

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.



Исследование

"Рынок гипермаркетов и развитие розничной торговли FMCG в России"

ДЕМО-ВЕРСИЯ

- 
- Перспективы развития розничной торговли России
 - Основные проблемы в развитии розничной торговли России
 - Региональное развитие сетей гипермаркетов в России
 - Планы развития сетей гипермаркетов на 2008-2010 гг.
 - Прогноз операционных показателей сетей гипермаркетов в 2008 году
 - Прогноз развития формата гипермаркет в 2008-2010 гг.



Содержание Исследования "Рынок гипермаркетов и развитие розничной торговли FMCG в России"

Раздел I. Особенности развития розничной торговли и торговых сетей FMCG в России.....	5
Макроэкономические показатели розничного рынка России.....	5
Основные проблемы в развитии розничной торговли России.....	8
Раздел II. Перспективы развития розничной торговли России и особенности стратегии развития торговых сетей.....	14
Раздел III. История и ключевые особенности развития формата гипермаркет в России.....	22
Раздел IV. Развитие торговых сетей FMCG России формата гипермаркет в 2007 году.....	25
Основные тенденции развития сетей FMCG в 2007 году.....	25
Динамика количества магазинов российских сетей FMCG.....	26
Динамика величины торговых площадей российских сетей FMCG.....	30
Динамика выручки российских сетей FMCG.....	33
Раздел V. Развитие торговых сетей FMCG России формата гипермаркет в I полугодии 2008 года.....	38
Динамика развития ритейлеров формата гипермаркет в I полугодии 2008 года.....	38
Ключевые особенности развития формата гипермаркет в I полугодии 2008 года.....	39
Развитие публичных ритейлеров в I полугодии 2008 года.....	41
Динамика ввода магазинов.....	41
Динамика величины торговых площадей.....	43
Динамика финансовых показателей.....	43
Рейтинг торговых сетей FMCG РФ по итогам I полугодия 2008 года.....	45
Раздел VI. Анализ деятельности и планы развития сетей гипермаркетов.....	48
"X5 Retail Group N. V." / Торговые сети "Пятерочка", "Перекресток", "Карусель".....	48
"X5 Retail Group N. V." / Торговая сеть "Перекресток".....	48
"Русель", ООО / Торговая сеть "Карусель".....	54
"Metro Group" / Торговые сети "Metro Cash&Carry" и "Real".....	56
"МЕТРО Кэш энд Керри", ООО / Торговая сеть "Metro Cash&Carry".....	56
"Реал-Гипермаркет", ООО / Торговая сеть "Real".....	58
"Гандер", ЗАО / Торговая сеть "Магнит".....	61
"Ашан-Россия", ООО / Торговая сеть "Auchan".....	64
"Дикси групп", ОАО / Торговая сеть "Дикси", "Мегамарт", "Минимарт".....	67
"Сельмой Континент", ОАО / Торговая сеть "Седьмой Континент".....	70
"Лента", ООО / Торговая сеть "Лента Cash&Carry".....	74
"Рамэнка", ООО / Торговая сеть "Рамстор".....	77
"Мосмарт", ЗАО / Торговая сеть "Мосмарт".....	78
"Элекскор", ООО / Торговая сеть "Grossmart".....	80
"О'Кей", ООО / Торговая сеть "О'Кей".....	83
"Виктория", ГК / Торговая сеть "Виктория", "Квартал", "Дешево".....	85
"Вестер-регионы", ООО / Торговая сеть "Вестер", "Сосед".....	87
"Алли", ОАО / Торговая сеть "Алли".....	90
"Универсал-Трейддинг", ООО / Торговая сеть "Матрица".....	92
"НормаН-Виват", Группа компаний / Торговая сеть "Виват".....	94
"Регион Март", ЗАО / Торговая сеть "Поляна", "Чибис", "Бонус".....	95
"АМИК Кэш энд Керри", ООО / Торговая сеть "Бонус".....	95
"Корпорация Грини" / Торговая сеть "Линия".....	96
Сибирский Гигант, ТХ / Торговая сеть "Гигант", "Мегас", "Октябрьский".....	97
"Оптовик", ООО / Торговая сеть "Эссен".....	98
"ЭКС", Группа компаний / Торговая сеть "Семья".....	99
"Карфур Рус", ООО / Торговая сеть "Carrefour".....	100
"Гиперглобус", ООО / Торговая сеть "HyperGlobus".....	101
"Корпорация SOK" / Торговая сеть "Призма".....	101
Раздел VII. Прогноз операционных показателей деятельности торговых сетей FMCG России в 2008 году.....	103
Раздел VIII. Перспективы развития основных форматов торговли в России в 2008-2010 гг.....	111
Перспективы развития формата гипермаркет в России в 2008-2010 гг.	111
Перспективы развития формата дискаунтер и магазин у дома в России в 2008-2010 гг.....	113
Перспективы развития формата супермаркет в России в 2008-2010 гг.....	115





Об Исследовании "Рынок гипермаркетов и развитие розничной торговли FMCG в России"

Исследование "Рынок гипермаркетов и состояние розничной торговли FMCG России" посвящено наиболее динамично развивающемуся формату розничной торговли FMCG в России – гипермаркетам. Исследование содержит обзорную и аналитическую информацию о истории, проблемах и перспективах развития гипермаркетов в России и подробную характеристику планов развития 25 сетей, развивающих данный формат. Особое внимание в рамках Исследования уделено итогам деятельности сетей гипермаркетов в 2007 году и I полугодии 2008 года, региональному развитию сетей гипермаркетов, а также планам развития сетей на 2008 год и дальнейшую перспективу. Кроме того, в Исследовании приведена информация о состоянии рынка розничной торговли FMCG в России в 2007-2008 гг.

Исследование подготовлено на основе комплекса информационных источников:

- данные Федеральной службы государственной статистики, Федеральной службы по финансовым рынкам, Федеральной антимонопольной службы, Министерства экономического развития, а также региональных органов власти;
- обзоры по розничному рынку России и аналитические отчеты по отдельным торговым сетям инвестиционных и финансовых компаний;
- материалы СМИ (печатная пресса, электронные СМИ, федеральные и региональные информационные агентства);
- материалы торговых сетей и компаний-поставщиков (пресс-релизы, материалы с сайтов, годовые и квартальные отчеты, проспекты эмиссий ценных бумаг и инвестиционные меморандумы);
- результаты анкетирования торговых сетей FMCG в России, проведенного специалистами ИА "INFOLine" в июле 2008 года
- данные финансовой отчетности сетей по международным стандартам (аудированные и управленческие).

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

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

Основная цель исследования "Рынок гипермаркетов и состояние розничной торговли FMCG России" - удовлетворение потребностей в новостной, обзорной и аналитической информации о российском розничном рынке и торговых сетях FMCG, развивающих или планирующих развивать формат гипермаркет, указанных выше групп специалистов.

Для получения следующих выпусков Вам следует **отправить заявку** в ИА "INFOLine" по E-mail: mail@advis.ru или факсу (495)772-76-40 и (812)322-68-48 и **заключить договор** на информационное обслуживание.

Информация об агентстве "INFOLine"

Информационное агентство "INFOLine" было создано в 1999 году 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. В анализе рынков и отраслей нам доверяют: "Данон", "Талосто", "Тавр", "Магнит" и многие другие.

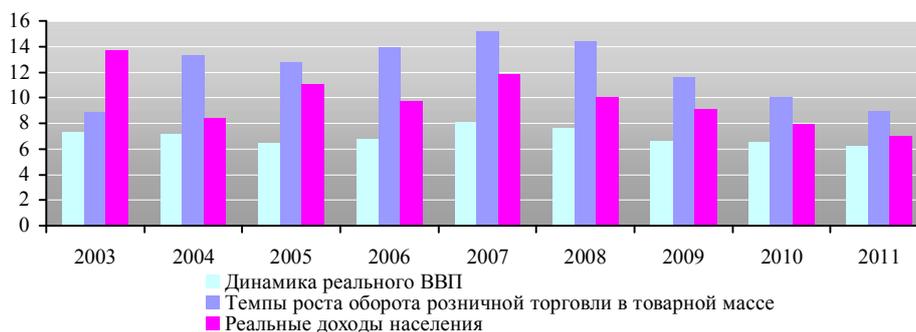


Раздел I. Особенности развития розничной торговли и торговых сетей FMCG в России

Макроэкономические показатели розничного рынка России

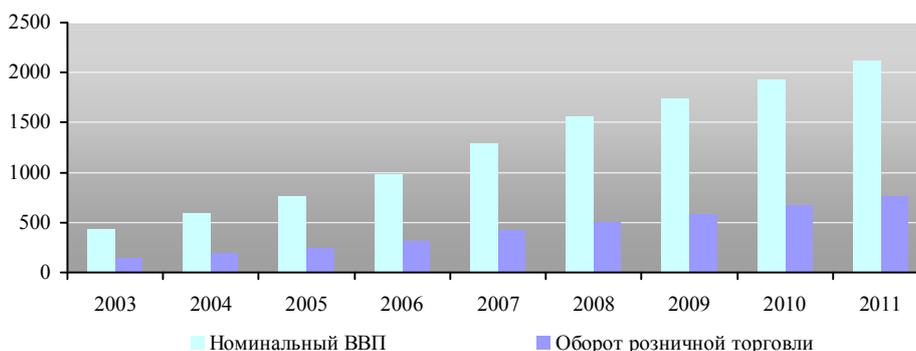
Розничная торговля является одним из наиболее динамично растущих секторов экономики России, о чем свидетельствует сохранение на протяжении 2004-2007 гг. темпов роста ее оборота в товарной массе на уровне почти в два раза выше темпов роста ВВП. В 2008-2009 гг. темпы роста оборота розничной торговли планируются на уровне в 1,9 и 1,75 раз выше, чем реального ВВП, и только в 2010-2011 гг. прогнозируется сближение показателей их прироста.

Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2003-2007 гг. и прогноз на 2008-2011 гг., %



В 2003-2007 гг. российская экономика характеризовалась чрезвычайно высокими темпами роста ВВП и оборота розничной торговли: так, номинальный ВВП, выраженный в долларах, увеличился в 3 раза, а оборот розничной торговли – в 2,83 раза. В результате розничный рынок России стал одним из крупнейших в Европе, а сохранение высоких темпов роста в 2008-2011 гг. позволяет прогнозировать рост его емкости еще в 1,8 раза.

Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2003-2007 гг. и прогноз на 2008-2011 гг., млрд. долл.



Важнейшим фактором, обуславливающим сохранение благоприятных условий для развития розничной торговли и торговых сетей, являются высокие темпы роста реальных доходов и позитивные изменения в структуре потребительских расходов населения. В 2004-2007 гг. в России наблюдались благоприятные тенденции развития для розничной торговли в структуре потребительских расходов, сохраняющиеся и в 2008 году:

- сохранение на достаточно высоком уровне, а в 2007 году и рост доли средств, направляемых на покупку товаров;
- снижение доли средств, направляемых на сбережения и инвестиции в финансовые активы, что обусловлено нехваткой финансовых инструментов, обеспечивающих доходность на уровне не ниже уровня инфляции;

- рост доли обязательных платежей и взносов, обусловленный расширением объемов потребительского кредитования, и не приводящий к сокращению расходов на текущее потребление.

Структура использования денежных доходов населения в 2004-



Темпы роста потребительских расходов в России в 2002-2007 гг. были наиболее высокими среди стран Восточной Европы и составили около 120%, в то время как в Румынии – 75,1%, Словакии – 67,9%, Эстонии – 52,3%, Болгарии – 49,2%, Литве – 48%, Латвии – 37,7%, Чехии – 33,1%, Хорватии – 29,2%¹, Польше – 22,3%, Словении – 21,9% и Венгрии – 18,3%. При этом рынки перечисленных выше стран характеризуются существенно более высокой долей сетевой розничной торговли и уровнем концентрации рынка и, соответственно, существенно меньшим потенциалом роста рынка и развития отдельных сетей.

Количество магазинов на 1000 человек в 2006 г. (Россия - 2007 год)

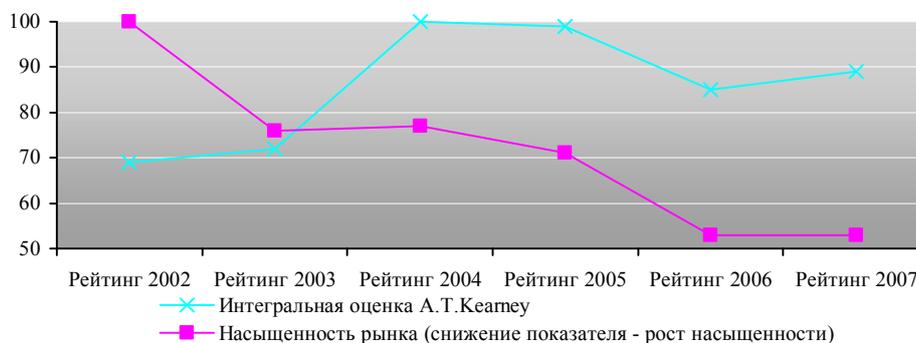


Доля 5 крупнейших ритейлеров в розничных продажах в 2006 г., % (Россия - 2007 год, FMCG)



Высокие темпы роста потребительских расходов, быстро растущая емкость розничного рынка России и сравнительно низкая доля сетевой торговли делают его одним из наиболее привлекательных для международных ритейлеров не только в Европе, но и в мире. Так, в 2003-2007 гг. произошло трехкратное увеличение объема иностранных инвестиций в розничный сектор: с 330 млрд. долл. в 2003-2004 гг. до 964 млрд. в 2006 году и более 1 трлн. долл. в 2007 году.

Динамика показателей привлекательности розничного рынка России



ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст содержит обзорную информацию о проблемах и особенностях развития розничной торговли и сетей FMCG в России.

¹ Данные по странам Восточной Европы приведены за 2002-2006 гг.



Раздел II. Перспективы развития розничной торговли России и особенности стратегии развития торговых сетей

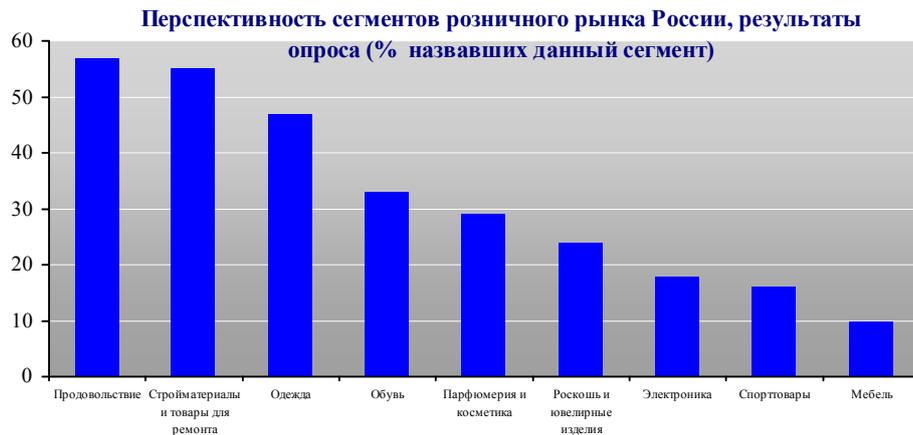
Наиболее динамичный рост среди сегментов розничного рынка России в 2006-2007 гг. демонстрировали легковые автомобили, бытовая электроника, товары для дома, предметы роскоши и т. д. В то же время высокие темпы роста цен на продовольственные товары в 2007-2008 гг. и отсутствие предпосылок их снижения в 2009-2010 гг. обуславливают ускоренное расширение сегмента продовольственных товаров в денежном выражении в условиях стабилизации темпов прироста оборота в товарной массе на уровне 10-12% в год.

Динамика основных сегментов розничного рынка России в 2006-2007 гг. и прогноз на 2008-2011 гг., млрд. долл.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Продовольственные товары	***	***	***	***	***	***
Одежда	***	***	***	***	***	***
Косметика и парфюмерия	***	***	***	***	***	***
Мебель	***	***	***	***	***	***
Прочие товары	***	***	***	***	***	***

Источник: Economist Intelligence Unit

По мнению участников российского розничного рынка, опрошенных "Эрнст энд Янг", в течение 2008-2010 гг. темпы роста организованной розничной торговли будут составлять в среднем около 30% в год, при этом в наиболее насыщенных сегментах рынка (электроника и бытовая техника, мебель) темпы роста прогнозируются на уровне 10%, а в наиболее динамичных – 50% и более. При этом международные ритейлеры, представленные в России прогнозируют более низкие темпы роста – около 23%, в то время как российские – 31%.



Российские ритейлеры считают наиболее перспективными сегменты "Продовольственные товары", "Стройматериалы и товары для ремонта" и "Одежда", в то время как международные – "Стройматериалы и товары для ремонта", "Продовольственные товары", "Одежда" и "Спортивные товары".



ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст содержит информацию о перспективах развития розничной торговли и особенностях стратегии развития торговых сетей FMCG в России.



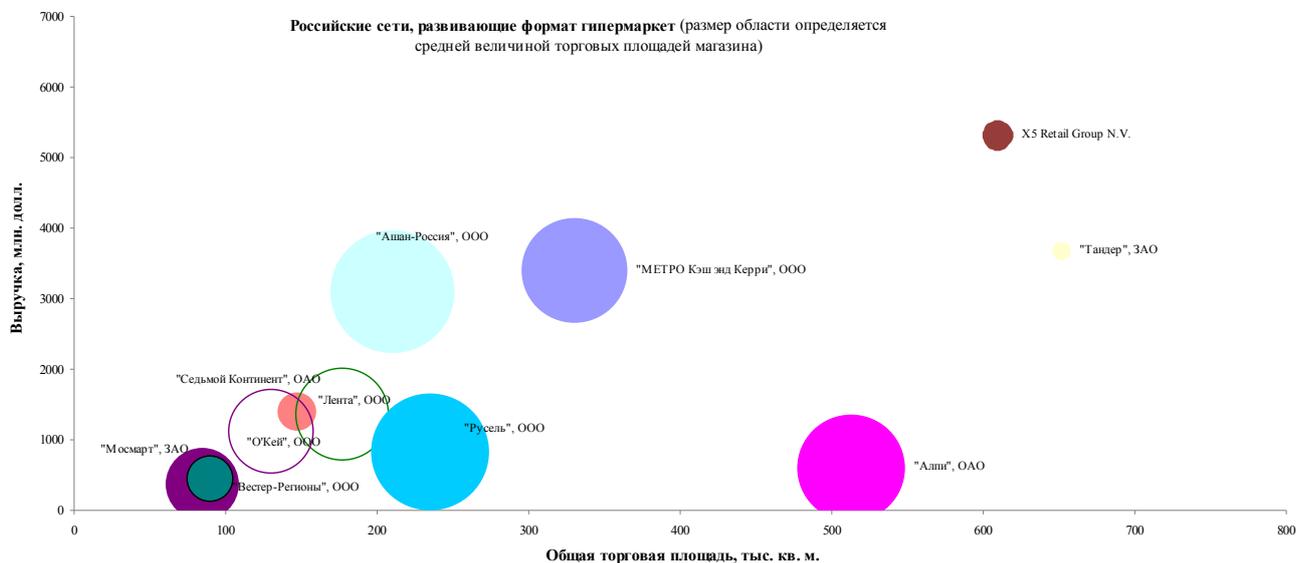


Раздел IV. Развитие торговых сетей FMCG России формата гипермаркет в 2007 году

Основные тенденции развития сетей FMCG в 2007 году

2007 год ознаменовался для российских розничных сетей формата FMCG некоторым замедлением темпов роста чистой выручки, торговых площадей и количества магазинов. Кроме того, в условиях кризиса на мировых финансовых рынках существенно возросла стоимость обслуживания долга и сократились возможности рефинансирования краткосрочных обязательств.

При этом темпы развития большинства сетей малоформатных магазинов, ориентированных исключительно на органический рост несколько снизились, а повышение темпов роста обусловлено специфическими факторами: X5 Retail Group N.V. – реализацией сделок по приобретению региональных ритейлеров, "Магнит" – началом развития формата гипермаркет. Снижение темпов роста количества магазинов и торговых площадей в 2007 году по сравнению с предыдущим годом было достаточно существенным, что обусловлено сложностью сохранения высоких темпов роста выручки при увеличении масштабов сети. Так, в 2006 году темпы роста выручки ряда ритейлеров превосходили 50%, а в 2007 году подобные темпы роста смогли сохранить только крупнейшие ритейлеры за счет более высокой доли инвестиций по отношению к выручке, сравнительно небольшие сети за счет эффекта "низкой базы" и сети гипермаркетов. Сети гипермаркетов продемонстрировали наиболее высокие темпы органического роста, причем как сети, осуществляющие строительство большинства объектов с нуля ("Metro", "Лента", "О'Кей"), так и арендовавшие помещения для размещения гипермаркетов в торговых центрах ("Перекресток", "Седьмой континент", "Мосмарт")². Столь высокие темпы роста в сегменте крупноформатных магазинов объясняются низким уровнем насыщенности розничного рынка России гипермаркетами, а также благоприятной для открытия крупноформатных объектов конъюнктурой рынка торговой недвижимости



ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст раздела содержит информацию о динамике развития торговых сетей формата гипермаркет в 2007 году.

² В целом по 25 ведущим сетям в 2007 году прирост выручки составил 56,2%, а общей торговой площади – 43,5%.

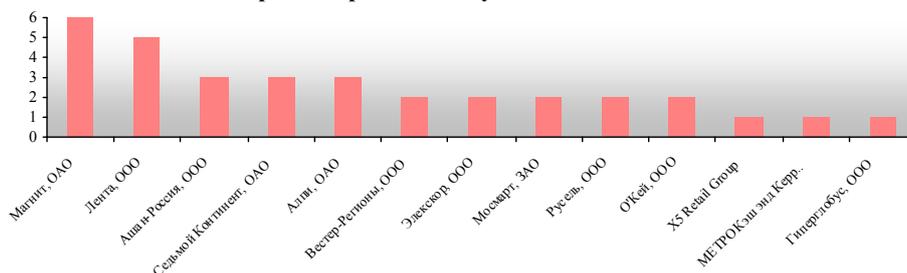


Раздел V. Развитие торговых сетей FMCG России формата гипермаркет в I полугодии 2008 года

Динамика развития ритейлеров формата гипермаркет в I полугодии 2008 года

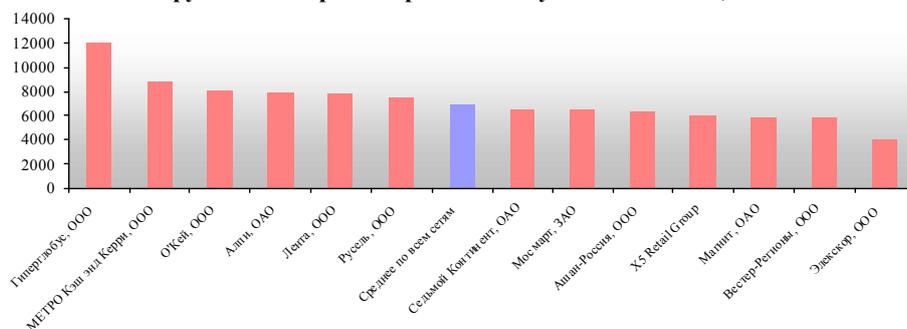
В I полугодии 2008 года крупнейшими ритейлерами России было открыто³ *** гипермаркета общей торговой площадью *** тыс. кв. м. Лидерами по числу открытых гипермаркетов является ОАО "Магнит" (*** гипермаркетов) и ООО "Лента" (*** гипермаркетов). Количество гипермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в I полугодии 2008 года, представлено на диаграмме.

Количество гипермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в I полугодии 2008 года



Средняя торговая площадь гипермаркетов крупнейших сетей FMCG РФ в I полугодии 2008 года составила *** тыс. кв. м. Максимальная торговая площадь гипермаркетов зафиксирована у ООО "Гиперглобус" – *** тыс. кв.м. Минимальная торговая площадь у гипермаркетов сети "Гроссмарт" – около *** кв.м., что позволяет говорить скорее о развитии формата "мини-гипермаркет". Средняя торговая площадь открытых в I полугодии гипермаркетов представлена на диаграмме.

Средняя торговая площадь гипермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в I полугодии 2008 года, кв.м.



Вывод: По итогам I полугодия можно сделать вывод, что в 2008 году открытие крупноформатных торговых объектов продолжает оставаться наиболее эффективным и быстрым способом региональной экспансии, что обусловлено следующими возможностями для ритейлеров:

- обеспечить эффективную работу одного объекта в регионе без формирования сети и логистической инфраструктуры;
- оптимизировать закупочную деятельность за счет высоких показателей товарооборота и доли товаров производителей федерального уровня;
- эффективного сочетания торгового бизнеса и девелопмента, причем как при строительстве объектов с нуля, так и софинансировании реализации проектов торговых и торгово-развлекательных комплексов;
- в перспективе использовать преимущества мультиформатной стратегии развития в регионе.

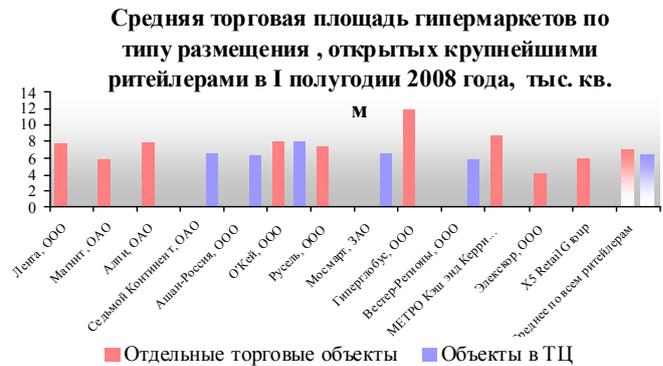
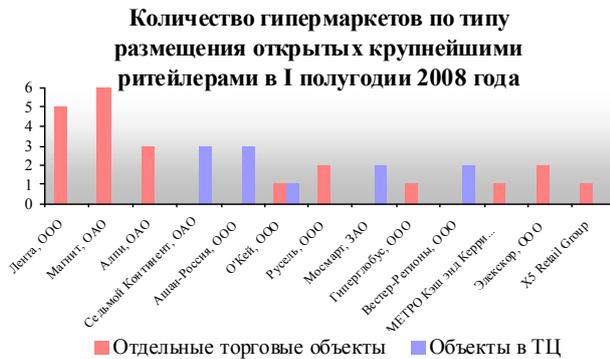
³ Учитывались только собственные торговые объекты, без учета франчайзинговых



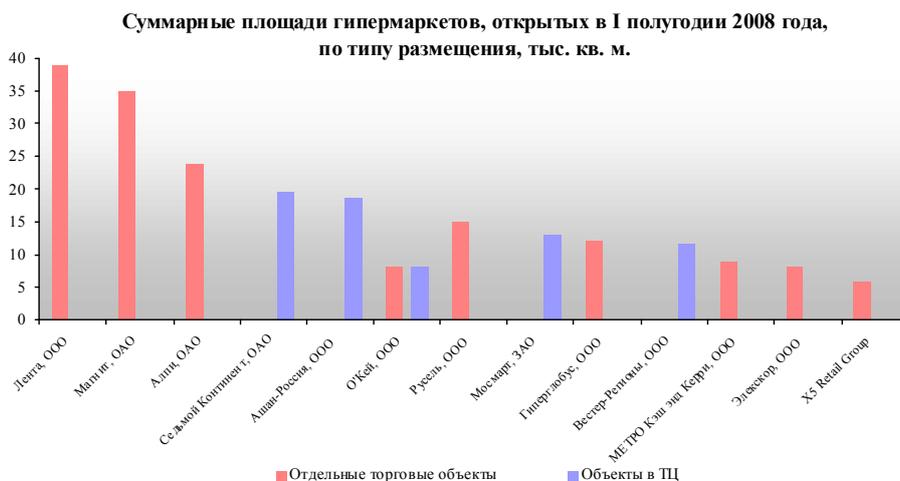
Ключевые особенности развития формата гипермаркет в I полугодии 2008 года

В I полугодии 2008 года наиболее динамично развивающиеся ритейлеры: ОАО "Магнит" (** гипермаркетов "Магнит") и ООО "Лента" (** гипермаркетов "Лента") открывали гипермаркеты в отдельно стоящих зданиях. Среди компаний, которые открывали гипермаркеты в ТЦ лидерами по количеству открытий стали ООО "Ашан Россия" (** гипермаркета), ЗАО "Мосмарт" (** гипермаркета "Мосмарт"), ООО "Вестер-Регионы" (** гипермаркета "Вестер-Гипер"). Только ООО "О'Кей", в I полугодии 2008 года открывало гипермаркеты как на отдельных площадях, так в торговых центрах. Остальные компании имеют ярко выраженную дифференциацию по преимущественному месту размещения гипермаркетов. В целом можно отметить, что существенных различий в торговых площадях гипермаркетов, открытых на отдельных площадях и в торговых центрах не наблюдается. Количество и средняя торговая площадь гипермаркетов, открытых в 2008 году, представлены на диаграмме.

По суммарным торговым площадям гипермаркетов, открытых в I полугодии 2008 года лидирующие позиции занимает ООО "Лента" – ** кв.м. Максимальные суммарные торговые площади гипермаркетов, открытых в торговых центрах, введены ООО "Ашан-Россия" – ** тыс. кв.м.



Суммарные площади гипермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами России в отдельных зданиях (** тыс. кв. м.) больше чем у гипермаркетов в торговых центрах (** тыс. кв. м.). Суммарные площади гипермаркетов, открытых в I полугодии 2008 года, представлены на диаграмме.



ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст раздела содержит информацию о динамике развития гипермаркетов в I полугодии 2008 года



Раздел VI. Анализ деятельности и планы развития сетей гипермаркетов на 2008-2010 гг.

"Ашан-Россия", ООО / Торговая сеть "Auchan"



Название компании: Ашан-Россия, ООО (Auchan) Адрес: 107140 Москва, ул. Верхняя Красносельская, 3А Телефоны: (495)7212099 Факсы: (495)7211753 E-Mail: reception@auchan.ru Web: <http://www.auchan.ru> Руководитель: Тьерри Ромбер, генеральный директор; Кристоф Дюбрюлем, председатель совета директоров.

Изменение операционных и финансовых показателей

В 2007 году торговая сеть "Ашан" существенно снизила темпы роста торговых площадей. Динамика торговой площади и количества магазинов сети "Ашан" в 2004-2007 гг. и прогноз на 2008 год представлены на диаграмме.



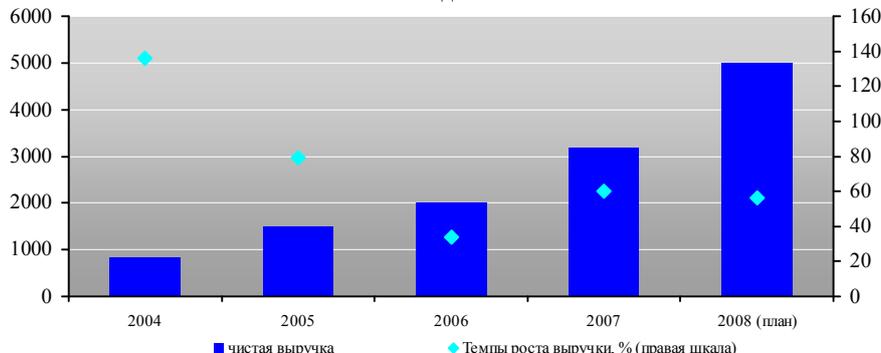
За I полугодие компания "Ашан" открыла 3 гипермаркета, причем в число открывшихся гипермаркетов компании "Ашан" входят 2 гипермаркета "Ашан-Сити", открытых после ребрендинга на месте гипермаркетов "Рамстор".

Характеристика гипермаркетов "Ашан Россия", открытых в I полугодии 2008 года

Дата	Город	Адрес	Торговая площадь (тыс. кв.м.)
***	Новосибирск	ул. Ватутина, 107	10
***	Санкт-Петербург	ул. Седова, д. 11а	3,6
***	Санкт-Петербург	Торфяная дорога, 7	5,15

В 2007 г. можно отметить значительный рост чистой выручки торговой сети "Ашан", причем как за счет увеличения сопоставимых продаж, так и за счет выхода на запланированные показатели гипермаркетов, открытых во второй половине 2006 года.

Динамика чистой выручки сети "Auchan" в 2004-2008 гг., млн. долл.



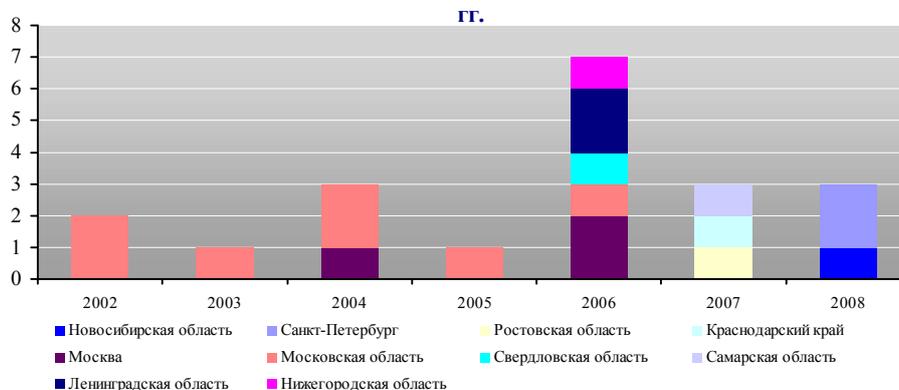
Текущая региональная представленность

По состоянию на конец I полугодия 2008 года торговая сеть "Ашан" включает в себя 21 гипермаркет: 10 в Москве и Московской области, 4 в г.



Санкт-Петербурге, 2 – в Новосибирске, по одному Краснодаре, Ростове-на-Дону, Самаре, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, а также 10 магазинов "Атак" в Москве и Московской области. В число гипермаркетов входят 2 гипермаркета под брендом "Ашан-Сити", открытых в Санкт-Петербурге в I полугодии 2008 года. Динамика регионального развития сети гипермаркетов Auchan в 2002-2008 гг. представлена на диаграммах.

Динамика количества гипермаркетов сети "Auchan" в 2002-2008 гг.



Динамика количества гипермаркетов сети "Auchan" в 2002-2008 гг., нарастающим итогом



Перспективы регионального развития

В 2008-2010 гг. "Ашан" планирует выйти в следующие регионы: Тюменская область Республика Башкортостан, Ростовская область, Свердловская область. Во всех регионах, за исключением Свердловской и Ростовской области, предполагается развивать сеть с нуля. В Екатеринбурге планируется несколько гипермаркетов (до 4) площадью до 50 тыс. кв.м.

Регионы, в которых "Auchan" планирует развивать сеть в 2008-2010 гг.

Регион	Вариант развития	Срок выхода	Форматы	Бренды	Города размещения
Адыгея	Создание сети с нуля	Август 2008 года	гипермаркет	Auchan, Leroy Merlin	Тахтамукайский р-он, аул Новая Адыгея, Тургеневское ш., д. 27
***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***

Источник: данные компании

Планы по развитию новых форматов торговли

В дополнение к формату "гипермаркет" "Ашан" в 2008 году планирует развивать новый формат "мини-гипермаркет" под брендом "Ашан-сити", площадь которого в 2,5-3 раза меньше гипермаркетов "Ашан". До конца 2008

года "Ашан" планирует открыть девять магазинов площадью от 3 до 5 тыс. кв. м в Москве и по одному – в Самаре и Екатеринбурге, Санкт-Петербурге. Все это является окончательным этапом ребрендинга 14 магазинов "Рамстор", приобретенных в конце прошлого года у турецкой Enka за 181 млн. евро. Все "Рамсторы" будут переименованы в "Ашан-сити". Их площадь будет в 2,5-3 раза меньше стандартных гипермаркетов "Ашан". В одном из "Рамсторов" (по адресу: ул. Боровая, д.47) в г. Санкт-Петербурге будет проведена реконструкция с целью увеличения торговых площадей, которые сейчас составляют около 10 тыс. кв. м., и на его месте откроется гипермаркет Auchan.

В мае 2008 года компания "Ашан" закрыла на ребрендинг три магазина в Санкт-Петербурге, ранее принадлежавшие сети "Рамстор" (по адресам: Торфяная дорога, 7, ул. Боровая, д. 47, ул. Седова, д. 11а). В июне 2008 года компания "Ашан" открыла после ребрендинга два магазина "Ашан-Сити" в Санкт-Петербурге по адресам: Торфяная дорога, 7, ТЦ "Гулливёр" (торговая площадь 5,15 тыс.кв.м.) и ул. Седова, д. 11а, ТЦ "Эврика" (торговая площадь 3,6 тыс.кв.м.). Ассортимент "Ашан-сити" составляет 10-20 тыс. наименований, преимущественно продовольственных товаров. Цены аналогичны ценам в гипермаркетах сети "Ашан". Оставшиеся 11 гипермаркетов, приобретенных у сети "Рамстор", будут ребрендированы до конца 2008 года. Логистика у "Ашан-сити" будет общей с гипермаркетами "Ашан".

Девелоперские проекты

В сентябре 2008 года компания "Ашан" планирует открыть ТК "Тройка" в Москве по адресу ул. Верхняя Красносельская д.3а, который был построен еще в 2007 году, но не был введен в эксплуатацию из-за отсутствия разрешений контролирующих органов. В ТК общей площадью 160 тыс. кв. м. размещены гипермаркеты "Ашан", "Леруа Мерлен" и "Декатлон".

В 2009 году компания "Ашан" планирует завершить строительство торгового комплекса в Москве на территории станкостроительного завода имени Орджоникидзе, на пересечении Третьего транспортного кольца с Ленинским проспектом. В ТК общей площадью 200 тыс. кв. м. будут размещены гипермаркеты "Ашан", "Леруа Мерлен" и "Декатлон".

Прогноз

По итогам 2008 года, Auchan приблизится по величине выручки к сети "Метро", однако эффективность операционной деятельности, скорее всего, несколько снизится ввиду необходимости реализации процесса ребрендинга и реконструкции гипермаркетов "Рамстор". В 2009 году данная тенденция будет преодолена, а подобных темпов роста торговой площади и расширения географии присутствия за счет органического роста сеть Auchan не смогла бы достичь. Таким образом, приобретение гипермаркетов "Рамстор" позволит сети "Ашан" в 2008 году сократить отставание от лидирующей тройки российских ритейлеров и перейти к мультиформатной модели развития в формате гипермаркет (гипермаркет "Ашан" и мини-гипермаркет "Ашан-сити"). Помимо форматов FMCG Auchan осуществляет развитие сетей DIY, спортивных товаров, одежды и т.д., что позволяет формировать такого рода объекты как ритейл-парки, которые очень перспективны для региональной экспансии. Кроме того, компания планирует в 2009 году начать региональную экспансию сети супермаркетов "Atak", магазины которой размещены в Московском регионе.

ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст раздела содержит анализ деятельности и планы развития 25 сетей гипермаркетов.



Раздел VII. Прогноз итогов деятельности торговых сетей России на 2008 год

Прогноз операционных показателей сетей гипермаркетов FMCG России в 2008 году

Прогноз количества магазинов

В 2008 году в развитии торговых сетей FMCG России сохранится тенденция снижения темпов роста количества магазинов, что обусловлено совокупностью следующих факторов:

- сохранением ориентации большинства ритейлеров на размещение магазинов в собственных торговых помещениях и сокращение арендуемых площадей;
- опережающим развитием крупноформатных торговых объектов ритейлерами, управляющими мультиформатными торговыми сетями;
- более высокой среднегодовой стоимостью коммерческой недвижимости в 2008 году по сравнению с 2007 годом и ограниченными возможностями большинства ритейлеров по финансированию инвестиционной программы за счет собственных и заемных средств;
- необходимостью увеличения затрат на формирование объектов логистической инфраструктуры в регионах, а также ребрендинг и реконструкцию действующих магазинов, что обуславливает изменение структуры инвестиционной программы за счет сокращения доли затрат на открытие новых торговых объектов.

Абсолютные показатели количества открытых магазинов различных форматов, планируемых на 2008 год, у крупнейших ритейлеров с устойчивым финансовым положением стабилизируются на уровне 2007 года, а у сетей, характеризующихся наличием финансовых проблем ("Гроссмарт" и "Патэрсон") сократятся, если данные сети не станут объектами сделок M&A.

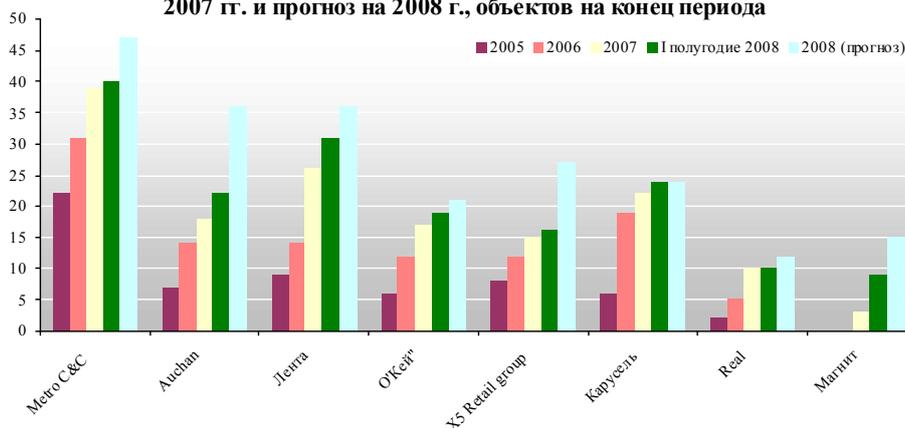
Среди форматов розничной торговли наиболее динамичный рост будет демонстрировать гипермаркет, который на протяжении 2008-2010 гг. будет являться наиболее перспективным как для реализации стратегии региональной экспансии, так и осуществления мультиформатной концепции развития в стратегически важных регионах. Драйверами развития данного формата в 2008 году будут следующие ритейлеры:

- "Магнит", который существенно активизировал развитие формата гипермаркет с торговой галереей по сравнению с 2007 годом и планирует реализовать комплекс мероприятий в сфере ассортиментной и маркетинговой политики для повышения операционной эффективности данного торгового формата. По итогам 2008 года сеть "Магнит" планирует увеличить сеть гипермаркетов не менее чем на 15 торговых объектов;
- "Вестер", который в течение 2008 года планирует открыть не менее 20 крупноформатных супермаркетов и гипермаркетов;
- "Ашан", который после завершения ребрендинга гипермаркетов "Рамстор" будет располагать двумя подформатами (гипермаркет "Ашан" и мини-гипермаркет "Ашан-сити") и почти вдвое увеличит сеть торговых объектов;
- X5 Retail Group, которая помимо приобретения действующих и строящихся гипермаркетов сети "Карусель", планирует открытие не менее 4 гипермаркетов "Меркадо суперцентр" и 8 мини-гипермаркетов площадью до 4 тыс. кв. м.;
- "МЕТРО Кэш энд Керри", которое стабильно открывает не менее 8 торговых комплексов в год на протяжении последних 4 лет и в 2008 году планирует сохранить данные темпы.





Динамика количества гипермаркетов сетей FMCG РФ в 2005-2007 гг. и прогноз на 2008 г., объектов на конец периода



Несмотря на возможное снижение темпов роста, продолжают динамично развиваться сети гипермаркетов "Лента" (акционеры которой в апреле пришли к соглашению о стратегии развития бизнеса), "О'Кей" (несмотря на перенос акцента в развитии на формат супермаркет "О'Кей Экспресс") и "Седьмой континент" (который в I квартале 2008 года открыл три гипермаркета, планировавшиеся к открытию конец 2007 года). Кроме того, планы по развитию сети гипермаркетов анонсировала ГК "Виктория". Таким образом, по итогам 2008 года в сегменте гипермаркетов конкуренция между российскими и международными ритейлерами ужесточится (в том числе в результате выхода на российский розничный рынок сети "Карфур"), а разрыв в количестве торговых объектов у крупнейших участников рынка существенно сократится.

Таким образом, в 2008 году в развитии сетей крупноформатных магазинов и магазинов малых форматов сохранились сформировавшиеся в 2007 году разнонаправленные тенденции:

- **сети крупноформатных магазинов** (гипермаркет, супермаркет) получили больше возможностей для расширения присутствия как в новых регионах, так и в традиционных регионах присутствия ввиду того, что в большинстве региональных городов реализуется значительное количество проектов по строительству торговых и торгово-развлекательных комплексов, а также высокой рентабельности собственных девелоперских проектов (гипермаркет плюс торговая галерея) ритейлеров;
- **сети магазинов небольших форматов** (дискаунтер, универсам) продолжают сталкиваться с дефицитом торговой недвижимости и вынуждены будут увеличивать размеры инвестиционной программы или снижать темпы открытия магазинов ввиду необходимости приобретения площадей в собственность и роста арендных ставок на помещения площадью менее 1000 кв. м.

ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст раздела содержит прогноз показателей сетей гипермаркетов на 2008 год





Раздел VIII. Перспективы развития основных форматов торговли в России в 2008-2010 гг.

В 2006-2008 гг. в российской розничной торговле произошли существенные изменения в развитии форматов магазинов, обусловленные следующими факторами:

- увеличением доли сетевых магазинов и повышением конкуренции за потребителей и торговые площади;
- ростом доходов потребителей и повышением требований к ассортименту, оформлению торгового зала и перечню сопутствующих услуг магазинов;
- дефицитом торговой недвижимости, ростом ее стоимости и увеличением процентных ставок.

Перечисленные выше факторы обусловили формирование ряда тенденций в развитии основных форматов розничной торговли: дискаунтер, магазин у дома, супермаркет, гипермаркет и "кэш энд кэрри".

Перспективы развития формата гипермаркет в России в 2008-2010 гг.

Развитие гипермаркетов в настоящее время является стратегическим приоритетом практически для всех крупных федеральных ритейлеров становится развитие формата гипермаркет. Фактически речь идет о развитии двух форматов:

- крупноформатных гипермаркетов площадью более 4000 кв. м. и ассортиментом более 40000 наименований, размещаемых в отдельно стоящих зданиях или торговых комплексах и, как правило, включающих торговую галерею;
- мини-гипермаркетов площадью до 4000 кв. м., которые близки к крупноформатным супермаркетам, характеризуются меньшим количеством ассортиментных позиций, более низкой долей непродовольственных товаров и отсутствием торговой галереи.

Преимущественно развитие формата гипермаркет обусловлено следующими особенностями розничного рынка и рынка коммерческой недвижимостью России:

- огромной площадью в России и, соответственно, длительным сроком, высокой стоимостью и сложностью осуществления региональной экспансии посредством открытия магазинов площадью менее 1000 кв. м. ввиду необходимости одновременного открытия большого количества магазинов и формирования логистической инфраструктуры для достижения приемлемых показателей операционной эффективности. В условиях дефицита качественной торговой недвижимости подобный путь региональной экспансии способны осуществить только крупнейшие ритейлеры и только в ограниченном количестве стратегически важных регионов;
- резкой активизацией реализации девелоперских проектов по строительству торговых и торгово-развлекательных центров, в результате роста цен и спроса на торговую недвижимость, в городах России, которая привела к значительному расширению предложения качественной торговой недвижимости для размещения крупноформатных торговых объектов.

ДЕМО-ВЕРСИЯ. Полный текст раздела содержит прогноз развития основных форматов торговли на 2008-2010 гг.





Перечень таблиц и графиков

Раздел I. Особенности развития розничной торговли и торговых сетей FMCG в России

Таблицы

- Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2004-2007 гг.
- Количество и региональная структура распределительных центров крупнейших сетей FMCG России в 2007 году
- Распределительные центры X5 Retail Group N.V по состоянию на 01.01.2008 г.
- Распределительные центры торговой сети "Магнит" по состоянию на 01.01.2008 г.
- Распределительные центры торговой сети "Копейка" по состоянию на 01.01.2008 г.

Графики

- Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2003-2007 гг. и прогноз на 2008-2011 гг., %
- Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2003-2007 гг. и прогноз на 2008-2011 гг., млрд. долл.
- Структура использования денежных доходов населения в 2004-2008 гг., %
- Количество магазинов на 1000 человек в 2006 гг. (Россия - 2007 год)
- Доля 5 крупнейших ритейлеров в розничных продажах в 2006 г., % (Россия - 2007 год, FMCG)
- Динамика показателей привлекательности розничного рынка России в 2002-2007 гг.
- Оценка участниками розничного рынка уровня конкуренции, результаты опроса (%)
- Важнейшие неблагоприятные факторы внешней среды для развития розницы в России, результаты опроса (% назвавших данный фактор)
- Количество распределительных центров торговых сетей FMCG в субъектах РФ (представлены регионы, в которых размещено более 3 центров)

Раздел II. Перспективы развития розничной торговли России и особенности стратегии развития торговых сетей

Таблицы

- Динамика основных сегментов розничного рынка России в 2006-2007 гг. и прогноз на 2008-2011 гг., млрд. долл.

Графики

- Перспективность сегментов розничного рынка России, результаты опроса (% назвавших данный сегмент)
- Наиболее перспективные сегменты розничного рынка по мнению российских ритейлеров (% назвавших данный сегмент)
- Наиболее перспективные сегменты розничного рынка по мнению международных ритейлеров (% назвавших данный сегмент)
- Стратегии развития бизнеса российскими ритейлерами, результаты опроса (% назвавших данную стратегию)
- Проблемы при реализации стратегии M&A на российском рынке, результаты опроса (% назвавших данную проблему)
- Варианты привлечения финансирования ритейлерами в России, результаты опроса (% назвавших данный вариант)

Раздел III. История и ключевые особенности развития формата гипермаркетов в России

Таблицы

- Основные показатели гипермаркетов, развиваемых российскими ритейлерами

Раздел IV. Развитие торговых сетей FMCG России формата гипермаркет в 2007 году

Таблицы

- Динамика количества магазинов торговых сетей FMCG России в 2004-2007 гг.
- Динамика величины торговых площадей торговых сетей FMCG России в 2004-2007 гг.
- Динамика выручки торговых сетей FMCG России в 2004-2007 гг.

Графики

- Количество торговых точек по продаже FMCG в городах России с населением более 100 тыс. жителей, тыс. единиц
- Общая торговая площадь торговых точек по продаже FMCG в городах России с населением более 100 тыс. жителей, тыс. кв. м
- Выручка торговых точек по продаже FMCG в городах России с населением более 100 тыс. жителей, млрд. долл.
- Структура оборота розничной торговли в крупных городах РФ в 2007 году, %
- Структура оборота розничной торговли в крупных городах РФ в 2010 году (прогноз), %
- Трехмерная диаграмма Российские сети, развивающие формат гипермаркет: итоги 2007 года
- Динамика количества магазинов сетей FMCG России формата гипермаркет в 2005-2007 гг., объектов на конец года
- Средняя площадь торговых объектов сетей FMCG России в 2006-2007 гг., тыс. кв. м.
- Выручка с 1 кв. м. площади сетей FMCG России в 2006-2007 гг., долл. (оценка)





Раздел V. Развитие торговых сетей FMCG России формата гипермаркет в I полугодии 2008 года

Таблицы

- Динамика количества магазинов торговых сетей FMCG России в 2004-2008 гг.
- Динамика величины торговых площадей торговых сетей FMCG России в 2004-2008 гг.
- Динамика выручки торговых сетей FMCG России в 2004-2008 гг.

Графики

- Количество гипермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в I полугодии 2008 года
- Средняя торговая площадь гипермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в I полугодии 2008 года, кв.м.
- Количество гипермаркетов по типу размещения открытых крупнейшими ритейлерами в I полугодии 2008 года
- Средняя торговая площадь гипермаркетов по типу размещения, открытых крупнейшими ритейлерами в I полугодии 2008 года, тыс. кв. м
- Суммарные площади гипермаркетов, открытых в I полугодии 2008 года, по типу размещения, тыс. кв. м.
- Количество гипермаркетов, открытых в I полугодии 2008 года, по регионам
- Суммарные торговые площади гипермаркетов, открытых в I полугодии 2008 года по регионам, тыс. кв.м
- Количество гипермаркетов, открытых в I полугодии 2008 года по федеральным округам
- Суммарные торговые площади гипермаркетов, открытых в I полугодии 2008 года по федеральным округам, тыс. кв. м.
- Количество крупноформатных магазинов публичных ритейлеров в 2008 году (дата указана в скобках)
- Количество магазинов у дома публичных ритейлеров в 2008 году (дата указана в скобках)
- Средняя площадь гипермаркетов введенных публичными ритейлерами России в I полугодии 2008 года, кв. м.
- Количество гипермаркетов, открытых в I полугодии 2008 года публичными ритейлерами России
- Динамика торговых площадей публичных ритейлеров в 2007-2008 гг., тыс. кв.м.
- Динамика выручки публичных ритейлеров в I полугодии 2008 года, млн.долл.
- Темпы роста выручки публичных ритейлеров, январь-март 2008 г. к январю-марту 2007 г., %
- Темпы роста выручки публичных ритейлеров в I полугодии 2008 года по месяцам, % к предыдущему месяцу

Раздел VI. Анализ деятельности и планы развития сетей гипермаркетов

Таблицы (по отдельным сетям)

- Регионы, в которых компании ... планирует открывать магазины
- Характеристика гипермаркетов сети ..., открытых в I полугодии 2008 года

Графики (по отдельным сетям)

- Динамика торговой площади сети ... в 2004-2008 гг.
- Динамика количества магазинов сети ... в 2004-2008 гг.
- Динамика чистой выручки и инвестиций сети ... в 2004-2008 гг., млн. долл.
- Открытия гипермаркетов сети ... в 2004-2008 гг. по регионам
- Размещение гипермаркетов сети ... в 2004-2008 гг. по регионам

Раздел VII. Прогноз операционных показателей деятельности торговых сетей FMCG России в 2008 году

Графики

- Динамика количества гипермаркетов сетей FMCG РФ в 2005-2007 гг. и прогноз на 2008 г., объектов на конец периода
- Доля крупноформатных объектов некоторых сетей FMCG РФ в 2007 г. и прогноз на 2008 г., % на конец года
- Прирост торговых площадей сетей FMCG РФ в 2005-2007 гг. и прогноз на 2008 год, тыс. кв. м.
- Прирост выручки сетей FMCG РФ в 2005-2007 гг. и прогноз на 2008 год, %
- Динамика выручки сетей FMCG РФ на единицу площади в 2006-2007 гг. и прогноз на 2008 год, тыс. долл. на кв. м.





Стоимость и условия получения:

Исследование "Рынок гипермаркетов и состояние розничной торговли FMCG России"

Дата выхода:	21.07.08
Количество страниц:	120
Язык отчета:	Русский
Способ предоставления:	В электронном виде
Цена:	15 000 руб.

Исследование "Рынок гипермаркетов и состояние розничной торговли FMCG России" посвящено наиболее динамично развивающемуся формату розничной торговли FMCG в России – гипермаркетам. Исследование содержит обзорную и аналитическую информацию об истории, проблемах и перспективах развития гипермаркетов в России и подробную характеристику планов развития 25 сетей, развивающих данный формат. Особое внимание в рамках Исследования уделено итогам деятельности сетей гипермаркетов в 2007 году и I полугодии 2008 года, региональному развитию сетей гипермаркетов, а также планам развития сетей на 2008 год и дальнейшую перспективу.



Отраслевой обзор "Торговые сети: I полугодие 2008 года"

Дата выхода:	21.07.08
Количество страниц:	140
Язык отчета:	Русский
Способ предоставления:	В электронном виде
Цена:	13 000 руб.

В отраслевом обзоре "Торговые сети: I полугодие 2008 года" подведены итоги деятельности торговых сетей FMCG России в 2007 году и I полугодии 2008 года, подготовлен прогноз на 2008 год. В том числе охарактеризованы следующие аспекты: динамика роста количества магазинов, увеличения размера торговой площади, региональное развитие. Кроме того, ИА "INFOLine" проанализировало проблемы и перспективы развития собственных торговых марок (СТМ) российскими ритейлерами и особенности взаимоотношения между производителями и ритейлерами при производстве СТМ.



Периодический отраслевой обзор «Торговые сети FMCG РФ»

Периодичность:	Ежеквартально
Количество страниц:	Около 200
Язык отчета:	Русский
Способ предоставления:	В электронном виде
Цена за месяц:	7500 руб.

Периодический отраслевой обзор – это постоянно обновляющееся издание, включающее в себя обобщающую за квартал макроэкономическую, статистическую и новостную информацию о развитии розничной торговли и торговых сетей в России. Обзор подготавливается регулярно с 2005 года.





Периодический отраслевой обзор «Планы развития и основные события торговых сетей FMCG в России»

Периодичность:	Ежемесячно
Количество страниц:	Около 30
Язык отчета:	Русский
Способ предоставления:	В электронном виде
Цена за месяц:	5 000 руб.

Периодический отраслевой обзор **Планы развития и основные события торговых сетей FMCG в России** – это постоянно обновляющееся издание, включающее в себя макроэкономическую, статистическую и новостную информацию за месяц о развитии розничной торговли и торговых сетей в России.



Аналитическая база «230 торговых сетей FMCG РФ»

Дата выхода:	15.10.2007
Количество страниц:	250
Язык отчета:	Русский
Способ предоставления:	В электронном виде
Цена за месяц:	12 000 руб.

Аналитическая база данных "Торговые сети FMCG России" является уникальным продуктом на рынке России и включает ДВА основных элемента.



1. База **"230 торговых сетей FMCG в 18 регионах России"**, в которой приведено описание торговых сетей, представленных на рынке региона или планирующих выход на него в 2007-2008 гг., в том числе федеральных, межрегиональных и местных, включающее информацию об истории развития торговой сети в регионе, обороте за 2004-2006 год, количестве магазинов по форматам и торговых площадях, а также планах развития в регионе. В базе приведена контактная информация по торговым сетям (указаны телефон и адрес филиала, представительства или крупноформатного магазина либо, если компания не раскрывает их – контактные данные центрального офиса). В разделах "Описание федеральных сетей, анонсировавших выход на рынок региона" и "Описание небольших торговых сетей" – величина торговой площади. Количество информации по сети прямо пропорционально ее роли на рынке розничной торговли России.
2. Исследование **"Состояние сетевой розничной торговли в 18 регионах России"**, 15 из которых являются наиболее привлекательными для развития сетевой розничной торговли развитию розничной торговли и торговых сетей в России.

Для оплаты исследования или любого другого продукта Вам необходимо отправить реквизиты по факсу: (495) 772-7640, (812) 322-6848 или по почте: mail@infoline.spb.ru Срок предоставления электронной версии 1 день, печатной 1 неделя с момента получения подтверждения оплаты.

Информация об агентстве "INFOLine"

Информационное агентство "INFOLine" было 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. В анализе рынков и отраслей нам доверяют: "Данон", "Талосто", "Тавр", "Магнит" и многие другие.

