

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

# Бизнес-справка по сети «Лента»

## Рейтинг торговых сетей и обзор рынка FMCG.

Демо-версия



# ЛЕНТА



## Содержание бизнес-справки по сети «Лента»

Об Исследовании «Бизнес-справка по торговым сетям FMCG России» .....	4	страницы
<b>Раздел 1. Рейтинг торговых сетей и краткий обзор рынка FMCG .....</b>	<b>10</b>	<b>страниц</b>
1.1. Показатели экономики и розничной торговли России.....	2	страницы
1.2. Динамика показателей ТОП-100 крупнейших сетей России .....	4	страницы
1.3. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России.....	2	страницы
1.4. Обзор рынка розничной торговли FMCG России.....	2	страницы
<b>Раздел 2. Бизнес-справка по торговой сети FMCG «Лента» .....</b>	<b>16</b>	<b>страниц</b>
Контактные данные.....		
История развития сети .....		
Акционерный капитал.....		
Структура Lenta Ltd. ....		
Конфликт между акционерами .....		
Операционные показатели.....		
Основные показатели форматов .....		
Финансовые показатели.....		
Долговая нагрузка .....		
Региональная представленность .....		
Логистика .....		
Private label.....		
Перспективы развития.....		
Отчетность по РСБУ .....		

### 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. Исследования и периодические обзоры ИА «INFOLine» используют в работе крупнейшие ритейлеры FMCG («X5 Retail Group», «Магнит», «Auchan», «Metro cash&carry», «Лента», «О'Кей»), производители (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars), дистрибуторы (ГК «Мегаполис»), финансовые (ФК «Уралсиб», «МДМ-Банк») и сервисные компании (ГК «Сервис-плюс», Wincor-nixdorf).



Дополнительную информацию Вы можете получить на сайтах [www.infoline.spb.ru](http://www.infoline.spb.ru) и [www.advis.ru](http://www.advis.ru)

## Об Исследовании «Бизнес-справка по торговым сетям FMCG России»

Торговля является не только одним из крупнейших работодателей, обеспечивая занятость более 12 млн. жителей России, но и отраслью, где российские компании демонстрируют наиболее высокую по сравнению с другими отраслями производительность труда. При этом ключевой вклад в эффективность бизнеса вносят не только торговые технологии, по уровню которых Россия стремительно догоняет страны Европы и США, но и предпринимательский талант российских бизнесменов, которые смогли всего за 10 лет с нуля построить розничные сети с оборотом в миллиарды долларов, а также высокий профессионализм российских менеджеров, которые на равных борются с грандами международной торговли, представленными в России. ИА «iNFOLine» уже более 8 лет анализирует развитие розничной торговли России, Украины, Белоруссии и Казахстана и в отдельных сегментах ритейла (FMCG, DIY, Online, Fashion и др.).

В рамках данной работы во II квартале 2012 года ИА «iNFOLine» был выпущен новый продукт «Бизнес-справка по торговым сетям России: Рейтинг торговых сетей и обзор рынка». Основная цель данного продукта – предоставление информации о торговых сетях, работающих в различных сегментах российского розничного рынка, а также удовлетворение потребностей в оперативной, статистической и аналитической информации о российском розничном рынке и его отдельных сегментах.

«Бизнес-справка по торговым сетям России: Рейтинг торговых сетей и обзор рынка» включает два раздела: 1) состояние рынка и рейтинг сетей 2) бизнес-справка по торговой сети:

- **Раздел 1. Рейтинг торговых сетей и обзор рынка FMCG:**
  - **1.1. Основные показатели экономики и розничной торговли России**, где представлена ситуация на розничном рынке России и структуре розничной торговли и составе рейтинга ТОП-100 ритейлеров, динамике спроса на потребительском рынке (*размер раздела 2 страницы*);
  - **1.2. Динамика показателей ТОП-100 крупнейших торговых сетей России**, где представлена информация о развитии и структуре рейтинга ТОП-100 по основным сегментам торговли (*размер раздела составляет 4 страницы*);
  - **1.3. Рейтинг крупнейших ритейлеров FMCG России**, который содержит ранговый рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента, а также количественные рейтинги ритейлеров по выручке, величине торговых площадей, количеству магазинов (*размер раздела 2 страницы*);
  - **1.4. Обзор рынка розничной торговли FMCG России** (также доступны обзоры по рынкам DIY, БТЭ, мобильных телефонов, аптек, парфюмерии и косметики, Fashion и детских товаров) в котором приведены динамика емкости и анализ тенденций развития рынка (*размер раздела 2 страницы*);
- **Раздел 2. Бизнес-справка по торговой сети FMCG**, которая содержит<sup>1</sup>:
  - историю развития;
  - акционерный капитал;
  - операционные показатели (количество магазинов, торговая площадь);
  - основные показатели форматов торговли;
  - финансовые показатели,
  - региональная представленность,
  - логистика и распределительные центры,
  - собственные торговые марки,
  - финансовая отчетность по МСФО/РСБУ
  - перспективы развития.

В рамках подготовки продукта «Бизнес-справка по торговым сетям России: Рейтинг

<sup>1</sup> Для некоторых сетей возможно наличие дополнительных или отсутствие каких-либо разделов



торговых сетей и обзор рынка» ИА «INFOLine» использованы следующие источники:

- экспертные опросы и интервью с представителями торговых сетей;
- материалы торговых сетей (пресс-релизы, материалы с сайтов, отчеты, проспекты эмиссий ценных бумаг и инвестиционные меморандумы);
- данные финансовой отчетности сетей по российским и международным стандартам;
- услугу «Тематические новости: Торговые сети» и архив материалов с 2001 года по тематике «Торговые сети», а также материалы СМИ.

Потребителями подготовленного специалистами ИА «INFOLine» продукта «**Бизнес-справка по торговым сетям России: Рейтинг торговых сетей и обзор рынка**» могут являться:

- отделы маркетинга и менеджмент торговых сетей;
- отделы маркетинга, развития и продаж компаний, производящих продукцию для предприятий розничной торговли или предоставляющих услуги розничным сетям;
- менеджмент, отделы стратегического планирования и отделы по работе с клиентами банков, страховых, факторинговых и IT-компаний;
- частные и институциональные инвесторы, владеющие или планирующие приобрести активы в российской сетевой розничной торговле.

Кроме **Бизнес-справок по торговым сетям** ИА "INFOLine" в 2011-2012 гг. выпущен исследований по розничному рынку в целом, его ключевым сегментам, а также смежным рынкам:

- **Исследование ["INFOLine Retailer Russia TOP-100"](#)**, в котором представлены: динамика ключевых показателей розничной торговли РФ, динамика ключевых показателей по совокупности ТОП-100 ритейлеров, обзоры рынков FMCG, БТЭ, DIY и товаров для дома, мобильных телефонов, аптек, парфюмерии и косметики, Fashion и детских товаров. Исследование также содержит структурированную информацию о развитии торговых сетей, слияниях и поглощениях, итогах деятельности и инвестиционных планах, а также бизнес-справки по ТОП-100 крупнейших ритейлеров России;
- **Исследование ["INFOLine Developer Russia TOP-100"](#)**, в котором охарактеризовано состояние рынка торговой недвижимости в 32 городах и регионах России, проведен сравнительный анализ рынка торговых центров 32 городов и регионов, разработан прогноз развития российского рынка торговых центров до 2015 года и охарактеризовано ключевые тренды 2011-2012 гг., а также охарактеризованы ТОП-30 крупнейших собственников торговых центров России;
- **Исследование ["Розничная торговля FMCG России. Итоги 2011 года. Прогноз до 2015 года"](#)**, в котором ИА "INFOLine" агрегирован весь многолетний опыт Исследований розничной торговли России, и которое включает прогноз макроэкономических показателей России, описание текущего состояния и прогноз развития розничной торговли России, оценку основных аспектов государственного регулирования торговли и законопроекта "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ", характеристику основных тенденций и ключевых операционных показателей развития торговых сетей FMCG, подробные бизнес-справки по ТОП-10 крупнейших ритейлеров России и 77 ритейлерам FMCG второго эшелона, анализ развития и прогноз перспектив форматов торговли, анализ ситуации в экономике и розничной торговле, состояния розничной торговли в 30 регионах;
- **Исследование ["Розничная торговля DIY России. Итоги 2011 года. Прогноз до 2015 года"](#)**, описание текущего состояния и прогноз развития розничной торговли DIY и Household России, характеристику основных тенденций и ключевых операционных показателей развития торговых сетей DIY и Household, рейтинг крупнейших сетей DIY и Household, бизнес-справки по ТОП-20 крупнейших ритейлеров DIY и Household России, а также базу 170 ритейлеров DIY и Household России;
- **Исследование ["Собственные торговые марки сетей FMCG России. Итоги 2010 года. Прогноз до 2013 года"](#)**, в котором систематизированы сведения о типах собственных торговых марок, направлениях и стратегиях их развития, этапах эволюции подходов к созданию СТМ на мировом и российском рынке, представлена полная классификация СТМ по обширному перечню критериев, проведен анализ влияния экономического кризиса на мировой рынок потребительских товаров, сформулирован прогноз на 2011-2013 гг. Дана оценка потенциала развития СТМ на рынке FMCG России до 2013 года.

ИА «INFOLine» подготовлены **бизнес-справки** более чем по **200 торговым сетям** по всех основных сегментах розничного рынка:

- **Сегмент DIY:** Леруа Мерлен Восток, ООО / Торговая сеть "Леруа Мерлен"; ОБИ Франчайзинговый центр, ООО / Торговая сеть "ОБИ"; Касторама Рус, ООО / Торговая сеть "Castorama"; Максидом, ООО / Торговая сеть "Максидом"; Роса, ООО / Торговая сеть

"Строительный двор"; СТД "Петрович", ООО / Торговые сети "Петрович", "Уровень"; Строймастер, ЗАО / Торговая сеть "К-РАУТА"; Корпорация СБР, ГК / Торговая сеть "Метрика"; Трест СКМ, ГК / Торговые сети "СуперСтрой", "СтройАрсенал"; ХК Домоцентр, ООО / Торговые сети "ДомоЦентр", "Прораб", "Практик", "Стройкин", "Абрис"; Аксон Холдинг, ЗАО / Торговая сеть "Аксон"; Бауцентр Рус, ООО / Торговая сеть "Бауцентр"; ГК "Нэкс" / Торговые сети "Старик Хоттабыч" и "СтройДепо"; СХ Трейдинг, ООО (ГК "Нэкс") / Торговая сеть "Старик Хоттабыч"; СтройДепо, ЗАО (ГК "Нэкс") / Торговая сеть "СтройДепо"; Стройландия, ООО / Торговая сеть "Стройландия" (ранее "Евростиль"); Кротекс, ЗАО (ГК "Крокус") / Торговая сеть "Твой Дом"; Управляющая Компания "Старт", ЗАО / Торговые сети "Старт", "Домовой"; Агава, ООО / Торговые сети "Агава", "МЕГАСТРОЙ"; Хоум Сентерз, ООО / Торговая сеть "Хоум Центр"; Бэль Парфюм, ООО (ГК "Ташир") / Торговая сеть "Наш Дом";

- **Сегмент Household:** ИКЕА Дом, ООО / Торговая сеть "ИКЕА"; ПланетаСтрой, ООО / Торговая сеть "Уютерра"; Новэкс, ООО / Торговая сеть "Новэкс"; Домашний Интерьер, ООО / Торговая сеть "Hoff" (ранее "kika");
- **Сегмент FCMG:** X5 Retail Group N.V. / Торговые сети "Пятерочка", "Перекресток-экспресс", "Перекресток", "Пятерочка Макси", "Карусель", Магнит, ОАО / Торговая сеть "Магнит", Группа Auchan / Торговая сеть "Auchan" и "Atac", Metro Group / Торговые сети "Metro Cash&Carry" и "Real", ГК О'Кей / Торговые сети "О'Кей" и "О'Кей-Экспресс", Лента, ООО / Торговая сеть "Лента", Дикси Групп, ОАО / Торговая сеть "Дикси", "Мегамарт", "Минимарт", "Виктория-квартал", "Дешево", "Семейная копилка", "КЭШ", Седьмой континент, ОАО / Торговая сеть "Седьмой континент" и "НАШ гипермаркет", "Spar" ("Спар Ритейл", "Спар Централ Регион Консалтинг", "Спар Миддл Волга", "Спар Поволжье", "СВА Трейдинг" (ранее "Спар Восток")), "Холидей, Холди, Палата (ГК "Холидей"), "Линия" (Корпорация Гринн, ЗАО); "Универсам удачных покупок, Лидер Экономии, Супермаркет, Столичный, Бахетле, Правильное пиво"(ГК Новые торговые системы); "Ситистор"(Энка ТЦ, ООО); "Кировский"(Лев, ООО и др.); "Поляна, Чибис"(ГК Система Регион Март); "Villa (Билла, ООО); "Азбука вкуса"(Городской супермаркет, ООО); "Бахетле"(Бахетле-1, ООО); "Полушка (Уфа)"(Форвард, ЗАО); "Народная 7Я, Идея, Spar"(ТД Интерторг, ООО); "Молния, Spar (франчайзинг)"(Молл, ООО); "Авоська"(Авоська-два, ООО); "Полушка (Санкт-Петербург), Лайм, Е-да!"(Любавушка, ООО); "Горожанка, Мегас, Сибирский гигант"(ТХ Сибирский Гигант); "Диско, Семья"(Семья, ООО (Пермь)); "Байрам (ранее Пятерочка (франчайзи в Башкортостане))"(Салют-Торг, ООО); "Эссен"(Оптовик, ООО); "Эдельвейс"(Казанский дом, ОАО); "Айкай, Грошэль, Лукоморье, Лукошко, Минимаркет"(Айкай, ООО); "Алые Паруса"(ГК Алые Паруса); "Вольный купец, Тележка, Тверской купец"(Ритм-2000, ООО); "Мария-Ра"(ГК Мария-Ра); "Пятерочка (франчайзи в Волгоградской области)"(Тамерлан, ООО); "Виват, Дельта, Кубок"(Виват-Трейд, ООО); "Аникс, Браво"(ТД Аникс, ООО); "Утконос, Перекресток-экспресс"(Новый Импульс-50, ООО); "Ижтрейдинг, Три банана"(Ижтрейдинг, ООО); "Матрица"(Универсал-Трейдинг, ООО); "Монетка, Райт"(ГК Элемент-Трейд); "Вестер, Сосед"(ГК Вестер); "Купец"(Элитторг, ООО); "Магнолия"(Т и К Продукты, ЗАО); "Globus"(Гиперглобус, ООО); "Гроздь"(Центр Реструктуризации, ООО); "Радеж, Эконом"(Радеж, ООО); "4 Сезона, Апельсин, Эконом"(Тверской продукт, ООО); "Европа"(Европа, ООО (Курск)); "Великолукский мясокомбинат"(ГК Великолукский мясокомбинат); "Железнодорожная торговая компания"(Железнодорожная торговая компания, ОАО); "Дисма, Пять шагов, Сигма, У дома, Ромашка"(НП "Панорама Ритейл"); "Евророс, Твой"(ТД ЕвроНорд, ООО); "Свежие продукты"(Сеть супермаркетов Свежие продукты, ООО); "Центросоюз"(ЦентрСоюз РФ); "Selgros C&C"(Зельгрос, ООО); "Даяна, Ритейл Северо-Запад"(ГК Даяна); "Быстроном, Сантимо"(Мегаторг, ООО); "Репка, Еда, Поворот, Наш магазин, Победа!"(ГК Наш Магазин); "Центрторг"(Центрторг, ОАО); "Пятерочка (франчайзи в Республике Татарстан)"(Ак Барс Торг, ООО); "Гулливер"(Восход, ОАО); "Prisma"(Призма, ООО); "Вершина"(Фирма Опт-Торг, ООО); "Ассорти продукты"(ГК Ассорти Продукты); "Все на свете, Глобус, Уржумка, Вино"(ГК Глобус плюс); "Гурман, МАН, Плюс, Суперман, МиниМАН"(Ман, ООО); "Пятью-пять (ранее Пятерочка (франчайзи в Воронежской области))"(Висант-торг, ЗАО); "Браво, Мосмарт, Пчелка"(Холдинг "Партнер"); "Командор"(Элита-98, ООО); "Покровский, Станица"(Станица, ООО); "Посадский"(Шэд, ООО); "Геомарт"(Геомарт-ритейл, ООО); "Фреш, Фреш Лайт, Находка"(Европа, ООО (Санкт-Петербург)); "Пчелка, Элит, Карамель"(Элит, ООО); "Почта России"(Почта России, ФГУП); "Добрыня"(Добрыня, ООО); "Империя продуктов, Фреш"(ТД Мега-Дон, ООО); "Глобус Гурмэ"(Столичная Торговая Компания, ООО); "Мясновъ"(ГК Мясновъ); "Покупочка (ранее Пятерочка (франчайзи в Самарской области))"(Агроторг-Самара, ООО); "Пятерочка (франчайзи в Саратовской области)"(Волгаторг, ООО); "EURO"(Стэр, ООО); "Меркурий (Самара)"(МПР, ООО); "Лотос М"(Лотос М, ООО); "Солнечный круг"(ГК Солнечный круг); "Универсал"(ГК ОРТ Универсал); "Райцентр, Рай цен, Точка"(ГК Райцентр(Холдинг "ВТК")); "Остап"(ГК Остап); "Пролетарский"(Арон, ООО); "Табрис"(ТВК-Р, ООО); "Камилла"(ТД Камила, ООО); "Бест-Маркет"(Бест-Маркет,





ООО); "Элект"( Элект, ООО); "Фикс прайс"( Бэст Прайс, ООО); "Росинка", "Паллада", "Апельсин" (ГК Регион-Продукт); "Диксика"( ТС Диксика, ООО); "Норма"( Норма, ООО); "Петровский, Петромост"( ГК Петровский); "Байрам"( Торг Мастер, ООО); "Добрыня, Новый век" (ГК "Новый век"); "Оливье"(Смарт Велью Ритейл, ЗАО); "Журавли"( Ритэйл, ООО); "Эконом"( Эконом, ООО); "Столичный"( Юлена, ЗАО); "Пеликан"(Неотрейд, ООО); "Башспирт ТД"( ТД Башспирт, ООО); "Метрополис" (ГК Метрополис); "Север, Экономка, Ноград, Акватория"(Акваркет, ООО); "Все будет ОК", "Цезарь" (ГК "Русский Север"), описание Союза Независимых Сетей России (СНСР) и Федерального закупочного союза Система "ТЗС" в которые входят "АБК" (Москва), "Высшая Лига" (Кострома), "Городок" (Астрахань), "Ижтрейдинг" (Ижевск), "Лама" (Томск), "Любимый магазин" (Самара), "Макаровский" (Муром), "Семья" (Волжский), "Семья" (Калининград), "Семья" (Магнитогорск), "Караван" (Пенза), "Альбатрос" (Московская область), "Артемиды-Дон" (Волгодонск), "Бегом к нам" (Новосибирск), ГП "Панорама Retail" (г. Архангельск и Архангельская область), "Каравай" (Красноярск), "Квартал" (Великий Новгород), "Наш маг" (Ростовская область), "Праздничный" (Калуга), "О'Кей" (Юрга), "Ринг+" (Орск), "Дуслык" (Набережные Челны), "Дворцовый ряд" (г. Ульяновск), "Слобода" (Коми), "Петрович" (Архангельская область), "7 Копеек" (Стерлитамак), "Телекс" (Великие Луки), "КТК" (Мурманск). Сети-партнеры "Системы "ТЗС"": "Аникс" (Бийск), "Елисей" (Екатеринбург), "Милена" (Балаково), "Рост" (Сургут), "Слата" (Иркутск), "Челны-Хлеб" (Набережные челны), "Барс" (Рязань), "Ярмарка" (Пермь), "Добрыня" (Пермь), "Красный Яр" (Красноярск), "Покупай-ка" (Липецк), "Квартал" (Тула), "Смак" (Чебоксары), "Миндаль" (Тольятти) и "Телекс" (Великие Луки), "Альбатрос" (Московская область), "7 Копеек" (Республика Башкортостан), "Тройка" (Ставропольский край), компания "КТК" (Мурманская область), "Смак" (Республика Чувашия), "Евророс" (Мурманская область), "Радость" (Кемеровская область) и "Айгуль" (Республика Саха), "Квартал-Тула" (Тульская область) и другие члены СНСР "Миндаль", "Телекс", "Континент вкуса", "Аяврик", "БиМ", "В десятку", "Гросфуд", "Дом еды", "Закамье", "Тэмле", "Кайрос", "Любимые продукты", "Модерн", "Миларт" (ТЦ вАСТОРг), "Альбатрос", "7 копеек", "Тройка", "Холодильник", "Айгуль", ГК "Сибирские широты" (Торговая сеть "Радость");

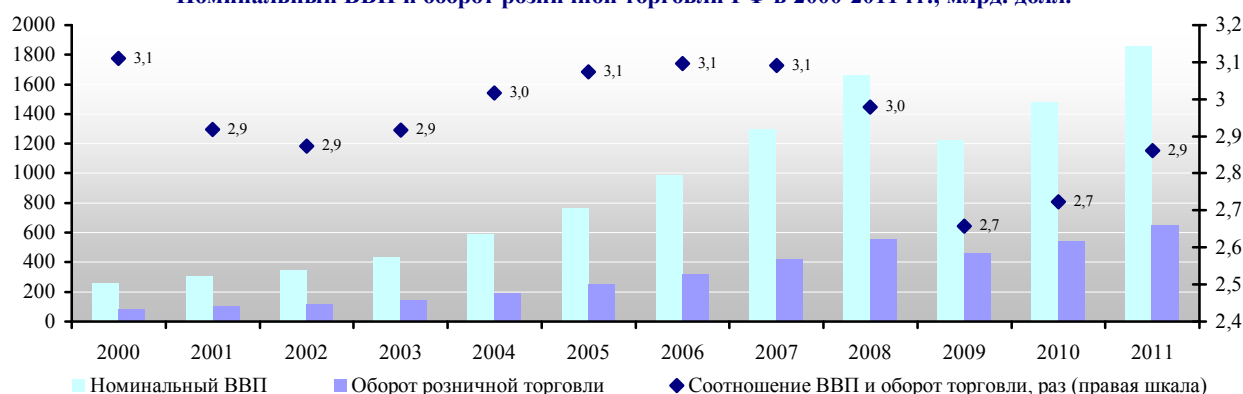
- **Сегмент бытовой электроники:** М.Видео, ООО / Торговая сеть "М.Видео"; Эльдорадо, ООО / Торговая сеть "Эльдорадо"; Медиа Маркт Сатурн, ООО / Торговые сети "Media Markt", "Saturn"; СервисТрейд, ООО / Торговая сеть "Техносила"; ГК «ДОМО» / Торговая сеть "ДОМО"; Корпорация "Центр" / Торговая сеть «Центр»; ГК "Рембыттехника" / Торговая сеть «Эксперт»;
- **Сегмент мобильных устройств:** Евросеть-Ритейл, ООО / Торговая сеть "Евросеть"; Группа компаний Связной (Связной Логистика, ЗАО) / Торговая сеть "Связной"; Русская телефонная компания, ЗАО / Торговая сеть "МТС"; МегаФон-ритейл, ОАО / Торговая сеть "Мегафон"; Вымпелком, ОАО / Торговая сеть "Билайн";
- **Сегмент компьютерной техники:** Компьютерный центр ДНС, ООО / Торговая сеть "DNS"; Белый ветер Цифровой, ООО / Торговая сеть "Белый ветер-Цифровой"; re:Store Retail Group / Торговые сети re:Store, Nokia, Sony, LEGO, Sumsung; Торговая сеть "Polaris"; Кей, ООО / Торговая сеть Компьютерный центр "КЕЙ"; ГК «Компьютерный мир» / Торговая сеть "Компьютерный мир"; ГК "Merlion" / Торговые сети Ситилинк, Ситилинк mini, Позитроника; Юлмарт, ЗАО / Торговая сеть «Юлмарт»;
- **Аптечный сегмент:** Аптеки 36,6, ЗАО / Торговая сеть "Аптека 36,6"; Ригла, ООО / Торговая сеть "Ригла"; А5 Group (ТС Аптечка, ОАО и др.) / Торговая сеть "А5"; Фармакор, ЗАО / Торговая сеть "Фармакор";
- **Сегмент Fashion (розничная торговля одеждой, обувью и спортивными товарами):** ГК «Спортмастер» (Спортмастер, ООО) / Торговая сеть "Спортмастер"; ГК «Спортмастер» (Остин, ООО) / Торговая сеть "O'STIN"; Торговый дом Центробувь, ЗАО / Торговые сети "ЦентрОбувь", "Centro"; Bosco di Ciliegi, ГК / Торговые сети "BoscoFamily" и другие; ГК «Inditex» (ЗАРА СНГ, ЗАО) / Торговые сети Zara, Bershka, Massimo Dutti, Pull & Bear, Stradivarius, Oysho; Стокманн, ЗАО / Торговая сеть "Стокманн" (Stockmann); Адидас, ООО / Торговые сети "Adidas", "Reebok" и другие; Глория Джинс, ОАО / Торговые сети "GloriaJeans", "Gee Jay"; Август, ООО / Торговая сеть "OGGI/oodji"; Мэлон Фэшн Груп, ОАО / Торговые сети "ZARINA" ("Ci Mi"), "befree", "LOVE REPUBLIC", "Women'Secret", "SPRINGFIELD"; Модный Континент, ОАО / Торговая сеть «Инсити» (InCity); Монэкс Трейдинг, ООО / Торговые сети Mothercare, American Eagle, The Body Shop и другие;
- **Сегмент торговли парфюмерией и косметикой:** Алькор и Ко, ООО / Торговая сеть "Л'Этуаль", "BON JOLI"; Арома Люкс, ООО / Торговая сеть "Rive Gauch (Рив Гош)"; Единая Европа-С.Б., ОАО / Торговая сеть "ILE DE BEAUTE", "Sephora";
- **Сегмент детских товаров:** Детский Мир-Центр, ОАО / Торговая сеть "Детский мир" ; Дети, ЗАО и Спецобслуживание, ЗАО / Торговые сеть "Здоровый Малыш" и "Дети"; «Кораблик-Р», ООО / Торговая сеть «Кораблик».



## Показатели экономики и розничной торговли России

В июне 2012 года ИА «INFOLine» и ИД «Retailer» подвели итоги 2011 года в российской розничной торговле и представили рейтинг «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100» - ведущие розничные компании России с совокупным товарооборотом более 3,1 триллионов рублей (без учета НДС). Следует отметить, что российский розничный рынок в большинстве сегментов является достаточно «зрелым» и высококонкурентным, несмотря на то, что уровень концентрации, как правило, ниже, чем в странах Европы и США. При этом ключевыми факторами, негативно влияющими на развитие сетевой розничной торговли являются недостаток квалифицированных кадров, нехватка качественных помещений и высокий уровень арендных ставок, а также бюрократия и коррупция на уровне местных властей и контролирующих ведомств. В то же время российский потребительский рынок в физическом выражении продолжает расти, а высокий уровень инфляции в сочетании с укреплением курса рубля позволил ему по итогам 2011 года сохранить лидирующие позиции в Европе.

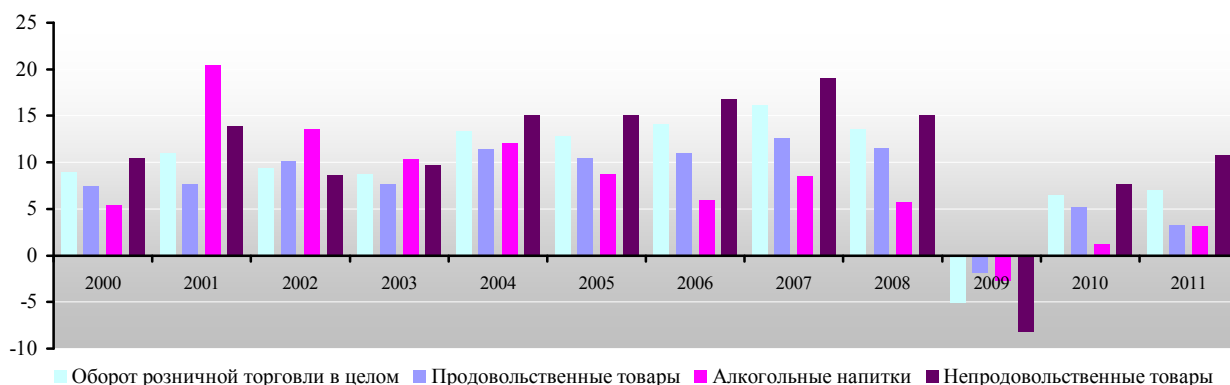
Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2000-2011 гг., млрд. долл.



\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

В структуре оборота розничной торговли наиболее высокие среднегодовые темпы роста в 2005-2008 и 2010-2011 гг. наблюдались по группе непродовольственных товаров. Долгосрочная динамика и структура оборота розничной торговли по видам товаров приведена на диаграмме.

Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2011 гг., %



\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

Уровень консолидации рынка в отдельных сегментах розничной торговли характеризуется высокой неравномерностью, в связи с чем структура выручки участников рейтинга «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100» по сегментам существенно отличается от структуры оборота розничной торговли. При этом высокий уровень консолидации в сегментах бытовой техники и электроники, мобильных телефонов, компьютерной техники и DIY обусловил широкую



представленность ритейлеров в рейтинге ТОП-100 и долю в структуре выручке ТОП-100 по сравнению с долей сегмента в обороте розничной торговли. Сравнительный анализ структуры выручки ТОП-100 ритейлеров и оборота розничной торговли России в 2011 году представлен в таблице.

Структура оборота розничной торговли в 2000-2011 гг. и представленность ритейлеров в рейтинге ТОП-100

Группа товаров	2000	2002	***	2009	2010	2011	Название в рейтинге ТОП-100	Количество сетей в ТОП-100	Доля сегмента в выручке ТОП-100, %	Доля сетей, входящих в ТОП-100 в сегменте, %
Всего оборот розничной торговли	***	***	***	***	***	***				
Продовольственные товары	***	***	***	***	***	***				
Папиросы и сигареты	***	***	***	***	***	***	FMCG	49	***	***
Средства моющие синтетические	***	***	***	***	***	***				
Мыло	***	***	***	***	***	***				
Непродовольственные товары, в т. ч.	***	***	***	***	***	***	—	51	***	***
Ткани	***	***	***	***	***	***				
Верхняя одежда и нательное белье (с 2000 до 2008 года верхняя строка изделия швейные, а нижняя – трикотажные)	***	***	***	***	***	***	Одежда и обувь, спорт	11	***	***
Спортивные товары	***	***	***	***	***	***				
Меха и меховые изделия	***	***	***	***	***	***				
Изделия чулочно-носочные	***	***	***	***	***	***				
Обувь кожаная	***	***	***	***	***	***	Косметика	3	***	***
Изделия парфюмерно-косметические	***	***	***	***	***	***				
Радиоприемники и носители информации	***	***	***	***	***	***	Бытовая техника и электроника	7	***	***
Телевизоры	***	***	***	***	***	***				
Видеомагнитофоны	***	***	***	***	***	***				
Холодильники и морозильники	***	***	***	***	***	***				
Машины стиральные	***	***	***	***	***	***	Мобильные телефоны	4	***	***
Аудиоаппаратура	***	***	***	***	***	***				
Мобильные телефоны	***	***	***	***	***	***	Компьютерная техника	7	***	***
Компьютеры	***	***	***	***	***	***				
Автомобили и детали для них	***	***	***	***	***	***	Данные сегменты в ТОП-100 не включены			
Мотоциклы и мотороллеры	***	***	***	***	***	***				
Велосипеды и мопеды	***	***	***	***	***	***				
Бензины автомобильные	***	***	***	***	***	***				
Мебель бытовая	***	***	***	***	***	***	Мебель	1	***	***
Изделия ювелирные	***	***	***	***	***	***	Ювелирные изделия	—	—	—
Материалы строительные	***	***	***	***	***	***	DIY и household	12	***	***
Фармацевтические, медицинские и ортопедические товары	***	***	***	***	***	***	Аптеки	3	***	***
Книги, газеты и журналы	***	***	***	***	***	***	Книги	—	—	—
Игры и игрушки	***	***	***	***	***	***	Детские товары	3	***	***
Прочие непродовольственные товары	***	***	***	***	***	***	—	—	—	—

Источник: Данные ФСТС, «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100», ИА «iNFOline»

\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*



## Динамика показателей ТОП-100 крупнейших сетей России

В 2010-2011 гг. прирост доли ТОП-100 крупнейших ритейлеров на рынке розничной торговли составил 1,355 и 1,1 процентных пункта: ТОП-100 ритейлеров демонстрировали темпы роста на 7,4 процентных пункта выше, чем в среднем по розничному рынку в 2010 году и на 5,1 процентных пункта – в 2011 году (интересно, что сокращение разрыва связано в большей степени не с сокращением темпов роста ТОП-100 – 20,4% против 20,8%, а более быстрым ростом розничного рынка в рублевом выражении – 15,65% против 13,0%). Таким образом, по итогам 2011 года можно констатировать сокращением темпов увеличения доли сетевой торговли в связи с насыщением рынков крупных городов, усилением конкуренции и каннибализацией трафика в связи с открытием новых магазинов, рядом с уже существующими. Кроме того, по мнению специалистов ИА «INFOLine», в настоящее время большинство ритейлеров (как региональных, так и крупнейших федеральных) сталкивается с рядом проблем в сфере инвестиционной (обеспечение прироста площадей в результате органического роста) и операционной (обеспечение роста показателя like-for-like и продаж с квадратного метра площади) деятельности на высококонкурентном рынке крупнейших городов России, где концентрируется сетевая торговля. В таблице приведены параметры «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100» по итогам 2009-2011 гг.

Сравнительный анализ параметров рейтингов «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100» в 2009-2011 гг.

Показатель	2011	2010	2009
Оборот розничной торговли, млрд. руб. с учетом НДС	***	***	***
Чистая совокупная розничная выручка ТОП-100, млрд. руб. без НДС	***	***	***
Чистая совокупная розничная выручка ТОП-10, млрд. руб. без НДС	***	***	***
Чистая выручка крупнейшей сети (лидера ТОП-100), млрд. руб. без НДС	***	***	***
Порог чистой выручки необходимой для попадания в ТОП 100, млрд. руб. без НДС	***	***	***
Доля ТОП-10 на рынке розничной торговли в России <sup>1</sup> , %	***	***	***
Доля ТОП-100 на рынке розничной торговли в России <sup>2</sup> , %	***	***	***
Доля ТОП-10 в выручке ТОП-100, %	***	***	***
Совокупная торговая площадь ТОП-10 крупнейших сетей, тыс. кв. м.	***	***	***
Совокупная торговая площадь ТОП-100 крупнейших сетей, тыс. кв. м.	***	***	***
Доля ТОП-10 в общей торговой площади ТОП-100, %	***	***	***
Общее количество магазинов ТОП-100 крупнейших сетей, тыс. кв. м.	***	***	***

Источник: рейтинг «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100», расчеты ИА «INFOLine»

### \*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

Сравнительный анализ структуры рейтингов ТОП-100 розничной торговли по итогам 2010 и 2011 годов представлен в таблице.

Сравнительный анализ структуры рейтинга «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100» по выручке в 2010 и 2011 гг.

Сегмент	Количество сетей в сегменте			Выручка сетей сегмента, млрд. руб.			Доля сегмента в выручке, %		
	2011	2010	Динамика, сетей	2011	2010	Темп роста, %	2011	2010	Динамика, проц. пункт.
FMCG	49	50	↓-1	***	***	***	***	***	↓-1,3%
бытовая техника и электроника	7	7	→	***	***	***	***	***	↓-0,12%
мобильные телефоны	4	4	→	***	***	***	***	***	↑+0,27%
DIY&Household	12	8	↑+4	***	***	***	***	***	↑+0,93%
одежда и обувь	10	10	→	***	***	***	***	***	↑+0,46%
компьютерная техника	7	6	↑+1	***	***	***	***	***	↑+0,62%
косметика	3	4	↓-1	***	***	***	***	***	↓-0,32%
спорт	1	1	→	***	***	***	***	***	↑+0,23%
мебель	1	1	→	***	***	***	***	***	→+0,01%
детские товары	3	2	↑+1	***	***	***	***	***	↑+0,18%
аптеки	3	5	↓-2	***	***	***	***	***	↓-0,54%
книги	0	1	↓-1	***	***	***	***	***	↓-0,21%
ювелирные изделия	0	1	↓-1	***	***	***	***	***	↓-0,2%
<b>В целом по ТОП-100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>		<b>3114,2</b>	<b>2577,5</b>	<b>20,82%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Источник: рейтинг «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100», расчеты ИА «INFOLine»

### \*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

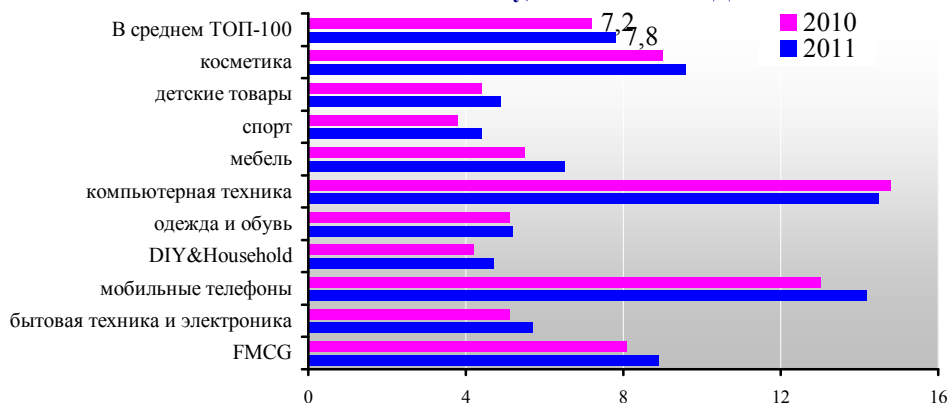
<sup>1</sup> Розничная торговля без учета торговли бензином и транспортными средствами (автомобили, мотоциклы).

<sup>2</sup> Розничная торговля без учета торговли бензином и транспортными средствами (автомобили, мотоциклы).



Показатели выручки с квадратного метра ритейлеров<sup>1</sup>, входящих в «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100», в долларовом выражении по итогам 2010 и 2011 гг. представлены на диаграмме. Темпы роста выручки с квадратного метра площади (в значительной степени этот показатель характеризует динамику роста сопоставимых продаж) 100 крупнейших ритейлеров в 2011 году были более чем в 2 раза ниже, чем темпы роста оборота розничной торговли (9,3% и 19,4% соответственно в долларовом выражении и 5,9% и 15,65% – в рублевом выражении).

**Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга ТОП-100 в 2010 и 2011 году, тыс. долл. без НДС**



\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

Сравнительный анализ структуры рейтинга «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100» по величине торговых площадей в 2010 и 2011 гг.

Сегмент	Количество сетей в сегменте		Торговые площади сетей сегмента, тыс. кв. м.				Количество магазинов		
	2011	2010	2011	2011	2011	Темп роста, %	2011	2010	2009
FMCG	49	50	***	***	***	***	***	***	***
бытовая техника и электроника	7	7	***	***	***	***	***	***	***
мобильные телефоны	4	4	***	***	***	***	***	***	***
DIY&Household	12	8	***	***	***	***	***	***	***
одежда и обувь	10	10	***	***	***	***	***	***	***
компьютерная техника	7	6	***	***	***	***	***	***	***
косметика	3	4	***	***	***	***	***	***	***
спорт	1	1	***	***	***	***	***	***	***
мебель	1	1	***	***	***	***	***	***	***
детские товары	3	2	***	***	***	***	***	***	***
аптеки	3	5	***	***	***	***	***	***	***
книги	0	1	***	***	***	***	***	***	***
ювелирные изделия	0	1	***	***	***	***	***	***	***
<b>В целом по ТОП-100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>36440</b>	<b>36440</b>	<b>36440</b>	<b>19,3%</b>	<b>36440</b>	<b>31471</b>	<b>27315</b>

Источник: рейтинг «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100», расчеты ИА «INFO Line»

Общее количество торговых объектов ритейлеров, входящих в рейтинг «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100» в 2011 году увеличилось почти на 5 тыс., причем лидерами по чистому приросту количества магазинов стали сегменты FMCG (лидерами по чистому приросту количества магазинов стали сеть «Магнит» – 1254, X5 Retail Group – 533 и ГК «Дикси» – 473), мобильных телефонов, одежды и обуви (лидерами по чистому приросту количества магазинов стали Adidas – 224, Центробувь – 245 и «O'STIN» – 115), а также строительных материалов (лидером по чистому приросту количества магазинов стала сеть «Метрика», выросшая на 26 торговых объектов) и товаров для дома (лидером по чистому приросту количества магазинов стала Fix Price, выросшая на 100 торговых объектов).

\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

<sup>1</sup> Кроме ритейлеров "Утконос", "Юлмарт" и "Ситилинк", основной бизнес которых является онлайнным.

## Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России

### Методология рейтинга крупнейших торговых сетей России

Для формирования рейтинга крупнейших розничных сетей России ИА «iNFO Line» проанализированы показатели более 1000 торговых сетей (в том числе более 200 торговых сетей DIY и Household) относящихся ко всем сегментам розничной торговли, кроме продаж автомобилей и мотоциклов, а также моторного топлива. **Основным параметром ранжирования является выраженная в рублях чистая розничная выручка от продажи товаров на территории России без учета НДС.** Кроме того, в рейтинге приведены данные по количеству магазинов и торговых площадях ритейлеров на территории России по состоянию на начало 2012 года. При этом в общем количестве магазинов и торговых площадях у компаний-франчайзеров не учитываются франчайзинговые магазины.

### Ранговый рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России

Ранговый рейтинг крупнейших розничных и оптово-розничных операторов рынка DIY России

Основное юридическое лицо	Бренды магазинов	Год основания сети в России	Тип сети	Основные форматы <sup>1</sup>	Место в рейтинге		Динамика мест
					2011	2010	
X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток, Карусель, Пятерочка-Макси, Перекресток-экспресс, Копейка	1995	федеральная	М, Д, С, Г	1	1	→
Магнит, ОАО	Магнит	1994	федеральная	Д, Г	2	2	→
Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	2002	международная	Г	3	4	→
МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	Metro C&C	2000	международная	Г	4	3	→
Дикси групп, ОАО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Кэш, Дешево, Квартал	1995	федеральная	М, Д, С, Г	5	7	↑+2
О'Кей, ООО	О'Кей, О'Кей-экспресс	2002	федеральная	С, Г	6	5	↓-1
Лента, ООО	Лента	1993	федеральная	Г	7	6	↓-1
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	1994	федеральная	М, С, Г	8	9	↑+1
Элемент-Трейд, ООО	Монетка, Монетка Супер	2001	межрегиональная	Д, С	9	11	↑+2
Мария-Ра, ООО, ПКФ	Мария-Ра	1993	межрегиональная	С, М	10	16	↑+6

**\*\*\*\* Рейтинг приводится по крупнейшим ритейлерам сегмента, к которому относится торговая сеть, по которой подготовлена бизнес-справка \*\*\*\***

### Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России по выручке

Юридическое лицо	Бренд	Основные форматы <sup>2</sup>	Данные по выручке	Выручка, млрд. руб. без НДС			Динамика, %	
				2009	2010	2011	2010/2009	2011/2010
X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток, Карусель, Пятерочка-Макси, Перекресток-экспресс, Копейка	М, Д, С, Г	МСФО	***	***	***	***	***
Магнит, ОАО	Магнит	Д, Г	МСФО	***	***	***	***	***
Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	Г	РСБУ, оценка	***	***	***	***	***
МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	Metro C&C	Г	МСФО	***	***	***	***	***
Дикси групп, ОАО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Кэш, Дешево, Квартал	М, Д, С, Г	МСФО	***	***	***	***	***
О'Кей, ООО	О'Кей, О'Кей-экспресс	С, Г	МСФО	***	***	***	***	***
Лента, ООО	Лента	Г	УО, оценка	***	***	***	***	***
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	М, С, Г	МСФО, оценка	***	***	***	***	***
Элемент-Трейд, ООО	Монетка, Монетка Супер	Д, С	РСБУ, УО, оценка	***	***	***	***	***
Мария-Ра, ООО, ПКФ	Мария-Ра	С, М	УО	***	***	***	***	***

**\*\*\*\* Демо-версия. Рейтинг содержит динамику чистой выручки (без НДС) по крупнейшим ритейлерам сегмента, к которому относится**

<sup>1</sup> Г – Гипермаркет, СБ – Строительная База, С – Супермаркет, М – Магазин, Сн – Салон.

<sup>2</sup> Г – Гипермаркет, СБ – Строительная База, С – Супермаркет, М – Магазин, Сн – Салон.



**торговая сеть, по которой подготовлена бизнес-справка \*\*\*\***



## Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России по количеству магазинов

Юридическое лицо	Бренд	Основные форматы <sup>1</sup>	Количество магазинов на конец года				Франчайзинг	Интернет-магазин
			2008	2009	2010	2011		
X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток, Карусель, Пятерочка-Макси, Перекресток-экспресс, Копейка	М, Д, С, Г	***	***	***	***	***	***
Магнит, ОАО	Магнит	Д, Г	***	***	***	***	***	***
Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	Г	***	***	***	***	***	***
МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	Metro C&C	Г	***	***	***	***	***	***
Дикси групп, ОАО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Кэш, Дешево, Квартал	М, Д, С, Г	***	***	***	***	***	***
О'Кей, ООО	О'Кей, О'Кей-экспресс	С, Г	***	***	***	***	***	***
Лента, ООО	Лента	Г	***	***	***	***	***	***
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	М, С, Г	***	***	***	***	***	***
Элемент-Трейд, ООО	Монетка, Монетка Супер	Д, С	***	***	***	***	***	***
Мария-Ра, ООО, ПКФ	Мария-Ра	С, М	***	***	***	***	***	***

**\*\*\*\* Демо-версия. Рейтинг содержит динамику количества магазинов крупнейших ритейлеров сегмента, к которому относится сеть, по которой подготовлена бизнес-справка \*\*\*\***

## Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России по торговой площади

Юридическое лицо	Бренд	Основные форматы <sup>2</sup>	Общая торговая площадь на конец года, тыс. кв. м <sup>3</sup>				Динамика, %	
			2008	2009	2010	2011	2010/2009	2011/2010
X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток, Карусель, Пятерочка-Макси, Перекресток-экспресс, Копейка	М, Д, С, Г	***	***	***	***	***	***
Магнит, ОАО	Магнит	Д, Г	***	***	***	***	***	***
Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	Г	***	***	***	***	***	***
МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	Metro C&C	Г	***	***	***	***	***	***
Дикси групп, ОАО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Кэш, Дешево, Квартал	М, Д, С, Г	***	***	***	***	***	***
О'Кей, ООО	О'Кей, О'Кей-экспресс	С, Г	***	***	***	***	***	***
Лента, ООО	Лента	Г	***	***	***	***	***	***
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	М, С, Г	***	***	***	***	***	***
Элемент-Трейд, ООО	Монетка, Монетка Супер	Д, С	***	***	***	***	***	***
Мария-Ра, ООО, ПКФ	Мария-Ра	С, М	***	***	***	***	***	***

**\*\*\*\* Демо-версия. Рейтинг содержит динамику общей торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента, к которому относится сеть, по которой подготовлена бизнес-справка \*\*\*\***

<sup>1</sup> Г – Гипермаркет, СБ – Строительная База, С – Супермаркет, М – Магазин, Сн – Салон.

<sup>2</sup> Г – Гипермаркет, СБ – Строительная База, С – Супермаркет, М – Магазин, Сн – Салон.

<sup>3</sup> По следующим сетям в рейтинге представлена приведенная площадь:

- "К-Раута", приведенная площадь рассчитывается по принципу – "теплые" торговые залы учитываются на 100%, открытые строительные дворы учитываются на 20%.

- "Метрика" – "теплые" торговые залы учитываются на 100%, "холодные" торговые залы учитываются на 50% и открытые площадки учитываются на 20%.

- "Строительный Двор" - площади торговых залов и теплых складов учитываются на 100%, площади холодных складов и навесов учитываются на 50%, площади открытых строительных дворов учитываются на 20%.

- "Петрович" - "теплые" торговые залы учитываются на 100%, открытые площадки учитываются на 20%.

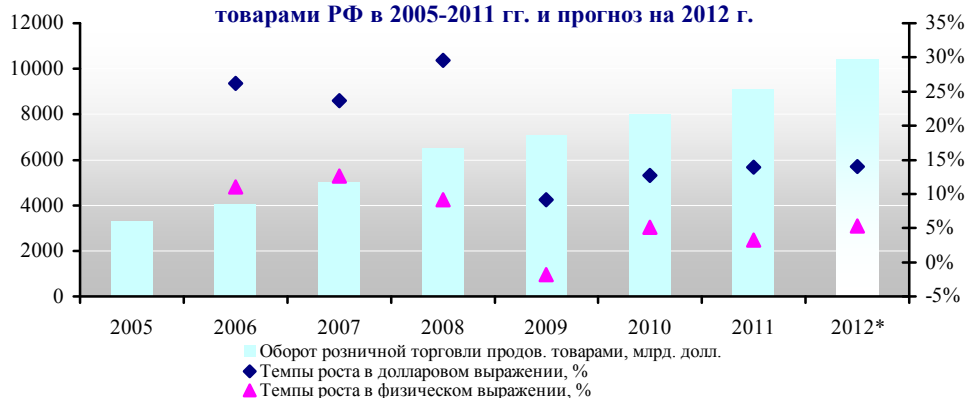


## Обзор рынка розничной торговли FMCG России

### Итоги на 2011 года

При этом темпы роста оборота розничной торговли продовольственными товарами в рублевом выражении в 2011 году по сравнению с 2010 к кризисному 2009 году выросли на 1,2 процентных пункта. После трех лет взрывного роста оборота более чем на 20% в рублевом выражении в год российский рынок розничной торговли продовольственными товарами в 2010-2011 гг. сохранил динамику на уровне 14% в денежном выражении. При этом, несмотря на самый низкий за период с 2000 года уровень инфляции – 3,9% (декабрь 2011 к декабрю 2010 года) в структуре прироста рынка в денежном выражении до 75% связано с увеличением цен и не более 25% с физическим увеличением потребления. Сравнительно низкие темпы роста потребления продовольственных товаров в физическом выражении и усиление ценовой конкуренции между крупнейшими ритейлерами обуславливает ухудшение показателей сопоставимых продаж в связи с каннибализацией трафика из-за открытия новых магазинов рядом с уже существующими объектами.

**Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами РФ в 2005-2011 гг. и прогноз на 2012 г.**



Усиление конкуренции за привлекательные локации обуславливает рост цен и ставок аренды на торговую недвижимость и формирует предпосылки для переориентации федеральных и региональных ритейлеров на населенные пункты с населением до 10 тыс. человек (для дискаунтеров и магазинов у дома) и до 200 тыс. человек (для гипермаркетов), которые характеризуются сравнительно невысоким уровнем доходов населения, но менее жесткой конкуренцией.

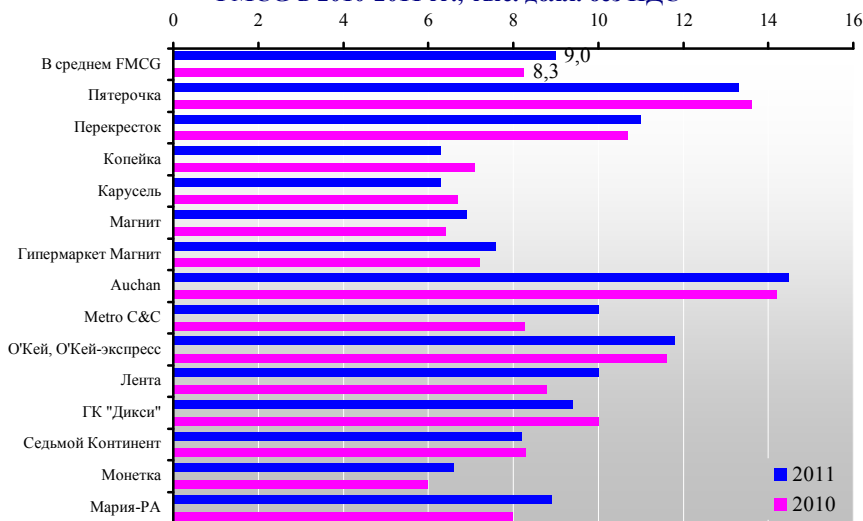
Ключевой тенденцией 2011 года стало продолжившееся усиление концентрации в розничном секторе, обусловленное снижением темпов роста большинства сетей второго эшелона и более высокими темпами роста крупнейших мультиформатных сетей ("Магнит" и X5 Retail Group), ритейлеров, развивающих крупноформатные торговые объекты ("Ашан", "Метро", "О'Кей"), а также федеральных ритейлеров, ключевым форматом которых является "магазин у дома" ("Монетка"). При этом на две крупнейших розничных компании России ("Магнит" и X5 Retail Group) пришлось 46,3% (в 2010 году – 47,1%, в 2009 году – 36,7%, в 2008 году – 23%) величины прироста торговых площадей по 110 крупнейшим ритейлерам FMCG. Федеральные ритейлеры в 2011 году стали больше внимания уделять развитию и реконцепции магазинов малых форматов: так, "Магнит" в течение года сумел открыть более 200 "магазин у дома-дрогери" (non-food), ГК "Дикси" ребрендирует "дискаунтеры" "Дикси" в формат "магазин у дома", а X5 Retail Group ускорила темпы органического роста, расторгнув (в том числе по инициативе франчайзи, которые не заинтересованы в развитии в регионах, на которые получена франшиза, собственных дискаунтеров X5 Retail Group) договоры франшизы на бренд "Пятерочка" в приоритетных для развития собственной сети регионах (Башкортостане, Воронежской, Самарской и Волгоградской области), и приобретает несколько региональных сетей (в Татарстане, Кировской и Ульяновской областях).

**\*\*\*\* Демонстрационная версия. Полный текст не приводится \*\*\*\***

Динамика показателей выручки с квадратного метра площади ТОП-10 ритейлеров FMCG представлены на диаграмме.



## Выручка с квадратного метра торговой площади сетей FMCG в 2010-2011 гг., тыс. долл. без НДС



\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

### Тенденции на 2012 года

В 2012 году специалисты ИА «INFOLine» ожидают сохранения темпов роста рынка продовольственных товаров в денежном выражении на уровне не ниже 14%, причем темпы роста в физическом выражении окажутся на уровне 2010 года.

\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

Усиление позиций федеральных ритейлеров в регионах и низкая эффективность бизнеса большинства региональных сетей неизбежно потребует от собственников принятия решений о продаже розничного бизнеса (при этом следует учитывать, что сделки по продаже региональных сетей в основном являются передачей прав долгосрочной аренды) или вступления в закупочные союзы, среди которых наиболее активным является "Система ТЗС", созданная ритейлерами, входящими "Союзом независимых сетей", или приобретения франшизы международной сети SPAR. При этом, несмотря на снижение фондовых мультипликаторов российских публичных ритейлеров и ухудшение условий привлечения финансовых ресурсов для большинства крупнейших федеральных сетей (кроме сети "Магнит"), в 2012-2013 гг. может произойти несколько весьма крупных сделок M&A: например, ряд ритейлеров второго эшелона (например, в привлечении инвестора или полной продаже бизнеса заинтересованы ГК "Вестер", ГК "Холидей") с высокой долей вероятности будут приобретены ритейлерами, входящими в ТОП-10. При этом в 2012 году уже произошли первые крупные сделки среди ТОП-30: так, международная сеть Villa в начале 2012 года приобрела сеть супермаркетов "Ситистор" у турецкой компании "Энка ТЦ".

Ключевым вектором развития сетей FMCG в 2012 году остается повышение операционной эффективности (оптимизация логистических систем, внедрение категорийного менеджмента и развитие собственных торговых марок), а также обеспечение высоких темпов органического роста в условиях усиления давления на маржу в связи с ценовыми войнами в сегменте дискаунтеров и ростом насыщенности в сегменте гипермаркетов на рынке крупнейших городов.

\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*





## Бизнес-справка по торговой сети

Бизнес-справки включают 9 разделов: история развития сети, акционерный капитал, операционные показатели (количество магазинов, торговые площади), основные показатели форматов (общая и торговая площади, ассортимент, трафик, средний чек, график работы), финансовые показатели, региональная представленность (количество магазинов по крупнейшим городам и регионам), логистика, собственные торговые марки, перспективы развития. Также приведены контактные данные и информация по ТОП-менеджменту.

### Лента, ООО / Торговая сеть "Лента"

Место по выручке среди сетей FMCG России по итогам 2010 года

Позиция № 6

изменение места по сравнению с предыдущим годом

Логотип	Бренд	Основные форматы	Год основания сети в России
	<b>Лента</b>	<b>Гипермаркет</b>	<b>1993</b>
	Выручка, млрд. руб.	Количество магазинов, шт.	Общая торговая площадь, тыс. кв. м.
	<b>70,6</b>	<b>39</b>	<b>268,25</b>
	Динамика выручки, %	Динамика количества магазинов, ед.	Динамика общей торговой площади, %
	<b>↑8,43%</b>	<b>↑3</b>	<b>↑23,5%</b>
Франчайзинг <sup>1</sup>	Интернет-магазин <sup>2</sup>	Количество субъектов РФ, где представлены магазины	
<b>×</b>	<b>×</b>	<b>19</b>	

### Контактные данные

Название компании: *"Лента", ООО (Торговая сеть "Лента Cash & Carry")*. Адрес: *197374 Санкт-Петербург, ул. Савушкина, 112*. Телефоны: *(812) 3806131*. Факсы: *(812) 3806150*. E-Mail: *info@lenta.com*. Web: *www.lenta.com*. Руководитель: *Завалковский Антон Григорьевич, первый заместитель генерального директора*.

#### Руководство:

\*\*\*\*\**, Генеральный директор*  
 \*\*\*\*\**, директор по закупкам непродовольственных товаров,*  
 \*\*\*\*\**, службы по закупкам продовольственных товаров*  
 \*\*\*\*\**, Финансовый директор*  
 \*\*\*\*\**, IT директор*

**\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\***

### История развития сети

Компания "Лента" основана и зарегистрирована в Санкт-Петербурге 25 октября 1993 года Олегом Жеребцовым. Изначально магазины сети "Лента" работали в формате cash & carry. Первый магазин-склад был расположен по адресу: ул. Замшина, д. 27/1. С самого начала основным преимуществом "Ленты" были низкие цены.

**\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\***

### Акционерный капитал

С \*\*\* года Lenta Ltd для развития новых торговых комплексов "Лента" пыталась привлечь портфельного инвестора, вела переговоры с фондами \*\*\*, \*\*\* и другими, но сделка не состоялась.

<sup>1</sup> Если сеть имеет франчайзинговую программу, то указывается количество франчайзинговых магазинов / общее количество магазинов. Если сеть сама является франчайзи, то указывается франчайзи какие бренды по франчайзингу она развивает.

<sup>2</sup> В случае, если есть интернет магазин, то указывается его адрес.





## Ключевые события сети, приведшие к изменению структуры акционерного капитала

Дата	Тип события	Суть события	Изменение в структуре акционерного капитала
2002	Корпоративная сделка	***	***

Источник: данные ООО "Лента", данные СМИ

**\*\*\*\* Демонстрация. Полный текст не приводится \*\*\*\***

## Структура Lenta Ltd.

Активы Группы, расположенные на территории России представлены основной операционной и управляющей компанией ООО "Лента". При этом ООО "Лента" контролирует \*\*\*% долей участия в юридических лицах.

**\*\*\*\* Демонстрация. Полный текст не приводится \*\*\*\***

## Конфликт между акционерами

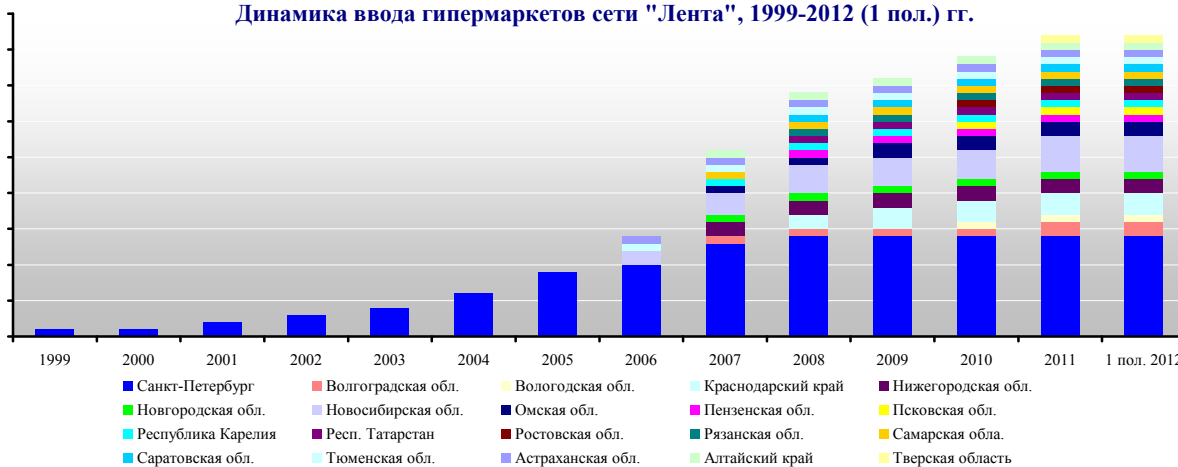
Летом 2010 года между акционерами торговой сети "Лента" разгорелся конфликт на почве освобождения генерального директора сети \*\*\* от должности и назначения на его место акционера сети и члена Совета директоров \*\*\*.

**\*\*\*\* Демонстрация. Полный текст не приводится \*\*\*\***

## Операционные показатели

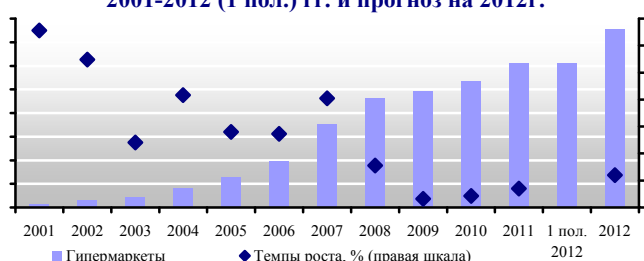
Сеть "Лента" начала свое развитие с магазинов-складов формата cash & carry в Санкт-Петербурге, а с \*\*\* года уже продолжила работу в формате "гипермаркет".

Динамика ввода гипермаркетов сети "Лента", 1999-2012 (1 пол.) гг.

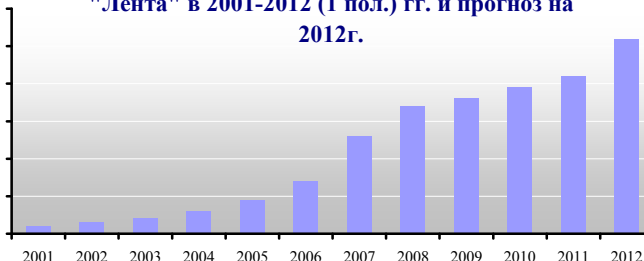


В \*\*\* году "Лента" планировала открыть \*\*\* новых гипермаркетов, объем инвестиций в создание которых оценивается приблизительно в \*\*\* млн. долл.

Динамика торговой площади сети "Лента" в 2001-2012 (1 пол.) гг. и прогноз на 2012г.



Динамика количества гипермаркетов сети "Лента" в 2001-2012 (1 пол.) гг. и прогноз на 2012г.

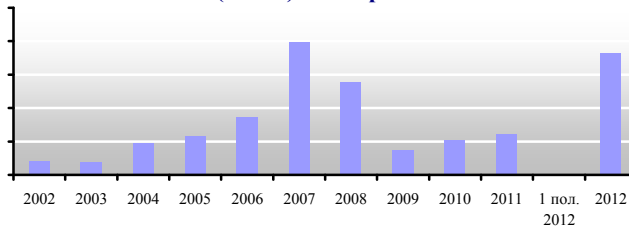


**\*\*\*\* Демонстрация. Полный текст не приводится \*\*\*\***

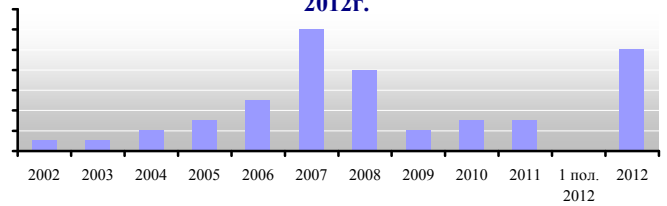




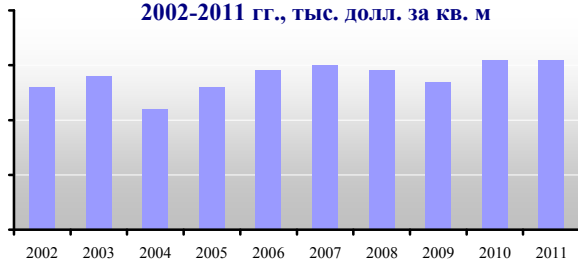
**Прирост торговой площади сети "Лента" в 2002-2012 (1 пол.) гг. и прогноз на 2012г.**



**Прирост количества гипермаркетов сети "Лента" в 2002-2012 (1 пол.) гг. и прогноз на 2012г.**



**Стоимость прироста торговых площадей 2002-2011 гг., тыс. долл. за кв. м**

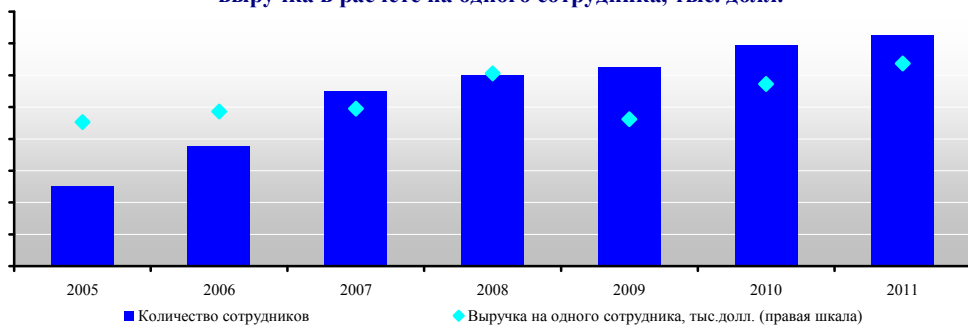


**Динамика объема инвестиций в развитие сети и прирост площадей 2002-2011 гг. и прогноз на 2012 г.**



По состоянию на начало \*\*\* года количество сотрудников в компании "Лента" составило \*\*\* тыс. человек, увеличившись по сравнению с \*\*\* годом на \*\*\* тыс. чел.

**Динамика количества сотрудников сети "Лента" в 2004-2011 гг. и выручка в расчете на одного сотрудника, тыс. долл.**

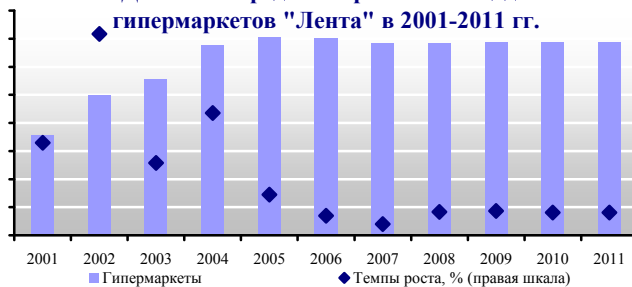


\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

### Основные показатели форматов

Развитие формата торговая сеть "Лента" начала в \*\*\* году, но изначально магазины сети "Лента" работали в формате cash & carry.

**Динамика средней торговой площади гипермаркетов "Лента" в 2001-2011 гг.**



**Динамика чистой выручки с кв. м гипермаркетов в 2005-2011 гг.**



\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*



## Ключевые показатели операционной деятельности гипермаркетов "Лента" по состоянию на июль 2012 г.

Показатель	Формат "гипермаркет" (в ТЦ)	Формат "гипермаркет" (отдельный)
Внешний вид магазина		
Количество объектов на 1.07.2012	x	x
Средняя общая площадь, тыс. кв. м	x	x
Минимальная торговая площадь, тыс. кв. м.	x	x
Максимальная торговая площадь, тыс. кв. м.	x	x
Средняя торговая площадь, тыс. кв. м	x	x
Количество ассортиментных позиций	x	x
Доля продовольственных товаров в выручке, %		x
Время работы	x	x
Потенциальные покупатели		x
Доля собственных помещений	x	x

Источник: данные ООО "Лента"

## Основные показатели операционной деятельности ООО "Лента" в 2007-2012 (1 пол.) гг.

Показатель	2007	2008	2009	2010	2011	1 пол. 2012
Общая площадь, тыс. кв. м	x	x	x	x	x	x
Торговая площадь, тыс. кв. м	x	x	x	x	x	x
Средняя общая площадь, тыс. кв. м	x	x	x	x	x	x
Средняя торговая площадь, тыс. кв. м	x	x	x	x	x	x
Количество ассортиментных позиций, тыс.	x	x	x	x	x	x
Доля частных марок в выручке	x	x	x	x	x	x
Количество ассортиментных позиций private label	x	x	x	x	x	x
Доля продовольственных товаров от числа SKU private label, %	x	x	x	x	x	x
Общее число покупателей в день, тыс. чел	x	x	x	x	x	x
Средний чек, долл.	x	x	x	x	x	x
Выручка с кв. м площади, тыс. долл. в год	x	x	x	x	x	x

Источник: данные ООО "Лента"

## Гипермаркеты сети "Лента" по состоянию на 1 июля 2012 года

Открытие	Федеральный округ	Город	Адрес	Общая площадь, кв. м	Торговая площадь, кв. м
Сентябрь 1999	Северо-Западный	Санкт-Петербург	пр. Энергетиков, 16	***	***
***	***	***	***	***	***
ВСЕГО				***	***

Источник: данные ООО "Лента"

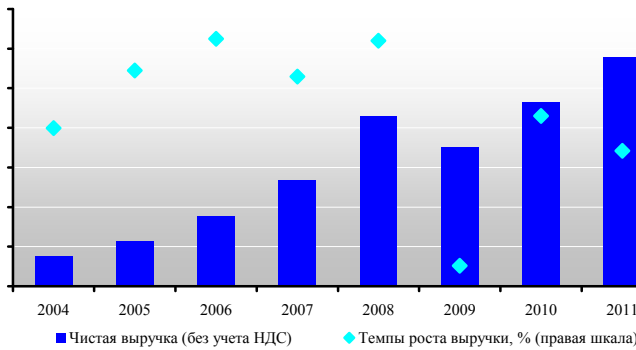
**\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\***

## Финансовые показатели

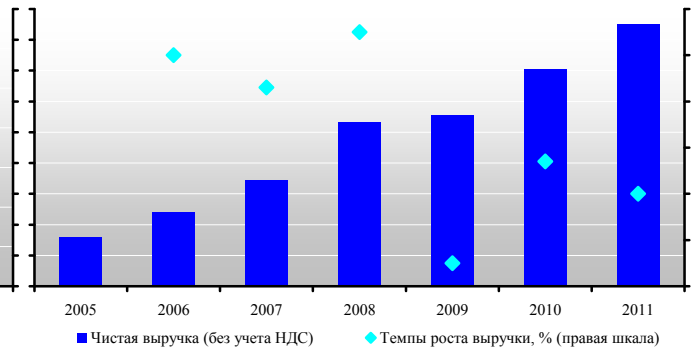
По итогам 2010 года торговая сеть "Лента" показала рост выручки в рублях на \*\*%. По итогам 2011 года выручка сети составила \*\*\* млрд. руб., что на \*\*% больше, чем в 2010 году.



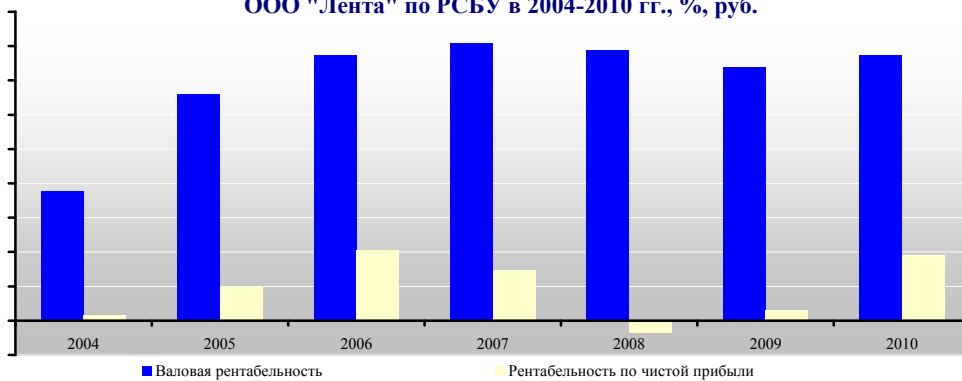
Динамика чистой выручки ООО "Лента" в 2002-2011 (УО, 2011-оценка), млн. долл.



Динамика чистой выручки ООО "Лента" в 2006-2011 (по УО, 2011 - оценка), млрд. руб.



Динамика показателей эффективности финансовой деятельности ООО "Лента" по РСБУ в 2004-2010 гг., %, руб.

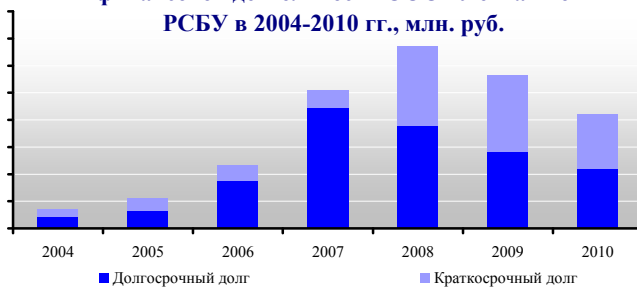


\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

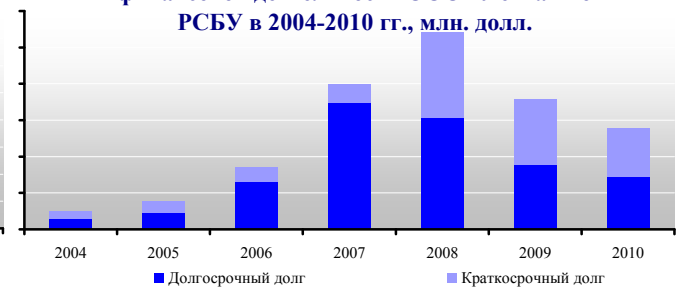
### Долговая нагрузка

В декабре \*\*\*года ООО "Лента" подписало кредитный договор с \*\*\* о привлечении кредита на сумму \*\*\* млн. долл. сроком на \*\*\* лет на развитие сети.

Динамика показателей эффективности финансовой деятельности ООО "Лента" по РСБУ в 2004-2010 гг., млн. руб.



Динамика показателей эффективности финансовой деятельности ООО "Лента" по РСБУ в 2004-2010 гг., млн. долл.



\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

Облигационные займы ООО "Лента" 2007-2009 гг.

Наименование выпуска	Дата размещения	Дата погашения	Объем эмиссии, млн. долл.	Ставка следующего купона	Дата оферты/погашения	Статус
***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные ООО "Лента"

\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

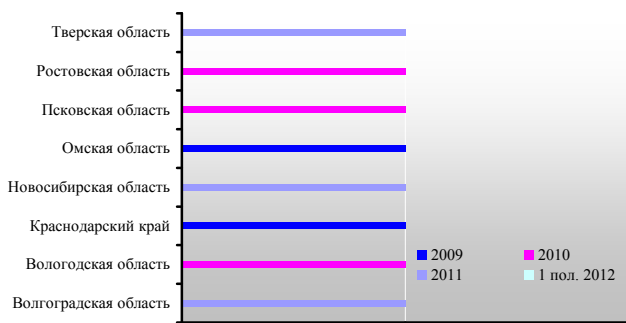
## Региональная представленность

По состоянию на июль 2012 года сеть "Лента" включает \*\*\* торговых комплексов в \*\*\* округах РФ и в \*\*\* регионах России.

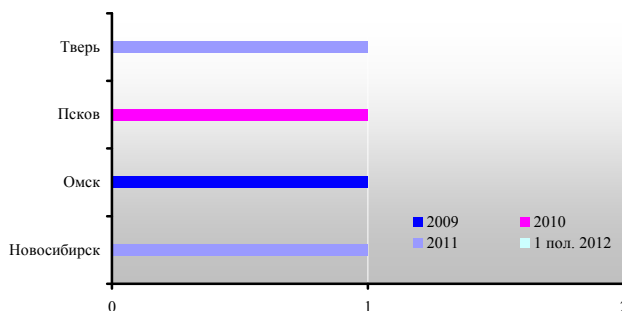
Количество гипермаркетов сети "Лента" по регионам присутствия по состоянию на 1 июля 2012 года



Динамика развития торговых объектов сети "Лента" по регионам присутствия



Динамика развития торговых объектов сети "Лента" по столицам регионов присутствия



\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

Основные показатели гипермаркетов сети "Лента" по регионам по состоянию на 1 июля 2012 года

ФО	Город	Количество магазинов	Общая площадь, кв. м	Торговая площадь, кв. м
Приволжский федеральный округ	***	***	***	***
<b>Итого</b>		***	***	***

Источник: данные ООО "Лента", расчеты "INFOLine"

\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

## Логистика

Логистические центры сети "Лента" по состоянию на июль 2012 года

Населенный пункт	Федеральный округ	Регион	Площадь, тыс. кв. м	Количество паллет	Право собственности	Назначение
***	СЗФО	***	***	***	Собственный	***
***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные сети "Лента", СМИ

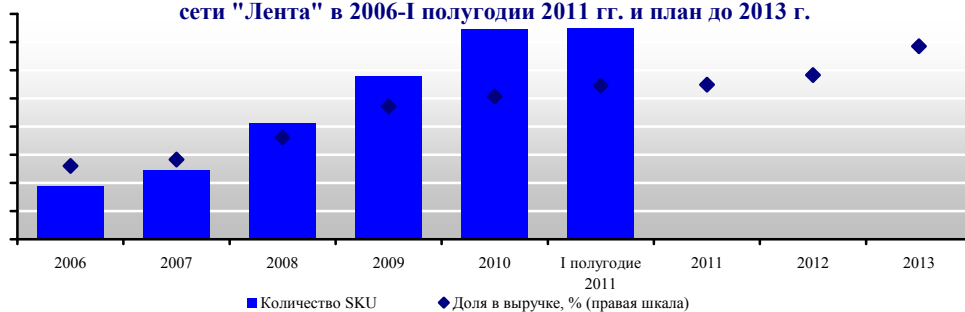
\*\*\*\* Демо-версия. Полный текст не приводится \*\*\*\*

## Private label

Развитие собственных торговых марок сеть "Лента" начала в \*\*\* году. Первоначально сеть развивала две торговые марки "\*\*\* дней" и "Лента" в низшем и среднем ценовом сегменте соответственно.



**Представленность собственных торговых марок категории food в сети "Лента" в 2006-I полугодии 2011 г. и план до 2013 г.**



**\*\*\*\* Демонстрационная версия. Полный текст не приводится \*\*\*\***

**Собственное производство**

С \*\*\* года наряду с продвижением частной марки действует программа собственного производства. В гипермаркетах "Лента" работают собственные пекарни, цеха по производству \*\*\*, рыбной, \*\*\*, а также салатов.

**\*\*\*\* Демонстрационная версия. Полный текст не приводится \*\*\*\***

**Перспективы развития**

В \*\*\*-\*\*\* гг. компания сокращала численность персонала, фонд заработной платы и бонусов, затраты на маркетинг и продвижение. В магазинах происходила ротация ассортимента: сокращался ассортимент "дорогих" товаров, и при этом увеличивалось количество позиций "дешевых" товаров и товаров средней ценовой категории.

**\*\*\*\* Демонстрационная версия. Полный текст не приводится \*\*\*\***

**Отчетность по РСБУ**

В данном разделе приводится отчетность операционной компании по стандартам РСБУ.

**\*\*\*\* Демонстрационная версия. Полный текст не приводится \*\*\*\***

## Перечень таблиц и графиков

### Раздел 1. Рейтинг торговых сетей и краткий обзор рынка FMCG (10 страниц)

#### 1.1. Показатели экономики и розничной торговли России (2 страницы)

##### Графики

- Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2000-2011 гг., млрд. долл.
- Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2011 гг., %

##### Таблицы

- Структура оборота розничной торговли в 2000-2011 гг. и представленность ритейлеров в рейтинге ТОП-100

#### 1.2. Динамика показателей ТОП-100 крупнейших сетей России (4 страницы)

##### Графики

- Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга ТОП-100 в 2010 и 2011 году, тыс. долл. без НДС

##### Таблицы

- Сравнительный анализ параметров рейтингов «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100» в 2009-2011 гг.
- Сравнительный анализ структуры рейтинга «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100» по выручке в 2010 и 2011 гг.
- Сравнительный анализ структуры рейтинга «INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100» по величине торговых площадей в 2010 и 2011 гг.

#### 1.3. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России (размер раздела 2 страницы)

##### Таблицы

- Ранговый рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России
- Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России по выручке
- Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России по количеству магазинов
- Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России по торговой площади

#### 1.4. Обзор рынка розничной торговли FMCG России (2 страницы)

##### Графики

- Динамика оборота розничной торговли в сегменте FMCG в 2005-2011 гг. и прогноз на 2012 г.;
- Выручка с квадратного метра торговой площади сетей FMCG в 2010-2011 гг., тыс. долл. без НДС

### Раздел 2. Бизнес-справка по торговой сети FMCG «Лента» (16 страниц)

##### Графики

- Динамика ввода гипермаркетов сети 1999-2012 (1 пол.) гг.;
- Динамика торговой площади сети в 2001-2012 (1 пол.) гг. и прогноз на 2012г.;
- Динамика количества гипермаркетов сети в 2001-2012 (1 пол.) гг. и прогноз на 2012г.;
- Прирост торговой площади сети в 2002-2012 (1 пол.) гг. и прогноз на 2012г.;
- Прирост количества гипермаркетов сети в 2002-2012 (1 пол.) гг. и прогноз на 2012г.;
- Стоимость прироста торговых площадей 2002-2011 гг., тыс. долл. за кв. м;
- Динамика объема инвестиций в развитие сети и прирост площадей 2002-2011 гг. и прогноз на 2012 г.;
- Динамика количества сотрудников сети в 2004-2011 гг. и выручка в расчете на одного сотрудника, тыс. долл.;
- Динамика средней торговой площади гипермаркетов в 2001-2011 гг.;
- Динамика чистой выручки с кв. м гипермаркетов в 2005-2011 гг.;
- Динамика чистой выручки в 2002-2011 (УО, 2011-оценка), млн. долл.;
- Динамика чистой выручки в 2006-2011 (по УО, 2011 - оценка), млрд. руб.;
- Динамика показателей эффективности финансовой деятельности в 2004-2010 гг., %, руб.;
- Динамика показателей эффективности финансовой деятельности в 2004-2010 гг., млн. руб.;
- Динамика показателей эффективности финансовой деятельности в 2004-2010 гг., млн. долл.;
- Количество гипермаркетов сети по регионам присутствия по состоянию на 1 июля 2012 года;
- Структура торговых площадей сети по регионам присутствия на 1 июля 2012 года;
- Динамика прироста объектов сети по регионам в 2010-2012 году, шт.;
- Динамика прироста торговых площадей объектов сети по регионам в 2010-2012 году, тыс. кв. м.;
- Динамика развития торговых объектов сети по регионам присутствия;
- Динамика развития торговых объектов сети по столицам регионов присутствия;
- Представленность собственных торговых марок категории food в сети в 2006-I полугодии 2011 гг. и план до 2013 г.

##### Таблицы

- Ключевые события сети, приведшие к изменению структуры акционерного капитала;
- Ключевые показатели операционной деятельности гипермаркетов по состоянию на июль 2012 г.;
- Основные показатели операционной деятельности в 2007-2012 (1 пол.) гг.;
- Гипермаркеты сети по состоянию на 1 июля 2012 года;
- Основные показатели гипермаркетов сети по регионам по состоянию на 1 июля 2012 года;
- Облигационные займы 2007-2009 гг.;
- Динамика количества гипермаркетов в 1999-2012 (1 пол.) гг.;



- Основные показатели гипермаркетов по регионам по состоянию на 1 июля 2012 года;
- Логистические центры сети по состоянию на июль 2012 года.

**Рисунки**

- Ключевые события сети, приведшие к изменению структуры акционерного капитала;
- Структура акционерного капитала Lenta Ltd. после сделки (август 2011);
- Структура бизнеса ритейлера.



## Информационные продукты 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 2005-2012 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 «iNFOLine Retailer Russia TOP-100: Тенденции 2012 года».

Содержит структурированную информацию о развитии розничной торговли и торговых сетей в России. В Исследовании представлены: обзоры сегментов розничной торговли России (FMCG, БТЭ, DIY и товаров для дома, мобильных телефонов, аптек, парфюмерии и косметики, Fashion и детских товаров), в каждом из которых приведены: динамика емкости рынка, структура рейтинга ТОП-100 по величине торговых площадей и выручке, анализ тенденций развития рынка и доли крупнейших ритейлеров в общем объеме розничной торговли в сегменте.

Также приведены Рейтинги ТОП-100 крупнейших торговых сетей России по операционным и финансовым показателям и бизнес-справки по 100 крупнейшим ритейлерам, которые содержат: историю развития сети, акционерный капитал, операционные показатели, основные показатели форматов, финансовые показатели, региональная представленность, логистика, собственные торговые марки, перспективы развития.



Дата выхода:	Сентябрь 2012
Количество страниц:	1100
Способ предоставления:	Печатный и электронный
Цена, без учета НДС	Действует <b>СПЕЦИАЛЬНОЕ предложение</b>

### Исследование «iNFOLine Developer Russia TOP-100. Итоги 2011 г. Прогноз до 2015 г.»

Охарактеризовано состояние рынка торговой недвижимости России в 32 городах и регионах РФ, проведен сравнительный анализ рынка торговых центров, разработан прогноз развития российского рынка торговых центров до 2015 года и охарактеризованы ключевые тренды 2011-2012 гг.

Специалистами ИА "iNFOLine" были проранжированы города России по общей величине общих и арендопригодных площадей в торговых центрах, а также по уровню насыщенности общими площадями в ТЦ на душу населения.

Рейтинг *ТОП-100 крупнейших собственников торговых центров России*, на основе проведенного анализа более 1500 действующих и более 700 строящихся торговых и многофункциональных центров во всех городах России (с населением от 100 тыс. человек)

Рейтинг включает в себя:

- ранговый рейтинг и рейтинг по общим и арендопригодным площадям 100 крупнейших компаний-собственников торговой недвижимости России;
- рейтинг 30 крупнейших собственников торговых центров по величине выручки от сдачи торговой недвижимости в аренду;
- динамика количества торговых центров по ТОП-30 собственникам торговых центров, а также прогнозный рейтинг ТОП-30 собственников торговой недвижимости России на 2012 и 2015 гг.



Дата выхода:	Апрель 2012
Количество страниц:	900
Способ предоставления:	Электронный / печатный
Цена, без учета НДС	Действует <b>СПЕЦИАЛЬНОЕ предложение</b>

Также Вы можете приобрести специальную сокращенную версию и версии по всем 8 федеральным округам и 32 регионам России



## Исследование «Рынок DIY&Household России. Итоги 2011 г. Прогноз до 2015 г.».

Охарактеризовано развитие рынка DIY&Household с прогнозом до 2015 года, проведен сравнительный анализ и представлено структурированное описание крупнейших игроков рынка DIY&Household. Составлен Рейтинг ТОП-50 крупнейших операторов DIY и Household России, включающий финансовые (выручка, выручка с квадратного метра площади, прибыль, рентабельность), и операционные показатели (количество торговых объектов и общая торговая площадь). Приведена региональная представленность крупнейших сетей DIY в разбивке по федеральным округам РФ за 2008-2011 гг., а также представлена информация по развитию основных форматов торговли (гипермаркет, супермаркет, строительная база, интернет-магазин) и по распределительным центрам крупнейших сетей DIY&Household России и многое другое.

Кроме того, Исследование содержит Базу Данных сетей DIY и Household России, которая включает информацию по 150 сетям DIY по 20 сетям Household и Garden.



Дата выхода: **Апрель 2012**  
 Количество страниц: **379**  
 Способ предоставления: **Печатный и электронный**  
 Цена, без учета НДС: **50 000 рублей**  
**Специальная версия:**  
**Аналитическая база данных сетей DIY & Household России** **30 000 рублей**

## Исследование «Розничная торговля FMCG России Итоги 2011 г. Прогноз до 2015 г.».

Комплексное видение ситуации в розничной торговле России, сопоставление и подробное описание ритейлеров, анализ и прогноз развития ключевых форматов торговли, сравнительный анализ ситуации и динамики сетевого ритейла на рынках регионов. В рамках Исследования сформирован рейтинг ТОП-100 крупнейших операторов FMCG России, включающий финансовые (выручка, выручка с квадратного метра площади, прибыль, рентабельность), и операционные показатели (количество торговых объектов и общая торговая площадь). Охарактеризовано развитие форматов "гипермаркет", "супермаркет" и "магазин у дома", а также проблемы и перспективы развития интернет-магазинов сетей FMCG России. Проанализированы потребительские предпочтения населения России в отношении потребления товаров FMCG, в том числе собственных торговых марок. Охарактеризовано развитие неорганизованной торговли и основные тенденции государственного регулирования розничной торговли



Дата выхода: **Июнь-июль 2012**  
 Количество страниц: **900**  
 Способ предоставления: **Печатный и электронный**  
 Цена, без учета НДС: **Действует СПЕЦИАЛЬНОЕ предложение**

### Другие готовые исследования агентства INFOLine по розничной торговле:

Наименование исследования	Описание продукта	Дата выхода	Цена, руб.
Исследование "Собственные торговые марки сетей FMCG России. Итоги 2010 -2011г. Прогноз до 2015 г."	Характеристика тенденций развития рынка товаров СТМ за рубежом, описание изменений потребительских предпочтений населения России и стран мира, оценка конкурентных стратегий компаний-лидеров международного ритейла в отношении СТМ, направления повышения эффективности в области создания и продвижения СТМ, анализ подходов российских ритейлеров к развитию собственных торговых марок и описание 40 крупнейших ритейлеров FMCG России	Ноябрь 2011 года	50 000
<b>СКОРО!</b> База данных «База 700 торговых сетей FMCG России, Украины, Казахстана и Республики Беларусь»	База данных содержит бизнес-справки по крупнейшим сетям FMCG России, Республики Беларусь, Казахстана и Украины и аналитическую базу данных 700 сетям FMCG России, Украины, Казахстана и Республики Беларусь. Кроме того в Исследовании представлены рейтинги по ключевым операционным и финансовым показателям крупнейших сетей FMCG России, Украины, Казахстана и Беларуси.	III квартал 2012 года	50 000

### Периодические обзоры агентства INFOLine по экономике розничной торговле:

Название продукта	Описание продукта	Периодичность	Цена, руб. в месяц
Периодический ежемесячный обзор «Макроэкономика России и состояние обрабатывающих отраслей»	Макроэкономический обзор ситуации в отраслях РФ.	1 раз в месяц	5 000
Периодический ежемесячный обзор «Рейтинг торговых сетей FMCG РФ»	Обзор ситуации на розничном рынке РФ, анализ деятельности сетей FMCG TOP -130	1 раз в месяц	10 000 или 5 000 при подписке на 2012 год
Периодический ежемесячный обзор «Банк новинок на рынке пищевой промышленности»	Обзор новой продукции рынке продуктов питания РФ и зарубежья	1 раз в месяц	15 000