торговая сеть "Пятерочка".....	33
"X5 Retail Group N. V." / Торговая сеть "Перекресток".....	33
"X5 Retail Group N. V." / Торговая сеть "Карусель".....	35
"Экспресс Ритейл", ООО / Торговая сеть "Перекресток-экспресс".....	36
"Магнит", ОАО / Торговая сеть "Магнит".....	37
"Metro Group" / Торговые сети "Metro Cash&Carry" и "Real".....	39
"МЕТРО Кэш энд Керри", ООО / Торговая сеть "Metro Cash & Carry".....	39
"Реал-Гипермаркет", ООО / Торговая сеть "Real".....	41
"Auchan" / Торговая сеть "Auchan" и "Атас".....	42
"Ашан", ООО / Торговая сеть "Auchan".....	42
"Атак-Россия", ООО / Торговая сеть "Атас".....	45
"Лента", ООО / Торговая сеть "Лента Cash&Carry".....	46
"О'Кей", ООО / Торговая сеть "О'Кей".....	48
"О'Кей Украина" / Торговая сеть "О'Кей".....	49
"Дикси Групп", ОАО / Торговая сеть "Дикси", "Мегамарт", "Минимарт".....	50
"Торговый дом "Копейка", ОАО / Торговая сеть "Копейка".....	52
"Седьмой Континент", ОАО / Торговая сеть "Седьмой Континент".....	54
"Виктория", ГК / Торговая сеть "Виктория", "Квартал", "Дешево".....	56
"Корпорация Гринн" / Торговая сеть "Линия".....	58
"Холидей", ГК / Торговая сеть "Холидей-Классик", "Сибиряда", "Турне", "Кора", "Палата", "Червонец".....	59
"Элемент-Трейд", ООО / Торговая сеть "Монетка".....	60
"Вестер", ГК / Торговая сеть "Вестер", "Сосед".....	61
"Мосмарт", ЗАО / Торговая сеть "Мосмарт".....	65
"Мария-Ра", ООО / Торговая сеть "Мария-Ра".....	67
"Система РегионМарт", ООО / Торговая сеть "Поляна", "Чибис", "Бонус", "Спутник".....	68
"Семья", ООО / Торговая сеть "Семья".....	69
"Новые торговые системы", ОАО / Торговые сети "Пятерочка", "Патэрсон", "Столичный" и "Квартал".....	70
"Виват-Трейд", ООО / Торговая сеть "Виват", "НормаН".....	71
"Городской супермаркет", ООО / Торговая сеть "Азбука вкуса".....	72
"Фирма "Омега-97", ООО / Торговая сеть "Патэрсон".....	73
"Билла", ООО / Торговая сеть "Villa".....	74
"Гиперглобус", ООО / Торговая сеть "Глобус".....	75
"Карфур Рус", ООО / Торговая сеть "Carrefour".....	75
"Т и К Продукты", ЗАО / Торговая сеть "Магнолия".....	77
"Любавушка", ООО / Торговая сеть "Полушка".....	77
"Оптовик", ООО / Торговая сеть "Эссен".....	78
"Самторг", ООО / Торговая сеть "Самохвал".....	79
"Добрыня", ГК / Торговая сеть "Добрыня".....	80
"ЦДН Мясновъ", ООО / Торговая сеть "Мясновъ".....	81
"Бахетле-1", ООО / Торговая сеть "Бахетле".....	81
"Спар РФ", ООО / Торговая сеть "Spar".....	82
"Форвард", ЗАО / Торговая сеть "Полушка" (Уфа).....	83
"Казанский Торговый Дом", ООО / Торговая сеть "Эдельвейс".....	83
"Паллада Торг", ЗАО / Торговая сеть "Паллада", "Апельсин", "Сберегайка", "Октябрьский", "Все к столу".....	84
"Радеж", ООО / Торговая сеть "Радеж", "Эконом".....	84
"ТД "Мега-Дон", ООО / Торговая сеть "Империя продуктов".....	85

"Столичная торговая компания", ООО / Торговая сеть "Глобус Гурмэ"	85
"Бородино-Агро", ООО / Торговая сеть "Продуктория"	86
"ТД Интерторг", ООО / Торговая сеть "Семья", "Идея"	87
"Корпорация SOK" / Торговая сеть "Призма"	88
"Супермаркет Кировский", ЗАО / Торговая сеть "Супермаркет Кировский"	88
"Система "ТЗС", ЗАО	89
"Ижтрейдинг", ООО / Торговая сеть "Ижтрейдинг"	90
Торговая сеть "Лама", "ФОГ-Сити", "Абрикос"	90
"Вегат Плюс", ЗАО / Торговая сеть "АБК"	91
"В двух шагах", ЗАО / Торговая сеть "В двух шагах"	91
Торговая сеть "Каравай"	92
Торговая сеть "Высшая Лига"	92
"Торговый дом Семья", ОАО / Торговые сети "Копилка", "Экспресс Маркет", "Семья"	93
"ИП Злобин" / Торговая сеть "Наш Маг"	93
Торговая сеть "Праздничный"	93
"Любимый магазин", ООО / Торговая сеть "Любимый магазин"	94
Торговая сеть "Семья"	94
Торговая сеть "Ринг"	94
Торговая сеть "Квартал"	94
Торговая сеть "Городок"	94
Торговая сеть "Семья"	95
Торговая сеть "Меркурий"	95
"Артемид-Дон", ООО / Торговая сеть "Артемид-Дон"	95
Торговая сеть "Караван"	95
"Макаров и компания", ООО / Торговая сеть "Макаровский"	96
Торговая сеть "Окей"	96
Торговая сеть "Ежевика"	96
<i>Информация о ритейлерах, испытывающих финансовые трудности и допустивших дефолт по обязательствам</i>	97
"Алпи", ОАО / Торговая сеть "Алпи"	97
"Матрица Холдинг", ОАО / Торговая сеть "Матрица"	98
"Розничная сеть-Провиант-2", ООО / Торговая сеть "Провиант"	99
Раздел III. Итоги развития торговых сетей FMCG в III квартале 2009 года	100
<i>Развитие форматов супермаркет и гипермаркет в III квартале 2009 года</i>	100
<i>Ключевые особенности развития формата гипермаркет в III квартале 2009 года</i>	101
<i>Региональное развитие сетей FMCG России в III квартале 2009 года</i>	103
Раздел IV. Комментарии к проекту Закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ"	105
<i>Приложение 1. Структура розничного оборота по субъектам РФ</i>	113
<i>Приложение 2. Проект Федерального закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ" (прошел I чтение в Государственной Думе РФ)</i>	118
Глава 1. Общие положения	118
Глава 2. Требования к организации и осуществлению торговой деятельности	120
Глава 3. Антимонопольное, техническое регулирование, государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль в сфере торговли	124
Глава 4. Меры по развитию торговой деятельности	126
Глава 5. Заключительные и переходные положения	128



Об отраслевом обзоре "Рейтинг сетей FMCG России"

Отраслевой обзор "Рейтинг торговых сетей FMCG России" содержит информацию о развитии розничной торговли, а также обзор событий, произошедших на российском розничном рынке в отчетном периоде (в данном обзоре – III квартал 2009 года), информацию об итогах операционной и инвестиционной деятельности сетей FMCG России, а также **рейтинг** более 45 крупнейших торговых сетей FMCG.

Бюллетень подготовлен на основе комплекса информационных источников:

- обзоры по розничному рынку России и аналитические отчеты по отдельным торговым сетям инвестиционных и финансовых компаний;
- материалы СМИ (печатная пресса, электронные СМИ, федеральные и региональные информационные агентства);
- материалы торговых сетей и компаний-поставщиков (пресс-релизы, материалы с сайтов, годовые и квартальные отчеты, проспекты эмиссий ценных бумаг и инвестиционные меморандумы);
- данные финансовой отчетности сетей по международным стандартам (аудированные и управленческие).

В настоящее время в России целый ряд специалистов нуждается в оперативном и объективном освещении событий на российском розничном рынке:

- специалисты отделов маркетинга и продаж предприятий, производящих потребительские товары;
- специалисты отделов маркетинга и закупок розничных сетей;
- специалисты отделов продаж компаний, производящих продукцию или предоставляющих услуги розничным сетям;
- частные и институциональные инвесторы, владеющие или планирующие приобрести ценные бумаги, эмитированные российскими розничными сетями.

Основная цель периодического отраслевого обзора "Рейтинг торговых сетей FMCG России" – удовлетворение потребностей в оперативной, статистической и аналитической информации о российском розничном рынке и торговых сетях FMCG указанных выше групп специалистов. Для получения следующих выпусков Вам следует **отправить заявку** в ИА "INFOLine" по E-mail: mail@advis.ru или факсу (495)772-76-40 и (812)322-68-48 и **заключить договор** на информационное обслуживание.

Информация об агентстве "INFOLine"

Информационное агентство "INFOLine" было создано в 1999 году оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира. Агентство "INFOLine" ежедневно проводит мониторинг публикации более 5000 СМИ и ежедневно ведет аналитическую работу по 80 тематикам экономики РФ. Начиная с 2003 года агентство "INFOLine" по заказу клиентов и по собственной инициативе проводит различные кабинетные исследования рынков. При подготовке маркетингового исследования специалисты агентства используют уникальное информационное обеспечение и опираются на многолетний опыт работы с различными новостными потоками. В анализе рынков и отраслей нам доверяют: "X5 Retail Group N.V.", "Metro Group", "Магнит", "Дикси", "Копейка", "Мария ПА", "Бахетле", "Pepsi", "Данон", "Талосто", "Тавр" и многие другие.



информационное агентство information agency

для

в

Дополнительную информацию Вы можете получить на сайте www.advis.ru.





Рейтинг торговых сетей FMCG России

Рейтинг торговых сетей FMCG России по количеству магазинов

ИА "iNFOLine" с 2006 года отслеживает динамику открытия магазинов торговых сетей FMCG. Мы ежемесячно получаем информацию о динамике количества магазинов всех форматов по более 40 крупнейших ритейлеров

В течение 2008 года крупнейшими ритейлерами России были открыты 76 гипермаркетов (без учета ребрендинга гипермаркетов "Рамстор" в "Ашан-сити"), более 130 супермаркетов и более 1000 магазинов у дома (причем более 70% открытий магазинов малого формата, к которым относятся магазины у дома и дискаунтеры, пришлось на четыре сети "Магнит" (371), "Пятерочка" (174), "Копейка" (98) и "Дикси" (100)). Динамика открытия магазинов в 2008 году по сравнению с предыдущим годом существенно ухудшилась, причем многие сети вынуждены были во II полугодии 2008 года сократить количество торговых объектов, закрыв нерентабельные или неподходящие по формату.

Тенденции в 2009 году

В I полугодии 2009 года в российском ритейле наблюдалась активизация переговоров между ритейлерами в рамках подготовки сделок M&A: так, было объявлено о возможном приобретении X5 Retail Group N.V. объединенной компании "Холидей" и "Кора", а также в СМИ поступила информация о переговорах о приобретении компанией Carrefour розничного бизнеса ОАО "Седьмой Континент" и компании "МКапитал", владеющей существенной частью недвижимости сети "Седьмой Континент". В то же время ситуация в розничном секторе не способствовала возобновлению консолидационных процессов, ввиду следующих факторов:

- ограниченных возможностей ритейлеров по привлечению средств, необходимых для финансирования сделок M&A в связи с резким ростом процентных ставок в банках и на облигационном рынке;
- убыточности, нестабильного финансового положения и высокой долговой нагрузки торговых сетей, выставляемых на продажу.

Динамика количества магазинов крупнейших сетей FMCG в 2005-2009 гг., по состоянию на конец периода

***** Информация по 45 крупнейшим сетям в полной версии *****

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2005	2006	2007	2008	Февраль 2009	Март 2009	Апрель 2009	Май 2009	Июнь 2009	Июль 2009	Август 2009	Сентябрь 2009	Динамика
															в сентябре 2009 г, кол-во объектов
X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток	Супермаркет, магазин у дома	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
X5 Retail Group N.V.	Карусель	Гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Магнит, ОАО	Магнит	Магазин у дома, гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити	Гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	Metro C&C	Гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Торговый дом Копейка, УК ОАО	Копейка	Магазин у дома	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Лента, ООО	Лента	Гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
О'Кей, ООО	О'Кей, О'Кей-экспресс	Гипермаркет, супермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Дикси групп, ОАО	Мегамарт, Минимарт, Дикси	Дискаунтер, супермаркет, гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

¹ Если у сети не указаны данные за предыдущие месяцы 2009 года приводится динамика с начала года.



Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	Супермаркет, гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
------------------------------	---	-----------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Источник: по данным компаний

Рейтинг сетей FMCG России по величине торговых площадей

ИА "INFOLine" с 2006 года отслеживает динамику торговых площадей магазинов сетей FMCG. Ежемесячно мы анализируем данные об открытии всех торговых объектов формата "гипермаркет" и "супермаркет" по 50 крупнейшим российским ритейлерам. В 2009 году ИА "INFOLine" повысило оперативность сбора данных об операционной деятельности российских ритейлеров – теперь мы ежемесячно и ежеквартально получаем информацию о динамике торговых площадей магазинов всех форматов по крупнейшим ритейлерам.

Тенденции в 2009 году

В августе 2009 года прирост торговых площадей крупнейших ритейлеров за счет открытия магазинов составил около 57,9 тыс.кв. м. (в июле – 54,6 тыс.кв.м, в июне – 27,72 тыс.кв.м., мае 2009 года – 46 тыс.кв.м), с учетом закрытий – 54,9 тыс.кв.м (в июле - 43,3 тыс.кв.м, в июне – 7,32 тыс.кв.м, в мае 2009 года – 16 тыс.кв.м). Такой высокий показатель обусловлен учетом в процессе расчета итогов деятельности компании "Магнит", которая внесла большой вклад в прирост торговых площадей, а также значимыми открытиями в формате "гипермаркет" (Real, Auchan, О'Кей, "Магнит", Карусель").

Динамика общей торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2005-2009 гг., тыс. кв. м

***** Информация по 45 крупнейшим сетям в полной версии *****

Динамика общей торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2005-2009 гг., тыс. кв. м

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2005	2006	2007	2008	1.03. 2009	1.04. 2009	1.05. 2009	1.06. 2009	1.07. 2009	1.08. 2009	1.09. 2009	1.10. 2009	Динамика в сентябре ² 2009 г., тыс. кв. м.
X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток	Супермаркет, магазин у дома	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
X5 Retail Group N.V.	Карусель	Гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Магнит, ОАО	Магнит	Магазин у дома, гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити	Гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	Metro C&C	Гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Торговый дом Копейка, УК ОАО	Копейка, Копейка Супер	Магазин у дома, супермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Лента, ООО	Лента	Гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
О'Кей, ООО	О'Кей, О'Кей-экспресс	Гипермаркет, супермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Дикси групп, ОАО (ДИСКОНТцентр, ЗАО)	Мегамарт, Минимарт, Дикси	Магазин у дома, супермаркет, гипермаркет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш	Супермаркет, гипермаркет, магазин у дома	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: по данным компаний

² Если не раскрываются показатели за некоторые месяцы, то динамика приведена к предыдущему показателю.



Рейтинг торговых сетей FMCG России по чистой выручке

ИА "INFOLine" с 2006 года отслеживает динамику выручки сетей FMCG. Ежемесячно мы анализируем данные о финансовых результатах деятельности публичных компаний: X5 Retail Group, "Магнит", ГК "Дикси" и "Седьмой континент", а также регулярно проводим анкетирования и опросы непубличных ритейлеров. Результатом подобной работы становится уникальная информация о динамике финансовых результатов крупнейших российских ритейлеров, которая получена из различных источников, проверена специалистами ИА "INFOLine" и приведена к сопоставимому виду. В 2009 году ИА "INFOLine" существенно повысило оперативность сбора данных о финансовой деятельности российских ритейлеров – теперь мы **ежеквартально** собираем информацию о динамике изменения выручки по 50 крупнейшим ритейлерам.

В 2008 году произошло снижение темпов роста выручки большинства торговых сетей (за исключением крупнейших), причем ухудшение операционных показателей началось еще в I полугодии, и кризис в экономике только усугубил данную тенденцию. Если в 2007 году практически все федеральные и крупные региональные сети (за исключением сети "Рамстор") демонстрировали темпы роста выручки на уровне не ниже 20%, то в 2008 году в результате финансового кризиса целый ряд сетей обанкротился ("Гроссмарт" и "Самохвал"), закрыл все магазины (региональные сети "В яблочко", "Смарткауфф", "Смак") или находится на грани банкротства ("Алпи", "Матрица"). В сложном финансовом положении из-за высокого уровня долговой нагрузки находятся федеральные сети "Мосмарт" (в июне 2009 года контрольный пакет приобретен ОАО "Сбербанк-Капитал"), "Седьмой континент", ГК "Виктория", "Патэрсон". Наиболее значимыми изменениями в ТОП-10 российских ритейлеров формата FMCG по итогам 2008 года стали выход на 6-7 место сети "О'Кей", которая увеличила выручку почти в два раза, догнав сеть "Лента", а также выход на третье место сети "Ашан", которая опередила сеть "МЕТРО Кэш энд Керри", резко снизившую темпы роста.

Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2005-2009 гг., млрд. руб.

***** Информация по 45 крупнейшим сетям в полной версии *****

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	Данные	2005	2006	2007	2008	I полугодии				
								е 2009	е 2009 к I полугодии 2008	8 мес. 2009 года	8 мес. 2009 к 8 мес. 2008	
X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток	Супермаркет, магазин у дома	МСФО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	Карусель	Гипермаркет	МСФО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Магнит, ОАО	Магнит	Магазин у дома, гипермаркет	МСФО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити	Гипермаркет	РСБУ	***	***	***	***	***	***	***	***	***
МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	Metro C&C	Гипермаркет	МСФО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Лента, ООО	Лента	Гипермаркет	УО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
О'Кей, ООО	О'Кей, О'Кей-экспресс	Гипермаркет, супермаркет	МСФО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Дикси групп, ОАО (ДИСКОНТцентр, ЗАО)	Мегамарт, Минимарт, Дикси	Магазин у дома, супермаркет, гипермаркет	МСФО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Торговый дом Копейка, УК ОАО ³	Копейка, Копейка Супер	Магазин у дома, супермаркет	МСФО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	Супермаркет, гипермаркет, магазин у дома	МСФО	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: по данным компании

ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст раздела содержит аналитическую и статистическую информацию динамике количества магазинов, торговых площадей и выручки по 45 ритейлерам.

³ В 2008 году в количестве магазинов и торговых площадях учтены показатели франчайзинговой компании ООО "Копейка-Поволжье", бенефициаром которой также как и ТД "Копейка" является господин Цветков. С учетом "Копейка-Поволжье" выручка Группы в 2008 году составила 51,6 млрд. руб.



Раздел I. Основные показатели розничной торговли

Макроэкономические показатели розничной торговли

С февраля 2009 года прослеживается отрицательная динамика оборота розничной торговли по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. В августе 2009 года оборот розничной торговли составил 1226,1 млрд.рублей, что в товарной массе на 9,8% меньше, чем за соответствующий период предыдущего года, в январе-августе 2009 года – 9233,8 млрд.рублей и меньше на 4,7%.

Динамика основных показателей потребительского рынка в 2005-2009 гг., в %
соответствующему периоду предыдущего года



Снижение реальных доходов населения и ухудшение показателей потребительской уверенности в условиях экономического кризиса обусловило не только сокращение потребления продовольственных и непродовольственных товаров, но и изменение структуры потребления по России в целом. Важнейшими симптомами подобного изменения стали следующие:

- рост доли продовольственных товаров в обороте розничной торговли и значительное сокращение объема закупок товаров длительного пользования (автомобилей, бытовой техники и т. д.);
- снижение потребительского спроса провоцируется увеличением числа безработных и падением реальных доходов населения. Сокращение объемов потребительского кредитования, обусловленное в т.ч. высокими процентными ставками, стимулирует сокращение спроса, прежде всего, на товары длительного пользования (автомобили, мебель, бытовую технику).
- разочарование ряда потребителей в сетевых магазинах, которые оказались неспособны обеспечить действительно низкие цены, и их переориентация на приобретение продовольственных товаров на рынках: в августе 2009 года оборот торгующих организаций снизился по сравнению с августом 2008 года на 10,6%, в то время оборот рынков – на 4,4%. В январе-августе 2009 года по сравнению с январем-августом 2008 года оборот торгующих организаций упал на 5,2%, в то время как оборот рынков снизился на 1,1%. Таким образом, одним из важнейших трендов в развитии розничной торговли становится утверждение в качестве ключевого мотива выбора мест покупок фактора "цены" и переток потребителей из супермаркетов в гипермаркеты, а из гипермаркетов – в дискаунтеры, а также из сетевых магазинов – на рынки. Многие ведущие торговые сети переводят свои магазины в формат дискаунтера, сокращая издержки, стараясь таким образом удержать поток покупателей ("Пятерочка", "Холидей", "Новые торговые системы" и т.д.). При этом, в летнее время роста оборота розничной торговли на рынках способствует фактор сезонности, так как потребители предпочитают приобретать свежие овощи и фрукты на рынках по более низким ценам.

По мнению специалистов ИА "INFOLine", переломить данную тенденцию могут только совместные усилия ритейлеров и производителей, поставляющих продукцию в торговые сети, направленные на разработку привлекательных для покупателя товарных предложений (в том числе частных марок).

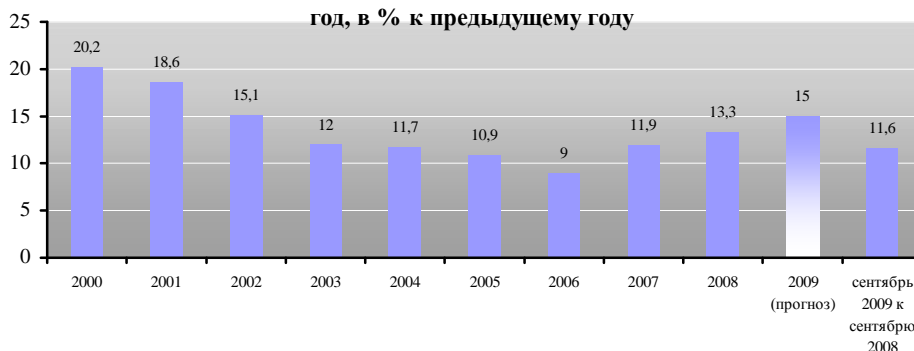
ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст содержит обзорную и статистическую информацию по ситуации в розничной торговле.



Инфляция на рынке продовольственных товаров

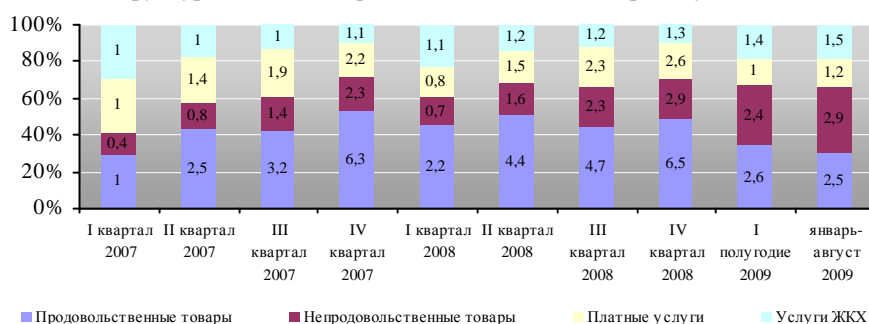
Темпы инфляции в 2008 году оказались наиболее высокими за период с 2002 года, причем показатели в I квартале 2009 года опережали показатели аналогичного периода 2008 года. Однако в августе-сентябре 2009 года цены остались стабильными (индекс к предыдущему месяцу составил 100,0%), что обусловлено стабилизацией курса рубля во II-III квартале 2009 года и усилением ценовой конкуренции между торгующими организациями.

Индекс потребительских цен в 2000-2008 гг. и прогноз на 2009



В январе – августе 2009 года динамика цен по отдельным секторам потребительского рынка характеризовалась следующими показателями: продовольственные товары подорожали на 6,6% (годом ранее на 11,3%), непродовольственные – на 7,6% (5,8%), платные услуги подорожали на 10,9% (годом ранее на 12,9%), вследствие чего структура инфляции претерпела определенную трансформацию по отношению к аналогичному периоду 2008 года.

Структура вклада в инфляцию в 2007-2009 гг., проц. пунктов



С начала 2009 года наибольший рост цен наблюдается на услуги, при этом, несмотря на существенную долю импорта и девальвацию рубля, цены на продовольственные товары растут медленнее. Наиболее динамичный рост в сегменте продовольственных товаров продемонстрировали сахар, мясо и птица, а также плодоовощная продукция. Кроме того, значительный рост наблюдался на хлебобулочные изделия, яйца, масло сливочное и на молоко и молочные продукты. Цены снизились только на масло подсолнечное.

ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст содержит обзорную и статистическую информацию о динамике инфляции на рынке продовольственных товаров.





Раздел II. Основные события и планы развития торговых сетей FMCG в I квартале 2009 года

"О'Кей", ООО / Торговая сеть "О'Кей"



Название компании: *О'Кей, ООО* Адрес: *195027, Санкт-Петербург, Магнитогорская ул., 11, лит. Е* Телефоны: *(812)33658070, (495)7457292* Факсы: *(495)7457294, (812)7034257* E-Mail: *ok@okmarket.ru; development@okmarket.ru* Web: *www.okmarket.ru*
Руководитель: *Патрик Лонге, генеральный директор*

Развитие сети

По состоянию на 1 октября 2009 года сеть "О'Кей" насчитывает 44 торговых объекта на территории России: 14 гипермаркетов и 13 супермаркетов в Санкт-Петербурге, 2 гипермаркета в Мурманске, по 2 гипермаркета в Краснодаре и Ростове-на-Дону, 1 гипермаркет и 3 супермаркета в Волгограде, по одному гипермаркету в Ставрополе, Тольятти, Нижнем Новгороде и Ногинске, а также 2 гипермаркета и 1 супермаркет в Красноярске. Суммарные торговые площади сети "О'Кей" по состоянию на 1 октября 2009 года составляют около 224 тыс.кв.м.

До конца 2009 года компания "О'Кей" планирует открыть не менее 4 магазинов различного формата в Санкт-Петербурге и регионах. Гипермаркеты планируется открыть в Москве (на арендуемых площадях), Уфе (собственный проект). По состоянию на октябрь 2009 года несколько супермаркетов находятся в различной стадии строительства. Один или два супермаркета могут быть открыты на юге страны до конца 2009 года. В Санкт-Петербурге новые супермаркеты под брендом "О'Кей Экспресс" будут открыты только в 2010 году – не менее пяти (в Колпино, Пушкине, в Веселом поселке и на Гражданском пр.).

Итоги деятельности и прогнозы

Компания "О'Кей" впервые опубликовала финансовые результаты своей деятельности в соответствии с МСФО. В 2008 году по сравнению с 2007 годом компания "О'Кей" увеличила выручку на 71% – до 50,27 млрд. руб. (30,53 млрд. руб.). EBITDA группы за год выросла более чем в два раза – с 2,18 млрд.руб. в 2007 году до 4,72 млрд. руб. в 2008 году. Прибыль от реализации увеличилась на 2% до 429,8 млн. руб., прибыль от налогообложения – в 2,3 раза до 2,37 млрд. руб., а чистая прибыль – также в 2,3 раза до 1,56 млрд. руб. Объем долга "О'Кей" по итогам 2008 года составил 12,69 млрд.руб., увеличившись на 32% по сравнению с предыдущим годом (9,6 млрд. руб.).

Открытие магазинов

В июле 2009 года в Санкт-Петербурге открылся гипермаркет "О'Кей" в ТРК "Гранд Каньон" на месте гипермаркета "Наш". Площади гипермаркета "Наш" (8 тыс.кв.м) находились в собственности ОАО "Седьмой Континент".

21 августа 2009 года в ТРЦ "Июнь" в Красноярске по адресу ул. Партизана Железняка, д.23 был открыт гипермаркет "О'Кей". Торговая площадь гипермаркета составила 8,5 тыс. кв.м.

Корпоративные события

В августе 2009 года компания "О'Кей" сообщила об успешной проведении миграции учётной системы на Microsoft Dynamics AX 4.0 при содействии компании "КОРУС Консалтинг". Сотрудничество двух компаний началось в 2002 году и оказало влияние на создание отраслевого решения KORUS|Retail на базе Microsoft Dynamics AX. В 2008 году, в связи с увеличением пользователей системы, ростом производимых операций, требований по производительности и имевшимися в версии 3.0 архитектурными ограничениями, было принято решение о переводе платформы системы с версии MS Dynamics AX 3.0 на версию 4.0. В соответствии с планом проекта, с 1 января 2009 года все пользователи начали работу в новой версии учётной системы.

ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст раздела содержит описание основных событий более 40 торговых сетей.





Раздел III. Итоги развития торговых сетей FMCG в III квартале 2009 года

Развитие форматов супермаркет и гипермаркет в III квартале 2009 года

В III квартале 2009 года крупнейшими ритейлерами России был открыто 11 гипермаркетов общей торговой площадью более 51,8 тыс.кв.м и 14 супермаркетов (в данную группу не включены франчайзинговые объекты сети Spar) общей торговой площадью около 16,2 тыс. кв.м. Прирост торговых площадей гипермаркетов в III квартале 2009 года более, в 2 раза меньше, чем в III квартале 2008 года – 46,4 по сравнению с 109,8 тыс.кв.м. Прирост торговых площадей супермаркетов в III квартале 2009 года по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года даже несколько увеличился – 16,2 тыс.кв.м. по сравнению с 12,7 тыс.кв.м. Так, можно отметить, что активный ввод гипермаркетов, отмечавшийся в I полугодии 2009 года, постепенно ослабевает, а открытие супермаркетов, наоборот, набирает обороты. Тенденция сокращения ввода гипермаркетов обусловлена следующими причинами:

- гипермаркеты, строительство которых было начато еще до экономического кризиса, были введены в I полугодии 2009 года;
- строительство и ввод новых гипермаркетов в условиях экономического кризиса нецелесообразны в силу большого объема затрат. Как правило, компании сокращают инвестиционную программу в сегменте крупноформатных объектов, концентрируясь на развитии объектов меньшего формата (супермаркетов, магазинов у дома). При этом открытия гипермаркетов осуществляются, как правило, в торговых центрах (в том числе на месте закрывшихся объектов ритейлеров, столкнувшихся финансовыми сложностями).

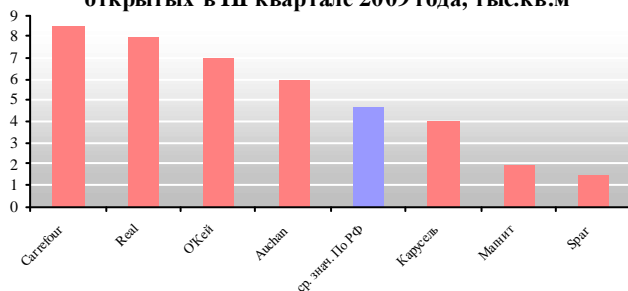


Лидером по числу открытых в III квартале 2009 года гипермаркетов является компания "Магнит", которая открыла 3 гипермаркета "Магнит" в Краснодарском крае. По два гипермаркета за рассматриваемый период открыли компании X5 Retail Group и "О'Кей". По числу открытых в течение III квартала 2009 года супермаркетов лидирующие позиции занимает сеть "Патэрсон", которую по франшизе в Сибирском федеральном округе развивает ОАО "Новые торговые системы". По 2 супермаркета открыли сети Атак и "Перекресток". Отметим, что в III квартале 2009 года X5 Retail Group сократила количество супермаркетов на 1, а в целом по итогам 9 месяцев количество супермаркетов "Перекресток" выросло всего на 3 (11 объектов было открыто, 3 – закрыто и 5 – ребрендировано в дискаунтеры "Пятерочка"). Количество гипермаркетов и супермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в III квартале 2009 года, представлено на диаграммах.

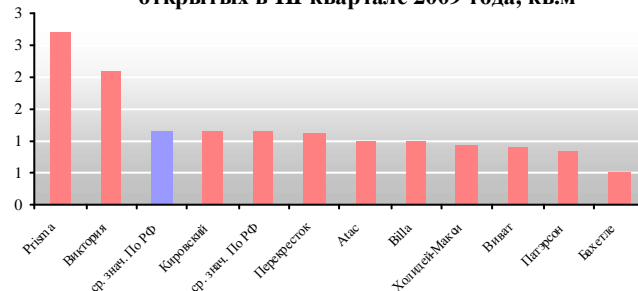




Средняя торговая площадь гипермаркетов, открытых в III квартале 2009 года, тыс.кв.м



Средняя торговая площадь супермаркетов, открытых в III квартале 2009 года, кв.м



Средняя торговая площадь гипермаркетов, открытых в III квартале 2009 года составила 4,7 тыс.кв.м. Максимальная торговая площадь гипермаркетов зафиксирована у Carrefour – 8,5 тыс. кв.м. Наименьшая торговая площадь у гипермаркетов сети "Магнит" – 1,87 тыс.кв.м и Spar – 1,5 тыс.кв.м. Средняя торговая площадь супермаркетов в III квартале 2009 года составила 1157 кв.м. Лидерами по величине средней торговой площади являются сеть Prisma и "Виктория" – 2,72 и 2,1 тыс.кв.м соответственно. Средние торговые площади открытых в течение 2008 года гипермаркетов и супермаркетов представлены на диаграммах.

ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст раздела содержит обзорную и аналитическую информацию о развитии сетей FMCG России в III квартале 2009 года.





Раздел IV. Комментарии к проекту Закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ"

Исходные предпосылки разработки законопроекта

В июле 2009 года Министерство промышленности и торговли разработало проект Ведомственной целевой программы "Развитие малого и среднего предпринимательства в отраслях промышленности и в торговле" и направило на согласование в заинтересованные ведомства. Одной из важнейших целей программы является "Содействие развитию цивилизованных форматов торговой деятельности", в рамках которой планируется реализация следующих мероприятий:

- подготовка проекта Федерального закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ" и мониторинг реализации его основных положений;
- методическая поддержка органов государственной власти субъектов РФ по формированию региональных программ в области развития торговли с учетом разрабатываемой Минпромторгом России "Стратегии развития торговой деятельности в РФ на период до 2015 года".

Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ" должен определить основы государственного регулирования торговой деятельности в РФ, полномочия федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности.

Основные положения законопроекта

13 июля 2009 года президиум правительства РФ одобрил последнюю редакцию проекта закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ", который готовился в течение пяти лет. В новом законопроекте прописаны условия взаимодействия поставщиков с торговыми сетями, установлен перечень запрещенных практик при оформлении договоров поставки между торговыми сетями и поставщиками. В проект закона включен запрет на продажу товаров ниже цены закупки. Одно из положений документа посвящено размещению нестационарных торговых объектов. Для таких объектов регионы должны разработать специальные адресные схемы, основанные на нормативах обеспечения населения объектами торговли. При этом обратного действия это положение не имеет: когда его примут, оно не станет основанием для ликвидации уже действующих нестационарных магазинов. Как минимум половина этого адресного перечня должна быть отдана малому бизнесу. Разработчики закона во главе с вице-премьером Виктором Зубковым предупредили, что в текст документа еще будут вноситься изменения, однако назвали их "несущественными". В частности, государство не собиралось контролировать торговые наценки сетей и устанавливать для них порог доминирования на локальных рынках. Вместо этого предполагалось ввести запрет на дискриминационные действия со стороны участников торговой деятельности.

Однако, накануне внесения проекта закона "О торговле" на рассмотрение в Госдуму по инициативе Виктора Зубкова и ФАС в него была внесена поправка – статья 16⁴. По мнению специалистов ИА "INFOLine" появление в законопроекте норм, регулирующих конкуренцию на региональных рынках обусловит повышение интереса к Исследованиям розничной торговли в городах и регионах, на которых уже более 5 лет специализируется ИА "INFOLine".

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит основные положения проекта Закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ", а также анализ его влияния на развитие сетевой и несетевой торговли.

⁴ Полный текст проекта Федерального закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ" см. в Приложении 1.





Перечень таблиц и графиков

Таблицы

Рейтинг торговых сетей FMCG РФ

- Динамика количества магазинов крупнейших сетей FMCG в 2005-2009 гг., по состоянию на конец периода
- Динамика общей торговой площади 45 крупнейших сетей FMCG в 2005-2009 гг., тыс. кв. м, по состоянию на конец периода
- Динамика выручки (без учета НДС) 45 крупнейших сетей FMCG в 2005-2009 гг., млрд. руб.

Раздел I. Развитие розничной торговли в России

Таблицы

- Динамика оборота розничной торговли в 2006-2009 гг.
- Структура оборота розничной торговли в 2002-2009 гг., млрд. руб.
- Оборот торгующих организаций и рынков в 2002-2009 гг., млрд. руб.
- Региональная структура оборота розничной торговли РФ в 2002-2009 гг., %

Графики

- Динамика основных показателей потребительского рынка в 2005-2009 гг., в % соответствующему периоду предыдущего года
- Динамика оборота розничной торговли в 2005-2009 гг., млрд. руб.
- Динамика доли продовольственных товаров в обороте розничной торговли в 2005-2009 гг., %
- Структура розничных продаж алкогольных напитков и пива в 2004-2009 гг., в % в пересчете на алкоголь
- Индекс потребительских цен в 2000-2009 гг., в % к предыдущему году
- Структура вклада в инфляцию в 2007-2009 гг., проц. пунктов
- Темпы изменения цен на продовольственные товары в 2007-2009 гг., % к предыдущему году
- Индекс потребительских цен в 2000-2009 гг., в % к предыдущему месяцу
- Изменение цен на продовольственные товары (без учета напитков) в странах Европы, август 2009г. в % к декабрю 2008г., %
- Динамика количества рынков в РФ и их доли в обороте розничной торговли в 2004-2009 гг.
- Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в январе-августе 2009 года, %
- Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-августе 2009 года, %
- Рост оборота розничной торговли по округам в 2007 - 2009 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года, в сопоставимых ценах

Раздел III. Итоги развития торговых сетей FMCG в III квартале 2009 года

Графики

- Количество гипермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в III квартале 2009 года
- Количество супермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в III квартале 2009 года
- Средняя торговая площадь гипермаркетов, открытых в III квартале 2009 года, кв.м
- Средняя торговая площадь супермаркетов, открытых в III квартале 2009 года, кв.м
- Количество гипермаркетов по типу размещения открытых в III квартале 2009 года
- Средняя торговая площадь гипермаркетов по типу размещения в III квартале 2009 года, тыс.кв.м
- Суммарная торговая площадь гипермаркетов по типу размещения открытых в III квартале 2009 года, тыс.кв.м
- Количество гипермаркетов, открытых в III квартале 2009 года, по регионам
- Количество гипермаркетов, открытых в III квартале 2008 года, по регионам
- Суммарные торговые площади гипермаркетов, открытых в III квартале 2009 года, по регионам
- Количество гипермаркетов, открытых в III квартале 2009 года, по федеральным округам
- Количество гипермаркетов, открытых в III квартале 2008 года, по федеральным округам
- Суммарные торговые площади гипермаркетов, открытых в III квартале 2009 года, по федеральным округам, тыс.кв.м
- Суммарные торговые площади гипермаркетов, открытых в III квартале 2008 года, по федеральным округам, тыс.кв.м
- Суммарные торговые площади гипермаркетов и супермаркетов, открытых III квартале 2009 года по регионам, тыс.кв.м
- Суммарная торговая площадь объектов, открытых в III квартале 2009 года по федеральным округам, тыс.кв.м
- Количество гипермаркетов и супермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в III квартале 2009 года, по регионам

Приложение I. Структура розничного оборота по субъектам РФ

Таблицы

- Структура розничного оборота по субъектам РФ





Приложение 2. Проект Федерального закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ" (прошел I чтение в Государственной Думе РФ)

Графики

- Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами в городах РФ в 2008 году, %
- Компании-лидеры по доле в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 8 регионах в 2008 году
- Компании-лидеры по доле в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 7 городах в 2008 году
- Насыщенность сетевыми магазинами на 10 тыс. чел. в 17 крупнейших городах России в 2008 году

