

ИССЛЕДОВАНИЕ

Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2016 года. Прогноз до 2019 года.

Демонстрационная версия

- Основные показатели экономики и розничной торговли России
- История развития и ключевые особенности формата «гипермаркет»
- Рейтинг торговых сетей FMCG России по итогам 2016 года
- Описание ключевых игроков в формате «гипермаркет»
- Сделки M&A на рынке сетей FMCG России
- Развитие СТМ сетей FMCG России
- Прогноз развития формата «гипермаркет»

Агентство INFOLine занимается разработкой и реализацией информационных и аналитических продуктов, консультированием и поддержкой деловых форумов и мероприятий в сфере строительства и инвестиций, ритейла и потребительского рынка, топливно-энергетического комплекса, транспорта, машиностроения и др. На постоянной основе мы оказываем поддержку более 3000 компаний России и мира. В соответствии с правилами ассоциации ESOMAR все продукты агентства INFOLine сертифицируются по общеевропейским стандартам.

Содержание исследования «Рынок гипермаркетов сетей FMCG России»

Содержание исследования «Рынок гипермаркетов сетей FMCG России»

| | |
|--|------------|
| Об исследовании «Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2016 года. Прогноз до 2019 года» | 4 |
| Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России..... | 6 |
| <i>Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG.....</i> | 6 |
| Макроэкономические показатели розничной торговли | 6 |
| Сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран | 15 |
| Государственное регулирование розничной торговли..... | 20 |
| Опережающие индикаторы развития розничной торговли | 63 |
| Структура оборота розничной торговли по видам товаров | 65 |
| Структура оборота розничной торговли по видам организаций | 71 |
| Региональная структура оборота розничной торговли | 75 |
| Инфляция на рынке продовольственных и непродовольственных товаров | 79 |
| Доходы и расходы населения | 82 |
| Потребительские ожидания и уверенность населения..... | 98 |
| Потребительское поведение населения | 99 |
| <i>История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG</i> | 109 |
| Основные этапы развития торговли в России..... | 109 |
| Основные количественные показатели развития торговли в России | 111 |
| Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж | 121 |
| Состояние и перспективы развития современных форматов на FMCG рынке России..... | 125 |
| Основные тенденции FMCG рынка в 2016-2017 гг. | 127 |
| Раздел II. История развития и ключевые особенности формата «гипермаркет»..... | 135 |
| <i>Основные параметры формата «гипермаркет».....</i> | 135 |
| <i>История развития формата «гипермаркет».....</i> | 135 |
| <i>Основные характеристики гипермаркетов России</i> | 149 |
| <i>Конъюнктура рынка M&A на рынке гипермаркетов FMCG России</i> | 152 |
| Основные показатели и тенденции рынка M&A | 152 |
| Этапизация развития рынка M&A | 154 |
| Описание сделок M&A в FMCG ритейле России в 2006-2016 гг..... | 162 |
| <i>Развитие собственных торговых марок и производства кулинарии</i> | 180 |
| Собственные торговые марки сетей FMCG России | 180 |
| Собственное производство сетей FMCG России | 192 |
| Раздел III. Прогноз и перспективы развития формата «гипермаркет» FMCG ритейла..... | 200 |
| <i>Тенденции и перспективы развития формата «гипермаркет»</i> | 200 |
| Основные тенденции развития формата «гипермаркет» | 200 |
| Планы развития e-commerce и m-commerce | 203 |
| Планы развития СТМ и собственного производства | 206 |
| Планы ввода РЦ..... | 207 |
| <i>Прогноз развития формата «гипермаркет»</i> | 208 |
| Раздел IV. Рейтинги сетей гипермаркетов FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности, логистике | 211 |
| <i>Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по количеству магазинов</i> | 211 |
| <i>Рейтинг по региональному развитию сетей гипермаркетов FMCG.....</i> | 215 |
| <i>Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по общей торговой площади</i> | 228 |
| <i>Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по чистой выручке.....</i> | 235 |
| <i>Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по показателям эффективности продаж</i> | 243 |
| <i>Рейтинг сетей FMCG по финансовым показателям</i> | 249 |
| <i>Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади распределительных центров.....</i> | 252 |
| Раздел VI. Бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG России в формате «гипермаркет» | 259 |
| <i>Auchan Retail Россия (Ашан, ООО) / Торговые сети «Ашан», «Ашан-Сити», «Наша Радуга», «Каждый день», «Ашан Супермаркет», «Мой Ашан».....</i> | 259 |
| <i>Лента, ООО / Торговая сеть «Лента».....</i> | 286 |
| <i>Kesko Food (Кеско Фуд Рус, ООО) / Торговая сеть «К-РВЮКА» - с 30 ноября 2016 года (после закрытия сделки) принадлежит сети «Лента».....</i> | 318 |
| <i>METRO Кэш энд Керри, ООО (Metro Group) / Торговые сети METRO Cash&Carry, METRO Punct, real,- ...</i> | 327 |
| <i>Тандер, АО (Магнит, ПАО) / Торговая сеть «Магнит», «Магнит Семейный», «Магнит-Косметик».....</i> | 349 |
| <i>ГК О'КЕЙ (О'КЕЙ, ООО; Фреш Маркет, ООО) / Торговые сети «О'КЕЙ», «О'КЕЙ-Экспресс», «ДА!».....</i> | 385 |



| | |
|---|-----|
| ТД Перекресток, ЗАО и др. (X5 Retail Group N.V.) / Торговые сети «Пятерочка», «Перекресток-экспресс», «Копейка», «Перекресток», «Карусель», «Перекресток Гипер» | 412 |
| Гиперглобус, ООО / Торговая сеть «Глобус» | 463 |
| Корпорация ГРИНН, АО / Торговая сеть «Линия» | 474 |
| ГК «Невада» / Торговые сети «Самбери», «Раз Два» | 485 |
| Седьмой континент, ОАО / Торговые сети «Седьмой континент», «НАШ» | 496 |
| Европа, ООО (ГК «Промресурс») / Торговая сеть «Европа» | 516 |
| Зельгрос, ООО / Торговая сеть Selgros Cash & Carry | 525 |
| ДИКСИ Юг, АО (ГК «ДИКСИ») / Торговые сети «ДИКСИ», «Мегамарт», «Минимарт», «Виктория», «Квартал», «Дешево», «КЭШ» | 534 |
| ГК ЭССЕН (ЗАО «ЭССЕН Продакшн АГ», Оптовик, ООО; ТД Камилла, ООО; Табыш, ООО) / Торговые сети «ЭССЕН», «ЭССЕН Экспресс», «ЭССЕН Green», «Камилла» | 561 |

| | |
|---|-----|
| Об информационных продуктах ИА INFOLine | 575 |
|---|-----|

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.

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», Globus, «Азбука вкуса»), производители (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars, KraftHeinz, Colgate-Palmolive, Объединенные кондитеры), дистрибуторы (ГК «Мегаполис»), финансовые («Сбербанк», «ВТБ» и т. д.) и сервисные компании (SAP, Microsoft, АТОЛ, «Сервис-плюс», Wincor-nixdorf).

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

Об исследовании «Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2016 года. Прогноз до 2019 года»

Цель исследования: анализ состояния и прогноз развития розничной торговли, потребительского рынка России и рынка гипермаркетов FMCG России, анализ ключевых особенностей и прогноз развития формата «гипермаркет», структурированное описание, сравнительный анализ и ранжирование операционных и финансовых показателей крупнейших торговых сетей FMCG России в формате «гипермаркет», анализ регионального развития формата «гипермаркет» по федеральным округам.

Ключевые параметры рынка: емкость розничного рынка России в 2016 году превысила 28,1 трлн. руб. (с учетом НДС), а объем продаж продовольственных товаров – 13,7 трлн. руб. (с учетом НДС). Формат «гипермаркет» формирует около 13% оборота розничной торговли продуктами питания в России около 19% оборота розничной торговли продуктами питания современных форматов. Всего в России более 1140 гипермаркетов общей торговой площадью более 5,8 млн. тыс. кв. м.

Актуальность исследования: потребительский рынок в 2015 году перешел к новой парадигме развития. За 2016 год оборот розничной торговли в РФ снизился на 5,2%, а продажи продуктов питания, включая напитки, и табачных изделий – на 5,3%. Базовый прогноз Минэкономразвития на 2017 год в базовом варианте предполагает рост оборота розничной торговли на 0,6%. Привычка потребителей к кризисной модели экономии, а также агрессивная конкуренция ведут к уменьшению маржинальности большинства торговых сетей, что неминуемо ведет к закрытию нерентабельных магазинов, а также новым моделям развития и наращиванию темпов органического роста крупными ритейлерами.

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 2005 года (ВВП, емкость и динамика рынка), с 2008 года по I пол. 2016 года (операционные и финансовые итоги крупнейших сетей FMCG России в целом и в формате «гипермаркет», структура и динамика сетевой торговли и рынка FMCG), Итоги 2016 года, тенденции 2017 года и прогнозы на 2016-2019 гг. (динамика рынка розничной торговли и рынка гипермаркетов FMCG, доходы потребителей, стратегии и планы развития крупнейших сетей FMCG в формате «гипермаркет»).

Преимущества исследования: база 1100 гипермаркетов FMCG России с указанием диапазона торговой площади и телефона торгового объекта, аналитический обзор сетей FMCG в формате «гипермаркет» по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности продаж, глубокий анализ и прогноз развития формата «гипермаркет», анализ регионального развития и прогноз ввода гипермаркетов по федеральным округам, структурированное описание потребительского рынка России.

Методы исследования и источники информации:

- регулярные ежемесячные экспертные опросы и интервью с представителями более 200 торговых сетей FMCG России;
- анализ развития и характеристика событий в розничной торговле и на потребительском рынке России: «Состояние потребительского рынка России и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ», «Аналитическая база 700 торговых сетей 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».

Исследование «Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2016 года. Прогноз до 2019 года» включает следующие разделы:

- **Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России** Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших розничных сетей: динамика, структура и прогноз российского розничного рынка. Динамика спроса на потребительском рынке. История развития, состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG: этапы и количественные показатели развития торговли в России.

- **Раздел II. История развития и ключевые особенности формата «гипермаркет»** Основные и история развития параметры формата «гипермаркет», основные характеристики гипермаркетов в России, прогноз развития формата «гипермаркет», конъюнктура рынка M&A на рынке гипермаркетов FMCG России, тенденции и перспективы развития собственных торговых марок и собственного производства сетей FMCG.
- **Раздел III. Прогноз и перспективы развития формата «гипермаркет» FMCG ритейла** Основные тенденции развития формата «гипермаркет», планы развития e-commerce и m-commerce, планы развития СТМ и собственного производства, планы ввода РЦ, прогноз развития формата «гипермаркет»
- **Раздел IV. Рейтинги сетей гипермаркетов FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности, логистике** Рейтинги ТОП-50 крупнейших ритейлеров FMCG России в целом и ТОП-50 ритейлеров FMCG в формате «гипермаркет» по операционным (количество магазинов, общая торговая площадь, количество и площади распределительных центров), финансовым (выручка) показателям и показателю эффективности (выручка с кв. м).
- **Раздел VI. Бизнес-справки по ТОП-15¹ ритейлерам FMCG в формате «гипермаркет»** Бизнес-справки по 15 крупнейшим ритейлерам FMCG России в формате «гипермаркет» включают 14 разделов: контактные данные, история развития сети, структура компании и бенефициары (акционерный капитал), сделки M&A, описание основных форматов, собственные торговые марки и прямой импорт, девелоперские проекты, логистика, операционные показатели, региональная представленность, развитие формата «гипермаркет», финансовые показатели, стратегия и планы регионального развития, отчетность по РСБУ (МСФО).

Расширенная версия Исследования «Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2016 года. Прогноз до 2019 года» также включает разделы V «Анализ регионального развития формата «гипермаркет» и VII «База 1100 гипермаркетов FMCG»

- **Раздел V. Анализ регионального развития формата «гипермаркет»** Анализ экономики и рынка гипермаркетов в разрезе федеральных округов: Центральный, Северо-Западный, Приволжский, Уральский, Сибирский, Дальневосточный, Южный, Северо-Кавказский федеральные округа.
- **Раздел VII. База «1100 гипермаркетов FMCG России»** База в формате Excel, включает следующие поля:
 - Бренд сети;
 - Компания;
 - Торговая площадь;
 - Федеральный округ, регион, город;
 - Адрес;
 - Тип размещения (ТЦ/отдельный);
 - Название ТЦ;
 - Телефон гипермаркета.

¹Бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG России в формате «гипермаркет», чистая выручка (без НДС) которых по итогам I пол. 2016 года в формате превысила 4 млрд. руб.: Ашан, ООО (сети «Ашан», «Ашан-Сити», «Наша Радуга», «Каждый день»), МЕТРО Кэш энд Керри, ООО (сети МЕТРО Cash&Carry, МЕТРО Punct, real.-), Лента, ООО (сеть «Лента»), Тандер, АО (сети «Магнит», «Магнит Семейный», «Магнит-Косметик»), ГК «О'КЕЙ» (сети «О'КЕЙ», «О'КЕЙ-Экспресс», «ДА!»), X5 Retail Group (сети «Карусель», «Перекресток», «Пятерочка», «Перекресток-Экспресс»), Гиперглобус, ООО (сеть Globus), Корпорация ГРИНН, АО (сеть «Линия»), ГК «Невада» (сети «Самбери», «Раз Два»), Седьмой континент, ОАО (сети «Седьмой континент», «НАШ»), Зельгрос, ООО (сеть Selgros C&S), ГК «ДИКСИ» (сети «Дикси», «Мегамарт», «Минимарт», «Виктория», «КЭШ», «Квартал/Дешево»), Гиперглобус, ООО (торговая сеть Globus), Седьмой континент, ОАО (сети «Седьмой континент», «НАШ»), ГК ЭССЕН (сети «Эссен», «Эссен Green»), Кеско Фуд Рус, ООО (торговая сеть «К-РУОКА»).

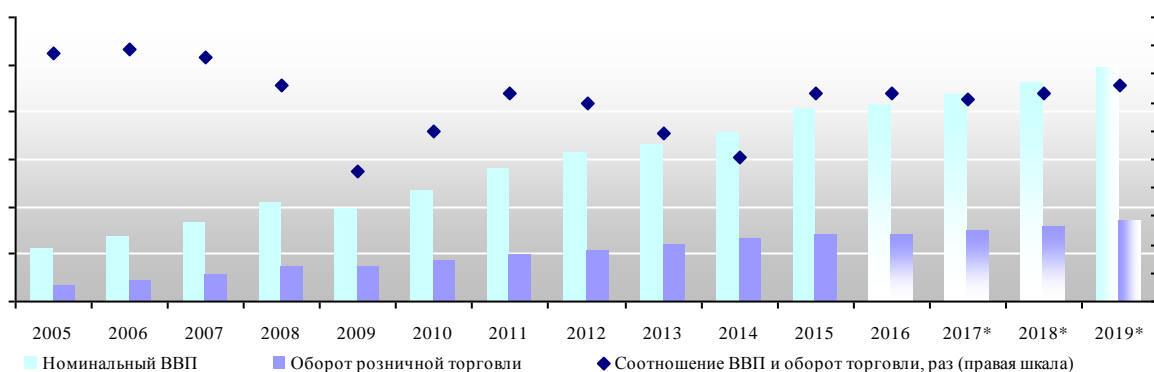
Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG

Макроэкономические показатели розничной торговли²

За 2016 года оборот розничной торговли в товарной массе сократился на *% к 2015 года (рост на *% в деньгах). При этом оборот розничной торговли продовольственными товарами за 2016 год увеличился в деньгах на *% (падение на *% в товарной массе), а непродовольственными – на *% (падение на *% в товарной массе) по сравнению с 2015 года. Следует отметить, что снижение оборота розничной торговли продовольственными товарами наблюдается с мая 2014 года, ранее сокращение оборота розничной торговли продовольственными товарами отмечалось в ноябре кризисного 2009 года – на *% к ноябрю 2008 года.

Рисунок 1. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2005-2016 гг. и прогноз (базовый) на 2017-2019 гг., млрд. руб.



Источник: данные ФСТС, ИА INFOLine

Потребление растет во всех макро-категориях, кроме продуктов питания (*% в натуральном выражении за период с IV кв. 2016 против IV кв. 2015 года). <...>

<...>

Сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран

Ключевым фактором сохранения привлекательности российского рынка для международных ритейлеров остается то, что перспективы роста и фундаментальные показатели рынка вполне благоприятны: с точки зрения привлекательности розничного сектора (продажи на душу населения, численность населения, развитие инфраструктуры и т.д.) Россия входит в ТОП-5 стран. Однако в отличие от Бразилии, Чили, Уругвая и Китая, в России высокий уровень политических рисков, а условия ведения бизнеса сложные из-за влияния бюрократии и коррупции. Рейтинг стран-лидеров по привлекательности розничных рынков представлен в таблице.

Таблица 2. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2011-2016 гг.

| Страна | Страновой риск (25%) | Привлекательность рынка (25%) | Насыщенность рынка (25%) ³ | Фактор времени (25%) | Общий балл ⁴ |
|-------------------|----------------------|-------------------------------|---------------------------------------|----------------------|-------------------------|
| *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Рейтинг 2015 года | | | | | |

² В целях обеспечения статистической сопоставимости данных относительные показатели по Российской Федерации за 2015 год рассчитаны без учета сведений по Республике Крым и г. Севастополю.

³ Насыщенность рынка определяется следующими факторами: доля розничных сетей (7,5%), число международных розничных сетей (7,5%), розничные продажи магазинов современных форматов на душу населения (5%) и доля на рынке ведущих торговых сетей (5%).

⁴ Общий балл определяется суммированием произведений значений факторов на их уровень значимости и затем делится на наибольший показатель среди всех стран, входящих в индекс, и выражается в % к значению индекса для страны-лидера.



| Страна | Страновой риск (25%) | Привлекательность рынка (25%) | Насыщенность рынка (25%) ³ | Фактор времени (25%) | Общий балл ⁴ |
|------------|----------------------|-------------------------------|---------------------------------------|----------------------|-------------------------|
| 1. Китай | 61,2 | 100 | 36,2 | 92,5 | 72,5 |
| *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| 22. Россия | 26,6 | *** | *** | *** | *** |

0=рискованно 0=низкая 0=насыщен 0=нет спешки
 100=безопасно 100=высокая 100=не насыщен 100=быстрый выход

привлекательность

Источник: Исследование А.Т. Kearney

<...>

Государственное регулирование розничной торговли

Полный текст подраздела содержит обзор законодательных актов:

- Закон "О торговле",
- Закон "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт",
- Кодекс добросовестных практик
- RFID метки RFID маркировка меховых изделий,
- Эксперимент по внедрению Tax free,
- Стратегия развития торговли,
- Регулирование контрольно-кассовых операций,
- ЕГАИС,
- Регулирование алкогольного рынка,
- Регулирование табачного рынка,
- Сбор за проезд большегрузных автомобилей по федеральным дорогам и международное регулирование перевозок,
- Национальная система адресной продовольственной помощи,
- Торговый сбор в Москве и других городах,
- Деятельность АНО «Роскачество»
- Контроль качества потребительских товаров,
- Регулирование интернет-торговли,
- О продлении контрсанкций, ограничивающих поставки продовольственных товаров из ЕС, США и некоторых других стран
- Взаимоотношения с Турцией
- Прочие новости в сфере регулирования потребительского рынка.

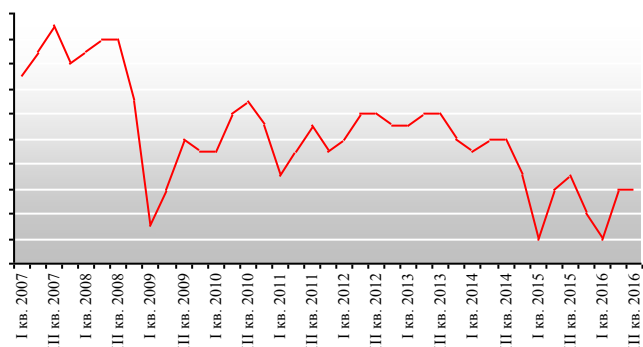
<...>

Опережающие индикаторы развития розничной торговли⁵

<...> По данным ФСТС, оценка экономической ситуации в России в IV кв. 2016 года улучшилась и составила – * п.п. После снижения индекса оценки экономической ситуации во II кв. 2015 года до *п.п., в III кв. 2016 года увеличился до *п.п., увеличившись на * п.п. Индекс предпринимательской уверенности и оценка экономической ситуации в России в 2007-2015 гг. представлена на диаграммах.

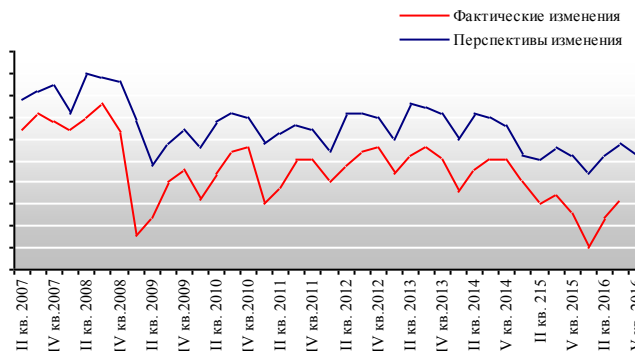
⁵ Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок уровня складских запасов (с обратным знаком), изменения экономического положения в текущем квартале по сравнению с предыдущим и ожидаемого изменения экономического положения 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.

Рисунок 19. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007-2016 гг.



Источник: данные ФСГС

Рисунок 20. Оценка экономической ситуации в России в 2007-2016 гг.



Источник: данные ФСГС

<...>

Структура оборота розничной торговли по видам товаров

<...> В IV кв. 2016 года доля продовольственных товаров в структуре розничного товарооборота сократилась на *п.п. относительно IV кв. 2015 года. В 2016 году доля продовольственных товаров в структуре розничного товарооборота не изменилась относительно 2015 года. <...>

Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2010-2016 гг. приведена в таблице.

Таблица 1. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2010-2016 гг.⁶

| Показатель | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Дек.15 | Дек.16 | IV кв.15 | IV кв.16 |
|-------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|--------|--------|----------|----------|
| Оборот розничной торговли | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| продовольственные товары | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| непродовольственные товары | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| доля продовольственных товаров, % | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| доля непродовольственных товаров, % | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |

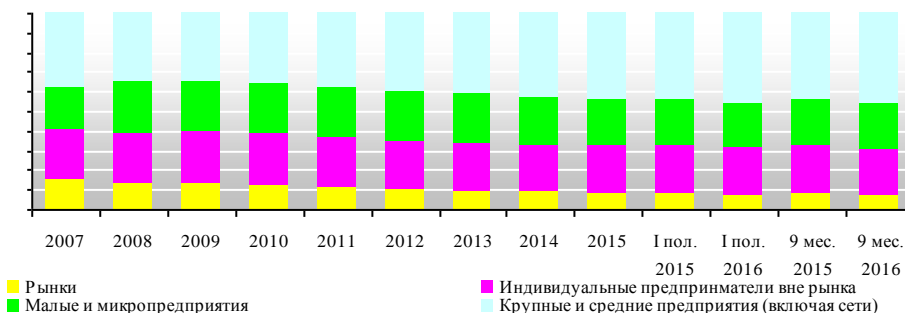
Источник: данные ФСГС

<...>

Структура оборота розничной торговли по видам организаций

<...> В структуре оборота розничной торговли по видам организаций за 9 мес. 2016 года сохранилась тенденция снижения доли рынков (по итогам 9 мес. 2016 года на *п.п. относительно 9 мес. 2015 года), а также малых предприятий – на *п.п. и индивидуальных предпринимателей – на *п.п. <...>

Рисунок 37. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2016 гг., по видам организаций, %



Источник: данные ФСГС

<...>

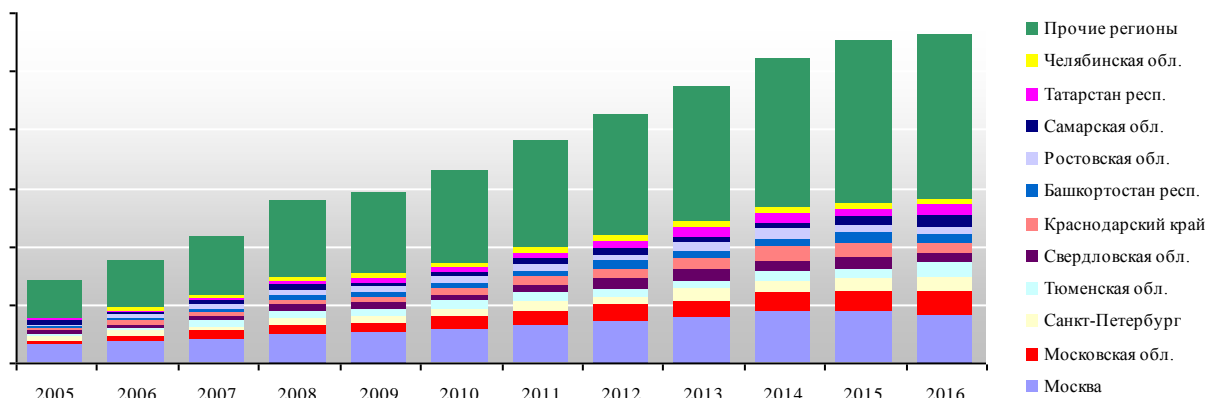
⁶ Для сопоставления с 2009–2015 гг. данные по обороту и доле продовольственных товаров в 2002–2008 гг. приводятся с учетом табачных изделий.



Региональная структура оборота розничной торговли

Региональная структура оборота розничной торговли России характеризуется неравномерностью: в 2016 году *% оборота 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 43. Динамика оборота розничной торговли по регионам России в 2005-2016 гг., млрд. руб.



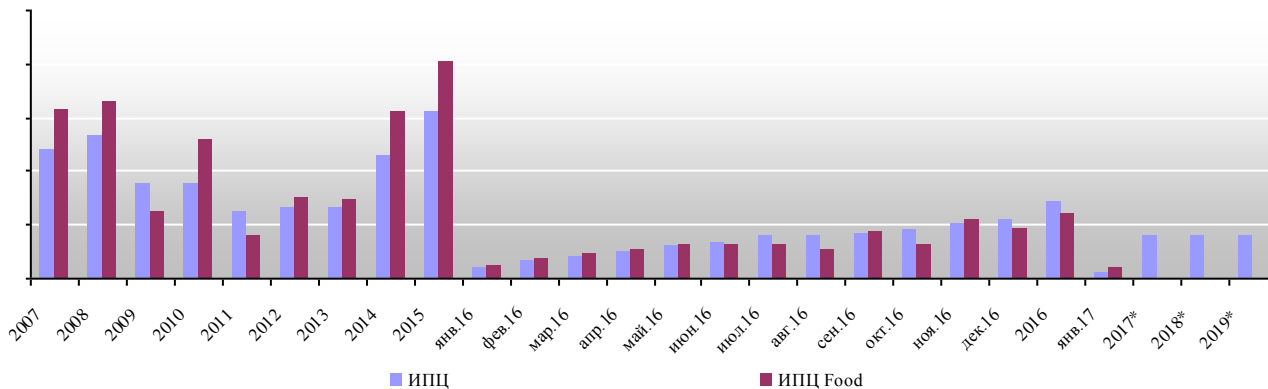
Источник: данные ФСТС

<...>

Инфляция на рынке продовольственных и непродовольственных товаров

<...>

Рисунок 41. Индекс потребительских цен на конец периода в 2000-2016 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз на 2017-2019 гг. (базовый)



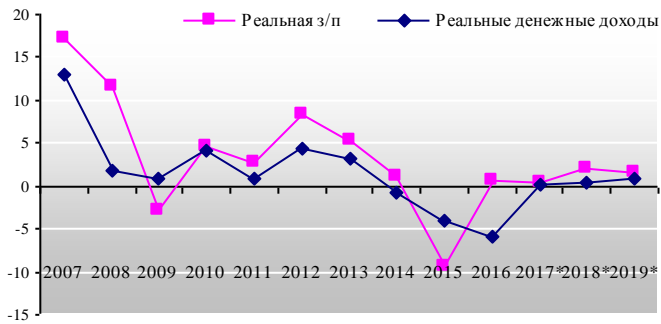
Источник: данные ФСТС

Согласно обновленному базовому прогнозу МЭР на 2017-2019 гг. от 24 ноября 2016 года в 2017 году инфляция составит *%, в 2018 – *% и в 2019 году – *%. Этот показатель входит в общий негативный прогноз экономического развития России в течение трёх ближайших лет. <...>

Доходы и расходы населения

<...> За 2016 год реальные доходы населения снизились на *% (за 2015 год на *%), а реальная заработная плата за 2016 год увеличилась на *%, в то время как в 2015 года сократилась на *%. Согласно базовому прогнозу МЭР от 24 ноября 2016 года ожидается ожидается рост реальных доходов по итогам 2017 года на *%, в 2018 году – на *%, в 2019 году – на *%, а реальных заработных плат в 2017 году на *%, в 2018 году – *%, в 2019 году – *%. <...>

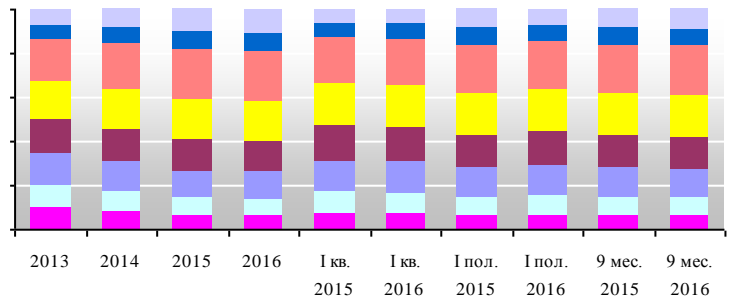
Рисунок 52. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2016 гг. и прогноз на 2017-2019 гг. (базовый), %



Источник: ФСГС



Рисунок 56. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2016 гг., %



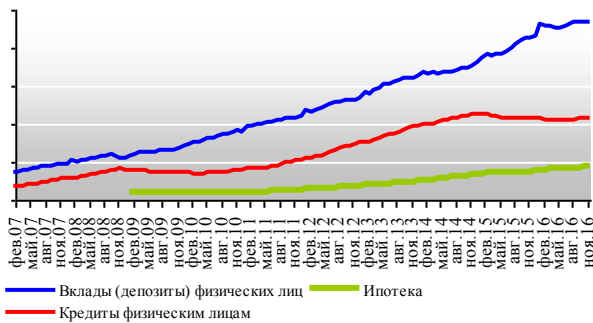
Источник: ФСГС

Состояние банковской системы и динамика кредитов и депозитов населения

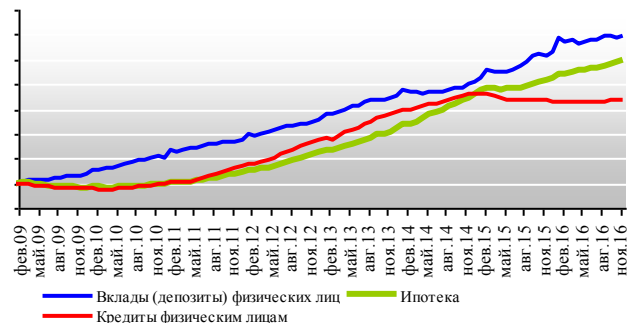
3 февраля 2017 года ЦБ РФ принял решение не менять ключевую ставку (*%). При этом ЦБ РФ отметил, что инфляционные ожидания постепенно снижаются, а экономика восстанавливается быстрее, чем ожидалось ранее. <...>

Рисунок 65. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд руб.

Рисунок 66. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2009 года



Источник: ЦБ РФ

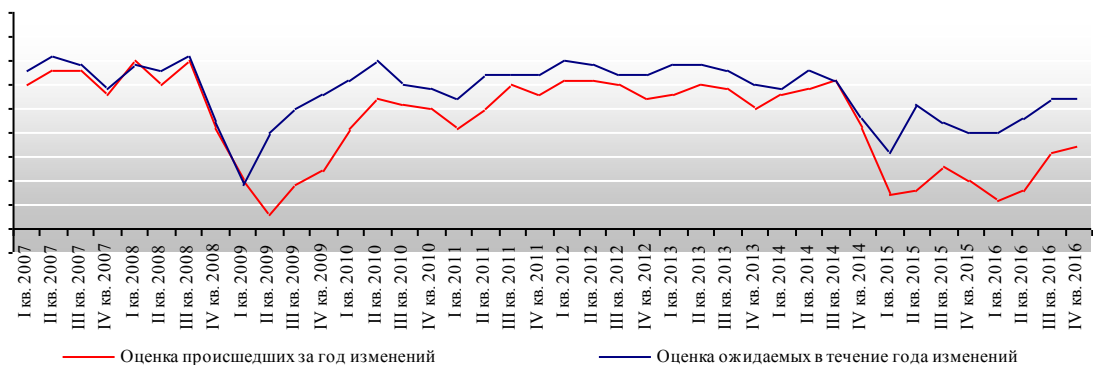


Источник: ЦБ РФ

Потребительские ожидания и уверенность населения

<...> Индекс произошедших изменений в экономике России увеличился на 1 п.п. и составил (*%) против (*%) в III кв. 2016 года. Доля респондентов, положительно оценивающих произошедшие изменения в экономической ситуации, по сравнению с III кв. 2016 года увеличилась до 11% (в III кв. 2016 года – *%). <...>

Рисунок 72. Оценка экономической ситуации в России потребителями в 2007-2016 гг.



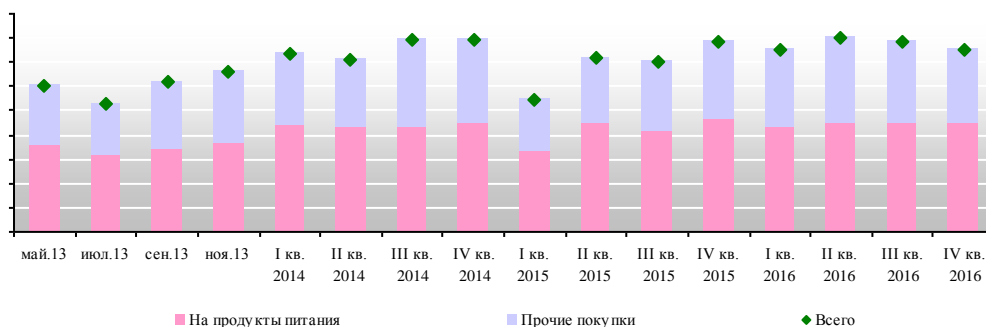
Потребительское поведение населения

<...>

Покупатели продолжают активно «охотиться» за ценами: респонденты отмечают, что хотя они приобретают большинство продуктов в одном магазине, но при этом посещают и другие – исключительно в поисках скидок. Тем не менее, доля тех, кто приходит в магазины только ради промоакций, в IV кв. 2016 года осталась на уровне III кв. 2016 года – *%.

<...>

Рисунок 78. Сколько денег вы потратили вчера, руб.



Источник: CINT, Sberbank Investment Research

<...>

История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG

Основные этапы развития торговли в России

<...> По мнению специалистов ИА INFOLine приведенная ниже классификация основных этапов развития розничной торговли может быть уточнена за счет выделения 7 ключевых этапов. Описание этапов развития российского ритейла FMCG и экономики в целом приведено в таблице. <...>

Таблица 14. Основные этапы развития российского ритейла FMCG в 1994-2016 гг.

| Этап | Тенденции развития экономики | Тенденции развития российского продовольственного ритейла |
|----------------------------------|--|---|
| * VII этап (2014-н.в.) | * Экономический кризис: снижение ВВП, оборота розничной торговли, введение санкций и контрсанкций, рост цен, сокращение доходов населения, рост безработицы, рост необеспеченного кредитования. | * Усиление конкуренции на рынке крупнейших городов, в т. ч. за счет сокращения площадей крупных форматов ("Лента», X5 Retail Group), активизация экспансии федеральных ритейлеров в регионы (в т.ч. за счет сделок M&A), ухудшение состояния региональных ритейлеров, рост ценовых разрывов между федеральными, региональными сетями и несетевой розницей. <...> |

<...>

Основные количественные показатели развития торговли в России

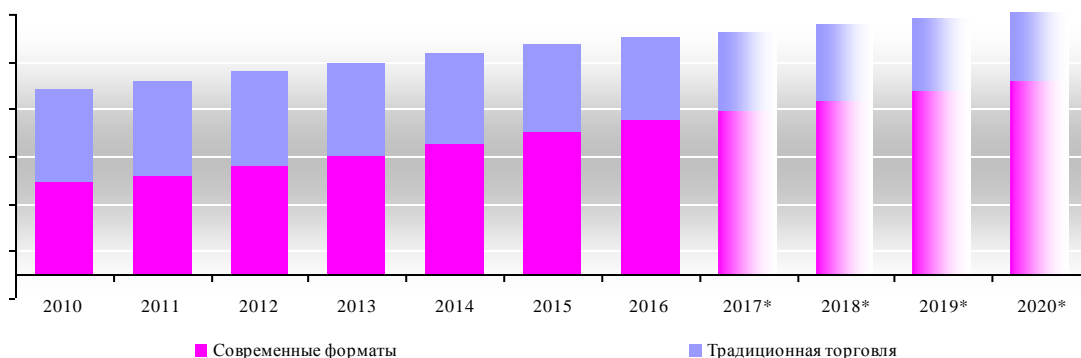
Одним из важных показателей развития розничной торговли является количество торговых объектов различных форматов, как в современных форматах, так и в сегменте традиционной (прилавочной) торговли.

Специалисты ИА INFOLine используют следующую классификацию торговых объектов FMCG современных форматов:

- Гипермаркет – объекты, торговая площадь которых превышает 2,5 тыс. кв. м.; ассортимент от 7 тыс. наименований (гипермаркет-дискаунтер) до 35-60 тыс. наименований (крупноформатный гипермаркет). При этом ИА INFOLine не относит к формату «гипермаркет» сеть «Магнит Семейный», позиционирующуюся ЗАО «Тандер» как сеть в формате «гипермаркет», т.к. торговая площадь данных торговых объектов не превышает 2 тыс. кв. м. (данные объекты отнесены к формату «супермаркет»);

<...>

Рисунок 99. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2010-2016 гг., 2017-2020 гг. – прогноз, млн. кв. м



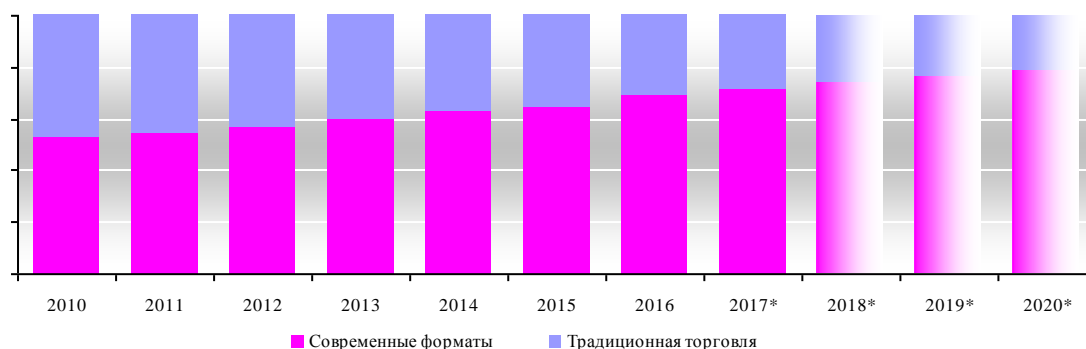
Источник: данные ИА INFOLine

<...>

Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж

В структуре выручки от продажи продовольственных товаров доля современных форматов в 2010-2016 гг. выросла в *раза и по итогам 2016 года превысила *%.

Рисунок 117. Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж в 2010-2016 гг., прогноз на 2017-2020 гг., млрд. руб. (с НДС)



Источник: данные ИА INFOLine

<...>

Состояние и перспективы развития современных форматов на FMCG рынке России

В условиях экономического кризиса формат «супермаркет» является наиболее уязвимым ввиду перетока покупателей в более экономичные форматы. Так, ряд компаний отложили или скорректировали планы по развитию формата «супермаркет» до стабилизации экономической ситуации: торговая сеть «Азбука вкуса» планирует открытие на более 3 супермаркетов нового формата «АВ маркет», ориентированных на покупателей со средним доходом.

Основные тенденции FMCG рынка в 2016 году

Состояние рынка FMCG в 2016 году

<...>

В 2016 рынок FMCG России характеризуется усилением конкуренции на рынке крупнейших городов, активизацией экспансии федеральных ритейлеров в регионы (в т.ч. за счет сделок по приобретению бизнеса или прав аренды региональных торговых сетей). Кроме того, ухудшается состояние региональных ритейлеров, рост ценовых разрывов между федеральными, региональными сетями и несетевой розницей. Несмотря на снижение темпов инфляции, в связи с



наблюдающейся девальвацией рубля ценовое преимущество федеральных сетей будет увеличиваться, что создаст предпосылки для увеличения их темпов роста. <...>

Планы развития крупнейших сетей FMCG России

В 2017 году «Магнит» планирует открыть не менее 15 гипермаркетов, не менее 25 супермаркетов «Магнит Семейный», 1600-1700 магазинов у дома и 1000 магазинов «дрогери», что несколько меньше по крупным форматам и дрогери, чем в 2016 году. <...>

Таблица 19. Динамика выручки ТОП-7 сетей FMCG России (без учета НДС) в 2015-2016 гг. и план на 2017-2020 гг.

| Юридическое название | Бренды | Основные форматы ⁷ | Выручка без НДС, млрд руб. | | | | | | | Динамика выручки, % | | | | |
|---------------------------------------|--|-------------------------------|----------------------------|------|-------------|-------------|-------------|-------------|------|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | | 2015 | 2016 | 2017 (план) | 2018 (план) | 2019 (план) | 2020 (план) | 2015 | 2016 | 2017 (план) | 2018 (план) | 2019 (план) | 2020 (план) |
| Магнит, ПАО (Тандер, АО) ⁸ | Магнит, Магнит Семейный, Магнит-Косметик | Г, С, М, Д | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |

Источник: данные и прогнозы компаний; * – оценки INFOLine

Раздел II. История развития и ключевые особенности формата «гипермаркет»

Основные параметры формата «гипермаркет»

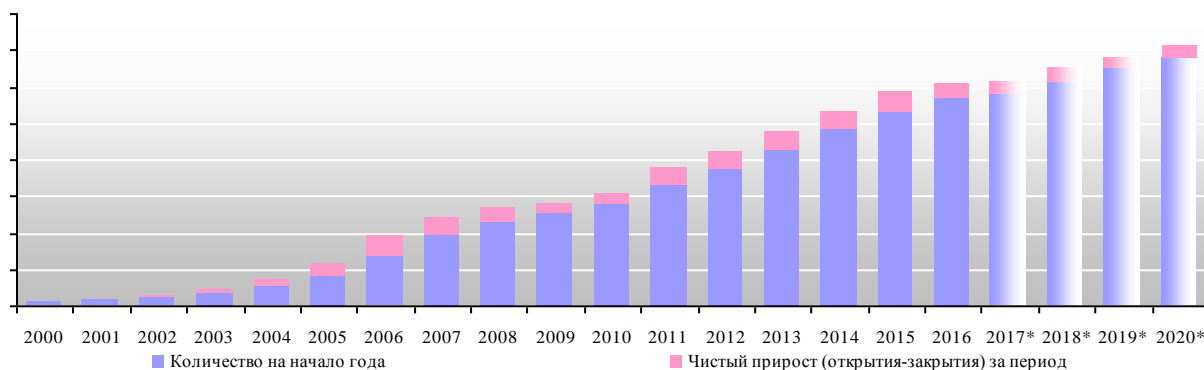
Гипермаркет является наиболее высокотехнологичным и эффективным среди современных форматов розничной торговли FMCG, так как, по сравнению с торговыми объектами меньших форматов, позволяет обеспечить высокий показатель выручки на одного сотрудника и меньшее количество сотрудников на единицу площади. Основными качественными характеристиками формата «гипермаркет» в России являются следующие:

- крупноформатный магазин самообслуживания с высокой (20% и более) долей непродовольственных товаров в ассортименте, размещенный в отдельно стоящем здании или в торговом центре; <...>

История развития формата «гипермаркет»

<...>

Рисунок 126. Динамика количества FMCG гипермаркетов России в 2000-2016 гг. и прогноз на 2017-2020 гг.⁹



Источник: ИА INFOLine

Следует отметить, что в 2016 году в связи с сохранением нестабильной экономической ситуации в России, ростом конкуренции и насыщенности на рынке некоторые международные ритейлеры отказались от активного развития в России. Так, Корпорация SOK (сеть Prisma) заморозила планы по открытию новых магазинов в Санкт-Петербурге на ближайшее время. <...>

<...>

⁷ Условные обозначения: Д – Дискаунтер, Г – Гипермаркет, С – Супермаркет, М – Магазин у дома

⁸ Розничная выручка компании.

⁹ Гипермаркеты, расположенные на территории Крымского ФО учитываются с 2014 года.

Основные характеристики гипермаркетов России

Таблица 23. Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2017 года

| Ритейлер | Бренд | Логотип | Тип сети | Год появления формата | Количество ассортиментных позиций, единиц | Доля продовольственных товаров, % от кол-ва SKU | Средняя торговая площадь объектов, кв. м. | Диапазон торговых площадей, кв. м | Средний чек, руб. |
|-----------|-------------|---------|----------|-----------------------|---|---|---|-----------------------------------|-------------------|
| Ашан, ООО | Ашан | | МН | 2002 | * | * | * | * | * |
| | Ашан-сити | | | 2008 | * | * | * | * | * |
| | Наша Радуга | | | 2009 | * | * | * | * | * |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Полный текст раздела содержит историю развития, характеристику и особенности формата «гипермаркет» с динамикой развития по годам.

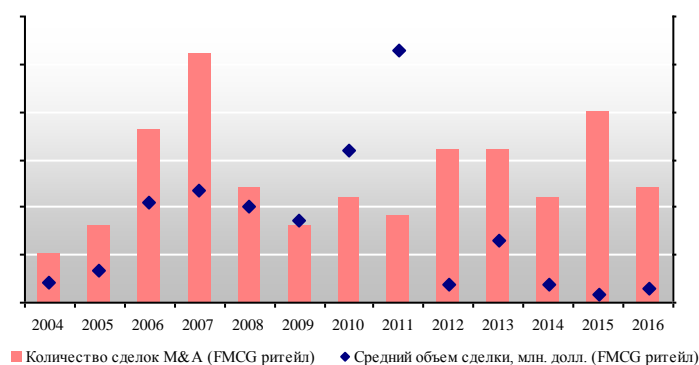
*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Конъюнктура рынка M&A на рынке гипермаркетов FMCG России

Основные показатели и тенденции рынка M&A

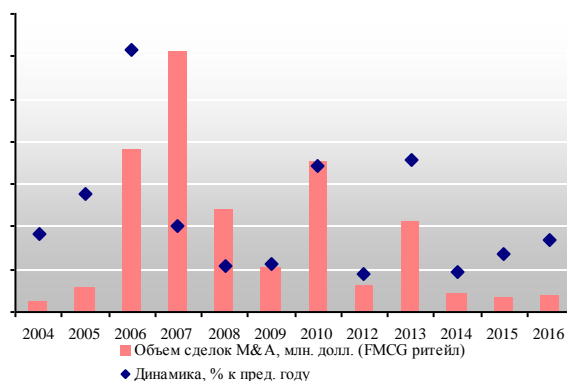
Российский ритейл FMCG сегмента продолжает оставаться чрезвычайно фрагментированным по сравнению с рядом стран Европы, в которых на долю крупнейших ритейлеров приходится *% и более оборота розничной торговли, в России же на долю ТОП-10 крупнейших ритейлеров приходится *%. <...>

Рисунок 165. Количество сделок M&A и средний объем сделки в секторе FMCG ритейла, 2004-2016 гг.



Источник: данные ИА INFOLine

Рисунок 166. Динамика объема сделок M&A в секторе FMCG ритейла, 2004-2016 гг.



Источник: данные ИА INFOLine

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Полный текст раздела содержит этапы развития, итоги 2016 г. и тенденции развития рынка M&A. Описание сделок M&A в FMCG ритейле России в 2006-2016 гг.

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****



Тенденции и перспективы развития собственных торговых марок и собственного производства сетей FMCG

Собственные торговые марки сетей FMCG России

Private label (частные марки или собственные торговые марки сетей, далее СТМ) – товары выпускаемые производителями по заказу торговых сетей под маркой, принадлежащей торговой сети. Ключевым фактором развития частных марок стал рост концентрации розничного в странах Европы и усиление позиций жестких дискаунтеров и гипермаркетов, которые являются наиболее последовательными сторонниками стратегии увеличения доли private label. <...>

Таблица 27. Собственные торговые марки крупнейших ритейлеров FMCG в формате «гипермаркет»

| Компания | Бренд | Название марки | Логотип | Категории | Ценовой сегмент | Количество SKU |
|-----------|------------------------------|--------------------|---|-------------------|-----------------|----------------|
| Ашан, ООО | Ашан, Ашан Сити, Наша Радуга | Лакомо, Наша семья |  | Молочные продукты | * | * |
| | | * | * | * | * | |

<...>

Собственное производство сетей FMCG России

Собственное производство является неотъемлемой составляющей ассортимента современного как гипермаркета, так и супермаркета. Развитие концепций продукции собственного производства можно представить в виде 3 основных этапов, представленных классическими розничными концепциями. <...>

Таблица 28. Структура товарных категорий и суб-категорий собственного производства сетей FMCG

| № | Категория | Суб-категории |
|--|------------------------------------|--|
| КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ С КОРОТКИМ СРОКОМ ХРАНЕНИЯ (ГОТОВЫЕ ПРОДУКТЫ) | | |
| 1. | Готовые блюда (горячие и холодные) | Из мяса, из рыбы, из кури (птицы), овощные. Блюда национальной кухни (русские, татарские, китайские). Мучные блюда со смешанными гарнирами/начинками (блины, вареники, пельмени, оладьи и проч.). Супы и каши. Комплексные горячие блюда с различными гарнирами. |
| * | * | * |

Источник: ИА INFOLine

<...>

Раздел III. Прогноз и перспективы развития формата «гипермаркет» FMCG ритейла

Тенденции и перспективы развития формата «гипермаркет»

Основные тенденции развития формата «гипермаркет»

В 2016 году развитие формата «гипермаркет» претерпевает значительные изменения. Так, в связи с низкой покупательной способностью и как следствие снижения трафика и среднего чека ритейлеры начинают пересматривать модели формата и его развития. Так, в 2015 году X5 Retail Group начала реформирование гипермаркетов на более компактный формат – до *тыс. кв. м. – в то время как раньше площади гипермаркетов «Карусель» доходили до *тыс. кв. м. Стратегия компании предусматривает открытие гипермаркетов «Карусель» в городах с населением от 50 до 100 тыс. чел., площадью до *тыс. кв. м., в исключительных случаях будут открываться гипермаркеты площадью * тыс. кв. м. <...>

Прогноз развития формата «гипермаркет»

<...>

Лидер в формате «гипермаркет», компания «Ашан», в 2017 году планирует открыть 10 гипермаркетов. <...>

Таблица 39. Прогноз развития ТОП-10 ритейлеров FMCG России в формате «гипермаркет» до 2018 года (курсивом выделены оценки ИА INFOLine)

| № пп | Компания | Бренд | Количество гипермаркетов, шт. (на конец года) | | | | | Торговые площади, тыс. кв. м (на конец года) | | | | |
|------|----------------------|------------------------------|---|------|------|------|------|--|------|------|------|------|
| | | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| 1 | Auchan Retail Россия | Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 2 | Metro Group | METRO, real,- | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |

Источник: данные компаний, прогноз ИА INFOLine

<...>

Раздел IV. Рейтинги сетей гипермаркетов FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности, логистике

Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по количеству магазинов

<...>

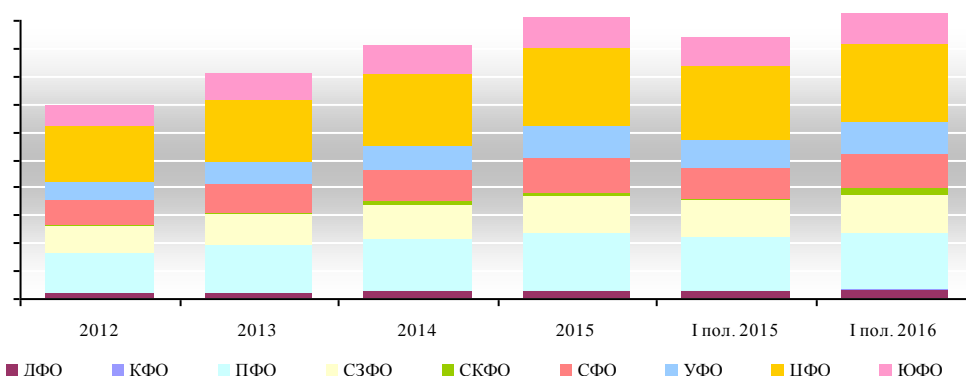
Таблица 39. Количество гипермаркетов сетей FMCG в 2011-2016 гг., по состоянию на конец периода, шт.

| № пп | Компания | Юридическое название | Бренд | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------|----------------------|----------------------|-------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| 1 | Auchan Retail Россия | Ашан, ООО | Ашан | * | * | * | * | * | * |
| | | | Ашан-Сити | * | * | * | * | * | * |
| | | | Наша Радуга | * | * | * | * | * | * |
| | | | Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга | * | * | * | * | * | * |
| * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |

Рейтинг по региональному развитию сетей гипермаркетов FMCG

По состоянию на 1 июля 2016 года ТОП-50 крупнейших сетей FMCG в формате «гипермаркет» включают * гипермаркетов, общей торговой площадью около * тыс. кв. м. Лидером по количеству гипермаркетов является компания «Магнит», управляющая по состоянию на 1 июля 2016 года * гипермаркетами «Магнит» в семи федеральных округах. <...>

Рисунок 162. Динамика количества гипермаркетов ТОП-50 сетей FMCG в формате «гипермаркет» по федеральным округам в 2012-2016 гг. на конец периода, шт.



Источник: данные ИА INFOLine

<...>



Таблица 40. Региональное развитие гипермаркетов сетей FMCG по состоянию на 1 июля 2016 года

| № | Компания | Юридическое название | Бренд | Количество гипермаркетов по ФО | Количество регионов присутствия гипермаркетов | Количество гипермаркетов по регионам присутствия гипермаркетов |
|---|----------------------|----------------------|-------|--------------------------------|---|--|
| 1 | Auchan Retail Россия | Ашан, ООО | Ашан | СЗФО-*, ПФО- * <...> | * | Респ. Крым.- *, <...> |

Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по общей торговой площади

Таблица 43. Общая торговая площадь сетей гипермаркетов FMCG России в 2011-2016 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м

| № пп | Компания | Юридическое название | Бренд | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------|----------------------|----------------------|------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| 1 | Auchan Retail Россия | Ашан, ООО | Ашан | * | * | * | * | * | * |
| | | | Ашан-Сити | * | * | * | * | * | * |
| | | | Наша Радуга | * | * | * | * | * | * |
| | | | Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга | * | * | * | * | * | * |

<...>

Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по чистой выручке

<...> Информация по чистой выручке сетей гипермаркетов FMCG России в 2013-2015 гг. и ее динамике приведена в таблице (ранжирование рейтинга приведено по выручке в формате «гипермаркет» по итогам 2015 года).

Таблица 48. Динамика чистой выручки (без учета НДС) сетей гипермаркетов FMCG в 2013-2016 гг., млрд руб.

| № | Компания | Юридическое лицо | Бренд | Источник данных | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014/2013 | 2015/2014 | 2016/2015 |
|---|----------------------|------------------|------------------------------|-----------------|------|------|------|------|-----------|-----------|-----------|
| 1 | Auchan Retail Россия | Ашан, ООО | Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга | РСБУ | * | * | * | * | * | * | * |

*

*

*

*

*

*

*

*

*

*

*

<...>

Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по показателям эффективности продаж

Информация о выручке с квадратного метра торговой площади¹⁰ крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10 млрд. руб.¹¹) в рублевом выражении в 2011-I пол. 2016 гг. приведена в таблице.

Таблица 49. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2011-2015 гг., тыс. руб. в год

| № пп | Доля гипермаркетов в выручке (без НДС) в 2015 году | Основное операционное юридическое лицо | Бренд | Основные форматы ¹² | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | I пол. 2015 | I пол. 2016 |
|------|--|--|-------------------------------|--------------------------------|------|------|------|------|------|-------------|-------------|
| 1 | * | Магнит, ПАО (Тандер, АО) | Магнит | Д | * | * | * | * | * | * | * |
| | | | Гипермаркет Магнит | Г | * | * | * | * | * | * | * |
| | | | Магнит Семейный | С | * | * | * | * | * | * | * |
| | | | Магнит-Косметик ¹³ | М | * | * | * | * | * | * | * |
| | | | все форматы ¹⁴ | все форматы | * | * | * | * | * | * | * |

*

*

*

*

*

*

*

*

*

*

*

<...>

¹⁰ Методика расчета выручки с кв. м ИА INFOLine предполагает вычисления на основе отношения выручки за год к средней величине торговой площади за год и может отличаться от аналогичных показателей рассчитанных непосредственно самими компаниями.

¹¹ Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

¹² Г – гипермаркет, С – супермаркет, Д – дискаунтер, М – магазин у дома, ИМ – интернет-магазин.

¹³ Формат «дрогери».

¹⁴ Розничная выручка.

Рейтинг сетей FMCG по финансовым показателям

Динамика рентабельности по валовой и чистой прибыли крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10,5 млрд. руб.¹⁵) в 2013-2015 гг. приведена в таблице.

Таблица 50. Динамика рентабельности по валовой и чистой прибыли крупнейших ритейлеров FMCG в 2013-2015 гг.

| № пп | Доля гипермаркетов в выручке (без НДС) в 2015 году | Основное операционное юридическое лицо | Бренд | Основные форматы ¹⁶ | Рентабельность по валовой прибыли, % | | | Рентабельность по чистой прибыли, % | | |
|------|--|--|-------|--------------------------------|--------------------------------------|-------|--------------------------|--|------------|------|
| | | | | | 2013 | 2014 | 2015 | 2013 | 2014 | 2015 |
| | | | | | 1 | 1-20% | Магнит, ПАО (Тандер, АО) | Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный, Магнит-Косметик ¹⁷ | Г, С, Д, М | * |
| * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |

Динамика показателя ЕБИТДА и рентабельности по ЕБИТДА крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10,5 млрд. руб.¹⁸) в 2013-2015 гг. приведена в таблице.

Таблица 52. Динамика показателя ЕБИТДА и рентабельности по ЕБИТДА крупнейших ритейлеров FMCG в 2013-2015 гг.

| № пп | Доля гипермаркетов в выручке (без НДС) в 2015 году | Основное операционное юридическое лицо | Бренд | Основные форматы ¹⁹ | ЕБИТДА, млн руб. | | | Рентабельность по ЕБИТДА, % | | |
|------|--|--|-------|--------------------------------|------------------|-------|--------------------------|--|------------|------|
| | | | | | 2013 | 2014 | 2015 | 2013 | 2014 | 2015 |
| | | | | | 1 | 1-20% | Магнит, ПАО (Тандер, АО) | Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный, Магнит-Косметик ²⁰ | Г, С, Д, М | * |
| * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |

Рейтинг сетей FMCG России по количеству распределительных центров

<...> Для ритейлеров, развивающих крупноформатные магазины (гипермаркеты/крупноформатные супермаркеты) наличие собственного распределительного центра является несколько менее важным, ввиду наличия значительных складских площадей в каждом торговом объекте, а также возможностью высотного хранения товаров непосредственно в торговом зале и большей долей доставки товаров поставщиками непосредственно в магазины сети. Распределительные центры используются крупноформатными объектами преимущественно для повышения эффективности поставок непродовольственных товаров, алкогольной и замороженной продукции, фруктов и овощей, а также прямого импорта и продукции под СТМ. <...>

¹⁵ Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

¹⁶ Г – гипермаркет, С – супермаркет, Д – дискаунтер, М – магазин у дома, ИМ – интернет-магазин.

¹⁷ Формат «дрогери».



¹⁸ Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

¹⁹ Г – гипермаркет, С – супермаркет, Д – дискаунтер, М – магазин у дома, ИМ – интернет-магазин.

²⁰ Формат «дрогери».

Раздел V. Бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG России в формате «гипермаркет»²¹

ГК «Невада» / Торговые сети «Самбери», «Раз Два»

| Логотип | Бренд | Основные форматы | Год основания сети в России |
|--|------------------------------|--|-------------------------------------|
|   | Самбери, Раз Два | Гипермаркет, магазин | 2005 |
| | Выручка (оценка), млрд. руб. | Количество магазинов, шт. | Общая торговая площадь, тыс. кв. м. |
| | * | * | * |
| | Динамика выручки, % | Динамика количества магазинов, ед. | Динамика общей торговой площади, % |
| | ↑*% | ↑* | ↑*% |
| Франчайзинг | Интернет-магазин | Количество субъектов РФ, где представлены магазины | |
| x | x | 3 | |

Контактные данные

Название компании: ГК «Невада», ООО «Самбери» (Торговые сети «Самбери», «Раз Два») Адрес: 680510, Хабаровский край, с. Тополево, ул. Центральная, д.2
 Телефон: (4212) 543102, (4212) 543114 Факс: (4212) 543102, (4212) 316785 E-mail: oz@samberi.com Web: www.samberi.com

Руководство:

Егоров Юрий Анатольевич, генеральный директор ГК «Невада».

<...>

История развития сети

В апреле 2005 года в Хабаровске был открыт первый на Дальнем Востоке гипермаркет «Самбери». В мае 2011 года был открыт первый минимаркет «Раз Два» в Хабаровске. В марте 2014 года магазин «Самбери», расположенный в Хабаровске на улице Тихоокеанской, лишился лицензии на реализацию алкогольной продукции. Причиной её аннулирования стали нарушения антиалкогольного законодательства.

<...>

Структура компании и бенефициары

По состоянию на январь 2017 года 100% бенефициаром ГК «Невада» является Егоров Юрий Анатольевич.

Таблица 2. Операционные юридические лица ГК «Невада»

| Название | Собственники |
|--------------------|--------------|
| Невада-Восток, ООО | * |
| * | * |

Источник: данные ЕГРЮЛ

²¹ Бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG России в формате «гипермаркет», чистая выручка (без НДС) которых по итогам 2015 года в формате превысила 7,2 млрд. руб.: Ашан, ООО (сети «Ашан», «Ашан-Сити», «Наша Радуга», «Каждый день»), METRO Кэш энд Керри, ООО (сети METRO Cash&Carry, METRO Punct, real.-), Лента, ООО (сеть «Лента»), Тандер, АО (сети «Магнит», «Магнит Семейный», «Магнит-Косметик»), ГК «ОКЕЙ» (сети «ОКЕЙ», «ОКЕЙ-Экспресс», «ДА!»), X5 Retail Group (сети «Карусель», «Перекресток», «Пятерочка», «Перекресток-Экспресс»), Гиперглобус, ООО (сеть Globus), Корпорация ГРИНН, АО (сеть «Линия»), ГК «Невада» (сети «Самбери», «Раз Два»), Седьмой континент, ОАО (сети «Седьмой континент», «НАШ»), Зельгрос, ООО (сеть Selgros C&S), ГК «ДИКСИ» (сети «Дикси», «Мегаарт», «Минимарт», «Виктория», «КЭШ», «Квартал/Дешево»), Гиперглобус, ООО (торговая сеть Globus), Седьмой континент, ОАО (сети «Седьмой континент», «НАШ»), ГК ЭССЕН (сети «Эссен», «Эссен Green»), Кеско Фуд Рус, ООО (торговая сеть «К-РУОКА»).





Сделки M&A

В октябре 2015 года ГК «Невада» приобрела контроль над торговой сетью «Калинка». Данную информацию подтвердил директор сети «Калинка» Сергей Кормило.

<...>

Описание основных форматов

Таблица 3. Основные показатели форматов ГК «Невада» по состоянию на 1 января 2017 года

| Показатель | «Самбери» | | «Раз Два» |
|--------------------------------------|---|-------------|---|
| Логотип |  | |  |
| Формат | гипермаркет | супермаркет | магазин у дома |
| Количество магазинов на 1.1.2017 | * | * | * |
| Внешний вид магазина |  | |  |
| Минимальная торговая площадь, кв. м | * | * | * |
| Максимальная торговая площадь, кв. м | * | * | * |
| Средняя торговая площадь, кв. м | * | * | * |
| Время работы | * | * | * |

Источник: данные ИА INFOLine

<...>

Собственные торговые марки

Торговая сеть «Самбери» имеет продукцию собственного производства под одноименным названием «Самбери», в которую входят помимо хлебобулочных и кондитерских изделий, еще мясо, рыба, мясные полуфабрикаты и фарш. У сети есть собственная пекарня и кулинария.

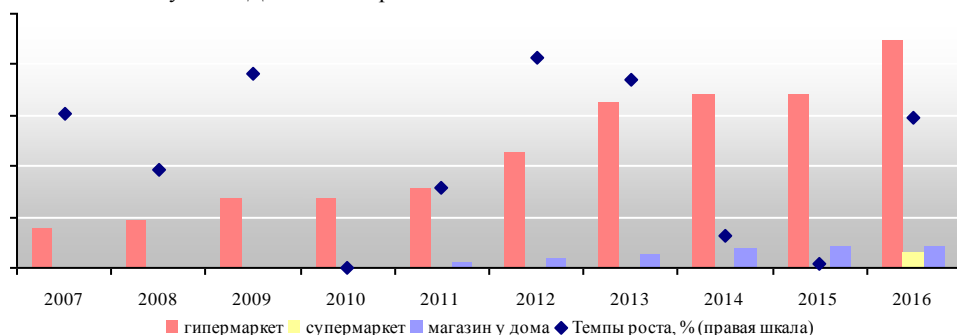
<...>

Операционные показатели

По состоянию на 1 января 2017 года ГК «Невада» управляла 68 объектами (* гипермаркетов, * супермаркета «Самбери» и «Самбери экспресс», и * магазинов «Раз Два»), общей торговой площадью около *тыс. кв. м. За 2016 года было открыто 5 гипермаркетов, 4 супермаркета «Самбери» и «Самбери экспресс» в Хабаровском крае и Приморском краях. Динамика изменения торговых площадей и количества магазинов ГК «Невада» в 2007-2016 гг. представлена на диаграммах.

<...>

Рисунок 2. Динамика торговой площади ГК «Невада» в 2007-2016 гг.



Источник: данные компании, ИА INFOLine



<...>

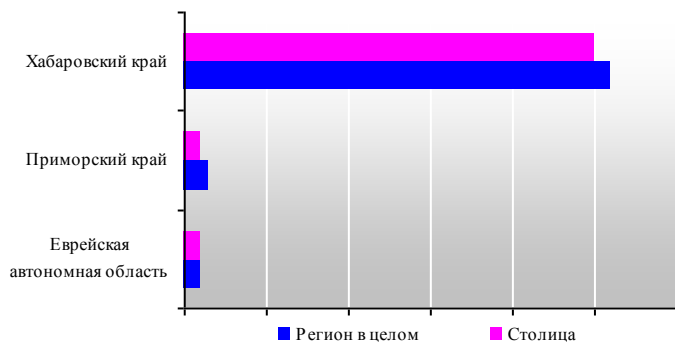
Региональная представленность

Динамика прироста торговых объектов ГК «Невада» и их торговой площади в II кв. 2011-II кв. 2016 гг. поквартально представлена на диаграммах.

<...>

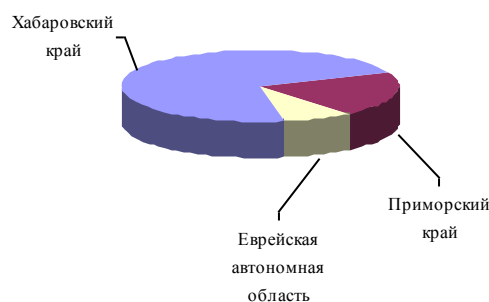
Информация о количестве магазинов ГК «Невада» по регионам и городам присутствия по состоянию на 1 июля 2016 года представлена на диаграммах.

Рисунок 3. Количество торговых объектов ГК «Невада» по регионам присутствия по состоянию на 1 июля 2016 г.



Источник: данные компании, ИА INFOLine

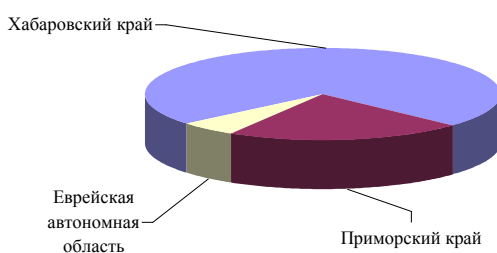
Рисунок 4. Структура торговых площадей ГК «Невада» по регионам присутствия на 1 июля 2016 г.



Источник: данные компании, ИА INFOLine

Структура выручки ГК «Невада» по регионам присутствия в 2015 году представлена на диаграмме.

Рисунок 5. Структура выручки ГК «Невада» по регионам присутствия в I пол. 2016 года

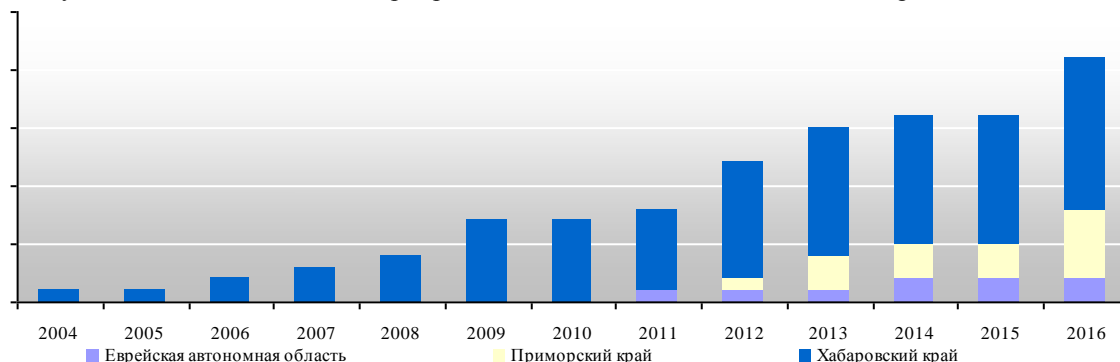


Источник: данные компании, ИА INFOLine

Развитие формата «гипермаркет»

Динамика ввода гипермаркетов ГК «Невада» в 2004-2016 гг. приведена на диаграмме.

Рисунок 6. Динамика ввода гипермаркетов ГК «Невада» в 2004-2016 гг. с нарастающим итогом



Источник: данные компании, ИА INFOLine

Таблица 4. Гипермаркеты ГК «Невада» по состоянию на 1 января 2017 года

| Дата открытия | Бренд | Субъект РФ | Город | Адрес | Отдельный/ТЦ | Торговая площадь, кв. м. |
|---------------|---------|------------------|-----------|-------------------|--------------|--------------------------|
| Апрель 2004 | Самбери | Хабаровский край | Хабаровск | ул. Шкотова, 15 А | отдельный | * |
| * | * | * | * | * | * | * |
| Всего | | | | | | |

Источник: данные компании, ИА INFOLine

Сводные показатели регионального развития сети гипермаркетов ГК «Невада» приведены в таблице.

Таблица 5. Основные показатели гипермаркетов ГК «Невада» по регионам по состоянию на 1 января 2017 года

| Регион | Город | Количество магазинов | Торговая площадь (кв. м.) |
|------------------------------|------------|----------------------|---------------------------|
| Еврейская автономная область | Биробиджан | 2 | * |
| Общий итог | | * | * |

Источник: данные компании, ИА INFOLine

Логистика

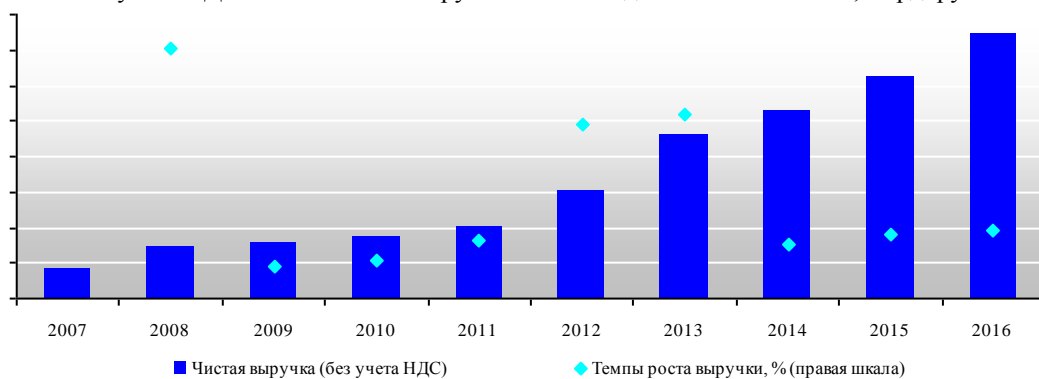
ГК «Невада» имеет 1 распределительный центр в Хабаровске.

<...>

Финансовые показатели

По оценке ИА INFOLine чистая розничная выручка составляет *млрд. руб., при росте около *% относительно 2014 года. Динамика чистой выручки ГК «Невада» в 2007-2016 гг. представлена на диаграмме.

Рисунок 7. Динамика чистой выручки ГК «Невада» в 2006-2016 гг., млрд. руб.



Источник: данные компании, ИА INFOLine

В I пол. 2016 года *% выручки ГК «Невада» пришлось на гипермаркеты «Самбери», *% – на магазины у дома «Раз Два».

<...>

Стратегия и планы регионального развития

В 2014-2017 гг. ГК «Невада» планировала увеличить количество гипермаркетов «Самбери» с *до *, увеличив торговые площади с *тыс. м кв. до * тыс. м кв. Из * новых магазинов * появятся во Владивостоке, * в Уссурийске, * в Находке, <...>

Отчетность по РСБУ

<...>

Перечень таблиц и графиков

Исследование содержит 57 таблиц и 157 рисунков

Таблицы

Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

- Таблица 1. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2004-2010 гг.
 Таблица 2. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2011-2016 гг.
 Таблица 3. Особые ситуации подключения к ЕГАИС
 Таблица 4. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2010-2016 гг.
 Таблица 5. Структура продаж основных продуктов питания в 2005-2016 гг.
 Таблица 6. Динамика продажи основных видов продовольственных товаров в 2005-2016 гг., индекс %
 Таблица 7. Структура продаж основных непродовольственных товаров в 2005-2016 гг.
 Таблица 8. Динамика продажи основных видов непродовольственных товаров в 2005-2016 гг., индекс %
 Таблица 9. Оборот торговых организаций и рынков в 2010-2016 гг., млрд. руб.
 Таблица 10. Структура продажи товаров на розничных рынках и ярмарках в фактических ценах за 2016 год, %
 Таблица 11. Региональная структура оборота розничной торговли РФ в 2005-2016 гг., %
 Таблица 12. Величина прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения в целом по РФ
 Таблица 13. Индекс потребительской уверенности россиян со средним уровнем доходов
 Таблица 14. Общее число посетителей, млн чел.
 Таблица 15. Количество визитов россиян в неделю
 Таблица 16. Основные этапы развития российского ритейла FMCG в 1994-2016 гг.
 Таблица 17. Динамика прироста торговых площадей по ТОП-190 российских ритейлеров в 2012-2016 гг.
 Таблица 18. Сети, прекратившие деятельность в 2015-2017 гг. или находящиеся в стадии банкротства
 Таблица 19. Динамика выручки ТОП-7 сетей FMCG России (без учета НДС) в 2015-2016 и план на 2017-2020 гг.

Раздел II. История развития и ключевые особенности формата «гипермаркет»

- Таблица 20. Основные этапы развития формата «гипермаркет» в 1989-2016 гг.
 Таблица 21. Ребрендинг гипермаркетов FMCG в 2014-2016 гг.
 Таблица 22. Ритейлеры вышедшие на рынок гипермаркетов FMCG в 2014-2016 гг.
 Таблица 23. Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2017 года
 Таблица 24. Основные этапы развития рынка M&A в секторе FMCG ритейла в 1994-2016 гг.
 Таблица 25. Сделки M&A в FMCG ритейле России в 2006-2016 гг.
 Таблица 26. Потенциальные покупатели и продавцы на рынке M&A в 2017 году
 Таблица 27. Собственные торговые марки крупнейших ритейлеров FMCG в формате «гипермаркет»
 Таблица 28. Структура товарных категорий и суб-категорий собственного производства сетей FMCG
 Таблица 29. Сравнительная характеристика широты ассортимента собственных пекарен сетей FMCG
 Таблица 30. Сравнительная характеристика широты ассортимента собственной кулинарии сетей FMCG
 Таблица 31. Доля собственного производства в выручке и ассортименте сетей FMCG России, %
 Таблица 32. Ценовое позиционирование собственного производства и основного ассортимента
 Таблица 33. Сравнительная характеристика ценового позиционирования продукции пекарен сетей FMCG
 Таблица 34. Сравнительная характеристика ценового позиционирования продукции кулинарии сетей

Раздел III. Прогноз и перспективы развития формата «гипермаркет» FMCG ритейла

- Таблица 35. Закрытые гипермаркеты крупных ритейлеров FMCG в ТЦ РФ за 2016 года (без учета проданных гипермаркетов «К-РЮКА»)
 Таблица 36. Тенденции и планы развития интернет-торговли крупнейшими сетями, развивающими формат «гипермаркет»
 Таблица 37. Тенденции и перспективы развития СТМ и собственного производства в сетях гипермаркетов FMCG
 Таблица 38. Планы по открытию РЦ крупнейших ритейлеров на 2017-2018 гг.
 Таблица 39. Прогноз развития ТОП-10 ритейлеров FMCG России в формате «гипермаркет» до 2018 года (курсивом выделены оценки ИА INFOLine)

Раздел IV. Рейтинги сетей гипермаркетов FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности, логистике

- Таблица 40. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2011-2016 гг., по состоянию на конец периода, шт.
 Таблица 41. Количество гипермаркетов сетей FMCG в 2011-2016 гг., по состоянию на конец периода, шт.
 Таблица 42. Региональное развитие гипермаркетов сетей FMCG по состоянию на 1 июля 2016 года
 Таблица 43. Динамика развития гипермаркетов сетей FMCG по федеральным округам в 2013-2016 гг., шт.
 Таблица 44. Динамика развития гипермаркетов сетей FMCG по регионам присутствия в 2013-2016 гг., шт.
 Таблица 45. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2011-2016 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м.
 Таблица 46. Общая торговая площадь сетей гипермаркетов FMCG России в 2011-2016 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м.
 Таблица 47. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2012-2016 гг., %
 Таблица 48. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2011-2016 гг., млрд. руб.
 Таблица 49. Динамика прироста выручки крупнейших сетей FMCG России в 2012-2016 гг., %
 Таблица 50. Динамика чистой выручки (без учета НДС) сетей гипермаркетов FMCG в 2013-2016 гг., млрд. руб.
 Таблица 51. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2011-2016 гг., тыс. руб. в год
 Таблица 52. Динамика прироста чистой выручки (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2012-2016 гг., %
 Таблица 53. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади сетей гипермаркетов FMCG в 2012-2016 гг., тыс. руб.
 Таблица 54. Динамика рентабельности по валовой и чистой прибыли крупнейших ритейлеров FMCG в 2013-2016 гг.
 Таблица 55. Динамика показателя EBITDA и рентабельности по EBITDA крупнейших ритейлеров FMCG в 2013-2016 гг.
 Таблица 56. Характеристики РЦ и складов торговых сетей FMCG России по состоянию на 1.1.2017 года

Таблица 57. Характеристики РЦ крупнейших торговых сетей FMCG России на 1.1.2017

Рисунки
Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

- Рисунок 1. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2005-2016 гг. и прогноз (базовый) на 2017-2019 гг., млрд. руб.
- Рисунок 2. Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2005-2016 гг. и прогноз (базовый) на 2017-2019 гг., %
- Рисунок 3. Динамика основных показателей потребительского рынка в I кв. 2007- IV кв. 2016 гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 4. Динамика оборота розничной торговли и денежной массы в 2007-2016 гг., млрд. руб.
- Рисунок 5. Годовая динамика розничного товарооборота в физическом и денежном выражении в 2005-2016 и прогноз (базовый) на 2017-2019 гг., %
- Рисунок 6. Квартальная динамика розничного товарооборота в физическом и денежном выражении в I кв. 2010 - IV кв. 2016 гг., %
- Рисунок 7. Годовая динамика розничного товарооборота Food в физическом и денежном выражении в 2005-2016 гг., %
- Рисунок 8. Квартальная динамика розничного товарооборота Food в физическом и денежном выражении в I кв. 2010 - IV кв. 2016 гг., %
- Рисунок 9. Динамика продаж отдельных продовольственных товаров в 2016 году и прогноз на 2017-2018 гг. (в физическом выражении), %
- Рисунок 10. Годовая динамика розничного товарооборота Non-Food в физическом и денежном выражении в 2005-2016 гг., %
- Рисунок 11. Квартальная динамика розничного товарооборота Non-Food в физическом и денежном выражении в I кв. 2010 - IV кв. 2016 гг., %
- Рисунок 12. Динамика оборота розничной торговли по сегментам в 2008-2016 гг. и прогноз до 2019 г., трлн. руб.
- Рисунок 13. Динамика продаж отдельных непродовольственных товаров в 2016 г. и прогноз на 2017-2018 гг. (в физическом выражении), %
- Рисунок 14. Темпы роста оборота розничной торговли по сегментам в 2012-2016 гг. и прогноз до 2019 г. (в рублевом выражении), %
- Рисунок 15. Привлекательность рынка (согласно исследованию 2016 А.Т. Kearney GRDI)
- Рисунок 16. Динамика показателей привлекательности розничного рынка России в 2004-2016 гг.
- Рисунок 17. Большая торговая десятка
- Рисунок 18. Анализ реализации благоприятных рыночных возможностей согласно GRDI
- Рисунок 19. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007-2016 гг.
- Рисунок 20. Оценка экономической ситуации в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 21. Оборот розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 22. Средняя численность работников розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 23. Уровень складских запасов России в 2007- 2016 гг.
- Рисунок 24. Ассортимент товаров в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 25. Цены реализации товаров в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 26. Средний сложившийся уровень торговой наценки в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 27. Инвестиции на расширение деятельности, ремонт и модернизацию предприятий розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 28. Складские площади предприятий розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 29. Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами предприятий розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 30. Прибыль предприятий розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 31. Ключевые факторы, ограничивающие деятельность торговых организаций России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 32. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2016 гг., %
- Рисунок 33. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2016 гг. (по месяцам), млрд. руб.
- Рисунок 34. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2015 гг. (по месяцам), %
- Рисунок 35. Динамика оборота розничной торговли по отдельным группам товаров, %
- Рисунок 36. Динамика оборота розничной торговли по отдельным группам непродовольственных товаров, %
- Рисунок 37. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2016 гг., по видам организаций, %
- Рисунок 38. Динамика оборота торгующих организаций и рынков в 2011-2016 гг. (по месяцам), трлн. руб.
- Рисунок 39. Структура оборота розничной торговли в 2011-2016 гг. (по месяцам), %
- Рисунок 40. Динамика количества рынков в РФ и их доли в обороте розничной торговли в 2003-2016 гг.
- Рисунок 41. Динамика структуры оборота розничной торговли по регионам России в 2005-2016 гг.
- Рисунок 42. Динамика оборота розничной торговли по округам в 2010-2016 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года, в сопоставимых ценах
- Рисунок 43. Динамика оборота розничной торговли по регионам России в 2005-2016 гг., млрд. руб.
- Рисунок 44. Динамика доли 69 регионов России (кроме 11 крупнейших) в обороте розничной торговли в 2003-2016 гг., %
- Рисунок 45. Количество регионов с позитивной динамикой оборота розничной торговли в физическом выражении к аналог. периоду пред. года
- Рисунок 46. Динамика оборота розничной торговли по федеральным округам в 2005-2016 гг., млрд. руб.
- Рисунок 47. Индекс потребительских цен на конец периода в 2000-2016 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз на 2017-2019 гг. (базовый)
- Рисунок 48. Структура вклада в инфляцию в 2007-2016 гг., проц. пунктов
- Рисунок 49. Индекс потребительских цен в 2011-2016 гг., в % к предыдущему месяцу
- Рисунок 50. Темпы изменения цен на продовольственные товары в 2011-2016 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 51. Темпы изменения цен на непродовольственные товары в 2011- 2016 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 52. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз (базовый) на 2016-2019 гг., %
- Рисунок 53. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 54. Динамика номинальной начисленной зарплаты и среднедушевых доходов населения в 2000-2016 гг. и прогноз (базовый) на 2017-2019 гг., тыс. руб.
- Рисунок 55. Динамика прожиточного минимума на душу населения в целом по Российской Федерации, тыс. руб.
- Рисунок 56. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2016 гг., %
- Рисунок 57. Динамика курса доллара и евро в 2006-2016 гг., руб.
- Рисунок 58. Динамика среднегодового курса доллара и евро в 2003-2016 гг. и прогноз (базовый) на 2017-2019 гг., руб.
- Рисунок 59. Динамика среднегодовой цены на нефть марки Urals в 2003-2016 гг. и прогноз на 2017-2019 гг., долл./барр.
- Рисунок 60. Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 61. Структура использования денежных доходов населения в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 62. Темпы роста реальных доходов населения в 2007-2016 гг., % к аналогичному периоду пред. года
- Рисунок 63. Темпы роста реальной заработной платы в 2007-2016 гг., % к аналогичному периоду пред. года
- Рисунок 64. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, % к предыдущему месяцу года
- Рисунок 65. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.



- Рисунок 66. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2009 года
- Рисунок 67. Динамика номинальных повседневных расходов жителей городов РФ с населением от 100 тыс. жителей. Январь 2012 – Декабрь 2016
- Рисунок 68. Динамика реальных повседневных расходов жителей городов с РФ населением от 100 тыс. жителей. Январь 2012 – Декабрь 2016
- Рисунок 69. Региональный средний чек среднестатистического горожанина за один поход в магазин в декабре 2016 года
- Рисунок 70. Динамика среднего чека по федеральным округам в рублях
- Рисунок 71. Индекс уверенности потребителей России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 72. Оценка экономической ситуации в России потребителями в 2007-2016 гг.
- Рисунок 73. Оценка личного материального положения потребителями России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 74. Оценка текущего положения потребителями России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 75. Доля респондентов, считающих экономическую ситуацию нестабильной или крайне нестабильной
- Рисунок 76. Основные поводы для беспокойства
- Рисунок 77. Насколько текущие экономические условия благоприятны для сбережений
- Рисунок 78. Сколько денег вы потратили вчера, руб.
- Рисунок 79. Сколько денег вы потратили вчера, %
- Рисунок 80. Изменение сберегательного поведения населения России за последние два года, % от числа опрошенных
- Рисунок 81. Стали ли вы покупать более дешевые товары первой необходимости за последние 2-3 месяца
- Рисунок 82. Структура фактических расходов россиян за последние 12 мес. против планируемых расходов на ближайшие 12 мес.
- Рисунок 83. Структура расходов россиян, доля от дохода (по группам)
- Рисунок 84. Структура расходов россиян, доля от дохода (в IV кв. 2015-2016 гг.)
- Рисунок 85. Темпы роста цен на продукты питания по оценкам Ивановых и по официальным данным, г/г??
- Рисунок 86. Рост расходов Ивановых на продукты питания и динамика продаж продуктов питания по официальной статистике, г/г
- Рисунок 87. Рост цен на продукты питания в крупнейших продуктовых сетях, по оценкам Ивановых
- Рисунок 88. Индекс потребительского восприятия цен в продуктовых розничных сетях
- Рисунок 89. Факторы, влияющие на выбор магазина
- Рисунок 90. Магазины, в которых Ивановы покупают продукты питания
- Рисунок 91. Доля покупателей, приходящих в магазины ради промо-товаров
- Рисунок 92. Доля охотников за промо в базах различных торговых сетей
- Рисунок 93. Доля покупателей, отметивших увеличение промо в сети
- Рисунок 94. Доля покупателей, приходящих в сеть только ради промо-товаров
- Рисунок 95. Количество сетей, где россияне в основном совершают покупки
- Рисунок 96. Количество посещений магазинов в неделю
- Рисунок 97. Всплеск продаж Food в номинальном выражении с Ноября по Декабрь
- Рисунок 98. Доля современных форматов и ТОП-50 сетей FMCG в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 2005-2016 гг., %
- Рисунок 99. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2010-2016 гг., 2017-2020 гг. – прогноз, млн. кв. м
- Рисунок 100. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2010-2016 гг., 2017-2020 гг. – прогноз, %
- Рисунок 101. Площади торговых объектов FMCG современных форматов в России в 2010-2016 гг., 2017-2020 – прогноз, млн. кв. м
- Рисунок 102. Темпы роста площадей объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2016 гг., 2017-2020 гг. – прогноз, %
- Рисунок 103. Динамика прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2010-2016 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 104. Структура прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2010-2016 гг., %
- Рисунок 105. Структура прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2015 году, %
- Рисунок 106. Структура прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2016 году, %
- Рисунок 107. Динамика прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в IV кв. 2010-2016 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 108. Структура прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в IV кв. 2010-2016 гг., %
- Рисунок 109. Структура прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в IV кв. 2015 года, %
- Рисунок 110. Структура прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в IV кв. 2016 года, %
- Рисунок 111. Структура розничного рынка food России в 2016 году, %
- Рисунок 112. Крупнейшие по выручке FMCG ритейлеры России в 2016 году, млрд руб. (без НДС)
- Рисунок 113. Динамика чистого прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России в 2013-2016 гг. по месяцам (данные – за месяц предшествующий отчетному, чтобы учесть публичные компании), тыс. кв. м.
- Рисунок 114. Темпы роста площадей торговых объектов FMCG в России в 2011-2016 гг. (среднегодовые) и в 2016 г., %
- Рисунок 115. Количество объектов FMCG современных форматов в России в 2010-2016 гг., 2017-2020 гг. - прогноз, ед.
- Рисунок 116. Прирост количества объектов FMCG современных форматов в России в 2010-2016 гг., 2017-2020 гг. – прогноз, ед.
- Рисунок 117. Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж в 2010-2016 гг., прогноз на 2017-2020 гг., млрд. руб. (с НДС)
- Рисунок 118. Структура продаж прод. товаров (с НДС) по видам торговли в России в 2010-2016 гг., 2017-2020 гг. - прогноз, %
- Рисунок 119. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов (с НДС) в России в 2010-2016 гг., прогноз на 2017-2020 гг., млрд. руб.
- Рисунок 120. Темпы роста выручки от продажи прод. товаров (с НДС) объектов FMCG современных форматов в России в 2010-2016 гг., прогноз на 2017-2020 гг., %
- Рисунок 121. Темпы роста выручки от продажи продовольственных товаров (с НДС) объектов FMCG в России в 2010-2016 гг. (среднегодовые в рублевом выражении) и в 2016 г., %
- Рисунок 122. Динамика выручки с квадратного метра площади по форматам в 2010-2016 гг., 2017-2020 гг. - прогноз, тыс. руб.
- Рисунок 123. Темпы роста выручки с квадратного метра площади в рублях по форматам в 2010-2016 гг., 2017-2020 гг. - прогноз, %
- Рисунок 124. Структура оборота розничной торговли FMCG по форматам торговли в 2015 году, %
- Рисунок 125. Прогнозная структура оборота розничной торговли FMCG по форматам торговли в 2016 году, %

Раздел II. История развития и ключевые особенности формата «гипермаркет»

Рисунок 126. Динамика количества FMCG гипермаркетов России в 2000-2016 гг. и прогноз на 2017-2020 гг.
 Рисунок 127. Динамика количества гипермаркетов FMCG России в 2000-2016 гг. по типу сети, ед.
 Рисунок 128. Динамика торговых площадей FMCG гипермаркетов России в 2000-2016 гг. и прогноз на 2017-2020 гг., тыс. кв. м.
 Рисунок 129. Динамика торговой площади гипермаркетов FMCG России в 2000-2016 гг. по типу сети, ед.
 Рисунок 130. Динамика количества открытых и закрытий FMCG гипермаркетов России в 2000-2016 гг.
 Рисунок 131. Динамика торговых площадей FMCG гипермаркетов России открытых и закрытых в 2000-2016 гг., тыс. кв. м.
 Рисунок 132. Динамика гипермаркетов международных ритейлеров в России в 2000-2016 гг., ед.
 Рисунок 133. Динамика прироста гипермаркетов международных ритейлеров в России в 2001-2016 гг., ед.
 Рисунок 134. Структура гипермаркетов по величине торговой площади в 2000-2016 гг.
 Рисунок 135. Динамика прироста гипермаркетов в России по величине торговой площади в 2001-2016 гг., ед.
 Рисунок 136. Динамика прироста гипермаркетов в России в 2000-2016 гг. по размещению, ед.
 Рисунок 137. Динамика прироста торговых площадей гипермаркетов в России в 2000-2016 гг. по размещению, тыс. кв. м.
 Рисунок 138. Количество сделок M&A и средний объем сделки в секторе FMCG ритейла, 2004-2016 гг.
 Рисунок 139. Динамика объема сделок M&A в секторе FMCG ритейла, 2004-2016 гг.

Раздел IV. Рейтинги сетей гипермаркетов FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности, логистике

Рисунок 140. Количество и общая торговая площадь гипермаркетов сетей FMCG России по состоянию на 1 января 2017 года
 Рисунок 141. Динамика количества гипермаркетов ТОП-50 сетей FMCG в формате «гипермаркет» по федеральным округам в 2012-2016 гг. на конец периода, шт.
 Рисунок 142. Динамика торговой площади гипермаркетов ТОП-50 сетей FMCG в формате «гипермаркет» по федеральным округам в 2012-2016 гг. на конец периода, тыс. кв. м.
 Рисунок 143. Динамика прироста гипермаркетов ТОП-50 сетей FMCG России в формате «гипермаркет» по федеральным округам в 2012-2016 гг., шт.
 Рисунок 144. Динамика прироста торговой площади ТОП-50 сетей FMCG России в формате «гипермаркет» по федеральным округам в 2012-2016 гг., шт.
 Рисунок 145. Динамика торговой площади ТОП-50 ритейлеров FMCG России в 2011-2016 гг. в разрезе форматов, тыс. кв. м.
 Рисунок 146. Структура торговой площади ТОП-50 ритейлеров FMCG России в 2015 году по форматам, %
 Рисунок 147. Структура торговой площади ТОП-50 ритейлеров FMCG России в 2016 году по форматам, %
 Рисунок 148. Динамика выручки ТОП-50 ритейлеров FMCG России в 2011-2016 гг. в разрезе форматов, тыс. кв. м.
 Рисунок 149. Структура выручки ТОП-50 ритейлеров FMCG России в 2015 году по форматам, %
 Рисунок 150. Структура выручки ТОП-50 ритейлеров FMCG России в 2016 году по форматам, %
 Рисунок 151. Выручка ТОП-12 ритейлеров FMCG России в формате «гипермаркет» в 2016 году, прогноз на 2017 год, млрд. руб. (представлена розничная выручка для всех форматов)
 Рисунок 152. Динамика выручки ТОП-12 ритейлеров FMCG России в формате «гипермаркет» в 2014-2016 гг., млрд.руб.
 Рисунок 153. Выручка публичных сетей FMCG в формате «гипермаркет» в I кв. 2013-IV кв. 2016 гг., млрд. руб.
 Рисунок 154. Динамика выручки публичных сетей FMCG в формате «гипермаркет» в I кв. 2013-IV кв. 2016 гг., в % к соответствующему кварталу предыдущего года
 Рисунок 155. Выручка с квадратного метра торговой площади гипермаркетов сетей FMCG РФ в 2012-2016 гг., тыс. руб.
 Рисунок 156. LFL выручка публичных сетей FMCG в формате «гипермаркет» в I кв. 2013-IV кв. 2016 гг., млрд. руб.
 Рисунок 157. Уровень централизации поставок крупнейших торговых сетей FMCG России в 2008-2016 гг., %

Раздел VI. Бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG России в формате «гипермаркет»

В каждой бизнес-справке по ТОП-15 компаниям в формате «гипермаркет» приведены следующие таблицы (перечень в различных компаниях может незначительно отличаться):

- Структура уставного (акционерного) капитала компании
- Основные показатели форматов магазинов сети
- Собственные торговые марки компании
- Распределительные центры компании
- Гипермаркеты сети по состоянию на 1 января 2017 года
- Основные показатели гипермаркетов сети по регионам по состоянию на 1 января 2017 года

В каждой бизнес-справке по ТОП-15 компаниям в формате «гипермаркет» приведены следующие рисунки (перечень в различных компаниях может незначительно отличаться):

- Развернутая структура компании
- Динамика торговой площади сети
- Динамика количества магазинов сети по форматам
- Динамика чистой выручки с кв. м. в магазинах сети
- Динамика развития торговых объектов по регионам присутствия
- Динамика развития торговых объектов по столицам регионов присутствия
- Количество магазинов сети по регионам присутствия
- Структура торговых площадей сети по регионам присутствия
- Динамика прироста объектов сети по регионам, поквартально
- Динамика прироста торговых площадей объектов сети, поквартально
- Структура выручки компании по регионам присутствия в 2015 году
- Структура выручки компании по регионам присутствия в I пол. 2016 года
- Динамика ввода гипермаркетов сети нарастающим итогом
- Динамика чистой выручки сети
- Динамика чистой выручки сети в формате «гипермаркет»
- Динамику ключевых показателей эффективности финансовой деятельности

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 2005-2017 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:

Исследование «Рынок гипермаркетов FMCG России»

Исследование «Рынок гипермаркетов FMCG России» содержит:

Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

- Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG
- История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG

Раздел II. История развития и ключевые особенности формата «гипермаркет»

- Основные параметры формата «гипермаркет»
- История развития формата «гипермаркет»
- Основные характеристики гипермаркетов России
- Конъюнктура рынка M&A на рынке гипермаркетов FMCG России
- Развитие собственных торговых марок и собственного производства сетей FMCG

Раздел III. Прогноз и перспективы развития формата «гипермаркет»

- Тенденции и перспективы развития формата «гипермаркет»
- Прогноз развития формата «гипермаркет»

Раздел IV. Рейтинги сетей гипермаркетов FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности, логистике

- Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по количеству магазинов
- Рейтинг по региональному развитию сетей гипермаркетов FMCG
- Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по общей торговой площади
- Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по чистой выручке
- Рейтинг сетей FMCG в формате «гипермаркет» по показателям эффективности продаж
- Рейтинг сетей FMCG по финансовым показателям
- Рейтинг сетей FMCG России по количеству распределительных центров

Раздел V. Анализ регионального развития формата «гипермаркет»

- Анализ розничной торговли в формате «гипермаркет» в Центральном ФО
- Анализ розничной торговли в формате «гипермаркет» в Северо-Западном ФО
- Анализ розничной торговли в формате «гипермаркет» в Приволжском ФО
- Анализ розничной торговли в формате «гипермаркет» в Уральском ФО
- Анализ розничной торговли в формате «гипермаркет» в Сибирском ФО
- Анализ розничной торговли в формате «гипермаркет» в Дальневосточном ФО
- Анализ розничной торговли в формате «гипермаркет» в Южном ФО
- Анализ розничной торговли в формате «гипермаркет» в Северо-Кавказском ФО

Раздел VI. Бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG в формате «гипермаркет»

Раздел VII. База «1100 гипермаркетов FMCG России»

Стандартная версия Исследования «Рынок гипермаркетов FMCG России» включает разделы I-IV и VI. Расширенная версия Исследования также включает разделы V «Анализ регионального развития формата «гипермаркет» и VII «База 1100 гипермаркетов FMCG»



| | |
|------------------------|--------------------|
| Дата выхода: | Март 2017 |
| Количество страниц: | 690 |
| Способ предоставления: | электронный |

Готовые исследования по розничной торговле и торговой недвижимости

| Наименование | Содержание | Дата выхода | Цена, руб. |
|---|---|--------------|------------------------|
| Аналитическая база «700 торговых сетей FMCG России – 2016» | 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-10 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, Директор по логистике, Директор по развитию), общее количество магазинов, Общая торговая площадь, Выручка, Региональная представленность, Количество, площадь и региональная представленность распределительных центров. | II кв. 2016 | 50 000/ 70 000 руб. |
| Исследование «Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2016 года. Прогноз до 2019 года» Стандартная версия / Расширенная версия | В Исследовании представлен анализ состояния рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручки торговых объектов по каналам продаж); описана история развития и ключевые особенности формата «гипермаркет»; дан прогноз развития формата на 2017-2019 гг.; приведен анализ регионального развития формата в разрезе федеральных округов; приведены рейтинги по ТОП-50 ритейлерам, развивающим формат «гипермаркет». Представлена база 1100 действующих гипермаркетов и бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG в формате «гипермаркет» | Март 2017 г. | 50 000/ 75 000 руб. |
| Исследование «INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2016. Прогноз до 2019» | 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. | Ноябрь 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. | 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. | 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). | 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» | | 1 раз в неделю | 5 000 |
| Тематические новости «Пищевая промышленность и рынок продуктов питания» (более 15 направлений пищевой промышленности!) | Оперативная и периодическая информация об интересующей вас отрасли экономики РФ | 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. Также на infoline.spb.ru доступен чат-сервис в правой части экрана.

