

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.



Отраслевой обзор

Состояние потребительского рынка России и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ Март 2016 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 марте 2016 года
- Рейтинг торговых сетей FMCG по количеству магазинов, торговой площади за март 2016 года и выручке по итогам 2013-2015 гг.

Содержание отраслевого обзора «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ»

Об обзоре «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ»	7
Рейтинг торговых сетей FMCG России.....	9
<i>Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG</i>	9
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по количеству магазинов</i>	13
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по величине торговых площадей</i>	15
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по чистой выручке</i>	21
Раздел I. Развитие розничной торговли в России	24
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли</i>	24
<i>Опережающие индикаторы развития розничной торговли</i>	27
<i>Государственное регулирование розничной торговли</i>	30
<i>Структура оборота розничной торговли по видам товаров</i>	54
<i>Структура оборота розничной торговли по видам организаций</i>	58
<i>Региональная структура оборота розничной торговли</i>	61
<i>Инфляция на рынке продовольственных товаров</i>	64
<i>Доходы и расходы населения</i>	69
<i>Потребительские ожидания и уверенность населения</i>	81
Раздел II. Основные события в розничной торговле FMCG	83
<i>О продлении контрсанкций, ограничивающих поставки продовольственных товаров из ЕС, США и некоторых других стран</i>	83
<i>Значимые события января-марта 2016 года</i>	87
<i>Важнейшие события, способные оказать влияние на розничную торговлю FMCG России</i>	93
<i>Деятельность АНО «Роскачество»</i>	96
<i>Деятельность специалистов ИА INFOLine</i>	100
<i>Кейс «Потребительское поведение россиян в кризис»</i>	102
Раздел III. События и планы развития торговых сетей FMCG	110
<i>«Магнит», ПАО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный», «Магнит-Косметик»</i>	110
«Магнит», ПАО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный».....	110
«Магнит», ПАО / Торговая сеть «Магнит-Косметик»	121
<i>X5 Retail Group N. V. (ТД «Перекресток», ЗАО) / Торговые сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель», «Копейка» и «Перекресток Экспресс», «Перекресток Гипер»</i>	122
X5 Retail Group N. V. / Торговая сеть «Пятерочка»	131
X5 Retail Group N. V. (ТД «Перекресток», ЗАО) / Торговая сеть «Перекресток».....	138
X5 Retail Group N. V. («Экспресс-ритейл», ООО) / Торговая сеть «Перекресток Экспресс», «Ситимаг», «Копейка».....	144
X5 Retail Group N. V. (ТД «Перекресток», ЗАО) / Торговые сети «Карусель», «Перекресток Гипер»	145
<i>Auchan Retail Россия / Торговая сеть «Ашан», «Ашан-Сити», «Наша Радуга», «Каждый день», «Атак», «В шаге от Вас»</i>	150
«Ашан», ООО / Торговые сети «Ашан», «Ашан-Сити», «Наша Радуга», «Каждый день».....	150
«Ашан», ООО / Торговая сеть «Наша Радуга»	157
«Атак», ООО / Торговые сети «Атак», «В шаге от Вас».....	158
<i>Metro Group / Торговые сети METRO, METRO Punct, real-</i>	160
«METRO Кэш энд Керри», ООО / Торговые сети METRO, METRO Punct	160
«METRO Кэш энд Керри», ООО / Франчайзинговая торговая сеть «Фасоль».....	164
<i>ГК «ДИКСИ» / Торговые сети «Дикси», «Мегамарт», «Минимарт», «Квартал», «Виктория», «КЭШ»</i> ... 165	
ГК «ДИКСИ» («Дикси Юг», ЗАО) / Торговая сеть «Дикси», «Мегамарт», «Минимарт».....	165
ГК «ДИКСИ» («Виктория-Балтия», ООО) / Торговые сети «Виктория», «Квартал», «Дешево».....	171
<i>«Лента», ООО / Торговая сеть «Лента Cash&Carry»</i>	172
<i>ГК «О'КЕЙ» / Торговые сети «О'КЕЙ», «О'КЕЙ-Экспресс», «Да!»</i>	181
«О'КЕЙ», ООО / Торговые сети «О'КЕЙ», «О'КЕЙ-Экспресс»	181
«Фреш Маркет», ООО / Торговая сеть «ДА!»	189
<i>«Седьмой Континент», ОАО / Торговая сеть «Седьмой Континент», «НАШ»</i>	190
<i>«Спар РФ» / Торговая сеть SPAR</i>	191
<i>Франчайзинговые партнеры SPAR Russia B.V. (сеть SPAR)</i>	192
«ТД Интерторг», ООО / Торговая сеть «Народная 7Я», «Идея», SPAR	195
ТД «Интерторг», ООО / Торговая сеть «Норма».....	196
«Городской супермаркет», ООО / Торговая сеть «Азбука вкуса», АВ Daily, «АВ Маркет», SPAR.....	197
«Молл», ООО / Торговая сеть «Молния», «Молния-Экспресс», SPAR	200
ГК «Кентавр» / Торговые сети «Всё будет ОК», «Цезарь», SPAR	200
ГК Трилистник («Продтовары», ОАО) / Торговые сети «Тэмле», «Семерочка», «Народная цена», SPAR	201
«Лама Плюс», ООО; «Томритейл», ООО; Спар-Томск, ООО / Торговая сеть «ЛАМА», «Фуд-Сити», «Абрикос», SPAR	202
ГК «Система РегионМарт» / Торговая сеть «Поляна», «Чибис», «Бонус», «Спутник»	202
«Торговый дом Семья», ОАО («Тетрис-Калининград, ООО) / Торговые сети «Семья», «Экспресс Семья», SPAR	203
«Ижтрейдинг», ООО / Торговая сеть «Ижтрейдинг», «Миндаль», «Три Банана», «Экстра», «Карлутка».....	204
«Ринг», ООО / Торговая сеть «Ринг», BigPack, SPAR	205
«Елисей», ООО / Торговая сеть «Елисей»	205

ГК «Монетка» («Элемент-Трейд», ООО; «Инвестпроект», ООО) / Торговые сети «Монетка», «Монетка Супер», «Райт».....	206
«Элемент-Трейд», ООО / Торговые сети «Монетка», «Монетка Супер», «Райт»	206
«Инвестпроект», ООО / Торговая сеть «Монетка» (франчайзинг)	207
«Мария-Ра», ООО («Розница-1», ООО и др.) / Торговая сеть «Мария-Ра».....	207
«Компания Холлидей», ООО / Торговая сеть «Холлидей-Классик», «Сибириада», «Турне», «Кора», «Палата», «Народная Палата».....	209
«ТД Интерторг», ООО / Торговая сеть «Народная 7Я», «Идея», SPAR	209
«Гиперглобус», ООО / Торговая сеть «Globus».....	210
REWE Group (Билла, ООО) / Торговая сеть «Villa».....	212
«Зельгрос», ООО / Торговая сеть «Selgros Cash & Carry».....	212
«Корпорация Гринн», АО / Торговая сеть «Линия»	213
«Бэст Прайс», ООО / Торговая сеть Fix Price.....	215
SPS Холдинг / Торговые сети «Красное&Белое», «Красное&Белое плюс».....	217
«Ритм-2000», ООО / Торговая сеть «Тверской купец», «Вольный купец», «Тележка», «4 Сезона», «Апельсин», «Экономика», «Разница»	217
ГК Кировский (Лев, ООО) / Торговая сеть «Супермаркет Кировский»	219
«Т и К Продукты», ЗАО («МПМ Магнолия», ООО) / Торговая сеть «Магнолия».....	219
ГК «Полушка» («Любавушка», ООО и др.) / Торговая сеть «Полушка», «Лайм», «Е-да!», «Всенародный». 220	
Холдинг «Евророс» (ТД «ЕвроНорд», ООО; Яблочко, ООО) / Торговые сети «Евророс», «Твой», «Яблочко» 221	
«Тамерлан», ООО / торговая сеть «Покупочка».....	222
ГК «ЭССЕН» / Торговые сети «ЭССЕН», «ЭССЕН Экспресс», «Камилла», «ЭССЕН Green»	222
«Оптовик», ООО; Табыш, ООО / Торговые сети «ЭССЕН», «ЭССЕН Экспресс», «ЭССЕН Green», «Табыш».....	222
«ТД Камилла», ООО / Торговая сеть «Камилла», «ЭССЕН Экспресс».....	223
ГК «Командор» («Элита-98», ООО, «Русь-27», ООО) / Торговая сеть «Командор», «Аллея», «Хороший». 223	
ГК «Система РегионМарт» / Торговая сеть «Поляна», «Чибиc», «Бонус», «Спутник».....	225
«Европа», ООО (ГК «Промресурс») / Торговая сеть «Европа».....	225
ГК «Норман-Виват» («Виват-Трейд», ООО, «Норман», ООО) / Торговые сети «Виват», «НормаН».....	226
«Виват-Трейд», ООО / Торговые сети «Виват».....	226
«Торговая сеть Норман», ООО / Торговая сеть «НормаН»	227
«Авоська-два», ООО / Торговая сеть «Авоська», «А Маркет».....	227
«Центр Реструктуризации», ООО / Торговая сеть «Гроздь»	228
«Форвард», ЗАО / Торговая сеть «Полушка» (Уфа)	229
ГК «Невада» / Торговые сети «Самбери», «Раз Два»	229
ГК «Великолукский агропромышленный холдинг» / Торговая сеть «Великолукский мясокомбинат»	230
«Сеть универсамов Алые Паруса», ООО / Торговая сеть «Алые паруса», «Елисеевский».....	231
ГК «Новые торговые системы» / Торговые сети «Универсам удачных покупок», «Супермаркет», «Лидер экономики», «Столичный», «Бахетле», «Добрянка», «Санберри», «Плюс», «ПравильПиво».....	232
ТГ Высшая Лига, ООО; НП Розничная кооперативная сеть «Высшая Лига, ООО» / Торговые сети «Высшая Лига», «Экстра-эконом», «Лига Гранд» и др.	234
ГК «Кентавр» / Торговые сети «Всё будет ОК», «Цезарь»	235
«Молл», ООО / Торговая сеть «Молния», «Молния-Экспресс», SPAR.....	235
«МАН», ООО / Торговая сеть «МАН», «ГурМАН», «МиниМАН», «ПЛЮС», «СуперМАН»	235
ГК «Торгсервис» ООО и др. / Торговая сеть «Светофор».....	235
«Призма», ООО / Торговая сеть «Призма».....	236
«Сибирский гигант», ХК (Торговый холдинг Сибирский Гигант, ООО) / Торговая сеть «Гигант», «Мегас», «Горожанка»	238
«Бахетле-1», ООО; «Розторг-ЛМ», ООО / Торговая сеть «Бахетле», «Продуктовая лавка».....	239
«Ижтрейдинг», ООО / Торговая сеть «Ижтрейдинг», «Миндаль», «Три Банана», «Экстра», «Карлутка» 240	
«Радеж», ООО / Торговая сеть «Радеж», «Эконом»	241
Лама Плюс, ООО; «Томритейл», ООО; Спар-Томск, ООО / Торговые сети «Лама», «Фуд-Сити», «Абрикос», SPAR.....	241
ГК Батыр («ТоргМастер», ООО; «Салют-торг», ООО) / Торговые сети «Байрам», «Сабантуй», «АЮ», «Байрам-икмэк».....	241
«Формат», ООО / Торговые сети «Поворот», «Репка», «ЕДА!», «Наш магазин», «Победа!».....	244
«Альбион-2002», ООО / Торговая сеть «Бристоль»	245
«КВД-Групп» (ООО «Камеот-А») / Торговая сеть «Ярче!»	247
ТГ «Абсолют» / Торговая сеть «Абсолют Cash&Carry».....	248
Регион-Продукт, ООО; «РегионПродукт», ООО; «Паллада торг», ЗАО / Торговые сети «Росинка», «Сберегайка», «Апельсин», «Бон Аппетит», «Седьмое небо», «Седьмое Небо Оптовик», «Москва».....	248
«Семья», ООО / Торговая сеть «Семья», «Диско».....	249
«Торговый союз», ООО (ранее «Енисейская торговая компания», ОАО) / Торговые сети «Красный Яр», «Батон».....	251
«ТД Челны хлеб», ООО; «Терминал», ООО / Торговые сети «Челны хлеб», Fresh market, «Продслава».....	252



Союз Святого Иоанна Воина, ООО / Торговая сеть «Верный»	254
«Гулливвер», АО / Торговая сеть «Гулливвер», «Гурман», «Победа»	255
Некоммерческое партнерство торговых предприятий «Панорама Ритейл» / Торговые сети «Сигма», «Пять шагов», «Дисма»	256
«Слата», ООО / Торговые сети «Слата», «Славный», «Хлеб-Соль»	257
«Семь пятниц», ГК / Торговая сеть «Семь пятниц»	258
«Неотрейд», ООО / Торговая сеть «Пеликан»	259
«ТД Миндаль», ООО / Торговые сети «Миндаль»	259
«Матрица Холдинг», ОАО / Торговая сеть «Матрица»	260
«Любимый вкус», ООО / Торговая сеть «Любимый магазин»	260
«Розничная сеть Динские колбасы», ООО (ЮМК, Холдинг) / Торговые сети «ЕстЪ», «Маг-Мак»	261
«Вестер», ГК (Вестер–Регионы, ООО и др.) / Торговая сеть «Вестер», «Сосед», «Бомба», «Вестер Гипер», «Вестер» Premium	261
«Компания «Метрополис», ООО / Торговая сеть «Метрополис»	263
Холдинг «Партнер» («Подсолнух», ООО) / Торговые сети SPAR, EUROSPAR, «Подсолнух»	263
«ТВК-Р», ООО / Торговая сеть «Табрис»	263
ГК «Мясновъ» (ЦДН Мясновъ, ООО, ЦДА Сомелье, ООО) / Торговая сеть «Мясновъ», «Отдохни»	264
«Новый Импульс – 50», ООО / Торговая сеть «Утконос»	265
«Центрторг», ОАО / Торговая сеть «Центрторг»	265
«Волгаторг», ООО / Торговая сеть «Семейный»	266
«Традиционная розница», ООО / Торговые сети «Естный», «Ядёшев», «Есенин»	266
«Мегаторг», ООО / Торговая сеть «Быстроном», «Сантимо»	267
ГК «Сибирская Губерния» / Торговые сети «Свежие продукты», «Сибирская губерния», «Индюшкино», «Лучи»	268
ТК «Эдельвейс», ЗАО / Торговая сеть «Эдельвейс», «901»	268
«Вегат Плюс», ЗАО / Торговая сеть «АБК»	269
«Фирма Опт-торг», ООО / Торговая сеть «Вершина»	270
«Роксэт-С», ООО, «Фирма Глобус», ООО / Торговая сеть «Все на свете», «Система Глобус»	270
«Ак Барс Торг», ООО / Торговые сети «Чак-чак», «Наша марка»	271
«Висант-торг», ЗАО / Торговая сеть «Пятью-пять» (ранее франчайзи «Пятерочка» в Воронежской обл.)	272
ГК «Ассорти» / Торговая сеть «Ассорти продукт»	273
ГК «Петровский» / Торговые сети «Петровский», «Сезон покупок»	274
«Райцентр», ООО / Торговые сети «Райцентр», «Рай Цен», «Точка», «Продуктовый универсам», «Гастроном № 1», «Гастроном экспресс»	274
«Вкусный дом», ООО / Торговая сеть «Вкусный дом», «Пушкинский», «Столичный», «Славянский», «Солнечный»	275
«ОРТ Универсал», ОАО / Торговая сеть «Универсал»	276
«Дружба–15», ООО / Торговая сеть «Сочи», «Новый век», «7 холмов»	276
«ТД «Баиспирт», ООО / Торговая сеть «Баиспирт»	276
ТС «Диксика», ООО / Торговая сеть «Диксика»	277
«ТГ Солнечный круг», ООО / Торговая сеть «Солнечный круг»	277
«Асти», ООО / Торговая сеть «Пролетарский»	278
«Остан», ГК / Торговая сеть «Остан»	278
«Ритейл», ООО / Торговая сеть «Журавли», «Калита»	278
«Смарт Велью Ритейл», ЗАО / Торговая сеть «Оливье»	279
«Элит», ООО / Торговая сеть «Пчелка», «Элит», «Карамель»	279
ГК «Меркурий» / Торговая сеть «Меркурий»	280
«Столичная торговая компания», ООО / Торговая сеть «Глобус Гурмэ», «Смартори»	280
Kesko Food (Кеско Фуд Рус, ООО) / Торговая сеть «К-РУОКА»	282
«Компания ВДЛ», ООО / Торговая сеть «БУМ»	283
«ПУД», ООО / Торговая сеть «ПУД»	283
«Заодно», ООО / Торговая сеть «Заодно»	284
«Лотос Ритейл», ООО / Торговая сеть «Лотос М»	285
«ТК Лэнд», ООО / Торговая сеть «Лэнд»	285
«Торговый дом «РеалЪ», ООО / Торговая сеть «РеалЪ Свежие продукты»	286
ТД Шкуренко, ООО; Холлифуд, ООО / Торговые сети «Низкоцен», «Продукты 24 часа»	286
ИП Бажин (Продторг, ООО и др.) / Торговые сети «Привозъ», «Дом»	287
ТД Фреш-25, ООО и др. / Торговые сети «Фреш-25», «Фреш-25 Экспресс», «Радиус»	287
Димарт, ООО / Торговые сети «Super Good», «Мой мир»	288
АПХ «Мираторг», ООО / Торговая сеть «Мираторг»	289
«Натуральные продукты», ООО; «Карлугас», ООО / Торговая сеть «Ярмарка»	290
«Лакмин», ООО / Торговые сети «Лакмин Cash&Carry», «Лакмин»	291
«Аматус», ООО / Торговая сеть «Я-Любимый супермаркет»	291

«Елакс», ООО / Торговая сеть «Алми»	292
«Экстра», ООО; «Экстра-Премиум», ООО / Торговые сети «Главаг», «Экстра».....	293
«Гарант–Трейд М», ООО / Торговая сеть «Мой магазин».....	293
«Нордик-Нева», ООО / Торговая сеть «НЕТТО».....	293
«АмиКо», ООО / Торговая сеть «SEVEN»	294
«Шамса-Холдинг», ООО / Торговые сети «Шамса», «Пробочка».....	294
ИП Баканов В. И. / Торговая сеть «Кашелка».....	295
Холдинг «Ариант» / Торговая сеть «Ариант»	295
Компания у Палыча, ООО и др. / Торговая сеть «У Палыча»	296
«Плюс дискаунт», ООО (Tengelmann Group) / Торговая сеть «Плюс».....	296
«Биг Бокс», ООО/ «Опточлб «Ряды».....	298
«Новатор», ООО / Торговая сеть «Новатор»	300
«Луг да поле», ООО; «ВкусВилл», ООО / Торговые сети «Избенка», «ВкусВилл»	300
ЗАО «Союз Ритейл» / «Бест–маркет», «Элект», «Звездный», «А–продукт», «Елисей», «Пикник».....	302
«Бест-маркет», ООО / Торговые сети «Бест», «Бест+», «Техинвест».....	302
«Элект», ООО / Торговая сеть «Элект».....	302
«Торговая сеть Звездный», ООО / Торговая сеть «Звездный», «Звездный дар».....	303
«А-продукт», ООО / Торговая сеть «А-продукт».....	304
«Елисей», ООО / Торговая сеть «Елисей»	305
ГК «Пикник» / Торговая сеть «Пикник», «Винни»	305
ТД «Центрkoopторг», ООО («Центросоюз РФ») / Сеть магазинов потребительской кооперации	305
«Союз Независимых Сетей России»	307
Всероссийский кооператив независимого ритейла – Потребительского общества «РОСТ».....	308
Федеральный закупочный союз / «Система «ТЗС», ЗАО.....	310
Сети–участники «Системы «ТЗС».....	311
«Ижтрейдинг», ООО / Торговая сеть «Ижтрейдинг», «Миндаль», «Три Банана», «Экстра», «Карлутка».....	311
«Лама Плюс», ООО; «Томриейл», ООО; Спар-Томск, ООО / Торговая сеть «ЛАМА», «Фуд-Сити», «Абрикос», SPAR	311
ТГ Высшая Лига / Торговые сети «Высшая Лига», «Экстра-эконом», «Лига Гранд» и др.....	311
«Вегат Плюс», ЗАО / Торговая сеть «АБК».....	311
«Любимый вкус», ООО / Торговая сеть «Любимый магазин».....	311
«Торговый дом Семья», ОАО / Торговые сети «Семья», «Экстресс СеМь».....	311
«Каспий–ритейл», ООО / Торговая сеть «Городок», «Погребок».....	312
Горизонт, ООО (ранее «Макаров и компания», ООО) / Торговая сеть «Окрошка» (ранее «Макаровский», «МакСити», «Максимум», Cash&Сагу, «Бест», «Культура Вкуса», «Дары природы»)	312
Некоммерческое партнерство торговых предприятий «Панорама Ритейл» / Торговые сети «Сигма», «Пять шагов», «Дисма»	312
«Праздничный», ООО / Торговая сеть «Праздничный»	313
«Артемиды–Дон», ООО / Торговая сеть «Артемиды Дон».....	313
«Квартал», ООО / Торговая сеть «Квартал»	313
«Караван», ООО и др. / Торговая сеть «Караван»	314
Денисов, ИП / Торговая сеть «Петрович».....	314
«Стайер, ООО» и др. / Торговая сеть «О'кей»	314
«Вымпел», ООО и др. / Торговая сеть «Наш Маг», «Вымпел», «Пчелка», «Копейка».....	315
«Каравай-РС», ООО (ТЗС «Сибирь») / Торговая сеть «Каравай», SPAR	315
Сети–партнеры «Системы «ТЗС»:.....	316
«Торговый двор «Аникс», ООО и др. / Торговая сеть «Аникс», «Корзинка», «Браво», SPAR.....	316
«Торговый союз», ООО (ТЗС «Сибирь») / Торговая сеть «Красный Яр»	317
Барс-Ритейл, ООО / Торговая сеть «Барс», «Барс экспресс», «У Иваныча»	317
«Тандем», ООО / Торговая сеть «Покупай-ка»	318
«Елисей», ООО (ЗАО «Союз Ритейл») / Торговая сеть «Елисей»	318
«Милена», ООО / Торговая сеть «Милена»	318
«Рост», ООО / Торговые сети «Рост», «Молодежный».....	319
«Слата», ООО (ТЗС «Сибирь») / Торговые сети «Слата», «Славный», «Хлеб–Соль».....	319
«ГД Челны хлеб», ООО (ТЗС «Волжско–Камский») / Торговые сети «Челны хлеб», Fresh market.....	319
«Смак–Гурмэ», ООО / Торговые сети «СМАК», «Пять звезд», «Стрелка»	319
«Торговый дом – СИТНО, ООО / Торговая сеть «Ситно».....	319
«Виват-Трейд», ООО / Торговые сети «Виват».....	320
«Волгаторг», ООО / Торговая сеть «Семейный».....	320
Прочие сети «Союза Независимых Сетей России».....	320
ТД «ЕвроНорд», ООО / Торговые сети «Евророс», «Твой», «Яблочко»	320
«ГД Миндаль», ООО / Торговые сети «Миндаль».....	320
«Аяврик», ООО / Торговая сеть «Аяврик».....	320
«Фирма БиМ», ООО / Торговая сеть «БиМ»	321
Нива, ООО / Торговая сеть «Ермак»	321
«Сластена сервис», ООО / Торговая сеть «В десятку»	321
«Дом Еды», ЗАО / Торговая сеть «Дом еды».....	321
«Торговый Дом Дуслык», ООО (ТЗС «Волжско–Камский») / Торговые сети «Эком», «Ассорти», «Тэмле».....	322
«Опт-торг», ООО / Торговые сети «Любимые продукты», «МодернЪ»	322
«Валькор», ООО, «АльфаМаркет», ООО, «Калинка Ренессанс», ООО / Торговая сеть «Альбатрос».....	323
«Синтез» ООО / Торговая сеть «7 копеек», «Матур».....	323
«Холодильник», ООО / Торговая сеть «Холодильник»	323
«Айгуль», ООО / Торговая сеть «Айгуль»	323
ГК «Сибирские широты» (СМ «Радость», ООО, «Торговый дом», ООО, «Империя вкуса», ООО) / Торговая сеть «Радость»	324
«Торговый холдинг «Лотос», ООО / Торговые сети «Лотос», «Сигма», «Лотос Гурман»	324
ПКФ Система магазинов «Оникс», ООО / Торговая сеть «Оникс»	325



«Торговый дом Агат», ООО (ТЗС «Волжско–Камский») / Торговая сеть «Агат Cash&Cарту».....	325
Торговая Ассоциация «Мост», ООО	326
«Гарант XXI век», ООО / Торговая сеть «Гарант XXI «.....	326
«Калинка Клин», ООО / Торговая сеть «Круста».....	327
«Элит», ООО / Торговая сеть «Пчелка», «Элит», «Карамель».....	327
«Гаврилов», ИП и др. / Торговая сеть «Афанасий «.....	327
ОРТП 2010, ООО; Фуд Стор, ООО; Новый Амбар, ООО; Кауфхолл, ООО / Торговая сеть «Бородинский»	328
«Гулливер», АО / Торговая сеть «Гулливер», «Гурман», «Победа»	328
ГК «Петровский» / Торговые сети «Петровский», «Сезон покупок»	328
Генцель А.А., ИП / Торговая сеть Bitte	328
Анкор, ООО и др. / Торговая сеть «Анкор».....	329
ГК «Продкотлас» / Торговые сети «Лето», «Успех».....	329
«Маркет», ООО / Торговая сеть «Калинка».....	329
«Эконом», ООО / Торговая сеть «Эконом», «Огонек»	330
ГК «Титан» («Мегатитан», ООО, «Розничная торговая сеть Титан», ООО) / Торговая сеть «Титан», «Титан Парк», «Титан–Гастроном», «Титан Маркет Свежие продукты».....	330
«Лидер», ООО / Торговая сеть «Алика», «Вестер-гипер» (франчайзинг)	330
«Орион», ООО / Торговая сеть «Лайм»	331
«Большая ярмарка», ООО / Торговые сети «Ярмарка», «Сорока».....	331
Торговый Дом «Пять звезд–Север», ООО / Торговая сеть «Пять звезд», «Корзинка».....	331
ГК «Диал» / Торговая сеть «Кошелек».....	332
ТС «Фудмаркет», «Вкусомир», ООО / Торговые сети «ФудМаркет», «Вкусомир»	332
ГК Батыр («ТоргМастер», ООО; «Салют-Торг», ООО) / Торговые сети «Байрам», «Сабантуй», «АЮ», «Байрам-икмэк»	332
«ТД Московский-РВ», ООО / Торговая сеть «Винегрет»	332
«МПЗ Украина», ООО; «МПЗ Богородский», ООО / Торговые сети «Любимые продукты», «7 Дней», «Мелифаро».....	333
«Закрома», ООО и др. / Торговая сеть «Закрома», «Копейкин дом»	334
«ПК Холдинг Продсиб», ООО; «ПК Продсиб», ЗАО / Торговая сеть «Продсиб».....	334

Торговые сети, прекратившие деятельность или находящиеся в стадии банкротства 335

<i>ИП Пикалов А.А.; Соседушка, ООО / Торговая сеть «сосеДДушка»</i>	<i>335</i>
<i>Холдинг «Партнер» («Подсолнух», ООО) / Торговые сети SPAR, «Подсолнух».....</i>	<i>335</i>
<i>«Эконом», ООО (ИП С.А.Арутюнян) / Торговая сеть «Эконом»</i>	<i>336</i>
<i>«ТД «Мега–Дон», ООО / Торговые сети «Империя продуктов», «Фреш»</i>	<i>336</i>
<i>Ассорти, ЗАО / Торговые сети «Ассорти», «Эконом», SPAR.....</i>	<i>337</i>
<i>«Добрыня», ГК / Торговая сеть «Добрыня».....</i>	<i>338</i>
<i>«Манго», ООО / Торговые сети «Манго»</i>	<i>340</i>
<i>ГК КИЯ (Новокузнецкобувьторг, ООО) / Торговая сеть «Солнышко»</i>	<i>340</i>
<i>«Дворцовый ряд–МС», ООО (торговая сеть «Дворцовый ряд» (ранее «Пятерочка» в Ульяновской области)).....</i>	<i>341</i>
<i>«Каравай-РС», ООО / Торговая сеть «Каравай», SPAR, «Магазин низких цен».....</i>	<i>342</i>
<i>«Нева-Ритейл», ООО; «Даяна», ООО / Торговая сеть «XL».....</i>	<i>343</i>
<i>«Рост», ООО / Торговые сети «Рост», «Молодежный».....</i>	<i>344</i>
<i>«Сластена сервис», ООО / Торговая сеть «В десятку».....</i>	<i>344</i>
<i>«Синтез» ООО / Торговая сеть «7 копеек», «Матур».....</i>	<i>344</i>

Приложение 1. Структура розничного оборота по субъектам РФ в 2009-2016 гг. 346

Об информационных продуктах ИА INFOLine 348

Об обзоре «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ»

Отраслевой обзор «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ» содержит структурированную информацию о развитии торговых сетей и розничной торговли, а также обзор событий, произошедших на российском розничном рынке в отчетном периоде (в данном обзоре – март 2016 года), информацию об итогах операционной, финансовой и инвестиционной деятельности и рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России.

Цель исследования: анализ развития и характеристика событий в розничной торговле и на потребительском рынке России, структурированное описание, сравнительный анализ, мониторинг инвестиционной деятельности и динамики органического роста, ранжирование операционных и финансовых показателей более 200 крупнейших торговых сетей FMCG России.

Ключевые параметры рынка: емкость розничного рынка России в 2015 году превысила 27,5 трлн. руб. (с учетом НДС), а объем продаж продовольственных товаров – 13,4 трлн. руб. (с учетом НДС). 700 торговых сетей FMCG (включая специализированные сети и магазины на АЗС), описанные в продукте, формируют 50% оборота розничной торговли продуктами питания в России, а доля 10 крупнейших сетей FMCG составляет более 24%.

Актуальность исследования: как и прогнозировали специалисты INFOline, потребительский рынок в 2015 году перешел к новой парадигме развития. В 2015 году оборот розничной торговли в РФ в физическом выражении снизился на 10%, а продажи продуктов питания (включая напитки) и табачных изделий – на 9,2%. В 2016 году динамика оборота розничной торговли в физическом выражении останется негативной, однако за счет роста цен на продовольственные товары емкость рынка продовольственных товаров в рублевом выражении продолжит расти.

Направления использования результатов исследования: бенчмаркетинг, анализ конкурентов и партнеров, маркетинговое и стратегическое планирование, поиск клиентов и партнеров, подготовка к переговорам с торговыми сетями.

Временные рамки исследования: Динамика с 2007 года (емкость и динамика рынка) и с 2011 года (операционные и финансовые итоги крупнейших сетей FMCG, структурные показатели рынка FMCG), Итоги 2014-2015 гг. и Прогнозы на 2016 год (емкость и динамика рынка розничной торговли, доходы потребителей, стратегии и планы развития крупнейших сетей FMCG).

Преимущества исследования: ежемесячный анализ и структурированное описание потребительского рынка и важнейших событий, способных оказать влияние на розничную торговлю продовольственными товарами, в том числе в области государственного регулирования торговой деятельности (принятие законов, законодательные инициативы), ежемесячный мониторинг деятельности более 200 крупнейших торговых сетей FMCG (информация о корпоративных событиях, операционной, финансовой и инвестиционной деятельности).

Методы исследования и источники информации:

- регулярные ежемесячные экспертные опросы и интервью с представителями более 200 торговых сетей FMCG России;
- анкетирование более 100 торговых сетей FMCG, мониторинг и анализ операционных и финансовых показателей более **«700 торговых сетей FMCG»;**
- ежемесячное обновление уникальной базы «1000 гипермаркетов FMCG России», которая осуществляется в рамках подготовки Исследования **«Рынок гипермаркетов FMCG РФ»;**
- мониторинг состояния рынка **торговой недвижимости**, в том числе базы **«1800 торговых центров в 30 крупнейших городах России»**, реализации инвестиционных проектов, ввода объектов торговой недвижимости: **«Торговых центров и гипермаркетов FMCG и DIY Москвы и Московской области и Санкт-Петербурга и Ленинградской области»**, сравнительный анализ **«Рынка торговых центров в 27 городах и регионах РФ»;**
- мониторинг более 2000 СМИ и выявление ключевых событий на рынке розничной торговли FMCG, которые ИА INFOline осуществляет с 2002 года в рамках услуги **«Тематические новости: Розничная торговля продуктами питания и торговые сети FMCG РФ»**, **«Тематические новости: Пищевая промышленность и рынок продуктов питания РФ»** и **«Тематические новости: Розничная торговля РФ».**

Периодический обзор «Состояние потребительского рынка России и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ» включает следующие разделы:

- **Рейтинг торговых сетей FMCG РФ.** Операционные итоги 130 крупнейших сетей FMCG России по форматам: динамика и прирост количества и площадей объектов по форматам (гипермаркет, супермаркет, дискаунтер, магазин у дома), наиболее значимые открытия и закрытия. Рейтинги по количеству, торговой площади, выручке ТОП–50 крупнейших сетей FMCG России (сети с выручкой более 10 млрд. руб.), структура и динамика прироста торговых площадей по торговым сетям и форматам.



- **Раздел I. Развитие розничной торговли в России.** Макроэкономические показатели розничной торговли: динамика оборота и денежной массы, прогноз оборота. Опережающие индикаторы развития розничной торговли. Государственное регулирование розничной торговли. Структура оборота розничной торговли по видам товаров и организаций. Региональная структура оборота розничной торговли. Инфляция на рынке продовольственных товаров. Доходы и расходы населения. Денежно-Кредитная политика. Потребительские ожидания и уверенность населения.
- **Раздел II. Основные события в розничной торговле FMCG.** Важнейшие события, способные оказать влияние на розничную торговлю FMCG России. Деятельность специалистов ИА INFOLine по экспертной оценке российского рынка. Кейс – оперативная и аналитическая информация по актуальным вопросам.
- **Раздел III. Основные события и планы развития торговых сетей FMCG России.** Оперативная информация о развитии крупнейших торговых сетей FMCG России: стратегия и планы развития сети, итоги деятельности и прогнозы, инвестиционная деятельность, открытие и закрытие торговых объектов, планируемые открытия в 2015 году, развитие новых форматов, слияния и поглощения, отставки и назначения, логистика, private label (собственные торговые марки), взаимодействие с потребителями и поставщиками, корпоративные события, а также менеджмент и контакты компании.

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 оформления (или продолжения) подписки 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. Обращаем внимание, что наиболее привлекательные условия приобретения отраслевого обзора действуют при оформлении подписки не менее чем на 12 месяцев.

Информация об агентстве INFOLine

Информационное агентство INFOLine создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира. Агентство INFOLine ежедневно проводит мониторинг публикации в 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.

INFOLine

информационное агентство information agency



финансовые ("Сбербанк", «ВТБ» и т. д.) и сервисные компании (SAP, Microsoft, АТОЛ, «Сервис-плюс», Wincor-nixdorf).

Исследования и обзоры по розничной торговле и рынку потребительских товаров ИА INFOLine используют в работе **крупнейшие ритейлеры FMCG** (X5 Retail Group, «Магнит», «Auchan», «Metro cash&carry», «Лента», «О'КЕЙ», «Дикси», «Седьмой континент»), **производители** (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars), **дистрибуторы** (ГК «Мегаполис»),

Дополнительную информацию Вы можете получить на сайтах www.infoline.spb.ru и www.advis.ru

Рейтинг торговых сетей FMCG России

Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG¹

Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG России

Количество торговых объектов ТОП-150 ритейлеров FMCG (без учета X5 Retail Group, ГК «ДИКСИ», «Магнит») в **марте 2016 года** увеличилось на *, за **январь-март 2016 года** – на *. Прирост общей торговой площади в **марте 2016 года** составил около * тыс. кв. м., за **январь-март 2016 года** – около * тыс. кв. м.

Рисунок 1. Количество и площади торговых объектов 150 крупнейших ритейлеров России в 2010-2016 гг. (на начало месяца)

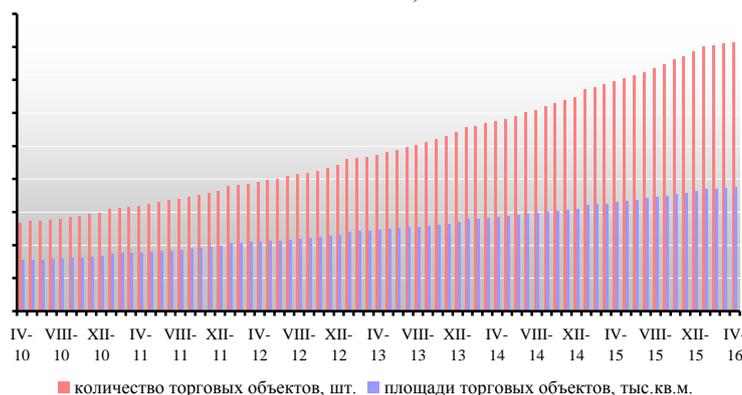
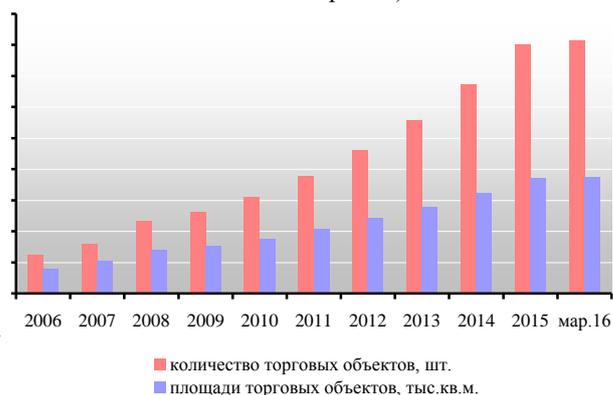


Рисунок 2. Количество и торговые площади 150 крупнейших ритейлеров России в 2006-2016 гг. (на конец периода)



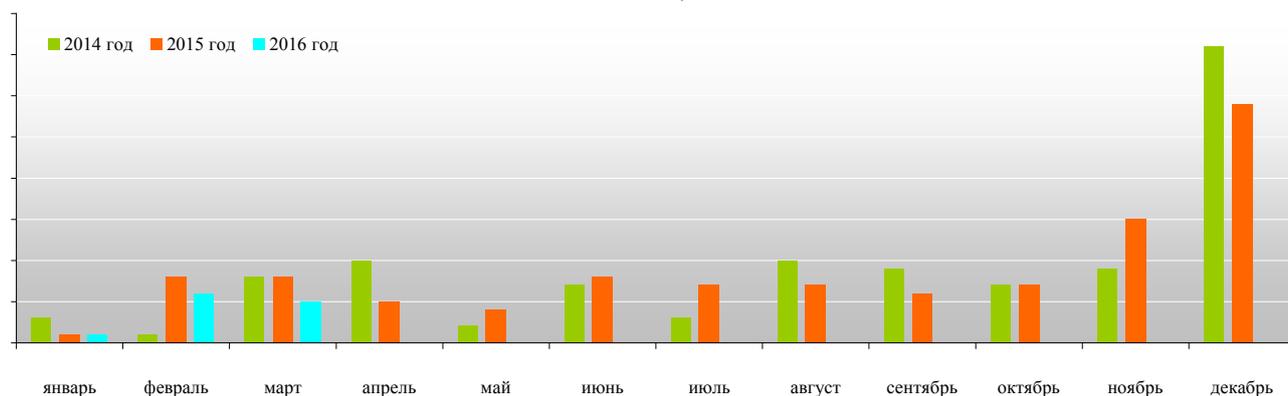
Источник данных: данные ИА INFOLine

Общее количество магазинов ТОП-150 ритейлеров FMCG составило **на 1 апреля 2016 года** – *, а их общая торговая площадь *млн. кв. м.

Развитие формата гипермаркет²

В **марте 2016 года** количество гипермаркетов ТОП-150 ритейлеров FMCG увеличилось на **5**, а торговые площади – на *тыс. кв. м. За **январь-март 2016 года** количество гипермаркетов ТОП-150 ритейлеров FMCG увеличилось на *, а торговые площади – на *тыс. кв. м.

Рисунок 3. Динамика чистого прироста гипермаркетов 150 крупнейших ритейлеров России в 2014-2016 гг. по месяцам, шт.



Источник данных: данные ИА INFOLine

В **марте 2016 года** были **открыты**: 2 гипермаркета «Магнит» в Красноярске и Черкесске, торговый центр METRO в Белгороде, гипермаркет «Лента» в

¹ Данные скорректированы по итогам января 2016 года. Здесь и далее по X5 Retail Group, «Магнит» и «ДИКСИ» используются данные, доступные на дату подготовки обзора: «Магнит» – февраль 2016 года, «Дикси» – февраль 2016 года, X5 Retail Group – декабрь 2015 года. В общее количество магазинов FMCG не включаются объекты формата дрoгери компании «Магнит», работающие под брендом «Магнит Косметик».

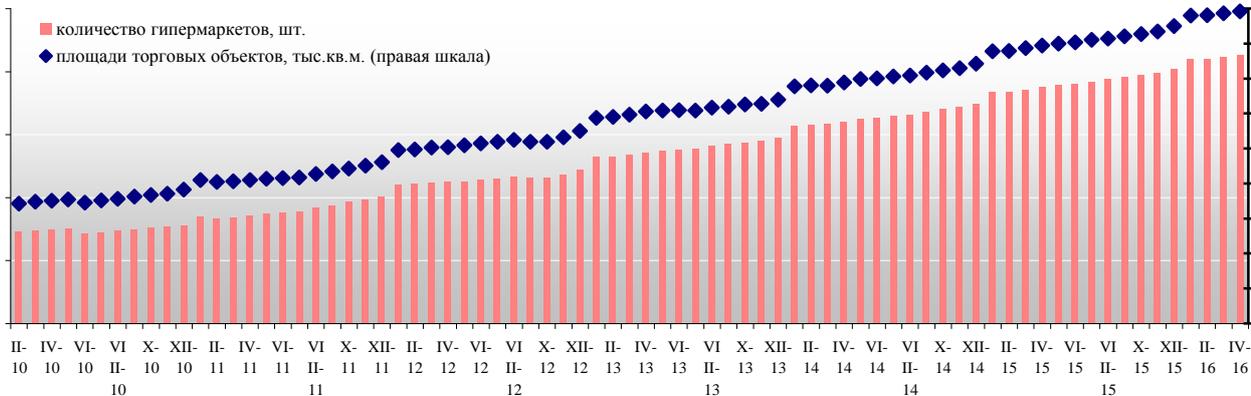
² К формату «гипермаркет» «INFOLine-Аналитика» относит объекты, торговая площадь которых превышает 2,5 тыс. кв. м. При этом «INFOLine-Аналитика» не относит к формату «гипермаркет» сеть «Магнит Семейный», позиционирующуюся АО «Тандер» как сеть в формате «гипермаркет». Объекты под брендом «Магнит Семейный» отнесены к формату супермаркет.



Ленинградской области (п. Кудрово), гипермаркет «Мегаарт» (ГК «ДИКСИ») в Екатеринбурге, гипермаркет «Линия» (Корпорация Гринн, АО) в Курске.

При этом в **марте 2016** года был **закрыт** гипермаркет «Карусель» Челябинске.

Рисунок 4. Количество и площади гипермаркетов 150 крупнейших ритейлеров России в 2010-2016 гг.



Источник данных: данные ИА INFOLine

Общее количество гипермаркетов ТОП-150 ритейлеров составило на **1 апреля 2016 года** – *, а их общая торговая площадь – около * млн. кв. м.

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Полный текст раздела содержит также информацию о развитии форматов супермаркет, дискаунтер и магазин у дома.

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Рейтинг торговых сетей FMCG России по количеству магазинов

ИА INFOLine *ежемесячно* собирает информацию о динамике количества магазинов по более чем 150 крупнейшим ритейлерам FMCG России

Динамика количества торговых объектов крупнейших ритейлеров

Динамика количества магазинов крупнейших ритейлеров в 2015-2016 гг. приведена в таблице.

Таблица 1. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2015-2016 гг., шт.

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	Количество магазинов на конец периода		Динамика количества магазинов за период							
			2015	Мар. 15	Мар. 16	Мар. 2015	Мар. 2016	Янв. - мар. 2015	Янв. - мар. 2016			
Магнит, ПАО (Тандер, АО)	Гипермаркет Магнит	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Семейный	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит-Косметик	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group (ТД Перекресток, ЗАО) ³	Карусель, Перекресток Гипер	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток Экспресс, Копейка	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Пятерочка	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Копейка, Копейка Супер	М, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan Groupe (Ашан, ООО)	Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга, Каждый день	Г, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

³ В связи со спецификой раскрытия информации X5 Retail Group количество магазинов представлено по состоянию на конец сентября 2015 гг., динамика количества магазинов за январь-сентябрь 2015 года.

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	Количество магазинов на конец периода		Динамика количества магазинов за период							
			2015	Мар. 15	Мар. 16	Мар. 2015	Мар. 2016	Янв. - мар. 2015	Янв. - мар. 2016			
ДИКСИ Юг, АО ⁴	Дикси, Мегамарт, Минимарт, Квартал, Виктория, Кэш	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	METRO, METRO Punct	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Metro Group (METRO Кэш энд Керри, ООО)	real,-	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Лента, ООО	Лента	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<i>SPAR (все юридические лица)⁵</i>	<i>SPAR, EUROSPAR, SPAR Express, INTERSPAR</i>	<i>Г, С, М</i>	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Монетка» (Элемент-Трейд, ООО)	Монетка, Монетка Супер, Райт	Г, С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ТД Интерторг, ООО	Народная 7Я, Идея, Норма, SPAR, SPAR Express	Г, С, М, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan Groupe (Атак, ООО)	Атак, В шаге от Вас	С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Мария-Ра»	Мария-Ра	С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Гиперглобус, ООО	Globus	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Холидей»	Холидей Классик, Холидей, Планета Холидей, Холди, Сибириада, Кора, Палата, Народная Плата, Турне, Эконом, Супермаркет	Г, С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	SPS Холдинг	Красное&Белое	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Городской супермаркет, ООО	Азбука Вкуса, АВ МАРКЕТ, АВ Daily, Энотека, SPAR	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: ИА INFOLine по данным компаний

Рейтинг торговых сетей FMCG России по величине торговых площадей

ИА INFOLine ежемесячно собирает информацию о динамике торговых площадей по более чем 150 крупнейшим ритейлерам FMCG России

Итоги 2010-2015 гг. и прогноз на 2016 год

По итогам 2015 года прирост торговых площадей по 150 крупнейшим сетям составил более * тыс. кв. м. (в 2014 году – * тыс. кв. м., в 2013 году – * тыс. кв. м., в 2012 году – * тыс. кв. м., в 2011 году – * тыс. кв. м) или *% (в 2014 году – *%, в 2013 году – *%, в 2012 году – *%, в 2011 году – *%). Таким образом, по состоянию на 1 января 2016 года суммарные торговые площади ТОП-150 розничных сетей FMCG составили более 19 млн. кв. м.

<...>

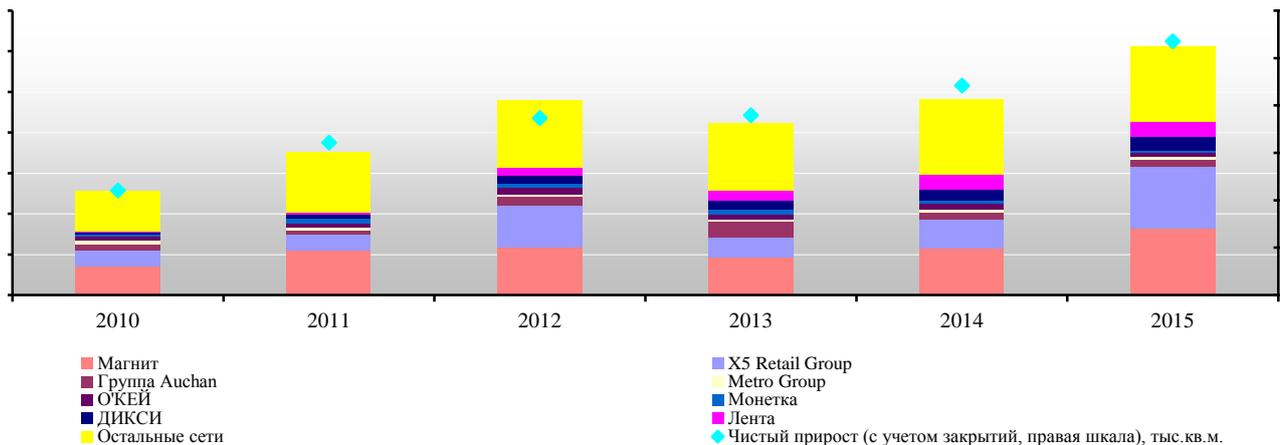
Наибольший вклад в прирост торговых площадей в 2015 году внесли «Магнит», X5 Retail Group и «Лента». Так, в 2015 году X5 Retail Group нарастила объемы введенных площадей в * раза до * тыс. кв. м., компании «Магнит» на *% до * тыс. кв. м. Рост торговых площадей X5 Retail Group был преимущественно обусловлен открытием магазинов «Пятерочка», около *% новых площадей за 2015 год пришлось на неё. <...>

⁴ В связи со спецификой раскрытия информации компанией количество магазинов представлено по состоянию на конец апреля 2014-2015 гг., динамика количества магазинов за январь-апрель и апрель 201-2015 гг.

⁵ С учетом субфранчайзинговых магазинов.



Рисунок 12. Динамика прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2010-2015 гг., тыс. кв. м.



Источник данных: данные ИА INFOLine

Доля компании «Лента» в структуре прироста площадей, несмотря на увеличение ввода гипермаркетов до * и супермаркетов – до *, сократилась – на * п.п., ГК «Монетка» – на * п.п., ГК «О'КЕЙ» – на *%, Auchan Group – на *п.п., Metro Group – на *п.п. и ГК «ДИКСИ» – на *п.п. Сокращение доли ГК «О'КЕЙ» связано с сокращением ввода гипермаркетов и супермаркетов и переносом фокуса органического роста на формат дискаунтеров «Да!», который запущен в сентябре 2015 года. <...>

Рисунок 13. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2014 году, %

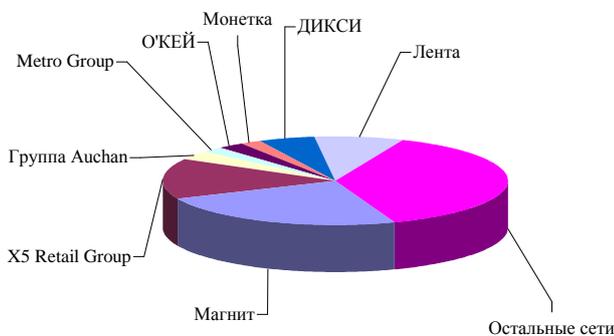
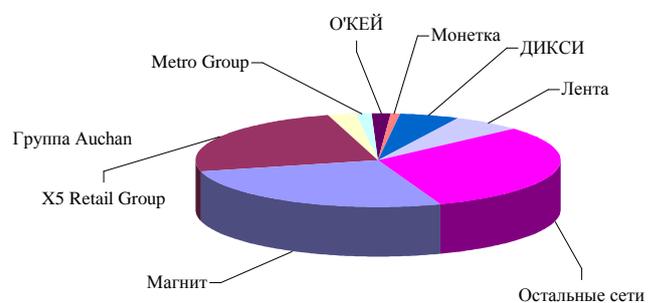


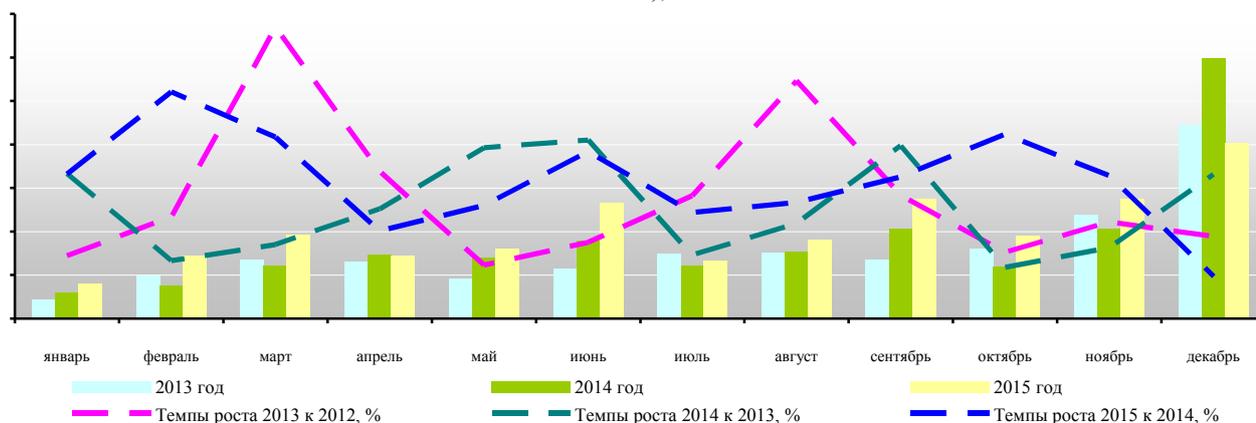
Рисунок 14. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2015 году, %



Источник данных: данные ИА INFOLine

Следует отметить, что рекордный показатель прироста торговых площадей крупнейших сетей в 2015 году достигнут, несмотря на то, что показатели ключевого по объемам ввода месяца (декабря) в 2015 году оказались ниже не только 2014 года, но и уровня 2013 года. Динамика прироста площадей по 150 крупнейшим сетям представлена на диаграмме.

Рисунок 15. Динамика чистого прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России в 2013-2015 гг. по месяцам (данные приводятся за месяц предшествующий отчетному, чтобы учесть данные по публичным компаниям), тыс. кв. м.



Источник данных: данные ИА INFOLine

Динамика торговых площадей крупнейших ритейлеров

Динамика торговых площадей крупнейших ритейлеров в 2015-2016 годах приведена в таблице.

Таблица 3. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2015-2016 гг., тыс. кв. м.

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	Торговая площадь магазинов на конец периода		Динамика общей торговой площади за период						
			2015	Мар.15	Мар.16	Мар. 2015	Мар. 2016	Янв. - мар.2015	Янв. - мар.2016		
Магнит, ПАО (Тандер, АО)	Гипермаркет Магнит	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Семейный	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит-Косметик	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group (ТД Перекресток, ЗАО) ⁶	Карусель, Перекресток Гипер	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток Экспресс, Копейка	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Пятерочка	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Копейка, Копейка Супер	М, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Auchan Groupe (Ашан, ООО)	Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга, Каждый день	Г, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ДИКСИ Юг, АО ⁷	Дикси, Мегамарт, Минимарт, Квартал, Виктория, Кэш	Г, С, М, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Metro Group (МЕТРО Кэш энд Керри, ООО)	МЕТРО, МЕТРО Punct	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	geal,-	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Лента, ООО	Лента	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК О'КЕЙ	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SPAR (все юридические лица) ⁸	SPAR, EUROSPAR, SPAR Express, INTERSPAR	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Монетка» (Элемент-Трейд, ООО)	Монетка, Монетка Супер, Райт	Г, С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ТД Интерторг, ООО	Народная 7Я, Идея, Норма, SPAR, SPAR Express	Г, С, М, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan Groupe (Атак, ООО)	Атак, В шаге от Вас	С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Мария-Ра»	Мария-Ра	С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Гиперглобус, ООО	Globus	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Холидей»	Холидей Классик, Холидей, Планета Холидей, Холди, Сибириада, Кора, Палата, Народная Плата, Турне, Эконом, Супермаркет	Г, С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*

⁶ В связи со спецификой раскрытия информации X5 Retail Group количество магазинов представлено по состоянию на конец сентября 2015 гг., динамика количества магазинов за январь-сентябрь 2015 года.

⁷ В связи со спецификой раскрытия информации компанией торговая площадь магазинов представлена по состоянию на конец апреля 2014-2015 гг., динамика торговой площади магазинов за январь-апрель и апрель 201-2015 гг.

⁸ С учетом субфранчайзинговых магазинов.



Юридическое название	Бренд	Основные форматы	Торговая площадь магазинов на конец периода		Динамика общей торговой площади за период				
			2015	Мар. 15	Мар.16	Мар. 2015	Мар. 2016	Янв. - мар.2015	Янв. - мар.2016
			*	*	*	*	*	*	*
SPS Холдинг	Красное&Белое	М	*	*	*	*	*	*	*
Городской супермаркет, ООО	Азбука Вкуса, АВ МАРКЕТ, АВ Daily, Энотека, SPAR	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*

Источник: ИА INFOLine по данным компаний

Рейтинг торговых сетей FMCG России по чистой выручке⁹

Финансовые показатели публичных компаний, опубликованные по состоянию на апрель 2016 года представлены в таблице (в скобках – отрицательные показатели).

Таблица 4. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2014-2015 гг., млрд. руб.

Юридическое название	Бренд	Основные форматы ¹⁰	Выручка за IV кв. 2015	IV кв. 2015 к IV кв. 2014, %	LfL за IV кв. 2015, %	Выручка за 2015	2015 к 2014, %	LfL за 2015, %	Выручка за фев. 2016	к фев. 2015, %
Магнит, ПАО (Тандер, АО)	Магнит	Д	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Гипермаркет	Г	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Семейный	Г	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит-Косметик	М	*	*	*	*	*	*	*	*
	Всего по компании ¹¹	Д, Г	*	*	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group N.V. (ТД Перекресток, ЗАО)	Пятерочка	Д	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток	С	*	*	*	*	*	*	*	*
	Карусель	Г	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток Экспресс	М	*	*	*	*	*	*	*	*
Всего (X5+Копейка) ¹²	М, Д, С, Г	*	*	*	*	*	*	*	*	
ДИКСИ Юг, АО	Дикси	М	*	*	*	*	*	*	*	*
	Виктория	С	*	*	*	*	*	*	*	*
	Квартал / Дешево	М	*	*	*	*	*	*	*	*
	КЭШ	Г	*	*	*	*	*	*	*	*
	Мегамарт	Г	*	*	*	*	*	*	*	*
	Минимарт	С	*	*	*	*	*	*	*	*
Всего по компании ¹³	М, Д, С, Г	*	*	*	*	*	*	*	*	
Лента, ООО	Лента	Г	*	*	*	*	*	*	*	*
		С	*	*	*	*	*	*	*	*
		С, Г	*	*	*	*	*	*	*	*
О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	С, Г	*	*	*	*	*	*	*	

Источник: данные компаний

Показатели финансовой эффективности бизнеса крупнейших публичных ритейлеров по итогам 9 мес., IV кв. и 2015 года представлены в таблице.

Таблица 2. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2015 год

Показатель	Магнит, ПАО			X5 Retail Group N.V.			ДИКСИ Юг, АО			Лента, ООО ¹⁴			О'КЕЙ, ООО ¹⁵		
	9 мес. 2015	IV кв. 2015	2015	9 мес. 2015	IV кв. 2015	2015	9 мес. 2015	IV кв. 2015	2015	9 мес. 2015	IV кв. 2015	2015	9 мес. 2015	IV кв. 2015	2015
Общая выручка, млрд. руб.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Чистая розничная выручка, млрд. руб.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Прирост розничной выручки, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Валовая прибыль, млрд. руб.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Валовая рентабельность, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Чистая прибыль, млрд. руб.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Рентабельность по чистой прибыли, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
EbitDA, млрд. руб.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Рентабельность EbitDA, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
LFL (выручка), %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
LFL (средний чек), %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
LFL (трафик), %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные компаний

<...>

Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в 2013-2015 гг. приведена в таблице.

⁹ Рейтинг обновлен по итогам 2014 года.

¹⁰ Условные обозначения: Д – Дискаунтер, Г – Гипермаркет, С – Супермаркет, М – Магазин у дома

¹¹ Розничная выручка компании.

¹² Розничная выручка компании.

¹³ Розничная выручка компании.

¹⁴ Данные по МСФО

¹⁵ III кв. и 9 мес. 2015 включая формат «дискаунтер» «ДА!»

Таблица 3. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2013-2015 гг., млрд. руб.¹⁶

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	Данные	2013	2014	2015
Магнит, ПАО (Тандер, АО)	Гипермаркет Магнит	Г	МСФО	*	*	*
	Магнит	Д		*	*	*
	Магнит Семейный	С		*	*	*
	Магнит-Косметик	М		*	*	*
	все форматы	все форматы		*	*	*
X5 Retail Group (ТД Перекресток, ЗАО)	Карусель, Перекресток Гипер	Г	МСФО	*	*	*
	Перекресток	С		*	*	*
	Пятерочка	Д		*	*	*
	Перекресток-Экспресс, Копейка	М		*	*	*
	все форматы	все форматы		*	*	*
Auchan Groupe (Ашан, ООО)	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	Г	РСБУ, Оценка	*	*	*
ДИКСИ Юг, АО	Дикси, Мегамарт, Минимарт, Квартал, Виктория, Кэш	Г, С, М, Д	МСФО (розничная выручка)	*	*	*
Metro Group (МЕТРО Кэш энд Керри, ООО)	METRO, METRO Point	Г	МСФО	*	*	*
Лента, ООО	Лента	Г	УО, МСФО	*	*	*
О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	Г, С	МСФО	*	*	*
SPAR (все юридические лица)¹⁷	SPAR, EUROSPAR, SPAR Express, INTERSPAR	Г, С, М	УО	*	*	*
ГК «Монетка» (Элемент-Трейд, ООО)	Монетка, Монетка Супер, Райт	Г, С, Д	РСБУ, УО	*	*	*
ТД Интерторг, ООО	Народная 7Я, Идея, Норма, SPAR, SPAR Express	Г, С, М, Д	РСБУ, УО	*	*	*
Auchan Groupe (Атак, ООО)	Атак	С	РСБУ, 2014-оценка	*	*	*
ГК «Мария-Ра»	Мария-Ра	С, Д	УО	*	*	*
Гиперглобус, ООО	Globus	Г	РСБУ, УО	*	*	*
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	Г, С, М	МСФО	*	*	*
ГК «Холидей»	Холидей Классик, Холидей, Планета Холидей, Холди, Сибириада, Кора, Палата, Народная Плата, Турне, Эконом, Супермаркет	Г, С, Д	РСБУ, УО	*	*	*
SPS Холдинг	Красное&Белое	М	оценка	*	*	*
Городской супермаркет, ООО	Азбука Вкуса, АВ MARKET, АВ Daily, Энотека, SPAR	Г, С, М	МСФО, УО	*	*	*

Источник: ИА INFOLine

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит рейтинги по количеству и торговым площадям объектов сетей FMCG России с выручкой более 10 млрд. руб. по итогам 2014 года. Кроме того, рейтинг сетей по торговым площадям дополнен описанием итогов марта 2016 года и прогнозом на 2016 год.

ДЕМО-ВЕРСИЯ

¹⁶ Представлены сети с выручкой более 10 млрд. руб. по итогам 2014 года.

¹⁷ Выручка с учетом субфранчайзинговых магазинов.

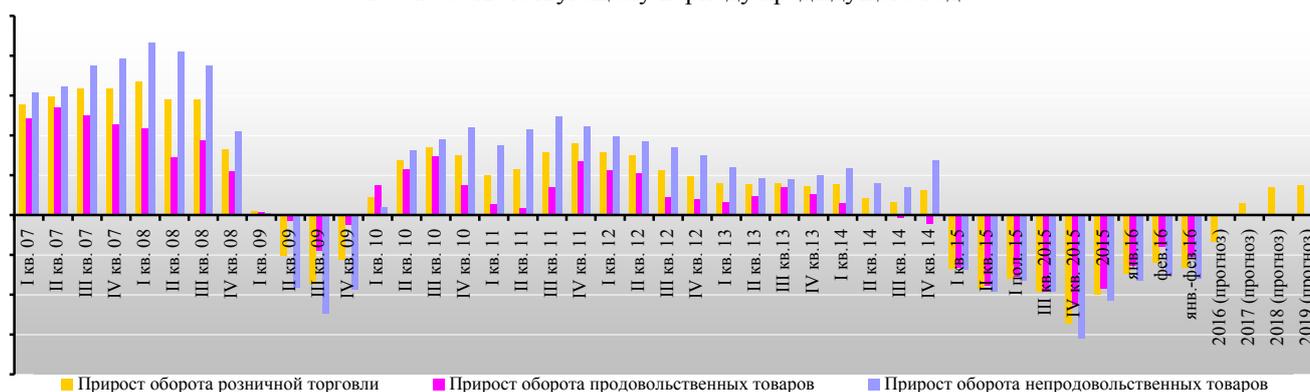


Раздел I. Развитие розничной торговли в России

Макроэкономические показатели розничной торговли

В 2015 году оборот розничной торговли составил * млрд. руб. и в товарной массе снизился на *% к 2014 году (в 2014 году наблюдался рост на *%). При этом оборот розничной торговли продовольственными товарами в 2015 году сократился на *%, а непродовольственными – на *% по сравнению с 2014 годом. <...>.

Рисунок 28. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007-2016 гг. и прогноз на 2016-2019 года в % к соответствующему периоду предыдущего года



Источник данных: данные ФСГС

<...>

Пересмотренный прогноз МЭР от марта 2016 года предусматривает (базовый вариант) снижение розничного товарооборота на 3,3% (в предыдущем прогнозе – снижение на 2,5%) в 2016 году, рост на 1,5% (в предыдущем прогнозе – на 2,1%) – в 2017 году, на 3,5% (в предыдущем прогнозе – на 2,3%) – в 2018 году и на 3,7% – в 2019 году.

Таблица 4. Динамика оборота розничной торговли в России в 2006-2016 гг. и прогноз на 2016-2018 года

Период	Оборот, млрд. руб.	Динамика, к аналогичному периоду	
		В сопоставимых ценах, %	В текущих ценах, %
2006 год	8693,4	113,9	122,6
...
2012 год	*	*	*
...
2013 год	*	*	*
I кв. 2014	*	*	*
...
2014 год	*	*	*
...
I кв. 2015	*	*	*
...
II кв. 2015	*	*	*
I пол. 2015	*	*	*
...
III кв. 2015	*	*	*
9 мес. 2015	*	*	*
...
2015	*	*	*
Январь 2016	*	*	*
Февраль 2016	*	*	*
Янв.-Фев. 2016	*	*	*
2016 (прогноз)	*	*	*
2017 (прогноз)	*	*	*
2018 (прогноз)	*	*	*
2019 (прогноз)	*	*	*

Источник данных: данные ФСГС, Минэкономразвития

Опережающие индикаторы развития розничной торговли¹⁸

Предпринимательские оценки фактического и ожидаемого изменения экономической ситуации свидетельствуют о серьезной отраслевой дестабилизации. Несмотря на пессимистические прогнозы, полученные от руководителей торговых 51 организаций еще в III кв. 2014 года, динамика развития розничной торговли за последние несколько лет не предполагала такой глубины падения индикатора и, соответственно, резкого ухудшения делового климата. По данным опросов ФСГС, в IV кв. 2015 года индекс предпринимательской уверенности составил * п.п., сократившись на * п.п. к III кв. 2015 года и сократился на * п.п. относительно IV кв. 2014 года. Что касается оценки экономической ситуации России в целом, то по данным ФСГС оценка экономической ситуации в России по итогам IV кв. 2015 года на * п.п. лучше, чем в кризисном I кв. 2009 года, когда фактические изменения оценки экономической ситуации составили – 12 п.п. <...>

Рисунок 26. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007–2016 гг.

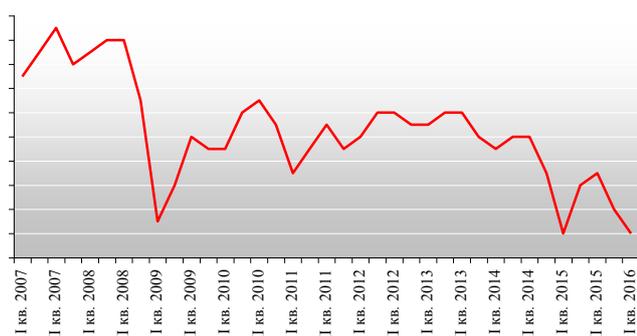
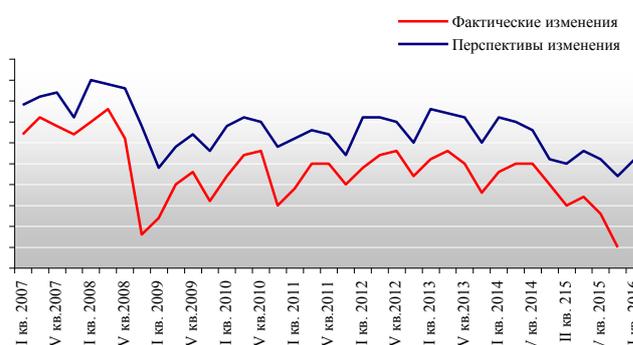


Рисунок 27. Оценка экономической ситуации в России в 2007–2016 гг.

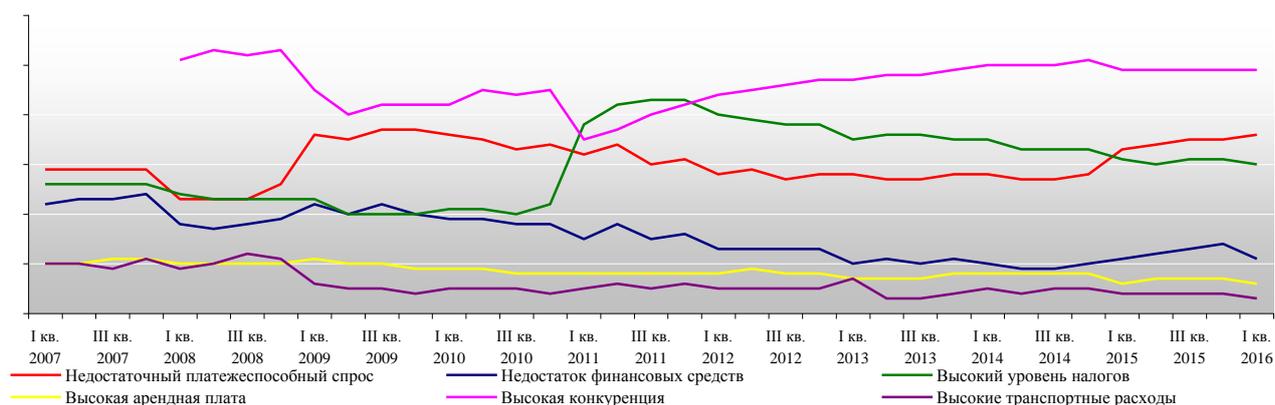


Источник данных: данные ФСГС

<...>

Фактические изменения обеспеченности предприятий розничной торговли собственными финансовыми ресурсами по итогам I кв. 2016 года сократились на * п.п. до * относительно IV кв. 2015 года и сократились на * п.п. относительно I кв. 2015 года. Что касается прибыли предприятий розничной торговли, то в I кв. 2016 года индикатор продемонстрировал снижение на * п.п. относительно IV кв. 2015 года * и на * п.п. относительно I кв. 2015 года. <...>

Рисунок 42. Ключевые факторы, ограничивающие деятельность торговых организаций России в 2007–2016 гг.



Источник данных: данные ФСГС

¹⁸ Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок уровня складских запасов (с обратным знаком), изменения экономического положения в текущем квартале по сравнению с предыдущим и ожидаемого изменения экономического положения в следующем квартале (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателя не исключена. Баланс оценок изменения значения показателей (фактические изменения оборота розничной торговли; фактические изменения средней численности работников; уровень складских запасов, фактические изменения ассортимента товаров; цены реализации; средний сложившийся уровень торговой наценки; фактические изменения инвестирования в расширение деятельности, ремонт и модернизацию; перспективные изменения складских площадей; фактические изменения обеспеченности предприятий розничной торговли собственными финансовыми ресурсами; прибыль предприятий розничной торговли), определяемых как разность долей респондентов, отметивших «улучшение» и «ухудшение» показателя по сравнению с предыдущим кварталом (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателей не исключена.



Закон о торговле

<...>

23 марта 2016 года в Госдуму РФ внесен Законопроект № 1026198-6 «О внесении изменений в статью 9 Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ». Законопроектом предлагается в законе закрепить норму о недопущении получения какого-либо вознаграждения с поставщиков продовольственных товаров субъектами, осуществляющими торговую деятельность. Предлагается ввести норму, предусматривающую оплату поставщикам за поставленную ранее продукцию в течение пяти календарных дней в случае фактической реализации в полном объеме полученной ранее продукции хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность. Предлагается установить пятидневный срок оплаты поставщикам продукции за поставленный ранее товар в случае фактической реализации товара в полном объеме.

<...>

Стратегия развития торговли

25 декабря 2014 года Министр промышленности и торговли Денис Мантуров утвердил Стратегию развития торговли в РФ на 2014-2016 гг. и период до 2020 года. Целями стратегии являются развитие многоформатной торговли, снижение административных барьеров и стимулирование предпринимательской инициативы. «Должны быть созданы такие условия, чтобы у предпринимателей были равные возможности для беспрепятственного открытия, расширения и ведения бизнеса вне зависимости от торгового формата», – отметил заместитель министра промышленности и торговли Виктор Евтухов. При разработке стратегии учтены мнения федеральных органов исполнительной власти, экспертного, профессионального сообщества, замечания и предложения, поступавшие в ходе многочисленных публичных обсуждений проекта. Реализация стратегии позволит отечественным товаропроизводителям иметь диверсифицированные, а главное, доступные каналы сбыта продукции, что является необходимым условием импортозамещения. <...>

Регулирование алкогольного рынка

<...>

16 марта 2016 года Госдумой отклонен Законопроект № 552617-6 «О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (в части дополнения перечня оснований для отказа в выдаче лицензии). Законопроектом предлагалось дополнить пункт 9 статьи 19 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» и ввести одним из оснований для отказа в выдаче лицензии - несоответствие размещения торговых объектов, на которых будет осуществляться розничная продажа алкогольной продукции, требованиям, установленным законодательством РФ, субъектов РФ и муниципальными правовыми актами.

<...>

ЕГАИС

С 1 апреля 2016 года, все магазины и заведения общепита, торгующие алкоголем, должны быть подключены к ЕГАИС. Лицензию на розничную продажу алкоголя, по данным РАР, в стране имеет почти 229 тыс. заведений. С 1 января 2016 года с ЕГАИС начали работать все оптовые торговцы алкоголем России, а розница должна фиксировать через эту систему все поставки от них. По плану торговцы должны были начать это делать с начала года, однако они не успели подготовиться к нововведению. Александр Хлопонин сообщал, что к концу 2015 года к ЕГАИС было подключено только около 20% розничных предприятий. <...>

ЕГАИС в опте

27 января 2016 года Союз пивоваров направил вице-премьеру Александру Хлопонину письмо с просьбой внедрить систему мониторинга работы серверов, на которых работает так называемый универсальный транспортный модуль, отвечающий за учет отгрузок алкогольной продукции в онлайн-режиме. Кроме того, союз просит Хлопонина внедрить систему оперативного информирования о сбоях, происходящих в ЕГАИС, а также об ускорении регистрации заявок на отгрузку в системе со стороны участников рынка до одного часа. <...>

Регулирование табачного рынка

3 февраля 2016 года в Госдуму депутатом Дмитрием Носовым внесены Законопроект № 988729-6 «О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» и Законопроект № 988759-6 «О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака». Законопроекты предлагают уточнить требования к павильонам, реализующим табачную продукцию. <...>

Сбор за проезд большегрузных автомобилей по федеральным автомобильным дорогам и международное дорожное регулирование



9 ноября 2015 года председатель правительства Дмитрий Медведев подписал Постановление, которое снижает размер оплаты пути до 1,53 рубля за один километр до 29 февраля 2016 года

С 15 ноября 2015 года в России введен платный проезд по федеральным трассам для тяжелых фур массой свыше 12 тонн. Оператором системы взимания платы выступает компания «РТ-Инвест Транспортные Системы» (РТИТС). В сентябре 2015 года бизнесмены просили на год ввести нулевой сбор, а после 15 ноября 2016 года постепенно увеличивать тариф до 1 января 2019 года. <...>

Национальная система адресной продовольственной помощи

В сентябре 2015 года Минпромторг направил в правительство предложения по внедрению в стране Национальной системы адресной продовольственной помощи. Программу планируют запустить в 2017 году. Она предусматривает два направления. Первое: по программе дополнительного питания «Продуктовая карта» государство будет предоставлять нуждающимся целевые денежные средства в виде баллов и бонусов. Второе: программа социального (бесплатного или льготного) питания. Ею граждане смогут воспользоваться в общепите, столовых и кафе, в том числе при предприятии. Внедрять систему адресной продовольственной помощи будут в два этапа. <...>

Региональное регулирование розничной торговли

В 2015 году власти Москвы активизировали реформу рынка нестационарной торговли: решили заменить частные киоски государственными к середине 2016 года. Весной глава департамента Алексей Немерюк заявлял, что город планирует заменить все киоски на новые ко второму кварталу 2016 года, но не называл количество киосков, которые власти намерены сдать в аренду предпринимателям в этом и следующем годах. 200 павильонов и киосков город заявил на торги в октябре-ноябре, из них 147 «Мороженое», 53 – «Печать». <...>

Торговый сбор в Москве

С 1 июля 2015 года в Москве начал действовать торговый сбор – фиксированный обязательный платеж для торговли в столице. В июне 2015 департамент экономической политики и развития (ДЭПР) Москвы выбрал 15 категорий торговых объектов, которым с 15 июля 2015 года придется платить торговый сбор. Например, нестационарные объекты обязаны ежеквартально платить 28,35 тыс. руб. (за МКАД), 40,5 тыс. руб. (внутри МКАД) или 81 тыс. руб. (в ЦАО). Такая же вилка предусмотрена для стационарной торговли без торгового зала – «островов» в ТЦ, окон выдачи, магазинов формата «рынок» и др. Для тех



предпринимателей, которые занимаются развозной торговлей, квартальный сбор составит 40,5 тыс. руб. <...>

Торговый сбор в Санкт-Петербурге

В октябре 2015 года комитет финансов Санкт-Петербурга сообщил, что мораторий продлен, и в 2016 году торговый сбор в Санкт-Петербурге вводиться не будет. Ранее в сентябре 2015 года губернатор Санкт-Петербурга Георгий Полтавченко заявлял, что правительство города не станет даже рассматривать введение торгового сбора в 2016 году. 22-23 декабря 2015 года на XIII Форуме субъектов малого и среднего предпринимательства, который проходил в Санкт-Петербурге в «Ленэкспо» председатель Общественного совета по развитию малого предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга Елена Церетели зачитала проект резолюции, который был принят участниками пленарного заседания за основу. В частности, в сфере налогообложения Правительству Санкт-Петербурга рекомендовано рассмотреть возможность сохранения моратория на введение торгового сбора на территории города на 2017-2018 годы.

Регулирование качества продовольственных товаров

С 2017 года штрихкоды на упаковках продуктов питания в ближайшие станут играть совсем другую роль, нежели сейчас: покупая пачку молока, можно будет узнать, где доили корову и какие лекарства она получала; сколько рыбы поступило на перерабатывающее предприятие, и сколько из нее сделали филе и т.д. Так, с середины 2015 года организации, задействованные в сфере производства и оборота пищевых продуктов, имеют возможность оформлять ветеринарно-сопроводительные документы в электронном виде. Все данные собираются в федеральную информационную систему «Меркурий». <...>

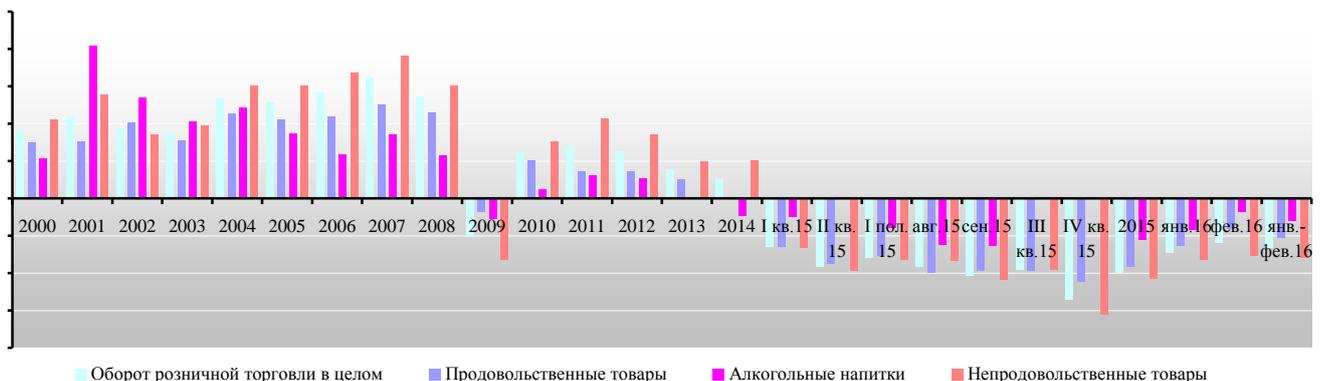
Прочие новости в сфере регулирования потребительского рынка

<...> 15 марта 2016 года в Госдуму РФ внесен Законопроект № 1018398-6 «О ярмарках выходного дня и о внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ». Основной целью предлагаемого законопроекта является устранение пробелов в федеральном регулировании сферы ярмарочной торговли, которые, по общеизвестному мнению участников розничного рынка, препятствуют развитию, как малого торгового бизнеса, так и такой его формы - как ярмарки выходного дня, а также - либерализация несетевой и нестационарной торговли, чтобы граждане могли получать возможность приобретать качественные натуральные продукты, «соответствующие сезону», по ценам ниже, чем на розничных рынках и в торговых сетях. <...>

Структура оборота розничной торговли по видам товаров

В феврале 2016 года динамика розничного оборота в физическом выражении продемонстрировала снижение на *п.п. относительно февраля 2015 года. <...>

Рисунок 40. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2016 гг., %



Источник данных: данные ФСТС

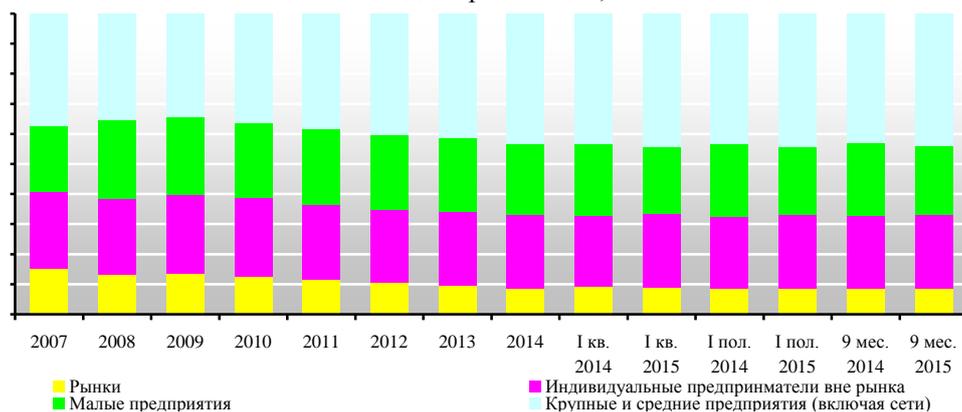
<...>

В феврале 2016 года стало известно о начале разработки приказа Росалкогольрегулирования об изменении минимальной цены на водку. Ведомство предлагает повысить МРЦ полулитровой бутылки водки со 185 до 190 рублей. Приказ должен вступить в силу в мае 2016 года. <...>

Структура оборота розничной торговли по видам организаций

В структуре оборота розничной торговли по видам организаций по итогам 9 мес. 2015 г. сохранилась тенденция снижения доли рынков (на *п.п. относительно 9 мес. 2014 года). <...>

Рисунок 45. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2015 гг., по видам организаций, %



Источник: данные ФСТС

В феврале 2016 года оборот розничной торговли на *% формировался торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, а доля розничных рынков и ярмарок составила *% (в январе 2015 года – *% и *% соответственно).

Таблица 11. Оборот торговых организаций и рынков в 2010-2016 гг., млрд. руб.

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	IV кв. 2014	IV кв. 2015	Фев. 2015	Фев. 2016	Янв.-фев.15	Янв.-фев.16
Оборот розничной торговли	16499	19082,6	21394,5	23685,9	*	*	*	*	*	*	*	*
торгующие организации	14403,6	16697,3	19126,7	24089,6	*	*	*	*	*	*	*	*
продажа товаров на рынках	2095,4	2385,3	2267,8	2266,6	*	*	*	*	*	*	*	*
доля торговых организаций, %	87,3	88,5	89,4	90,6	*	*	*	*	*	*	*	*
доля рынков, %	12,7	11,5	10,6	9,4	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные ФСТС

<...>

Региональная структура оборота розничной торговли

Региональная структура оборота розничной торговли России отличается неравномерностью: *% оборота в феврале 2016 года приходилось на 11 субъектов (Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Свердловская область, Краснодарский край, Самарская область, Республики Татарстан и Башкортостан, Тюменская область, Челябинская и Ростовская области). <...>

Рисунок 50. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-феврале 2015 года, %

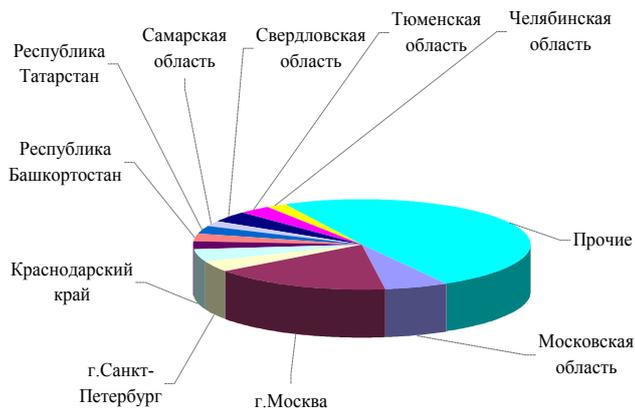
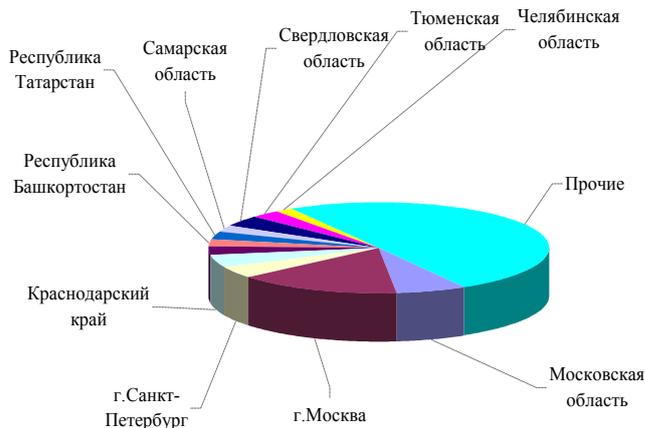


Рисунок 51. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-феврале 2016 года, %



В январе-феврале 2016 года продолжили рост доли Приволжского ФО (*п.п.), Северо-Западного ФО (*п.п.), Дальневосточного ФО (на *п.п.), Крымского ФО (на *п.п.), Северо-Кавказского ФО (на *п.п.). <...>

Рисунок 52. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в январе-феврале 2015 года, %

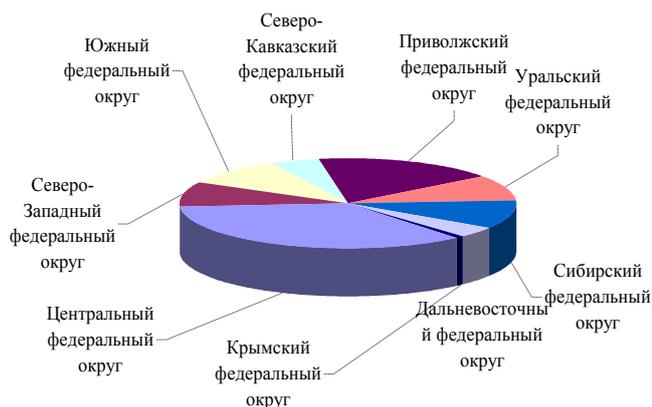
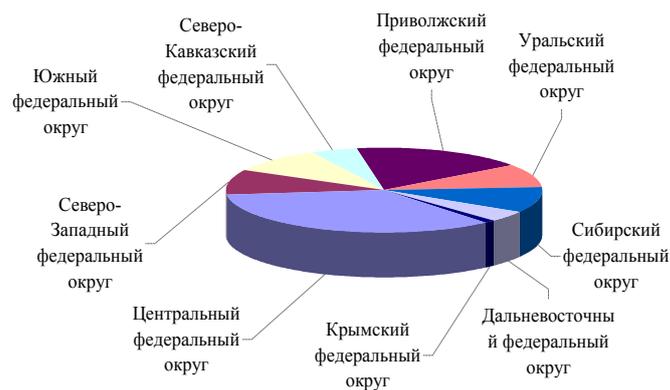


Рисунок 53. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в январе-феврале 2016 года, %

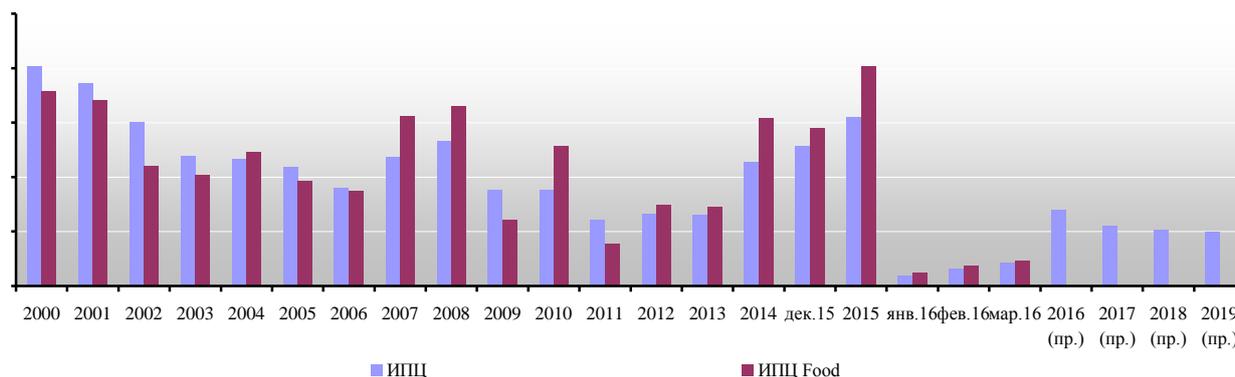


Источник: данные ФСТС <...>

Инфляция на рынке продовольственных товаров

В марте 2016 года МЭР пересмотрел прогноз по годовой инфляции в сторону уменьшения до уровня 7% в 2016 году, при этом показатель инфляции за март составил 0,5-0,7%. Ранее Алексей Улюкаев сообщал, что уровень инфляции в России достигнет однозначного значения не в I кв. (как планировалось ранее), а во II кв. 2016 года. В марте 2016 года Алексей Улюкаев уточнил, что восстановление российской экономики должно начаться с конца 2016 года. Согласно новому прогнозу МЭР, который будет внесен в правительство в апреле 2016 года, в 2017 году инфляция составит 5,5%, в 2018 – 5,2%, в 2019 году – 5%. Ранее, МЭР планировался рост потребительских цен в годовом выражении в 2016 году на уровне 8,3%, в 2017 году – 6,7%, в 2018 года – 5,5%. По прогнозу ЦБ РФ, инфляция в РФ в 2016 году составит 6-7%, а в рисковом сценарии прогноз по инфляции составляет 5,2% на конец 2017 года. <...>

Рисунок 56. Индекс потребительских цен на конец периода в 2000-2016 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз на 2016-2019 гг.



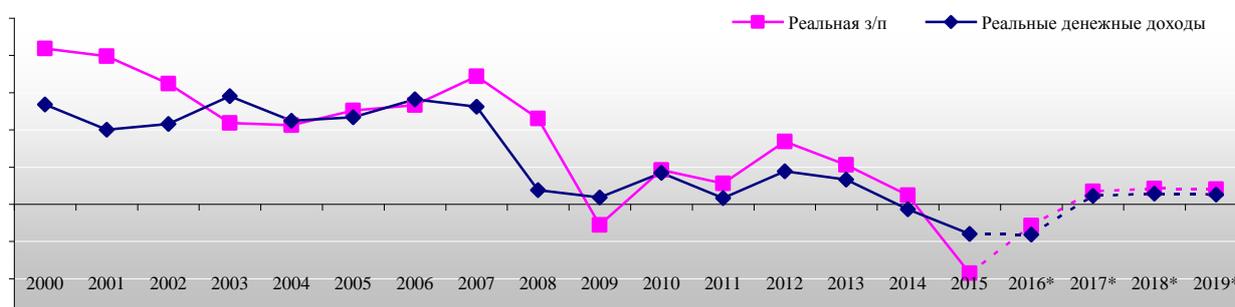
Источник: данные ФСГС

В марте 2016 года индекс потребительских цен составил *% к марту 2015 (в марте 2015 года – *%), индекс цен на продовольственные товары – *% (в марте 2015 года – *%), на непродовольственные товары – *% (в марте 2015 года – *%), на услуги – *% (в марте 2015 года – *%). <...>

Доходы и расходы населения

В 2015 году темп роста реальных доходов населения оказался отрицательным и составил *%, при этом реальная заработная плата в 2014 году сократилась на *%, против роста на *% в 2014 году. <...>

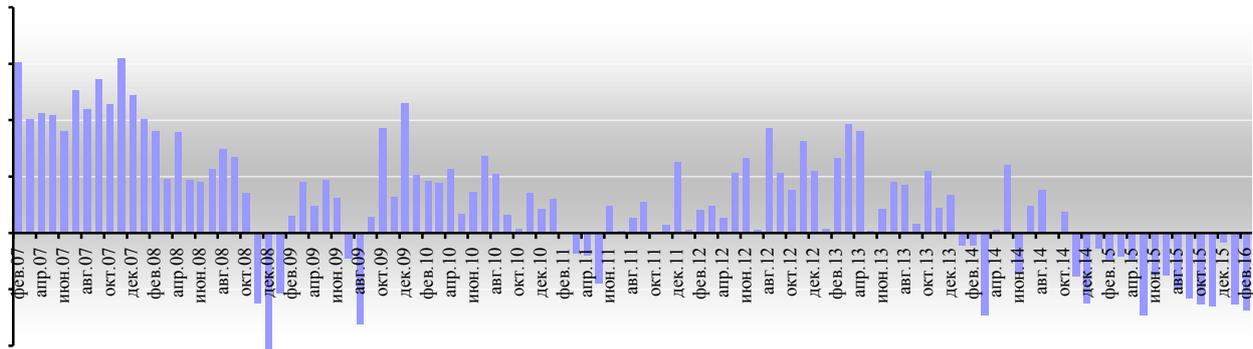
Рисунок 64. Динамика реальной заработной платы и реальных доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2016-2019 гг., %



Источник: данные ФСГС

Таким образом, с 2017 года рост реальных доходов и реальных зарплат возобновится, хотя к началу 2020 года они останутся ниже уровня 2014 года на 5% и 7%. Ранее МЭР исходило из того, что все ближайшие годы пенсии будут индексировать по целевой инфляции ЦБ РФ – на 4%, т.е. ниже инфляции фактической, как в 2016 года. Однако с большой долей вероятности с 2017 года правительство вернется к прежним обязательствам – индексации на уровень инфляции предыдущего года, объяснял Алексей Улюкаев. По новому прогнозу МЭР в 2016-2018 гг. уровень безработицы сохранится на уровне 5,8% от экономически активного населения (прежний прогноз 6,3% в 2016 году и 6,1% в 2017-2018 гг.), а в 2019 году снизится до 5,7%. <...>

Рисунок 71. Темпы роста реальных доходов населения в 2007-2016 гг., % к аналогичному периоду пред. года



Источник: данные ФСГС

Состояние банковской системы и динамика кредитов и депозитов населения

<...>

По данным ОКБ объемы ипотечного кредитования в феврале 2016 года возросли на 33%: было выдано 44,8 тыс. ипотечных кредитов на сумму более 71 млрд. руб. Средний размер ипотечного кредита вырос с 1,53 в феврале 2015 года до 1,59 млн. руб. «Годовая динамика прироста объемов новых кредитов составила 59%, что объясняется резким спадом на рынке в I кв. 2015 года», – отмечает генеральный директор ОКБ – Однако мы не ожидаем активного роста рынка розничного кредитования в течение этого года, предполагая, что банки продолжат работу с текущим клиентским портфелем. <...>

Рисунок 74. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.

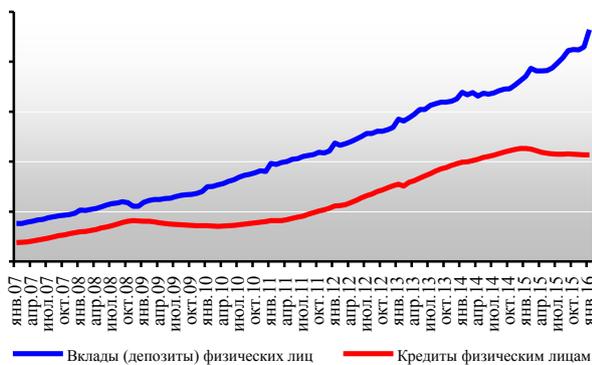
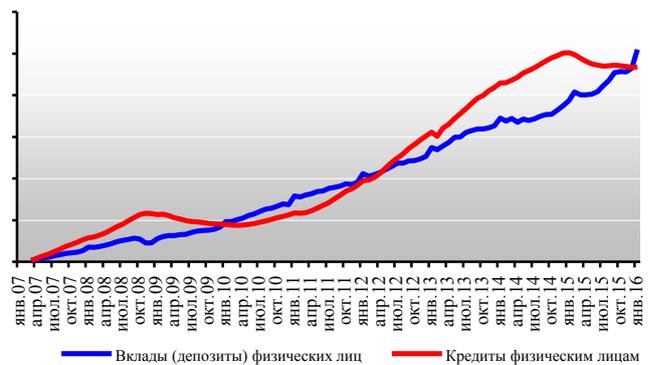


Рисунок 75. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2007 года

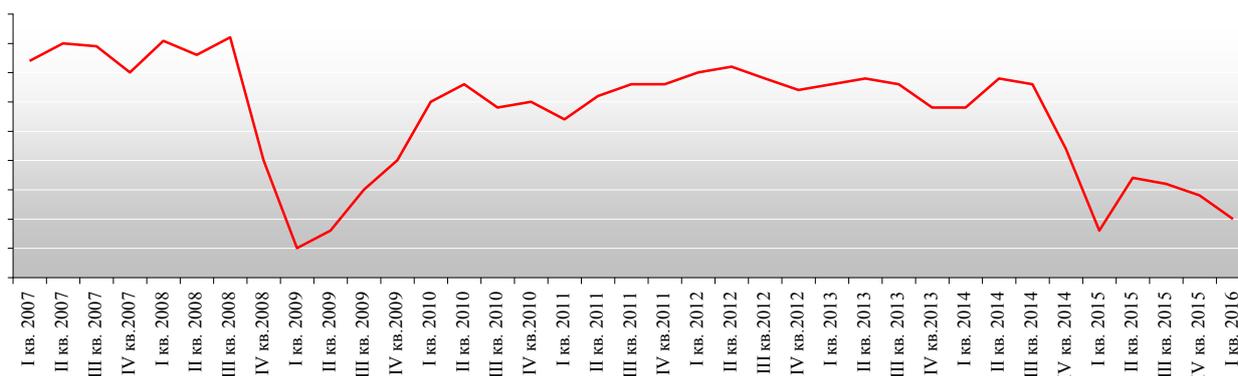


Источник: данные ЦБ РФ

Потребительские ожидания и уверенность населения

Сохранение геополитической напряженности и ожидание возможных негативных последствий санкций и контрсанкций заставляет население отказываться от приобретения многих видов товаров и необязательных услуг или, в лучшем случае, к ограниченному пользованию ими. Все это создает атмосферу неуверенности в будущем и заставляет домашние хозяйства стандартно реагировать на приближение возможного социального и экономического кризиса, меняя модель поведения от потребления к сбережению. В результате происходит сжатие потребительского спроса и замедление темпов роста оборота розничной торговли и платных услуг населению. <...>

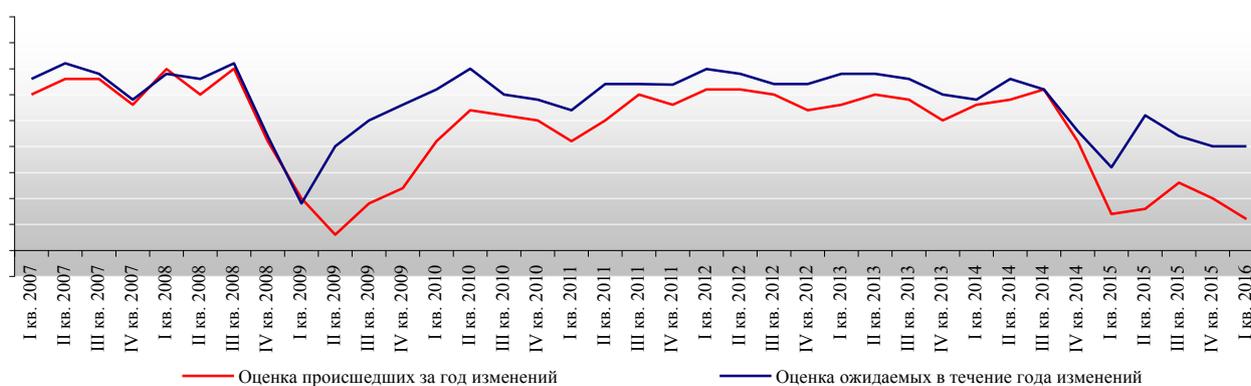
Рисунок 81. Индекс уверенности потребителей России 2007–2016 гг.



Источник данных: данные ФСГС

<...> Индекс произошедших изменений в личном материальном положении сократился на 4 п.п. и составил * против * в IV кв. 2015 года. <...>

Рисунок 86. Оценка личного материального положения потребителями России в 2007–2016 гг.



Источник: данные ФСГС

<...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полные тексты разделов содержат: динамику макроэкономических показателей розничной торговли (оборот в целом, по продовольственным и непродовольственным товарам), описание структуры оборота розничной торговли (по товарным категориям, по видам торгующих организаций, по регионам), анализ динамики доходов и расходов населения, а также потребительских ожиданий и уверенности населения, уровню и темпам развития инфляции. Раздел «Государственное регулирование розничной торговли» содержит оперативную информацию по «Закону о торговле» (подзаконным актам, итогам заседаний рабочих групп и др.).

ДЕМО-ВЕРСИЯ



Раздел II. Основные события в розничной торговле FMCG

О продлении контрсанкций, ограничивающих поставки продовольственных товаров из ЕС, США и некоторых других стран

25 июня 2015 года Владимир Путин подписал **Указ №320** о продлении ответных санкций РФ до 5 августа 2016 года. Он поручил премьер-министру Дмитрию Медведеву оперативно подготовить необходимые документы для реализации этого указа. Он уточнил, что, как и предлагал председатель правительства Дмитрий Медведев, «мы наши ответные меры продлеваем на год, начиная с сегодняшнего дня». Владимир Путин выразил уверенность, что принятые контрмеры будут хорошим ориентиром для отечественных сельхозтоваропроизводителей. <...>

Значимые события января-марта 2016 года

<...>

Международные проекты в ритейле FMCG



В сентябре 2015 года стало известно, что на российский рынок планирует выйти немецкая сеть магазинов фиксированных цен Euroshop (www.euroshop.ru; www.euroshop-russia.ru). К началу 2016 года в Москве, Московской области, Нижнем Новгороде и Республике Мордовия были открыты 11 магазинов под маркой Euroshop (планировалось 15). По состоянию на март 2016 года работает 13 магазинов сети в Москве (7), Московской области (Домодедово (1)), Нижнем Новгороде (3), Республике Мордовия (Саранск-2). Все товары в магазине продаются по одной цене – 59 руб. <...>

Важнейшие события, способные оказать влияние на розничную торговлю FMCG России

Пищевая промышленность и рынок продовольственных товаров

В марте 2016 года стало известно, что французская группа Danone могла заплатить бывшим акционерам «Юнимилка» 542 млн. евро при выкупе у них 42% акций кипрской Dairy JV (CIS) Holdings (совместное предприятие двух компаний, владеет активами в России, на Украине, в Белоруссии и Казахстане). Это следует из годового отчета Danone. В отчете говорится, что на оплату 22% акций, остающихся у миноритариев, она зарезервировала 284 млн. евро. В конце декабря 2015 года французской Danone принадлежало 70,9% акций российской «дочки». 24 февраля 2016 года гендиректор компании в России Бернар Дюкро сообщил журналистам, что Danone увеличила долю в компании до 92,5%. Сумму сделки он не назвал. О слиянии российского бизнеса с «Юнимилк» Danone договорилась летом 2010 года. Danone внесла в капитал объединенной компании активы в СНГ на 346 млн. евро. Активы «Юнимилка» для сделки были оценены в 462 млн. евро. <...>

Деятельность АНО «Роскачество»

<...>

В марте 2016 года Роскачество провела масштабное всероссийское исследование подсолнечного нерафинированного масла. Как показали лабораторные испытания, национальный продукт способен соответствовать самым строгим требованиям опережающих стандартов Роскачества. Лишь 30% масла на рынке не смогли соответствовать параметрам качества, требования которых предъявляются для получения государственного Знака качества. «Мы выявили 12 потенциальных претендентов на российский Знак качества, сейчас проводим аудит производств, в ходе которого исследуем уровень локализации, а также целый ряд параметров, отвечающих за качество сырья. Для данной категории технический комитет Роскачества утвердил очень высокий уровень локализации производства на территории России - не менее 98%, т.е. и семечка, из которой сделано масло, и поле, на котором она выращена, и упаковка, и само производство должны быть российскими», - уточнил Лоевский. <...>



Деятельность специалистов ИА INFOLine



23 марта 2016 года генеральный директор **ИА INFOLine** Иван Федяков и генеральный директор **ИА «INFOLine-Аналитика»** Михаил Бурмистров приняли участие в голосовании, которое прошло в рамках международной премии «PRIVATE LABEL AWARDS», в рамках выставки «Собственная Торговая Марка» IPLS в Москве (Крокус Экспо, павильон 2, зал 6). Информационным партнером выставки также являлся **ИА INFOLine**. Премия является индикатором развития индустрии контрактного производства и СТМ и предназначена для награждения розничных сетей и производителей товаров СТМ, которые обладают высокими показателями качества, конкурентоспособностью, а также демонстрируют инновационный подход к разработке товара СТМ, его упаковки и к продвижения. Определять уровень комплексного подхода в вопросах качества, развития, инновационных разработок и упаковки будет экспертный состав из России и приглашенные международные эксперты. Мероприятие состоялось при поддержке АКОРТ, Минпромторга и ТПП РФ. На одной площадке с 23 по 24 марта 2016 года собрались как лидеры рынка, так и молодые компании – 120 производителей из 17 стран мира представят более 21 сектора продовольственных и непродовольственных товаров. Основными экспонентами выставки стали отечественные производители, которые представляют более 70% от общего количества участников. Также участниками мероприятия стали и представители компаний из Белоруссии, Болгарии, Италии, Франции, Дании, Финляндии, Германии, Тайваня, Словакии, Индии, Польши, Чехии, Израиля, Китая, Сербии и Шри-Ланки.

30 марта 2016 года в Санкт-Петербурге (отель «Введенский», Большой пр. П.С., 37) состоялась конференция газеты «Ведомости» «Ритейл: новая реальность». Модератором первой сессии мероприятия выступил генеральный директор **ИА INFOLine** Иван Федяков. Эксперт представил участникам конференции доклад на тему «Рейтинг торговых сетей России. Состояние розничной торговли по итогам 2015 года. Тенденции и прогнозы развития отрасли на 2016 год». В основу выступления легли актуальные данные ежегодных исследований INFOLine:

- рейтинг крупнейших ритейлеров России INFOLine Retail Russia TOP-100 и исследование «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ», подготовленные на основе анализа деятельности и операционных показателей 1000 компаний розничной торговли страны,
- подробное исследование компаний сегмента товаров для дома «Рынок Household РФ. Итоги 2015 года, прогноз до 2018 года»,
- уникальный Геоатлас «Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Санкт-Петербурга и Ленинградской области»
- материалы, составившие основу ежедневно обновляемого продукта компании «Тематические новости. Розничная торговля России».

В ходе конференции «Ритейл: новая реальность» ведущие эксперты обсудили актуальные тенденции развития сетевой торговли региона, стратегии оптимизации бизнеса и удержания покупателей, возможности возвращения к прежним темпам роста и появления новых игроков. Участниками мероприятия стали руководители компаний-операторов розничного рынка, представители российских и зарубежных производителей, дистрибьюторы, поставщики; представители компаний, оказывающих услуги в области логистики и складирования, поставщики технологичных решений для розничных сетей; представители маркетинговых и исследовательских компаний, юристы и консультанты; представители торгово-промышленных отраслевых союзов и ассоциаций, СМИ.

5 апреля 2016 года в московском ЦВК «Экспоцентр» успешно прошел V международный деловой форум «Проблемы и перспективы развития рынка строительно-отделочных материалов и торговли DIY», проводимый организаторами строительной выставки MosBuild совместно с **ИА INFOLine** в качестве стратегического партнера. Форум DIY в пятый раз подтвердил статус ключевого делового события для рынка DIY в России. В 2016 года мероприятие собрало более 400 участников. Традиционно представители крупнейших торговых сетей DIY обсудили итоги прошедшего года, поделились планами дальнейшего развития, а также обсудили наиболее острые вопросы и новые тенденции отрасли. Генеральный директор **ИА INFOLine** Иван Федяков во вступительном слове к участникам Форума DIY представил подробный аналитический доклад по рынку строительно-отделочных материалов и торговле DIY, а также строительному рынку жилья, задав информационный фон для всего мероприятия. Также в своем докладе Иван Федяков



озвучил итоги ежегодного общепромышленного рейтинга крупнейших розничных и мелкооптовых компаний INFOLine «DIY Retail Russia TOP».

В 2016 году первой частью Форума DIY стала Пленарная дискуссия «Рейтинг сетей DIY и проблемы развития рынка товаров для строительства и для дома». Спикерами дискуссии стали представители топ-менеджмента российских и международных DIY сетей. Второй частью Форума «Проблемы и перспективы развития рынка строительно-отделочных материалов и торговли DIY» стала сессия «Новые решения для эффективного взаимодействия между поставщиками строительно-отделочных материалов и торговыми сетями DIY». Делегаты Форума получили уникальную возможность услышать доклады с презентациями о новых кейсах и инструментах для более успешного сотрудничества торговых сетей и производителей строительно-отделочных материалов. Также в рамках Форума «Проблемы и перспективы развития рынка строительно-отделочных материалов и торговли DIY» состоялась торжественная церемония награждения победителей рейтинга **INFOLine** «DIY Retail Russia TOP». Рейтинг **INFOLine** DIY Retail Russia TOP ежегодно составляется **ИА INFOLine** совместно с организаторами выставки MosBuild. При подготовке рейтинга специалисты **INFOLine** анализируют финансовые и операционные показатели более 600 сетей DIY. Те компании, которые не смогли принять участие в Форуме «Проблемы и перспективы развития рынка строительно-отделочных материалов и торговли DIY» в качестве делегатов, имеют возможность получить подробный Отчет о выступлении спикеров и ключевых вопросах дискуссии со ссылками на презентации и видео. В настоящее время ведется работа над составлением Отчета.

Прислать заявку на получение Отчета о Форуме DIY вы можете по электронной почте retail@infoline.spb.ru.



НЕДЕЛЯ
РОССИЙСКОГО
РИТЕЙЛА

С 7 по 12 июня 2016 года в Москве пройдет «Неделя Российского Ритейла-2016» – Retail Russian Week 2016, мероприятие, на котором формируются основные направления развития сферы розничной торговли. **ИА INFOLine** выступает генеральным аналитическим партнером. Деловое мероприятие пройдет при поддержке Министерства промышленности и торговли РФ и соберет активных игроков рынка розничной торговли. Делегатов форума ожидает обширная деловая программа с участием представителей отрасли – руководителей и ключевых менеджеров федеральных и региональных торговых сетей, организаций среднего и малого бизнеса, киоскеров, профильных ассоциаций, а также поставщиков и их объединений, руководителей Правительства России, представителей федеральных министерств и ведомств, региональных органов власти в сфере потребительского рынка. Выставка Retail's World продемонстрирует современный мир ритейла, его достижения и технологии. Кроме того, на Неделе Ритейла будут подведены итоги отраслевого конкурса Retail Awards.

Впервые «Неделя Российского Ритейла» прошла в июне 2015 года и собрала более трех тысяч участников, став значимым событием в сфере ритейла. В рамках мероприятия состоялись:

- более 40 конференций, экспертных сессий и панельных дискуссий),
- торгово-закупочная сессия с участием поставщиков и служб закупок торговых сетей,
- выставочная экспозиция Retail's World, представляющая инновации, технологии и разработки в области ритейла,
- инновационные туры по логистическим и торговым комплексам,
- Ритейлиада, включающая в себя соревнования спортивных команд торговых сетей России.

В рамках Недели Ритейла в 2015 году **ИА INFOLine** представило собственную аналитическую секцию: «Самые быстрорастущие и самые эффективные. Анализ TOP-1000 крупнейших торговых сетей», где обсуждались основные вопросы рынка FMCG, DIY, торговой недвижимости, региональное развитие России, а также проводилась презентация ежегодного исследования INFOLine, охватившего более 1000 крупнейших торговых сетей.

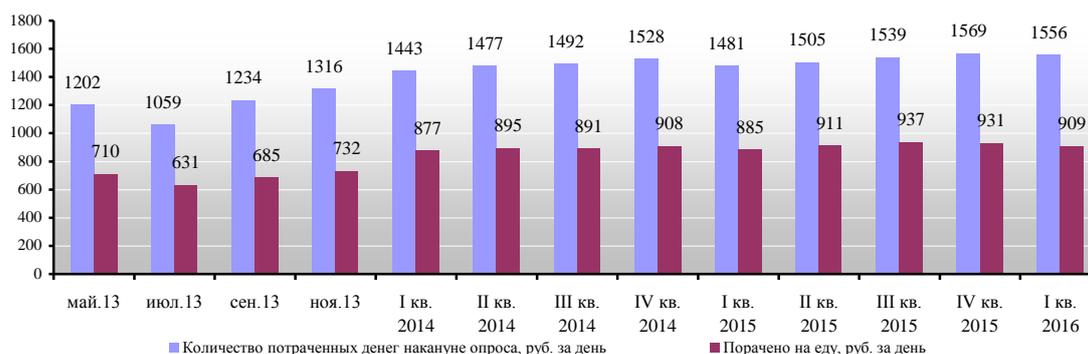
*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Кейс «Потребительское поведение россиян в кризис»

Изменение потребительского поведения россиян

Согласно обзору «Сбербанк СІВ» «Потребительский индекс Иванова», доля экономящих на основных продуктах людей в январе – марте 2016 года осталась той же, что и в IV кв. 2015 года – 70%. Сам индекс незначительно вырос: с минус 24% в IV кв. 2015 года до минус 22%. «Это не столько нормализация, сколько привыкание к текущим условиям», – сообщил представитель X5 Retail Group. У потребителей становится менее критичным восприятие экономической ситуации, а экономить они продолжают, в том числе на продуктах питания, как и в конце 2015 года. Согласно исследованию, если зарплата Ивановых повысится на 1 тыс. руб. в месяц, они собираются потратить 36% прибавки на продукты питания (сейчас на это тратится 38% семейного дохода), 10% – на одежду и предметы домашнего обихода (сейчас – 15%), а 14% дополнительного дохода пойдут на сбережения (сейчас – 7%). При этом, доля Ивановых, чувствительных к уровню цен, увеличилась (76%), до этого четыре квартала подряд оставаясь на прежнем уровне (75%). Доля тех, кто перешел на более дешевые товары, осталась на отметке 70%. Доля Ивановых, стремящихся сэкономить, приобретая продукты питания со скидкой чаще и в больших объемах, увеличилась с 50% в II кв. 2015 года до 60% в I кв. 2016 года. По-прежнему растет и доля покупателей, посещающих магазины лишь для покупки товаров со скидками (40% в II кв. 2015 года, 44% в III кв. 2015 года и 44% в IV кв. 2015 года).

Рисунок 5. Количество денег, потраченных потребителем накануне опроса



Источник: данные Сбербанк СІВ

<...>

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Раздел содержит кейс по ключевым событиям, произошедшим в розничной торговле за рассматриваемый период времени.

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****



Раздел III. События и планы развития торговых сетей FMCG

«Магнит», ПАО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный», «Магнит-Косметик»

"Магнит», ПАО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный»



Название компании: *Магнит, ПАО (Тандер, АО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный»)* Адрес: 350072, г. Краснодар, ул. Солнечная, 15 / 5 Телефоны: (861) 2109810 Телефон горячей линии: 88002009002 Факсы: (861) 2109810 E-Mail: info@gw.tander.ru Web: www.magnit-info.ru Руководитель: *Галицкий Сергей Николаевич, генеральный директор; Помбухчан Хачатур Эдуардович, председатель совета директоров*

Развитие сети

По состоянию на 1 марта 2016 года общее количество магазинов сети «Магнит» составляло 12302 (9663 магазинов у дома, 223 гипермаркета «Магнит», 156 супермаркетов «Магнит Семейный», 2260 «Магнит Косметик»). Общие торговые площади сети составили 4484,81 тыс. кв. м. <...>.

В 2016 году «Магнит» планирует открыть до 80 гипермаркетов, 900-950 магазинов у дома и 1200 магазинов «дрогери», что несколько меньше чем в 2015 году. При этом «Магнит» не планирует экспансии за рубежом и выход в соседние государства и сфокусирован на российском рынке.

В 2016 году инвестиции сети составят 65-70 млрд. руб. В 2015 году инвестиции составили 54 млрд. рублей, из которых 36,2 млрд. руб. пришлось на недвижимость и 15,7 млрд. руб. на оборудование. Из 65-70 млрд. руб., планируемых на 2016 год, «Магнит» собираются около 30 млрд. руб. потратить на открытие 80 гипермаркетов, 9 млрд. руб. - на три РЦ. Еще около 15 млрд. руб. пойдут на запуск 900-950 «магазинов у дома», 4 млрд. руб. - на открытие 1,2 тыс. магазинов «Магнит-Косметик». «Магнит» в годовом отчете уточняет, что имеет доступ к заемным средствам на сумму 199,7 млрд. руб., из которых 151,8 млрд. руб. к началу 2016 года оставались неиспользованными.

По состоянию на 1 января 2016 года общая численность работников компании «Магнит» составила 265,989 тыс. чел., из которых персонал магазинов составляет 194,723 тыс. чел., 40,369 – работники РЦ, 19,108 – сотрудники филиалов, 9,349 – персонал головной компании, 2,44 – прочие. По итогам 2015 года средняя заработная плата работников компании «Магнит» составила 28,617 тыс. руб., а рост заработной платы за 2015 год – 4%.

В январе 2015 года Сергей Галицкий сократил принадлежащую ему долю в акционерном капитале ОАО «Магнит» с 37,58% до 37,05%, а в феврале 2015 года сократилась еще до 36,52% и с февраля по март 2015 года еще до 36,49%. Напомним, что в феврале 2015 года компания Laverno Ltd., аффилированная с основателем «Магнита» Сергеем Галицким, продала 1 млн. принадлежавших ей акций компании «Магнит», что составляет примерно 1% ее капитала. Бумаги были проданы в рамках размещения с ускоренным формированием книги заявок по 9,823 тыс. руб. за штуку, а общая сумма сделки составила более 9,8 млрд. руб. Совместными глобальными координаторами и букранерами предложения по продаже акций выступили Morgan Stanley & Co. International plc и VTB Capital. При этом Сергей Галицкий подтвердил намерение оставаться долгосрочным стратегическим акционером компании. Средства, полученные Laverno от предложения, будут направлены на финансирование инвестиционных проектов Галицкого в сфере футбола. По состоянию на 1 июля 2015 года структура акционерного капитала компании «Магнит» была представлена следующим образом: Галицкий С.Н. – 36,49%, Laverno Ltd. – 4,48%, Гордейчук В.Е. – 2,76%, менеджмент – 0,4%, собственные акции, выкупленные у акционеров – 0,07%, free float – 55,8%. В феврале 2016 года Сергей Галицкий рассказал аналитикам и инвесторами на встречах в Лондоне и Нью-Йорке, что планирует в ближайшие годы продавать около 1-1,5% компании «Магнит» в год. Сейчас речь не идет о том, что в ближайшие дни будет объявлено о сделке, это долгосрочные планы, пояснил финансовый директор ПАО «Магнит» Хачатур Помбухчан. Финансирование стадиона сформировано, это деньги на другие проекты - например, озвучивались проекты по озеленению Краснодара, напоминает он. Галицкий рассказал о планах снижения своей доли в ответ на вопросы инвесторов,

есть ли у него стратегия выхода из бизнеса, отметил Помбухчан. А в конце марта 2016 года Сергей Галицкий переданы кипрской Lavreno 3,56% акций ПАО «Магнит» и снизил в нем прямую долю до 35,11%.

Итоги деятельности и прогнозы

Чистая выручка компании «Магнит» в 2015 году составила 947,8 млрд. руб., увеличившись на 24,27% относительно 762,721 млрд. руб. в 2014 году. Таким образом план по росту выручки компании в 2015 году на более чем на 26% выполнен не был. Кроме того, в 2015 году «Магнит» показал самый низкий темп роста выручки за последние 10 лет. По итогам 2015 года рентабельность EBITDA составила 10,93%, что соответствует озвученным планам в диапазоне 10,5-11,3%. В 2016 году планируется сохранить EBITDA на уровне 2015 года.

В феврале 2016 года Сергей Галицкий сообщил, что прибыльность «Магнита» в 2016 году может снизиться, однако сокращение не будет существенным. «Хоть мы и самая эффективная российская сеть, в этом году мы понизим, наверное, прибыльность. И каждый год это будет происходить. Не думаю, что существенно», - сказал он. По его словам, будет замедляться и рост выручки сети.

Крупнейшим акционером сети магазинов «Магнит» (центральный офис находится в Краснодаре) является Сергей Галицкий, которому принадлежит около 40% акций; приблизительно 54% акций находится в свободном обращении. (ПРАЙМ 16.02.16)

Ключевые финансовые показатели компании «Магнит» (по форматам) за I пол. 2014-2015 гг., III-IV кв., 9 мес. и 2014-2015 гг. по МСФО и за март 2015-2016 гг. по УО представлены в таблице ниже (в скобках – отрицательные показатели).

Таблица 5. Ключевые финансовые показатели компании «Магнит» в 2014-2016 гг.

Показатель	Формат	I пол. 2014	I пол. 2015	III кв.14	III кв.15	9 мес. 14	9 мес. 15	IV кв.14		2014		2015		Янв.- Фев. 2015	Янв.- Фев. 2016
								(МСФО)	(МСФО)	(МСФО)	(МСФО)	Фев.15	Фев.16		
Чистая выручка, млрд. руб.	Магнит	266,982	338,434	147,39	173,912	414,373	512,346	163,403	188,929	577,776	701,275	52,225	61,641	104,768	121,142
	Гипермаркет Магнит	64,008	79,371	34,341	38,897	98,35	118,268	41,305	43,311	139,655	161,579	12,496	13,044	24,715	25,594
	Магнит Семейный	10,082	20,337	6,429	10,979	16,511	31,316	9,023	13,509	25,534	44,825	3,116	4,509	6,152	8,78
	Магнит-Косметик	7,832	15,556	5,223	11,162	13,055	26,718	6,702	13,404	19,757	40,122	2,481	4,808	4,602	8,955
	Розничная выручка	348,904	453,698	193,385	234,95	542,288	688,648	220,433	259,153	762,721	947,8	70,318	80,002	140,237	164,471
	Оптовые продажи	0,143	1,111	0,243	0,639	0,387	1,794	0,419	1,018	0,806	2,812	-	-	-	-
	Общая выручка	349,047	454,809	193,628	235,63	542,675	690,443	220,852	260,171	763,527	950,613	-	-	-	-
Прирост чистой выручки, %	Магнит	24,03%	26,76%	31,9%	17,99%	26,72%	23,64%	31,99%	15,62%	28,17%	21,37%	29,65%	18,03%	30,36%	15,63%
	Гипермаркет Магнит	32,36%	24,00%	28,92%	13,27%	31,14%	20,25%	32,47%	4,85%	31,53%	15,7%	31,97%	4,39%	33,27%	3,56%
	Магнит Семейный	139,84%	101,72%	131,332%	70,78%	136,45%	89,67%	144,17%	49,72%	139,12%	75,55%	121,48%	44,69%	123,75%	42,72%
	Магнит-Косметик	57,33%	98,63%	68,41%	113,7%	61,58%	104,66%	76,64%	100,0%	66,4%	103,08%	88,6%	93,78%	85,65%	94,57%
	Розничная выручка	27,9%	30,0%	34,05%	21,49%	30,03%	26,99%	35,68%	17,57%	31,61%	24,27%	34,01%	19,46%	34,66%	17,28%
	Оптовые продажи	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Общая выручка	27,93%	30,3%	34,15%	21,69%	30,08%	27,23%	35,9%	17,8%	31,71%	24,5%	-	-	-	-
LFL (выручка), %	Магнит	9,26%	11,89%	17,21%	4,16%	12,27%	9,24%	17,07%	1,83%	13,85%	7,29%	-	-	-	-
	Гипермаркет Магнит	12,28%	8,66%	14,49%	(0,81%)	12,97%	5,38%	16,43%	(7,63%)	14,05%	1,51%	-	-	-	-
	Магнит Семейный	18,22%	8,82%	19,93%	(1,53%)	18,88%	4,78%	19,53%	(7,44%)	18,97%	0,62%	-	-	-	-
	Магнит-Косметик	49,54%	24,92%	40,25%	21,88%	46,03%	23,54%	29,84%	11,86%	40,79%	19,61%	-	-	-	-
	Компания в целом	10,63%	11,47%	17,21%	3,54%	13,12%	8,69%	17,28%	(0,07%)	14,47%	6,21%	-	-	-	-
	Магнит	7,23%	12,06%	10,86%	6,4%	8,56%	10,06%	12,82%	3,33%	9,81%	8,14%	-	-	-	-
LFL (средний чек), %	Гипермаркет Магнит	6,37%	10,16%	7,63%	4,01%	6,78%	8,04%	10,83%	(0,28%)	7,98%	5,53%	-	-	-	-
	Магнит Семейный	7,51%	9,82%	9,12%	2,98%	8,14%	7,18%	11,96%	(0,97%)	9,28%	4,33%	-	-	-	-
	Магнит-Косметик	3,05%	12,21%	3,44%	15,2%	3,4%	13,35%	5,49%	13,72%	3,76%	13,24%	-	-	-	-
	Компания в целом	7,46%	11,49%	10,13%	5,8%	8,42%	9,44%	12,41%	2,07%	9,58%	7,23%	-	-	-	-
	Магнит	1,9%	(0,15%)	5,74%	(2,1%)	3,42%	(0,74%)	3,77%	(1,45%)	3,68%	(0,79%)	-	-	-	-
	Гипермаркет Магнит	5,55%	(1,36%)	6,38%	(4,63%)	5,8%	(2,46%)	5,06%	(7,36%)	5,63%	(3,8%)	-	-	-	-
LFL (трафик), %	Магнит Семейный	9,96%	(0,91%)	9,9%	(4,38%)	9,94%	(2,24%)	6,76%	(6,53%)	8,87%	(3,55%)	-	-	-	-
	Магнит-Косметик	45,11%	11,32%	35,59%	5,79%	41,22%	8,99%	23,08%	(1,63%)	35,69%	5,62%	-	-	-	-
	Компания в целом	2,95%	(0,02%)	6,43%	(2,14%)	4,33%	(0,69%)	4,33%	(2,09%)	4,47%	(0,96%)	-	-	-	-
	Магнит	1,9%	(0,15%)	5,74%	(2,1%)	3,42%	(0,74%)	3,77%	(1,45%)	3,68%	(0,79%)	-	-	-	-
Валовая прибыль, млрд. руб.	Компания в целом	97,135	127,06	58,342	68,316	155,476	195,376	65,044	75,445	220,521	270,821	-	-	-	-
Валовая рентабельно сть, %	Компания в целом	27,83%	27,93%	30,13%	28,99%	28,65%	28,3%	29,45%	29,0%	28,88%	28,49%	-	-	-	-
Чистая прибыль, млрд. руб.	Компания в целом	19,588	25,266	14,305	17,988	33,893	43,254	13,793	15,807	47,686	59,061	-	-	-	-
Рентабельно сть по	Компания в целом	5,61%	5,56%	7,39%	7,63%	6,25%	6,26%	6,25%	6,08%	6,25%	6,21%	-	-	-	-



Показатель	Формат	I пол. 2014	I пол. 2015	III кв.14	III кв.15	9 мес. 14	9 мес. 15	IV		2014 (МСФО)	2015 (МСФО)	Фев.15	Фев.16	Янв.- фев. 2015	Янв.- фев. 2016
								IV кв.14 (МСФО)	IV кв.15 (МСФО)						
чистой прибыли, %															
EbitDA, млрд. руб.	Компания в целом	36,55	48,628	24,058	26,485	60,608	75,113	25,302	28,860	85,91	103,973	-	-	-	-
Рентабельн ость EbitDA, %	Компания в целом	10,47%	10,69%	12,42%	11,24%	11,17%	10,88%	11,46%	11,09%	11,25%	10,94%	-	-	-	-

Источник: данные компании «Магнит»

<...>

Сделки M&A

В марте 2016 года ООО «Синтез», развивающее торговые сети «7копеек» и «Матур» в Республике Татарстан сообщило, что магазины сети были проданы ПАО «Магнит». Официальной информации от «Магнит» по сделке не поступало. На начало 2016 года ООО «Синтез» управляло 11 магазинами в Республике Татарстан общей торговой площадью около 4,1 тыс. кв. м.

Планируемые открытия гипермаркетов

Во II кв. 2016 года планируется открытие гипермаркета «Магнит» в Барнауле по адресу: р-н Индустриальный. <...>

Планируемые открытия супермаркетов

Во II кв. 2016 года планируется открытие супермаркета «Магнит Семейный» в Челябинской области по адресу: г. Магнитогорск, р-н Орджоникидзевский, ТЦ. Площадь супермаркета составит 2,048 тыс. кв. м. <...>

Открытие гипермаркетов

1 марта 2016 года был открыт гипермаркет «Магнит» в Красноярске по адресу: ул. Телевизорная, 1, стр. 9. Ассортимент гипермаркета насчитывает около 11,9 тыс. наименований, из которых продукты питания составляют около 84%. Торговый зал оборудован 17 кассовыми терминалами. Торговый объект находится в аренде. <...>

Открытие супермаркетов¹⁹

28 марта 2016 года был открыт супермаркет «Магнит Семейный» в Казани по адресу: ул. Галимаджана Баруди, 8, ТЦ «Московский». Ассортимент супермаркета включает около 6,4 тыс. наименований, из которых продукты питания составляют около 89%. Торговый зал оборудован 12 кассовыми терминалами. Торговый объект находится в собственности компании. <...>

Отставки и назначения

В декабре 2015 года стало известно, что первый заместитель гендиректора «Почты России» Вячеслав Бочаров покинул госпредприятие и с начала декабря 2015 года по просьбе Сергея Галицкого вернулся в «Магнит», где будет отвечать за маркетинг в должности заместителя генерального директора. Как пояснил Бочаров, руководство «Магнита» поставило перед ним «интересные задачи», однако какие именно, уточнять не стал. Напомним, что Вячеслав Бочаров пришел в «Почту России» в начале июля 2015 года из «Магнита», где проработал 12 лет и на момент ухода являлся руководителем формата магазин у дома. Как заявлял тогда гендиректор «Почты России» Дмитрий Страшнов, опыт Бочарова «по построению самой эффективной в стране розничной сети будет очень востребован при реформировании почтового оператора». <...>



Online

В июле 2014 года стало известно, что компания «Магнит» начала работу над созданием собственного интернет-магазина. В III кв. 2015 года запущен тест интернет-магазина на базе одного из гипермаркетов в Краснодарском крае, заказы пробуют делать около 100 сотрудников «Магнита». Решение о будущем проекта будет принято не ранее середины 2016 года.

¹⁹ ИА INFOline считает магазины «Магнит Семейный» наиболее близкими по формату к «супермаркетам».

Новые форматы

В мае 2015 года компания «Магнит» и NCR начали сотрудничество в рамках проекта по установке касс самообслуживания. В комплексном предложении NCR в партнерстве с компанией «Штрих» встраивает фискальные решения на кассах самообслуживания, а New Vision поддерживает интеграцию с существующей инфраструктурой компании «Магнит». На первом этапе сотрудничества «Магнит» и NCR до конца 2015 года планируется установить кассы самообслуживания в 40 гипермаркетах сети. На этапе тестирования корпорация NCR продемонстрировала, как успешно развернуть проект касс самообслуживания в двух разных гипермаркетах «Магнит»: в Краснодаре, где проживает более 800 тыс. жителей, и в Туапсе с населением менее 100 тыс. жителей.

Логистика: показатели

По состоянию на 25 января 2016 года «Магнит» (АО «Тандер») управляла 34 распределительными центрами, суммарной площадью 1350 тыс. кв. м. Уровень централизации поставок для магазинов у дома за 2015 год составил 90%, а гипермаркетов – 73%. В долгосрочной перспективе планируется доведение данного показателя до 92% для магазинов у дома и до 80% для гипермаркетов. Автопарк по состоянию на 31 декабря 2015 года насчитывал 5882 грузовых автомобилей.

25 января 2016 года компания «Магнит» ввела в эксплуатацию РЦ в Московской области, г. Дмитров. Площадь РЦ составляет около 59 тыс. кв. м. Инвестиции в строительство РЦ составили более 2,5 млрд руб. В состав РЦ вошли: склад хранения в естественных условиях, склад со встроенными холодильными камерами и камерами дозревания бананов, административно-бытовой корпус, цех по переработке вторсырья, здание автотранспортного предприятия с ремонтной зоной и мойкой, топливно-заправочный и контрольно-технический пункты.

Логистика: планы

В декабре 2015 года стало известно, что к 2018 году «Магнит» планирует открыть 8 РЦ в России. Инвестиции в проект оцениваются в 16 млрд. руб. Замдиректор департамента складской логистики по развитию ЗАО «Тандер» Андрея Кривенко сообщил, что потенциальных регионов, где может начать строительство РЦ, много: «это и Кемерово, и Москва, центр России. Инвестиции по каждому объекту разные, и они зависят от многих факторов».. <...>

Private label

Доля СТМ в продажах компании в 2015 году снизилась до 11% с 11,2% в середине 2015 года. Под СТМ у «Магнита» по-прежнему 596 товарных позиций, около 84% из которых - продукты питания. В марте 2016 года директор по закупкам СТМ сети «Магнит» Анастасия Кудря сообщила, что компания решила пересмотреть портфель СТМ и убрать лишние. По состоянию на март 2016 года у сети более 80 брендов и более 1000 товаров в большинстве категорий: молочные товары, мука, крупы, безалкогольные напитки, чай, кофе, мясные и овощные консервы, кондитерские изделия, товары для дома и др. Стратегия «Магнита» на 2016 год включает сокращение числа брендов до 40 СТМ. Как сообщила Кудря, существующие марки будут укрупняться, под ними будут выпускаться те виды товара, в которых у «Магнита» еще нет СТМ, также будут запущены отдельные категории СТМ для гипермаркетов и магазинов косметики. Стратегические цели по доле СТМ в обороте – примерно 20%. <...>

Взаимодействие с потребителями

16 декабря 2015 года на заседании Совет директоров ПАО «Магнит» утвердил внутрикорпоративный этический кодекс. Кодекс деловой этики описывает в первую очередь принципы работы с поставщиками. «Документ, прежде всего, регламентирует взаимоотношения с партнерами компании», - сказал представитель ПАО «Магнит».

Корпоративные события

В 2016 году АО «Тандер» начнет строительство третьей очереди центрального офиса в Краснодаре. По состоянию на октябрь 2015 года в штаб-квартире компании работало 8 тыс. человек. Офис планируется сдать в эксплуатацию через 1-1,5 года. Штат будет расширяться за счет привлечения новых специалистов в отдел закупок и информационных технологий.





4 марта 2016 года **Сергей Галицкий** открыл юбилейную серию встреч в формате Speakers Nights, приуроченных к 10-летию бизнес-школы «Сколково». Модератором встречи выступил Михаил Хомич, руководитель Ассоциации менторов бизнес-школы «Сколково». Галицкий отметил: «Я думаю, я бы занимался футболом, если бы у меня была возможность бросить бизнес. Но, к сожалению, я должен быть ответственным, и еще раз говорю: я, наверное, еще лет пять-шесть назад ходил с огромным удовольствием на работу, тогда это для меня не было работой. Сейчас это для меня работа. Но это не значит, что буду менее эффективен... Когда ты находишься постоянно под напряжением, думаешь, что лучше ужасный конец, чем ужасы без конца. Процесс из тебя ежедневно вытаскивает, вытаскивает энергию, тебе очень тяжело, и каждый день тебе тяжелее. Поэтому русский предприниматель в 48 лет – это импортный в 68». <...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела по каждой из более чем 200 торговых сетей России содержит описание ключевых событий за отчетный период, а также планы развития ритейлеров в ближайшей и долгосрочной перспективе. Информация по каждой сети сгруппирована по следующим подразделам: развитие сети, итоги деятельности и прогнозы, инвестиционная деятельность, открытие/закрытие магазинов, новые форматы, логистика, private label, корпоративные события. В данном разделе приведена подробная информация по Топ-10 ритейлерам, Топ-200 ритейлерам второго эшелона, включая Союз Независимых Сетей России, объединяющий 70 торговых сетей и Союз ТЗС, объединяющей около 60 торговых сетей.

ДЕМО-ВЕРСИЯ

"Союз Независимых Сетей России"



Название компании: Союз Независимых Сетей России Адрес: 125315, Москва, Ленинградский пр., 72, стр. 4. Телефон: (495)7871522. Факс: (495)7871522. E-Mail: info@smsr.ru Web: russretail.info Руководитель: Сергей Кузнецов, Директор Союза НСР

История развития

<...>

По состоянию на апрель 2016 года в СНСР входит 76 независимых сети, которые представлены более чем 4000 торговыми точками. Сети-участники: «АБК» (Москва), «Агат» (Республика Татарстан), «Айгуль» (Республика Саха), «Алика» (Кабардино-Балкария), «Анкор» (ЯНАО), ТД «Аникс» (Алтайский край), «Артемиды Дон» (Ростовская обл.), «Афанасий» (Архангельская обл.), ГК «Батыр» (Башкортостан респ.), «Барс» (Рязанская обл.), «БИМ» (Москва), «Битте» (Комсомольск-на-Амуре), ТД «Бородинский» (Карелия респ.), «В Десятку» (Саха-Якутия респ.), ТГ «Высшая Лига» (Костромская обл.), «Гарант XXI» (Архангельская обл.), «Городок» (Астраханская обл.), «Гулливер» (Ульяновская обл.), «Дворцовый ряд» (Ульяновская обл.), «Дом еды» (Ярославская обл.), ТД «Дуслык» (Татарстан респ.), «Евророс» (Мурманская обл.), «Елисей» (Свердловская обл.), ТГ «Ижтрейдинг» (Удмуртия респ.), «Калинка» (Нижегородская обл.), «Каравай» (Красноярский край), «Караван» (Пензенская обл.), «Квартал» (Новгородская обл.), «Корзинка» (Алтайский край), «Красный Яр» (Красноярский край), «Круста» (Московская обл.), «Лайм» (Нижегородская обл.), ГК «Лама» (Томская обл.), Холдинг «Лотос» (Карелия респ.), «Любимые продукты» (Тамбовская обл.), «Макаровский» (Владимирская обл.), «Меркурий» (Архангельская обл.), «Милена» (Саратовская обл.), «Миндаль» (Самарская обл.), «О'Кей» (Кемеровская обл.),

«Оникс» (Кемеровская обл.), НП «ТП Панорама Ритейл» (Архангельская обл.), «Петровский» (Архангельская обл.), «Праздничный» (Калужская обл.), «Радость» (Кемеровская обл.), «Райцентр» (Нижегородская обл.), «Ринг» (Оренбургская обл.), «Рост» (ХМАО), «Семья» (Калининградская обл.), «7 Копеек» (Башкортостан респ.), ТД «Ситно» (Башкортостан респ.), «Слата» (иркутская обл.), «Смак» (Чувашия респ.), «Холодильник» (Кемеровская обл.), «Челны Хлеб» (Татарстан респ.), «Эконом», «Огонек» (Тамбовская обл.), «Пчелка» (Самарская обл.), «Ярмарка» (Пермский край), «Альбатрос» (Московская обл.), «МОСТ» (Челябинская обл.), «Капитал» (ХМАО) и «Пять Звезд» (Архангельская обл.), «Виват» (ГК «Норман-Виват», Пермский край) и торговая сеть «Семейный» (ООО «Волгаторг», Саратовская область) и др. В феврале 2016 года к СНСР присоединились торговая сеть «Виват» (ГК «Норман-Виват», Пермский край) и торговая сеть «Семейный» (ООО «Волгаторг», Саратовская область). <...>

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

**В разделе содержится описание и планы развития всех ритейлеров FMCG,
входящих в СНСР и Союз ТЗС**



Об информационных продуктах ИА INFOLine

В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и общеэкономических событий в России и мире. Решение данной задачи не представляется возможным без профессионального и высокоэффективного информационного отдела. Агентство INFOLine – это Ваш информационный отдел, который будет работать на пользу и развитие Вашего бизнеса, услугами которого смогут воспользоваться все сотрудники Вашей фирмы. Агентство INFOLine является независимой компанией и работает на рынке Исследований различных отраслей России с 2001 года. Проведенные в 2005-2014 гг. исследования Розничной торговли специалистами агентства INFOLine являются лучшими на рынке, что признано многочисленными клиентами и партнерами.



Специально для компаний Розничной торговли и отрасли товаров народного потребления специалисты INFOLine реализуют следующие информационные продукты:

Периодический обзор «Состояние потребительского рынка и рейтинг TOP-100 сетей FMCG РФ»

Содержит структурированную информацию о развитии торговых сетей, открытии новых магазинов, новых форматах, слияниях и поглощениях, корпоративных событиях, логистике, итогах деятельности и прогнозах, инвестиционных планах и взаимодействии с поставщиками ведущих сетей формата FMCG. В обзоре также содержатся: макроэкономические показатели, статистические данные и аналитическая информация о развитии розничной торговли и торговых сетей в России в отчетном месяце.

Отраслевой обзор «Состояние потребительского рынка и рейтинг TOP – 100 сетей FMCG РФ» содержит:

Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG

- Рейтинг торговых сетей FMCG России по количеству магазинов
- Рейтинг торговых сетей FMCG России по величине торговых площадей
- Рейтинг торговых сетей FMCG России по чистой выручке

Раздел I. Развитие розничной торговли в России

- Макроэкономические показатели розничной торговли
- Государственное регулирование розничной торговли
- Структура оборота розничной торговли по видам товаров и по видам организаций
- Региональная структура оборота розничной торговли
- Доходы и расходы населения
- Потребительские ожидания и уверенность населения

Раздел II. Основные события в розничной торговле FMCG

- События в розничной торговле FMCG России
- Кейс «Важнейшие тренды на рынке продовольственных товаров»

Раздел III. События и планы развития торговых сетей FMCG (ТОП-150)

Приложение 1. Структура розничного оборота по субъектам РФ в 2003-2013 гг.



Дата выхода:	ежемесячно
Количество страниц:	От 150
Способ предоставления:	электронный
Цена при оформлении подписки на год, руб.	Специальное предложение!
В ФОРМАТЕ Power Point руб./месяц.	от 15 000

Исследования отрасли розничной торговли

Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена, руб.
Аналитическая база "700 торговых сетей FMCG России"	Расширенная База содержит разделы: Состояние рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, а также структуру и динамику, количество, площади и выручку торговых объектов по форматам торговли); Рейтинги ТОП-100 торговых сетей FMCG России по количеству, общей торговой площади, выручке, показателям эффективности деятельности компании, логистике, а также рейтинг ТОП-7 компаний по прямому импорту; Бизнес-справки по ТОП-50 ритейлерам; База данных 700 сетей и 550 РЦ сетей с указанием: Оператор розничной сети, Бренды, Контактные данные, Менеджмент сети (Генеральный директор, Директор по закупкам, Финансовый директор, IT директор), общее количество магазинов, Общая торговая площадь, Выручка, Региональная представленность, Количество распределительных центров.	Июнь 2015/ Обн. II кв. 2016	60 000 руб.
Исследование "Рынок гипермаркетов FMCG России", База «1000 гипермаркетов FMCG РФ»	В Исследовании представлен анализ состояния рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, а также структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручки торговых объектов по каналам продаж); приведены рейтинги бизнес-справки по ТОП-30 ритейлерам, развивающим формат «гипермаркет». Представлена база 1000 действующих гипермаркетов и бизнес-справки по ТОП-12 ритейлерам FMCG в формате «гипермаркет»	Декабрь 2015 г.	40 000/ 70 000 руб.

Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена, руб.
Геоатласы «Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы и Московской области. Итоги 2014 года. Прогноз на 2015-2016 годы Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Итоги 2014 года. Прогноз на 2015-2016 годы»	Геоатлас «Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области» содержит больше 30 подробных карт для анализа состояния и прогноза развития рынка торгово-развлекательных центров, а также гипермаркетов FMCG и DIY Санкт-Петербурга и ЛО/ Москвы и МО; глубокий сравнительный анализ и формирование рейтинга крупнейших девелоперов на рынке торговой недвижимости и крупнейших розничных сетей FMCG и DIY региона; визуализация методом картографического моделирования макроэкономических показателей региона, а также показателей развития рынка розничной торговли FMCG и DIY и рынка торговых и торгово-развлекательных центров.	Март 2015 г. / Обн. III кв. 2016	от 30 000 руб.
Исследование "Рынок ТЦ в 32 городах и регионах РФ. Тенденции 2015 года" и Аналитическая база «1800 торговых центров в крупнейших городах России»	В Исследовании «Рынок торговых центров в 32 городах и регионах России. Тенденции 2015 года» охарактеризовано состояние рынка торговой недвижимости России в 32 городах и регионах России, проведен сравнительный анализ рынка торговых центров 32 городов и регионов России, разработан прогноз развития российского рынка торговых центров до 2017 года и охарактеризовано ключевые тренды 2013-2014 гг. По каждому из 32 городов и регионов Исследования специалистами ИА INFOLine приведен прогноз ввода на 2015 год, включающий перечень строящихся торговых центров в регионе. База данных «1800 торговых центров в крупнейших городах России» – аналитический продукт ИА INFOLine, содержащий сведения о действующих и строящихся торговых центрах крупнейших городов России. База ведётся с 2006 года. База	Июнь 2015 г. / Обн. III кв. 2016	от 22 500 руб.
Исследование "INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2015. Прогноз до 2018"	Динамика ключевых показателей Розничной торговли РФ, динамика ключевых показателей по совокупности ТОП-100 игроков, обзоры рынков FMCG, БТЭ, DIY и товаров для дома, мобильных телефонов, аптек, парфюмерии и косметики, Fashion и детских товаров.	Октябрь 2015/ Обн. I кв. 2016	От 50 000 руб.
Аналитическая база «600 торговых сетей DIY РФ»	Представлено структурированное описание крупнейших игроков рынка DIY, составлен Рейтинг ТОП-50 крупнейших операторов DIY России. Приведены операционные и финансовые показатели, а также контактные данные и информация по ТОП-менеджменту 300 торговых сетей DIY.	Июнь 2015/ Обн. II кв. 2016	50 000 руб.
Исследование "Рынок DIY. Анализ регионов, тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года"	Исследование описывает ситуацию на рынке розничной торговли строительно-отделочных материалов и DIY в РФ и подробно по 60 регионам 9 ФО. Приведены описание и перспективы развития основных форматов, в т.ч. Интернет-торговли на рынке DIY. Приведены Рейтинги торговых сетей DIY и подробные бизнес-справки по ТОП-50 операторам DIY. Описаны предпочтения потребителей товаров DIY в России.	Май 2015/ Обн. II кв. 2016	50 000 руб.
База "200 крупнейших проектов строительства торговых центров РФ"	Структурированное описание 200 проектов строительства и реконструкции торговых центров РФ с указанием контактных данных участников реализации проекта (инвестора, застройщика, генподрядчика, проектировщика, поставщиков оборудования и других участников проекта).	Апрель 2015/ Обн. II кв. 2016	35 000 руб.

Периодические продукты по пищевой промышленности, рынку продуктов питания, розничной торговле и др.:

Название продукта	Описание продукта	Периодичность	Цена, руб. в месяц
Периодический ежемесячный обзор «Макроэкономика России и состояние обрабатывающих отраслей»	Макроэкономический обзор ситуации в различных отраслях РФ.	1 раз в месяц	5 000
Тематические новости «Розничная торговля РФ»		Ежедневно	5 000
Тематические новости «Логистическая и складская деятельность»	Оперативная и периодическая информация об интересующей вас отрасли экономики РФ	1 раз в неделю	5 000
Тематические новости «Пищевая промышленность и рынок продуктов питания» (более 15 направлений пищевой промышленности!)		2 раза в неделю	6 000
Тематические новости «Рекламная и маркетинговая деятельность»		1 раз в неделю	4 000
Периодический ежемесячный обзор «Банк новинок на рынке пищевой промышленности»	Обзор новой продукции рынке продуктов питания РФ и зарубежья	1 раз в месяц	12 500

Внимание! Вышеперечисленный набор продуктов и направлений не является полным.



Кроме инициативных готовых продуктов ИА INFOLine позволяет клиентам получить комплекс индивидуальных информационных услуг для решения конкретных задач, возникающих в процессе деятельности компании. Это заказные исследования, составление баз данных, ассортиментно–ценовые мониторинги, индивидуальные мониторинги по запросу клиентов и др.

Всегда рады Вам помочь! Получить демо-версии и презентации Исследований, а также задать вопросы Вы можете, обратившись к менеджерам по тел. +7 (812) 322 68 48, +7 (495) 772 76 40 или почте: retail@infoline.spb.ru

