

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.



Обзор

Розничная торговля продуктами питания России 2008-2009 гг. Влияние кризиса Анализ развития сетей FMCG ДЕМО-ВЕРСИЯ

- История развития, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли России
- Итоги развития торговых сетей FMCG России в 2008 году и I квартале 2009 года, прогноз на 2009 год.
- База данных в формате Excel "220 торговых сетей FMCG в 18 регионах России"
- Влияние кризиса на развитие торговых сетей FMCG России
- Сравнительный анализ конкуренции в сетевой торговле FMCG 18 городов и регионов России
- Анализ ситуации в неорганизованной розничной торговле и перспективы развития розничных рынков
- Текущее состояние и перспективы развития основных форматов розничной торговли FMCG в России

Содержание Обзора "Розничная торговля продуктами питания России 2008-2009 гг. Влияние кризиса" (Анализ развития сетей FMCG)	
Об Исследовании "Торговые сети FMCG России: аналитическая часть"	3
Раздел I. История развития, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли России	6
<i>Основные показатели розничной торговли России</i>	6
<i>Динамика доходов населения России</i>	9
<i>Развитие сетевой торговли в крупнейших городах России</i>	11
<i>Производительность труда в розничной торговле России</i>	13
Раздел II. Влияние кризиса на развитие торговых сетей FMCG России	18
Раздел III. Ключевые тенденции развития и рейтинг торговых сетей FMCG России в 2008 году.....	31
<i>Ключевые тенденции развития торговых сетей FMCG</i>	31
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG</i>	39
Раздел IV. Итоги развития торговых сетей FMCG России в I квартале 2009 года	44
<i>Развитие форматов супермаркет и гипермаркет в I квартале 2009 года</i>	44
<i>Ключевые особенности развития формата гипермаркет в I квартале 2009 года</i>	45
<i>Региональное развитие сетей FMCG России в I квартале 2009 года</i>	47
Раздел V. Изменение потребительских предпочтений и уверенности россиян в условиях кризиса	49
<i>Изменение состояния рынка труда в 2009 году</i>	49
<i>Потребительские ожидания и предпочтения в условиях кризиса</i>	54
<i>Основные изменения в потребительских предпочтениях россиян в условиях экономического кризиса</i>	58
<i>Изменение потребительских предпочтений россиян в отношении непродовольственных товаров</i>	60
Раздел VI. Анализ ситуации в экономике и розничной торговле 18 городов и регионов России	69
Раздел VII. Анализ состояния и перспективы развития неорганизованной торговли в 17 городах России	82
Раздел VIII. Состояние рынка торговых центров в 17 городах России	92
Раздел IX. Текущее состояние и перспективы развития основных форматов розничной торговли FMCG в России	99
<i>История развития и ключевые особенности формата гипермаркет</i>	99
<i>История развития и ключевые особенности формата супермаркет</i>	103
<i>История развития и ключевые особенности формата магазин у дома</i>	108
Приложение. База данных сетей FMCG России	112

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 потребительских рынков и сетевой розничной торговли нам доверяют: "Магнит", "X5 Retail Group N.V.", "О'Кей", "Лента", "Дикси", "Копейка", "Billa", "Pepsi", "Данон" и многие другие.



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



Об Обзоре "Розничная торговля продуктами питания России 2008-2009 гг. Влияние кризиса"

С повышением доли торговых сетей в обороте розничной торговли в России все большую актуальность приобретают информационные продукты, гармонично сочетающие новостную и обзорно-аналитическую информацию о развитии российского розничного рынка, а также базы данных. В рамках расширения спектра информационных услуг ИА "iNFOLine" в 2002-2008 гг. представило комплекс информационных продуктов:

- в 2002 году – услугу ["Тематические новости: Торговые сети"](#);
- в 2004 году – информационный портал www.advis.ru с посещаемостью более 12 тыс. человек в день, на котором тематика ["Торговые сети"](#) является одной из наиболее популярных;
- в 2005 году – архив материалов по тематике ["Торговые сети"](#), который содержит более 19 тыс. материалов и ежедневно пополняется более чем на 30 новостей, статей в СМИ и т. д.;
- в 2005 году – ежеквартальный периодический отраслевой обзор ["Торговые сети FMCG"](#), количество постоянных подписчиков которого в настоящее время превысило 50 компаний, а периодических потребителей – 200 компаний;
- во II квартале 2007 года – принципиально новый информационный продукт **Аналитическая база данных ["230 торговых сетей FMCG России"](#)**;
- в I квартале 2008 года – ежемесячный периодический отраслевой обзор ["Планы развития и основные события торговых сетей FMCG в России"](#);
- во II квартале 2008 года – Исследование ["Рынок гипермаркетов"](#);
- в III квартале 2008 года ежемесячный периодический отраслевой обзор ["Планы развития и основные события торговых сетей FMCG в России"](#) дополнен разделом "Влияние финансового на развитие сетей FMCG России";
- во II квартале 2009 года – Обзор ["Розничная торговля продуктами питания России 2008-2009 гг. Влияние кризиса"](#), в котором проанализированы основные тенденции, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли и сетей FMCG в России в 2008 году и январе-мае 2009 года. Также охарактеризовано влияние кризиса на развитие сетей FMCG России и изменение потребительских предпочтений россиян и проведено сопоставление уровня конкуренции на рынках сетевой и неорганизованной торговли и коммерческой недвижимости в 18 городах и регионах России (Волгоград, Екатеринбург, Ижевск, Казань, Киров, Краснодар, Москва, Московская область, Нижний Новгород, Новосибирск, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Санкт-Петербург, Саратов, Ставрополь, Уфа и Челябинск).

Обзор "Розничная торговля продуктами питания России 2008-2009 гг. Влияние кризиса" включает:

- **Раздел I. "История развития, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли России"**, в котором охарактеризована долгосрочная динамика основных макроэкономических показателей розничной торговли России, динамика доходов населения России в 1990-2008 гг. и прогноз на среднесрочную перспективу, проанализирована производительность труда в розничной торговле РФ в сравнении с зарубежными странами;
- **Раздел II. "Влияние экономического кризиса на развитие торговых сетей FMCG России"**, в котором охарактеризовано комплексное влияние изменения условий внешней среды на сети FMCG и их взаимоотношения с поставщиками, арендодателями, банковскими структурами, а также портфельными и стратегическими инвесторами;
- **Раздел III. "Ключевые тенденции развития и рейтинг торговых сетей FMCG в 2008 году"**, в котором охарактеризованы динамика развития и основные тенденции сетей FMCG России в 2008 году, а также сформирован рейтинг 45 крупнейших ритейлеров по итогам 2008 года и I квартала 2009 года по следующим показателям: чистая выручка (без учета НДС), количество магазинов, общая торговая площадь;
- **Раздел IV. "Итоги развития торговых сетей FMCG в I квартале 2009 года"**, в котором проведен сравнительный анализ развития торговых сетей в I квартале 2008 и 2009 года и подробно охарактеризованы открытия гипермаркетов и супермаркетов;
- **Раздел V. "Изменение потребительских предпочтений и уверенности россиян в условиях кризиса"**, в котором охарактеризовано состояние рынка труда в России в январе-апреле 2009 года, а также изменение потребительской уверенности и предпочтений населения России в отношении приобретения основных товарных групп продовольственных товаров;
- **Раздел VI. "Анализ ситуации в экономике и розничной торговле 18 городов и регионов России"**, в котором осуществлен сравнительный анализ состояния экономики и розничной торговли в следующих городах и регионах: Волгоград, Екатеринбург, Ижевск, Казань, Киров, Краснодар, Москва, Московская область, Нижний Новгород, Новосибирск, Пермь, Ростов-на-



Дону, Самара, Санкт-Петербург, Саратов, Ставрополь, Уфа и Челябинск. На эти регионы приходится 47,5% ВВП, 49% населения, 53% промышленного производства и 60% оборота розничной торговли России;

- **Раздел VII. "Анализ состояния и перспективы развития неорганизованной торговли в городах России"**, в котором охарактеризована динамика и основные тенденции развития розничных рынков в России, их текущее состояние и перспективы развития в условиях ужесточения государственного регулирования, а также проанализирован уровень насыщенности розничными рынками 18 крупнейших городов и регионов России (Волгоград, Екатеринбург, Ижевск, Казань, Киров, Краснодар, Москва, Московская область, Нижний Новгород, Новосибирск, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Санкт-Петербург, Саратов, Ставрополь, Уфа и Челябинск);
- **Раздел VIII. "Рынок торговых центров в 17 городах России"**, в котором охарактеризованы основные тенденции и показатели развития рынка коммерческой недвижимости России, а также динамика объемов ввода и уровень насыщенности площадями в торговых центрах по 17 крупнейшим городам России (Волгоград, Екатеринбург, Ижевск, Казань, Киров, Краснодар, Москва, Нижний Новгород, Новосибирск, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Санкт-Петербург, Саратов, Ставрополь, Уфа и Челябинск);
- **Раздел IX. "Текущее состояние и перспективы развития основных форматов розничной торговли FMCG в России"**, в котором проанализирована история развития форматов гипермаркет, супермаркет и магазин у дома, охарактеризованы показатели ключевых ритейлеров, работающих в данных форматах и разработан прогноз развития форматов на 2009 год с учетом влияния изменения ситуации в экономике и потребительских предпочтений;

В рамках подготовки **Обзора "Розничная торговля продуктами питания России 2008-2009 гг. Влияние кризиса"** специалисты ИА "INFOLine" использовали следующие источники информации:

- экспертные опросы и интервью с представителями торговых сетей, направленные на уточнение конкурентных позиций на региональных рынках и перспектив развития в регионах;
- материалы торговых сетей и компаний-поставщиков (пресс-релизы, материалы с сайтов, отчеты, проспекты эмиссий ценных бумаг и инвестиционные меморандумы);
- данные финансовой отчетности сетей по российским и международным стандартам.
- данные Федеральной службы государственной статистики, Федеральной антимонопольной службы, Министерства экономического развития, а также региональных органов власти (министерства экономики, департаменты развития потребительского рынка);
- услугу ["Тематические новости: Торговые сети"](#) и архив материалов с 2001 года по тематике "Торговые сети", а также материалы СМИ (печатная пресса, электронные СМИ, информационные агентства, материалы торговых сетей и компаний-поставщиков: пресс-релизы, материалы с сайтов, годовые и квартальные отчеты, инвестиционные меморандумы).

Обзор "Розничная торговля продуктами питания России 2008-2009 гг. Влияние кризиса" позволяет потребителю информационного продукта решить ряд задач, временные затраты на решение которых посредством использования собственных ресурсов (отдела маркетинга розничной торговой сети или отдела продаж компании производителя или дистрибутора) или финансовые (в случае приобретения исследований) будут очень велики:

- оценка уровня конкуренции и перспектив развития сетевой розничной торговли по России в целом и в крупнейших городах;
- анализ тенденций развития сетевой розничной торговли FMCG в различных форматах и оценка изменения потребительских предпочтений;
- сравнительный анализ макроэкономической ситуации, развития неорганизованной торговли и рынка коммерческой недвижимости в наиболее экономически развитых городах России, что позволяет оценить перспективы выхода в соответствующий регион или развития в нём;
- формирование контактной базы потенциальных партнеров или конкурентов (большинства торговых сетей, представленных в регионе, с количеством магазинов от 3 и более).

Потребителями подготовленного специалистами ИА "INFOLine" **Обзора** могут являться:

- отделы маркетинга и продаж предприятий, производящих потребительские товары, строительные и отделочные материалы и товары для детей;
- отделы маркетинга и менеджмент торговых сетей FMCG;
- отделы продаж компаний, производящих продукцию для предприятий розничной торговли или предоставляющих услуги розничным сетям;
- частные и институциональные инвесторы, владеющие или планирующие приобрести активы в российской сетевой розничной торговле.

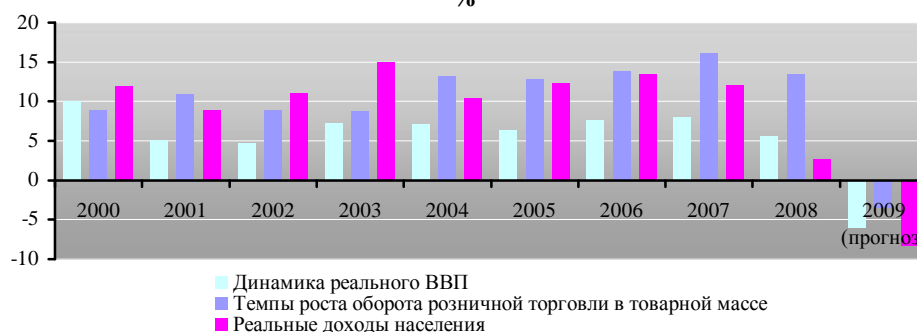


Раздел I. История развития, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли России

Основные показатели розничной торговли России

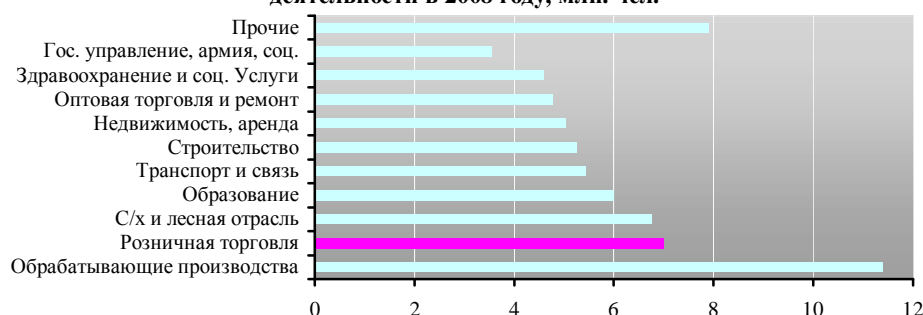
Розничная торговля являлась одним из наиболее динамично растущих секторов экономики России, о чем свидетельствует сохранение на протяжении 2003-2008 гг. темпов роста ее оборота в товарной массе на уровне почти в два раза выше темпов роста ВВП. В результате экономического кризиса оборот розничной торговли, по мнению специалистов ИА "INFOLine", сократится по итогам 2009 года не менее чем на 3,5%.

Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2000-2008 гг. и прогноз на 2009 г., %



В 2000-2008 гг. номинальный ВВП, выраженный в долларах, увеличился в 6,4 раза, а оборот розничной торговли – в 6,7 раза. В результате к концу 2008 года розничный рынок России стал одним из крупнейших в Европе. В условиях экономического кризиса и девальвации рубля оборот розничной торговли в долларовом выражении в 2009 году снизится примерно на 26%, а номинальный ВВП – более чем на 45%. Следует отметить, что розничная торговля является одним из крупнейших работодателей и по итогам 2008 года на ее долю приходилось около 10,5% занятого в экономике населения. При этом, по данным McKinsey, в течение 1999-2008 гг. в розничной и оптовой торговле России создано более 5 млн. новых рабочих мест.

Численность занятых в экономике России по видам деятельности в 2008 году, млн. чел.



В то же время на долю современных форматов по состоянию на начало 2009 года приходилось не более 11% занятых в розничном секторе, что обуславливает низкий уровень производительности труда. Таким образом, даже в условиях экономического кризиса в 2009 году розничная торговля продолжит оставаться одним из наиболее устойчивых секторов экономики России.

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит описание динамики основных показатели розничной торговли и доходов населения, анализ производительности труда в розничной торговле России в сравнении с зарубежными странами.



Раздел II. Влияние кризиса на развитие торговых сетей FMCG России

По мнению специалистов ИА "INFOLine", экономический кризис в России обусловил формирование следующего комплекса факторов внешней среды, оказывающих значительное влияние на развитие ритейла:

- кризис неплатежей в реальном секторе, обусловленный сокращением объемов и ростом стоимости банковского кредитования и факторинговых услуг, обусловил необходимость ужесточения условий работы с поставщиками за счет увеличения отсрочки платежа (примерно на 30-45 дней в зависимости от сети), что с одной стороны ограничивает возможности ритейлеров по формированию ассортиментной матрицы и повышает риск взыскания поставщиками задолженностей через суд, с другой – позволяет предоставлять поставщикам кредиты в форме сокращения отсрочки платежа с процентными ставками более 50% годовых (о реализации подобной услуги заявили X5 Retail Group, "Копейка", "Магнит" и другие крупные федеральные ритейлеры);
- сохранение крайне неблагоприятных условий для рефинансирования кредитов и продажи активов на фоне высокого уровня задолженности и ухудшения финансового положения обуславливает высокий уровень рисков банкротства для ритейлеров, не получивших государственную помощь и значительный риск дефолтов в рамках оферты или погашения размещенных ранее корпоративных облигаций в 2009 году;
- сокращение возможностей привлечения средств за счет продажи находящейся в собственности ритейлеров недвижимости и заключения сделок по схеме sale-lease-back в условиях резкого сокращения спроса (в том числе со стороны банков, к которым в 2009 году перешла от девелоперов, не имеющих возможности погасить привлеченные ранее кредиты, большое количество готовых и строящихся объектов коммерческой недвижимости) и продолжающегося снижения цен на рынке коммерческой недвижимости;
- завершение в октябре 2008 года "потребительского бума" в России и нарастание кризисных явлений на рынке труда в 2009 году. Количество безработных к апрелю 2009 года превысило 10% экономически активного населения, реальная заработная плата, реальные доходы и сбережения населения быстро снижаются, что обуславливает сокращение потребительских расходов (особенно на товары длительного пользования) и изменение потребительских предпочтений. Важнейшим критерием выбора товара становится соотношение цены и качества с превалированием цены;
- рост цен на импортные товары (в том числе товары, произведенные с использованием импортного сырья) в результате девальвации рубля, обуславливающий необходимость оптимизации ассортиментной матрицы ритейлеров (снижения доли непродовольственных товаров в FMCG-сетях и импортных товаров).

Ключевой особенностью экономического кризиса в России стало появление возможностей для быстрого роста ритейлеров, в случае наличия у них источников финансирования, так как конкуренция за торговые площади практически отсутствует, стоимость аренды торговой недвижимости снизилась на 30% и более, аренды объектов логистической инфраструктуры – более чем на 50%. При этом наиболее благоприятная ситуация складывается для крупнейших российских ритейлеров ("Магнит", "X5 Retail Group"), получивших крупные кредиты в рамках программы государственной поддержки, а также международных ритейлеров ("Auchan", "Billa", "Selgros", "Metro", "Real"). По мнению специалистов ИА "INFOLine", в IV квартале 2008 года и I квартале 2009 года произошел ряд изменений в операционной, инвестиционной и финансовой деятельности российских ритейлеров.

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит комплексное влияние изменения условий внешней среды на сети FMCG и их взаимоотношения с поставщиками, арендодателями, банковскими структурами, а также портфельными и стратегическими инвесторами.



Раздел III. Ключевые тенденции развития и рейтинг торговых сетей FMCG России в 2008 году

Рейтинг торговых сетей FMCG

В течение 2008 году крупнейшими ритейлерами России были открыты 88 гипермаркетов, более 130 супермаркетов и более 1000 магазинов у дома (причем более 70% открытий магазинов малого формата, к которым относятся магазины у дома и дискаунтеры, пришлось на четыре сети "Магнит" (371), "Пятерочка" (174), "Копейка" (98) и "Дикси" (100)). Динамика открытия магазинов в 2008 году по сравнению с предыдущим годом существенно ухудшилась, причем многие сети вынуждены были сократить количество торговых объектов, закрыв нерентабельные или неподходящие по формату. В течение I квартала 2009 года российские ритейлеры (специалисты ИА "iNFOLine" проанализировали данные по 150 торговым сетям с общим количеством магазинов около 9000) открыли менее 200 новых магазинов. Кроме того, ритейлерами было закрыто более 60 торговых объектов. Таким образом, общий прирост количества торговых объектов составил менее 140. При этом основное количество открытий пришлось на двух ритейлеров (X5 Retail Group N.V. и "Магнит").

В апреле 2009 года в связи с нарастанием кризисных явлений в экономике России тенденция сокращения количества открытий новых торговых объектов усилилась, причем целый ряд крупных ритейлеров продемонстрировал негативную динамику количества торговых объектов. Причем если такие ритейлеры, как "Копейка" и "Дикси" сократили количество торговых объектов в рамках программы оптимизации бизнеса и закрытия убыточных магазинов, то "Мосмарт", ГК "Вестер", "Седьмой Континент" и "Алпи", испытывающие финансовые проблемы, вынуждены были закрывать крупноформатные торговые объекты, которые в 2008 году демонстрировали приемлемый уровень операционной эффективности бизнеса. Большинство региональных ритейлеров в январе-апреле 2009 года осуществляли процесс оптимизации бизнеса, закрывая нерентабельные торговые объекты и открывая магазины на более привлекательных с точки зрения величины арендной платы и интенсивности потребительских потоков местах. При этом уже к середине II квартала 2009 года в российском ритейлер резко активизировался процесс консолидации: так, в течение III квартала могут быть осуществлены такие крупные сделки M&A, как приобретение X5 Retail Group N.V. объединенной компании "Холидей" и "Кора", приобретение компанией Carrefour 75% розничного бизнеса ОАО "Седьмой Континент" и более 95% акций компании "МКапитал", владеющей наиболее привлекательными торговыми объектами сети, приобретение компанией "Сбербанк капитал" контрольного пакета ЗАО "Мосмарт". Кроме того, до конца 2009 года, скорее всего, произойдет смена контролирурующих акционеров ГК "Виктория", ООО "Лента" (наиболее вероятным претендентом является Walmart), а также сетей "Патэрсон" и "Матрица". Динамика количества магазинов крупнейших ритейлеров в 2005-2009 гг. приведена в таблице.

Динамика количества магазинов крупнейших сетей FMCG в 2005-2009 гг., по состоянию на конец периода
(в полной версии приведена информация о 45 крупнейших ритейлерах)

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2005	2006	2007	2008	Март 2009	Апрель 2009
X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток	Супермаркет, магазин у дома	***	***	***	***	***	***
X5 Retail Group N.V.	Карусель	Гипермаркет	***	***	***	***	***	***

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит описание динамики развития и основных тенденций сетей FMCG в 2008 году и рейтинг 45 крупнейших ритейлеров по итогам 2008 года и I квартала 2009 года по следующим показателям: чистая выручка, количество магазинов, общая торговая площадь.



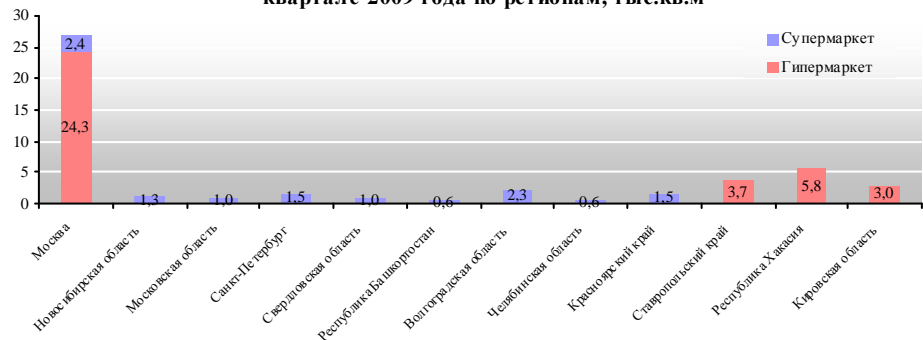


Раздел IV. Итоги развития торговых сетей FMCG России в I квартале 2009 года

Региональное развитие сетей FMCG России в I квартале 2009 года

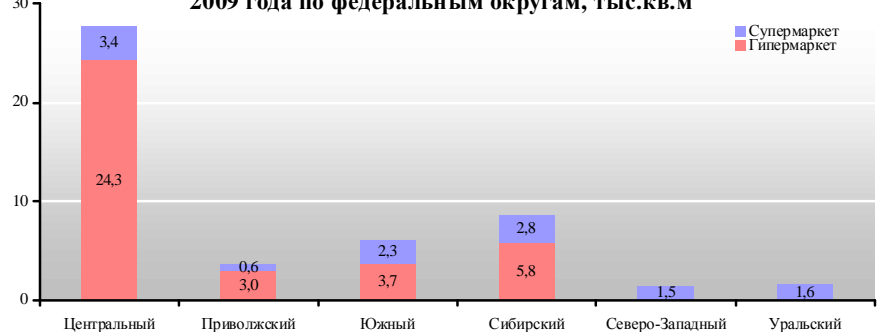
Лидирующие позиции по суммарным площадям введенных супермаркетов и гипермаркетов занимает Москва (более 26,7 тыс.кв.м), а второе – Республика Хакасия, где в I квартале 2009 года на месте гипермаркета "Алпи" был открыт гипермаркет "Поляна" торговой площадью 5,8 тыс.кв.м. На диаграмме представлены суммарные торговые площади супермаркетов и гипермаркетов по регионам, открытых в течение I квартала 2009 года.

Суммарные торговые площади гипермаркетов, открытых в I квартале 2009 года по регионам, тыс.кв.м



По суммарным торговым площадям открытых в течение I квартала 2009 года супермаркетов и гипермаркетов лидирует Центральный федеральный округ, где общий прирост площадей составил более 27,4 тыс.кв.м (за счет открытий гипермаркетов "Карусель" и супермаркетов "Перекресток" компанией X5 Retail Group). Кроме того, основными регионами экспансии федеральных сетей формата "гипермаркет" в течение I квартала 2009 года являются Южный (за счет открытия гипермаркета "О'Кей" и супермаркета "О'Кей-Экспресс"), Сибирский (за счет открытия гипермаркета "Поляна" и супермаркетов "Патэрсон", "О'Кей-Экспресс") федеральные округа. Центральный федеральный округ занимает первое место по суммарному вводу торговых площадей супермаркетов (более 3,4 тыс.кв.м, которые введены в Москве), а Сибирский – второе за счет ввода 2,8 тыс.кв.м. Суммарные площади объектов, открытых за 2008 год представлены на диаграмме.

Суммарная торговая площадь объектов, открытых в I квартале 2009 года по федеральным округам, тыс.кв.м



Наибольшее количество супермаркетов в течение I квартала 2009 года было открыто в Новосибирской области, Свердловской области и Москве. Количество гипермаркетов и супермаркетов, открытых в I квартале 2009 года в России по регионам, представлено на диаграмме.

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит сравнительный анализ развития торговых сетей в I квартале 2008 и 2009 года и описание открытий гипермаркетов и супермаркетов.

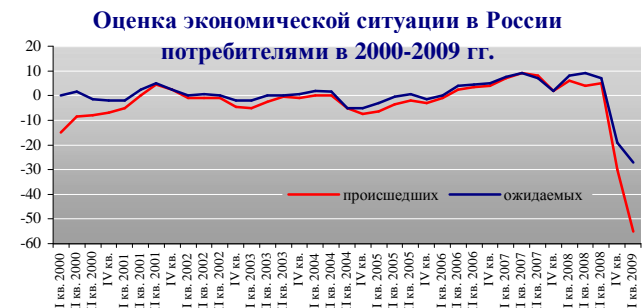




Раздел V. Изменение потребительских предпочтений и уверенности россиян в условиях кризиса

Потребительские ожидания и предпочтения в условиях кризиса

Результаты опросов Федеральной службой государственной статистики 5000 человек в возрасте от 16 лет, проживающих во всех субъектах РФ, свидетельствуют о масштабном снижении уровня потребительской уверенности по итогам I квартала 2009 года (до уровня IV квартала 1999 года). Так, в I квартале 2009 года индекс, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, составил -35% и по сравнению со I кварталом 2008 года снизился на 35% (по сравнению с IV кварталом 2008 года – на 15%).



Таким образом, по итогам I квартала 2009 года кризисные явления в экономике России привели усилению негативных оценок россиянами изменения экономической ситуации в стране, а также произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения. Индекс ожидаемых изменений в экономической ситуации составил -27% против 8% в I квартале 2008 года, а произошедших изменений – -55%, против 6%. При этом негативных изменений в экономической ситуации ожидают более 48% респондентов, в то время как позитивных – около 13%. Доля негативных оценок изменений экономической ситуации в I квартале 2009 года составила 83% (в I квартале 2008 года – 19%), а позитивных – около 4% (в I квартале 2008 года – 32%).

В I квартале 2009 года, как и в IV квартале 2008 года восприятие россиянами ожидаемых и произошедших изменений в экономической ситуации в стране на протяжении было менее оптимистичным, чем оценка личного материального положения (в 2002-2007 гг. наблюдалась обратная тенденция). По мнению специалистов ИА "INFOLine", это обусловлено усилением недоверия к способности Правительства РФ эффективно реализовать комплекс антикризисных мер и обеспечить рост экономики, занятости и реальных доходов населения.



ДЕМО-ВЕРСИЯ

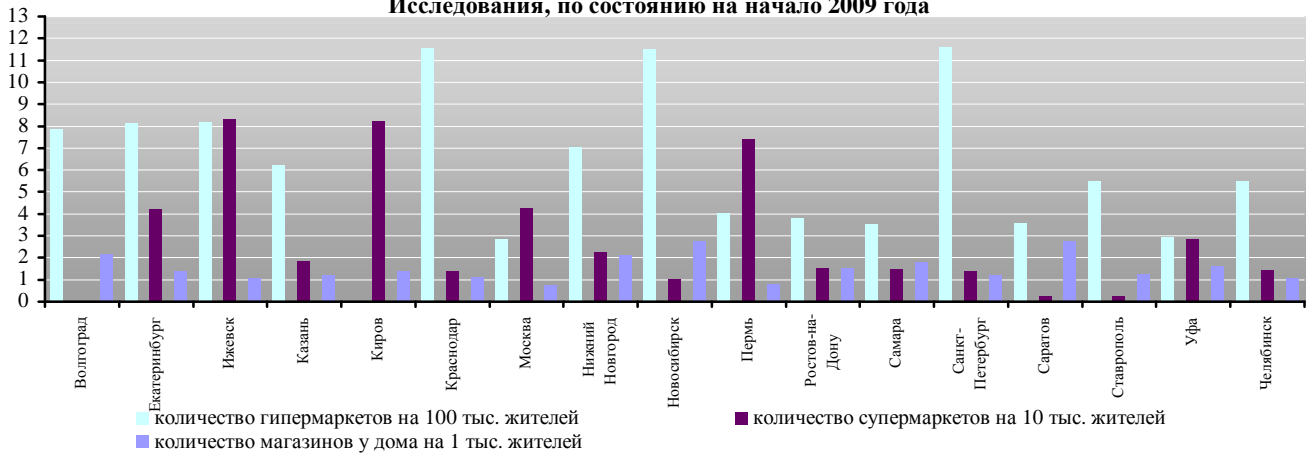
Полный текст раздела содержит описание состояния рынка труда, анализ изменения потребительской уверенности и предпочтений населения в отношении приобретения продовольственных товаров.



Раздел VI. Анализ ситуации в экономике и розничной торговле 18 городов и регионов России

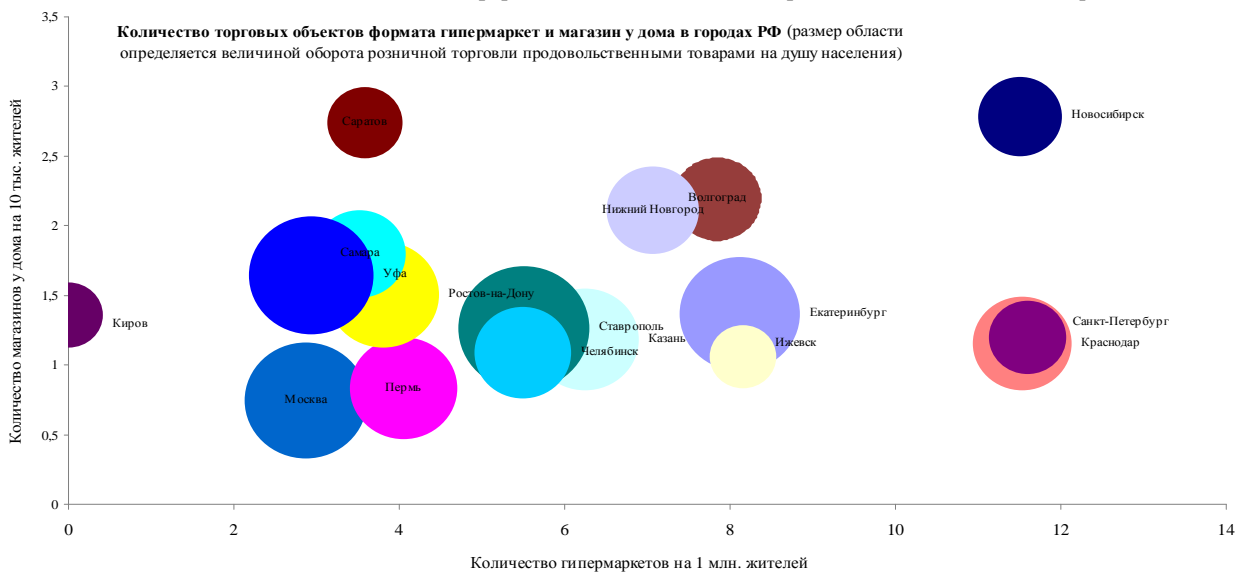
По мнению специалистов ИА "INFOLine", потенциал развития сетевой розничной торговли FMCG в крупных городах можно оценить по количеству и торговой площади объектов сетевой розничной торговли (для удобства представления количество гипермаркетов рассчитано на 1 млн. жителей, супермаркетов – на 10 тыс. жителей, а магазинов у дома – на 1 тыс. жителей).

Количество торговых объектов основных форматов сетевой розничной торговли в городах
Исследования, по состоянию на начало 2009 года



По количеству гипермаркетов на душу населения города, представленные в Исследовании можно разделить на следующие группы:

- **высокий уровень насыщенности** – города с более 11 объектами данного формата на 1 млн. жителей: Санкт-Петербург (11,6), Краснодар (11,53) и Новосибирск (11,5);
- **умеренно высокий уровень насыщенности** – города с 7-8 объектами данного формата на 1 млн. жителей: Ижевск (8,15), Екатеринбург (8,12), Волгоград (7,85) и Нижний Новгород (7,06);
- **средний уровень насыщенности** – города с 3-6 объектами данного формата на 1 млн. жителей: Казань (6,25), Ставрополь (5,50) и Челябинск (5,49), Пермь (4,05), Ростов-на-Дону (3,81), Саратов (3,59), Самара (3,52);
- **низкий уровень насыщенности** – города с 3 и менее объектами данного формата на 1 млн. жителей: Уфа (2,94), Москва (2,87) и Киров (0).



ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит сравнительный анализ состояния экономики и розничной торговли в 18 городах и регионах РФ.

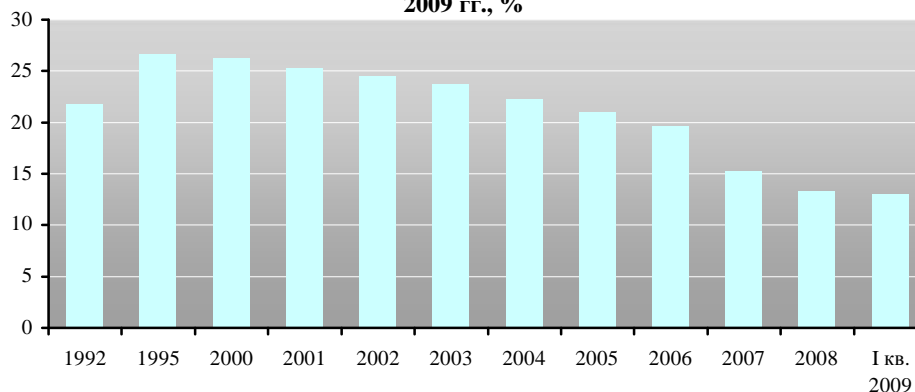


Раздел VII. Анализ состояния и перспективы развития неорганизованной торговли в 17 городах России

Динамика развития розничных рынков в России

После периода бурного развития рынков в постперестроечный период, в 1995-1999 гг. доля рынков в обороте розничной торговли стабилизировалась на уровне 26,5%. В условиях стремительного развития современных форматов розничной торговли в России доля продаж на розничных рынках (как специализированных, так и универсальных) в обороте розничной торговли быстро уменьшалась. В течение 2000-2009 гг. доля рынков в обороте розничной торговли снизилась в два раза – с 26,2% в 2000 году до 13,0% в I квартале 2009 года.

Динамика рынков в обороте розничной торговли в России в 1992-2009 гг., %



Также в течение 2000-2008 гг. существенно сократилось и общее количество розничных рынков (в значительной степени в результате деятельности региональных властей, направленных на снижение доли неорганизованной торговли и повышение качества продуктов питания и непродовольственных товаров, реализуемых населению).

Динамика количества рынков в РФ и их средней величины в 2000-2009 гг., на начало периода



Наиболее сильное сокращение количества рынков произошло в 2007 году и I квартале 2008 года, и было обусловлено ужесточением правил государственного регулирования (перепрофилированием рынков в торговые комплексы или ликвидацией в противном случае). В период с 1 апреля 2008 года по 1 марта 2009 года количество рынков стабилизировалось.

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит описание динамики и тенденций развития розничных рынков, их текущее состояние и перспективы развития, а также анализ уровня насыщенности розничными рынками 18 городов и регионов.



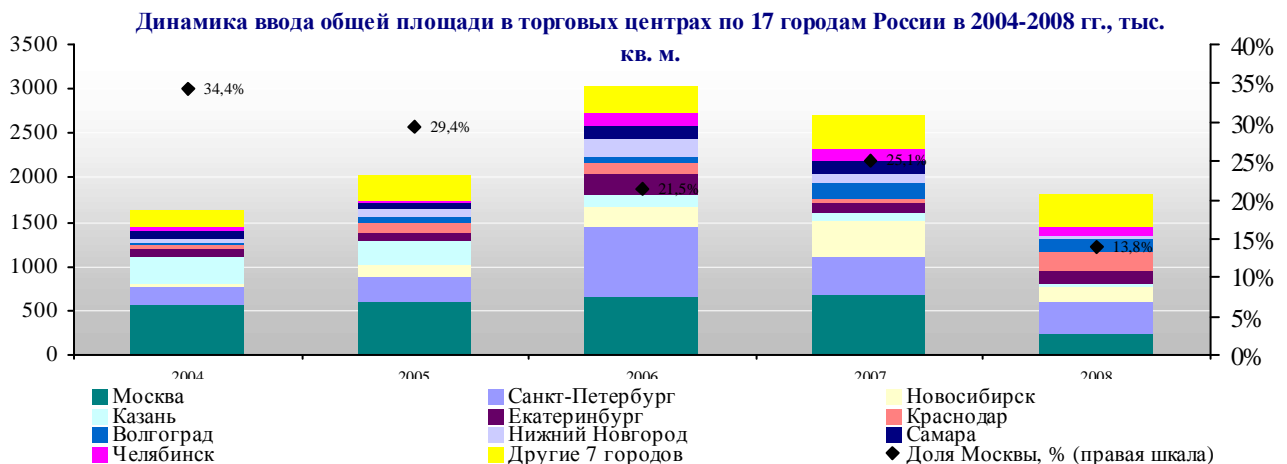
Раздел VIII. Состояние рынка торговых центров в 17 городах России

Ухудшение финансового положения девелоперских компаний обусловило приостановку строительства большинства ТЦ и ТРК, кроме находящихся на завершающих стадиях реализации. При этом в 2009 года одновременно наблюдаются три сильных негативных тенденции:

- сокращения спроса на торговые площади в связи со снижением оборота розничной торговли и изменением потребительских предпочтений;
- снижения ставок аренды по новым объектам в связи со снижением спроса и по действующим объектам по результатам переговоров с арендаторами, многие из которых оказываются неспособны финансировать арендные платежи на докризисном уровне. Снижение ставок по состоянию на май 2009 года варьируется в диапазоне от 25 до 45% к уровню лета 2008 года;
- ухудшения условий банковского кредитования девелоперских проектов и массовый переход заложенного для предоставления кредитов имущества в собственность банков-кредиторов. По оценкам специалистов ИА "INFOLine", более 40% крупных российских девелоперов близки к банкротству и продолжение их функционирования зависит от предоставления банками отсрочек или возможностей реструктуризации долга.



По итогам 2007-2008 гг. вектор развития торговой недвижимости в России окончательно переместился в регионы: из более 2,5 млн. кв. м, введенных в 2008 году, на Москву пришлось всего 10% (в среднем за 2004-2008 гг. доля Москвы составила около 28%). Аналогичная картина наблюдается и при анализе ввода по 17 городам России: доля Москвы в 2004 году составила 34,4%, а в 2008 году – всего 13,8%. Динамика ввода площадей в торговых центрах по 17 крупным городам России в 2004-2008 гг. представлена на диаграмме.



ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит описание тенденций и показателей развития рынка коммерческой недвижимости России, а также анализ динамики ввода и уровня насыщенности площадями в торговых центрах по 17 городам России.

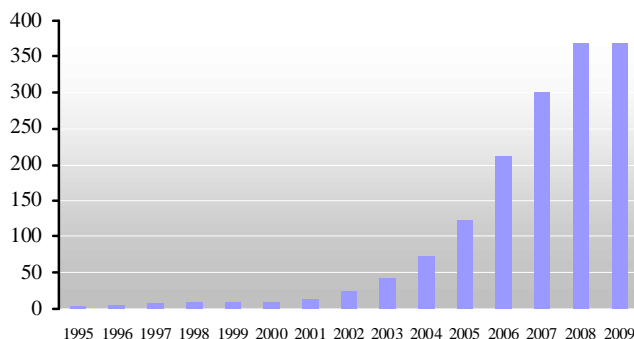


Раздел IX. Текущее состояние и перспективы развития основных форматов розничной торговли FMCG в России

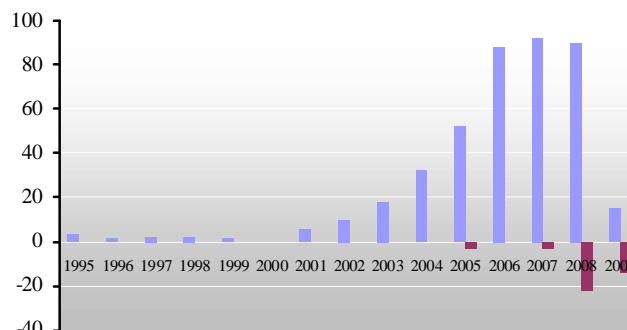
История развития и ключевые особенности формата гипермаркет

Таким образом, в 2006-2007 гг. был достигнут пик ввода гипермаркетов, обусловленный активным инвестированием в развитие данного формата российскими и международными ритейлерами, а также быстрым расширением предложения на рынке торговых и торгово-развлекательных центров в крупных городах России. В 2008 году количество гипермаркетов в России сократилось, так как значительная часть состоявшихся открытий была связана с изменением состава арендаторов уже действующих торговых комплексов. В январе-мае 2009 года наблюдалась тенденция сокращения количества открываемых гипермаркетов, причем с учетом закрытий объектов данного формата, чистый прирост количества объектов и торговых площадей стремится к нулю.

Динамика количества гипермаркетов в России в 1995-2009 гг. на конец периода

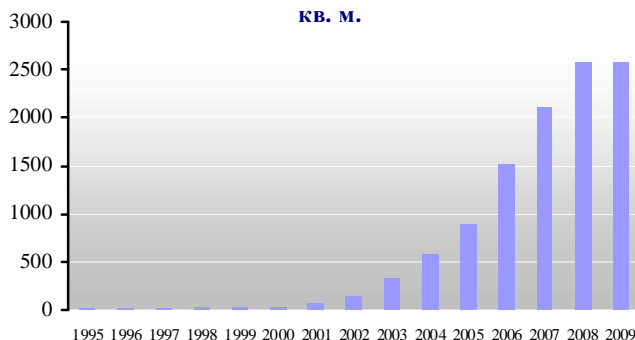


Динамика количества открытий и закрытий гипермаркетов в России в 1995-2009 гг.



Тенденция снижения объемов ввода объектов и торговых площадей обусловлена тем, что в условиях экономического кризиса практически все ритейлеры, являвшиеся в 2008 году драйверами развития формата "гипермаркет", либо столкнулись с финансовыми трудностями (ГК "Вестер", "Мосмарт", "Седьмой континент"), сократили инвестиционную программу ("Лента", "МЕТРО", "Корпорация Гринн"), либо приняли решение сконцентрироваться на развитии магазинов у дома и скорректировать планы открытия гипермаркетов в сторону сокращения ("Магнит", "Дикси", X5 Retail Group).

Динамика торговых площадей гипермаркетов в России в 1995-2009 гг., тыс. кв. м.



Динамика торговых площадей гипермаркетов открытых и закрытых в России в 1995-2009 гг., тыс. кв. м.



ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит историю развития форматов гипермаркет, супермаркет и магазин у дома, основные показатели ключевых ритейлеров, работающих в данных форматах и прогноз развития форматов на 2009 год с учетом влияния изменения ситуации в экономике и потребительских предпочтений.



Специальное предложение!

База данных сетей FMCG России

В базе данных (предоставляется в формате Excel) приведена информация о 220 торговых сетях FMCG с количеством магазинов 11,4 тыс. единиц, торговой площадью более 6,9 млн. кв. м и суммарной выручкой более 50 млрд. долл.

База данных предназначена для оптимизации взаимодействия с торговыми сетями, предоставляется в формате Excel и включает следующие поля:

- Бренд сети;
- Юридическое название,
- Руководитель;
- Фактический адрес;
- Телефон;
- Факс;
- E-mail;
- Web-сайт;
- Развиваемые форматы (гипермаркет, супермаркет, магазин у дома)
- Общее количество магазинов сети на 1 января 2009 года;
- Количество магазинов на 1 января 2009 года по форматам (гипермаркеты, супермаркеты, магазины);
- Общая торговая площадь магазинов сети на 1 января 2009 года;
- Чистая выручка (без учета НДС) торговой сети в 2007-2008 гг., млрд. руб.
- Региональная представленность (в каких регионах и городах размещены магазины сети с указанием их количества.)

Внешний вид базы "220 торговых сетей FMCG"

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Наименование сети	Юридическое название	Фактический адрес	Генеральный директор	Телефон	Факс	E-mail	Web-сайт	Формат
2	12 месяцев	ТД 12 Месяцев, ООО	113191, Москва, ул. Ботки	Салтеев Шайхат Алибекович	(495)7752222	(495)9584466	info@12month	www.12month	супермаркет
3	69 Параллель	Комета, ООО	663316, Красноярский край	Мурзин Сергей Валентинович	(3919)350363	(3919)351183	info@69set.ru	www.69set.ru	магазин у дома
4	7-я Семья	ТД Ингерторг, ООО	196084, Санкт-Петербург	Абдулваев Мисаил Алевич	(812)6221090	(812)6221099	rbatukova@7	www.7-ya.ru	магазин у дома
5	Atas	Атак, ООО	125171, Москва, 4 Выйков	Жан-Филипп Трабовский	(495)6609870,7	(495)2583101	info@ismc-atas	www.ismc-atas	супермаркет
6	Auchan	Ашан, ООО	125040, Москва, ул. Верх	Жан-Пьер Жермен	(495)7212090,7	(495)7211753	reception@auchan	www.auchan.ru	супермаркет
7	Billa	Билла, ООО	111555, Москва, ул. Прох	Кристиан Карл Хартген	(495)7857500	(495)7857500	info@mart.ru	www.Billa.ru	супермаркет
8	Сантафур	Карфур Рус, ООО	119361, Москва, ул. Ботки	Хакимова Камер Селестоно	(495)6461880	(495)6461881	-	-	гипермаркет
9	Hyper Globus	Гиперглобус, ООО	125445, Москва, ул. Симо	Кристиан Хайнц	(495)2237500,2	(495)2237502	-	www.globus.ru	гипермаркет
10	Metro C&C	МЕТРО Кошкунь Корей, ООО	125565, Москва, Ленингр	Аман Байер	(495)5021000	(495)5021512	info@metro.com	www.metro.com	супермаркет
11	Real	Реал-Гипермаркет, ООО	115612, Москва, Ленингр	Мартин Эндер	(495)7716620,6	(495)7716625	real8011.admin	www.real.ru	гипермаркет
12	Selgros C&C	Зелгрос, ООО	117546, Москва, ул. Подп	Уве Респлер	(495)7855380	(495)7855378	info@selgros.ru	www.selgros.ru	гипермаркет
13	Спар	Спар Р Ф, ООО	117519, Москва, Варшав	Доменико Дмитрий Александр	(495)7457817	(495)7457819	info@spar.ru	www.spar.ru	супермаркет
14	АБК	Вегет Плюс, ЗАО	127221, Москва, проезд	Егоров Владимир Васильевич	(495)3639292	(495)3639292	info@abk.ru	www.abk.ru	магазин у дома
15	Авоська	Авоська-два, ООО	129344, Москва, ул. Сель	Чернышев Андрей Васильевич	(495)9805708,6	(495)9805708	dimasov@avoska	www.avoska.ru	магазин у дома
16	Агрополис	ТД Агрополис, ООО	305004, Курск, ул. Ленин	Кужель Олег Станиславович	(4712)730033	(4712)730033	info@suprem	www.agroho	магазин у дома
17	Адепт	Адепт, ЗАО	173008, Вельский Ногор	Нисанов Геннадий Борисович	(8162)680442	(8162)680467	reclama@adept	www.adept.ru	магазин у дома
18	Азбука вкуса	Городской супермаркет, ООО	121170, Москва, Кутузов	Садони Владимир Альберт	(495)5043487	(495)5043477	supermarkets@	www.azbukav	супермаркет
19	Айкай, Лукоморье, Грош	Айкай, ООО	426053, Ижевск, ул. Салт	Елобанов Александр Анатол	(3412)465242	(3412)948300	office@alkai.ru	www.alkai.ru	супермаркет, магазин
20	Айленд	Регейт Айленд, ООО	109369, Москва, ул. Пере	Илюханов Александр Игор	(495)3492064,3	(495)3494180	-	www.island	магазин у дома
21	Алексеевский	Алексеевский, ГУСП	450071, Вышгородский ре	Майстренко Евгений Никола	(3472)709309,7	(83472)709380	-	-	магазин у дома
22	Алкон-лада	Алкон-Лада, ЗАО	173025, Вельский Ногор	Варданян Сашавет Казарович	(8162)649996,6	(8162)649922	alkon-lada@ph	www.alkon-	магазин у дома
23	Алпи	Алпи, ОАО	662531, Красноярск, ул. 1	Харьков Евгений Васильевич	(3912)555175,5	(3912)2649451	info@alpi.ru	www.alpi.ru	гипермаркет
24	Алле Паруса	Сеть универсамов Алле Пар	123182, Москва, ул. Алле	Алтина Елена Витальевна	(495)9252770,9	(495)9252783	info@allearus	www.allear	супермаркет
25	Алиор	Алиорский гипермаркет, ООО	664024, Иркутск, ул. Трои	Сальников Александр Влади	(3952)280911	(3952)550424	cash@cash-ca	-	супермаркет
26	Андреевский	ТЭР, ООО	603132, Нижний Новгород	Сладкова Нина Николаевна	(8312)588009,5	(8312)588009	andreevskiy@	-	магазин у дома
27	Анокс	Торговый двор Анокс, ООО	659316, Алтайский край	Низовцев Юрий Александров	(3854)233826,3	(3854)233826	info@anoksbu	www.anoksbu	магазин у дома
28	Анокс-плюс	Анокс-плюс, ООО	344002, Ростов-на-Дону	Мивнев Дмитрий Геннадьевич	(863)2209059	(863)2209059	-	-	магазин у дома

Подробности у менеджеров ИА "INFOLine" по телефону (812)3226848 и (495)7727640



Перечень таблиц и графиков

Раздел I. История развития, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли России

Таблицы

- Сравнительный анализ восприятия потребителями традиционных магазинов и магазинов современных форматов
- Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2004-2008 гг.
- Уровень дохода и потребление различных видов товаров по ценовым сегментам в России
- Процессы концентрации розничной торговли в России в 2009-2010 гг.
- Сравнительный анализ показателей эффективности магазинов современных форматов в России и США в 2007 году, долл. с учетом паритета покупательной способности

Графики

- Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2000-2008 гг. и прогноз на 2009 г., %
- Численность занятых в экономике России по видам деятельности в 2008 году, млн. чел.
- Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2000-2008 гг. и прогноз на 2009 г., млрд. долл.
- Динамика показателей привлекательности розничного рынка России в 2002-2008 гг.
- Источники реального роста ВВП России в 2008-2009 гг.
- Оборот розничной торговли и доля торговли в ВВП России в 2000-2009 гг.
- Динамика доходов россиян на душу населения в 1992-2008 гг. и прогноз на 2009 г., долл. в месяц
- Динамика доходов россиян на душу населения в 1996-2008 гг. и прогноз на 2009-2016 гг., долл. в месяц
- Площади торговых объектов FMCG различных форматов в городах России в 2002-2008 гг., млн. кв. м
- Количество торговых объектов FMCG различных форматов в городах России в 2002-2008 гг., тыс. единиц
- Выручка торговых объектов FMCG различных форматов в городах России в 2002-2008 гг., млрд. долл.
- Доля современных форматов в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 2002-2008 гг., %
- Производительность труда в розничной торговле различных стран мира, % к уровню США в 2007 году
- Структура занятых в торговле продовольственными товарами по странам, %
- Количество персонала на тыс. кв. м. площади сети у российских и международных ритейлеров
- Количество покупателей и сотрудников в различное время, % к максимальному количеству в течение дня

Раздел II. Влияние кризиса на развитие торговых сетей FMCG России

Таблицы

- Вызовы внешней среды и ответная реакция со стороны ритейлеров
- Особенности взаимодействия ритейлеров с поставщиками

Графики

- Влияние факторов внешней среды на развитие розничной торговли FMCG
- Средние значения out-of-stock у российских и международных ритейлеров
- Участие производителей в совместных проектах с ритейлерами в зарубежных странах, % поставщиков

Раздел III. Ключевые тенденции развития и рейтинг торговых сетей FMCG России в 2008 году

Таблицы

- Кредитные линии российских банков, открытые сетям FMCG в IV квартале 2008 года и I квартале 2009 года
- Динамика количества магазинов крупнейших сетей FMCG в 2005-2009 гг., по состоянию на конец периода
- Динамика общей торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2005-2009 гг., тыс. кв. м
- Динамика выручки крупнейших сетей FMCG в 2005-2008 гг., млрд. руб.

Графики

- Количество гипермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в 2008 году
- Количество супермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в 2008 году
- Средняя торговая площадь гипермаркетов, открытых в 2008 году, тыс. кв.м.
- Средняя торговая площадь супермаркетов, открытых в 2008 году, тыс. кв.м.
- Количество гипермаркетов по типу размещения открытых в 2008 году
- Средняя торговая площадь гипермаркетов по типу размещения в 2008 году, тыс. кв. м
- Суммарная торговая площадь гипермаркетов по типу размещения открытых в 2008 году, тыс. кв. м
- Количество гипермаркетов, открытых в 2008 году, по регионам
- Количество гипермаркетов, открытых в 2007 году, по регионам
- Суммарные торговые площади гипермаркетов, открытых в 2008 году по регионам, тыс. кв.м
- Количество гипермаркетов, открытых в 2008 году, по федеральным округам
- Количество гипермаркетов, открытых в 2007 году, по федеральным округам
- Суммарные торговые площади гипермаркетов, открытых в 2008 году, по федеральным округам, тыс. кв. м.
- Суммарные торговые площади гипермаркетов, открытых в 2007 году, по федеральным округам, тыс. кв. м.
- Суммарная торговая площадь гипермаркетов и супермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в 2008 году, по регионам, тыс. кв. м
- Суммарная торговая площадь объектов, открытых в 2008 году по федеральным округам, кв.м
- Количество гипермаркетов и супермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в 2008 году, по регионам, тыс. кв. м

Раздел IV. Итоги развития торговых сетей FMCG России в I квартале 2009 года

Графики

- Количество гипермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в I квартале 2009 года
- Количество супермаркетов, открытых крупнейшими ритейлерами в I квартале 2009 года
- Средняя торговая площадь гипермаркетов, открытых в I квартале 2009 года, кв.м.



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

Раздел V. Ключевые тенденции развития и рейтинг торговых сетей FMCG России в 2008 году

Таблицы

- Изменение потребительского поведения в условиях экономического кризиса
- Основные характеристики сегментов потребителей

Графики

- Динамика основных экономических показателей России в 2002-2009 гг., %
- Динамика численности безработных в России в 2006-2009 гг.
- Динамика официальных данных по рынку труда России в ноябре 2008 года - апреле 2009 года, тыс. человек
- Наиболее распространенные антикризисные мероприятия в российских компаниях, %
- Какие льготы работодатели предоставляют в составе компенсационного пакета, % опрошенных (возможно получение нескольких ответов от одного респондента)
- Величина снижения заработной платы в российских компаниях, %
- Перспективы привлечения новых сотрудников в российских компаниях, %
- Темпы роста реальных доходов населения в 2006-2009 гг., %
- Темпы роста реальной заработной платы в 2006-2009 гг., %
- Индекс уверенности потребителей России в 2000-2009 гг.
- Оценка экономической ситуации в России потребителями в 2000-2009 гг.
- Оценка текущего положения потребителями России в 2000-2009 гг.
- Оценка личного материального положения потребителями России в 2000-2009 гг.
- Прогноз изменения экономической ситуации по странам (ноябрь 2008 и март 2009)
- Прогноз изменения семейного дохода по странам (ноябрь 2008 и март 2009)
- Динамика показателей, характеризующих потребительские расходы и оборот розничной торговли (индекс с января 2008 г., %)
- Оценка потребителями изменения цен в сетевых и не сетевых магазинах (март 2009)
- Оценка потребителями изменения ассортимента в сетевых и не сетевых магазинах (март 2009)
- Ключевые особенности потребительских предпочтений в отношении продовольственных товаров
- Способы экономии средств при приобретении продовольственных товаров, %
- Предпочтения россиян в отношении способов экономии средств при приобретении различных видов продовольственных товаров
- Способы экономии потребителей при покупке различных видов продовольственных товаров
- Склонность к переориентации на более дешевые торговые точки при покупке различных видов продовольственных товаров
- Склонность к сокращению частоты и/или объемов закупок при приобретении различных видов продовольственных товаров
- Склонность к переориентации на более дешевые марки при покупке различных видов продовольственных товаров
- Склонность к увеличению объема разовой закупки при приобретении различных видов продовольственных товаров
- Категории продовольственных товаров, на которых потребители не склонны экономить
- Изменение объемов потребления продовольственных товаров в условиях кризиса
- Изменение потребления марок продовольственных товаров в условиях кризиса
- Причины более дорогих покупок при приобретении различных видов продовольственных товаров

Раздел VI. Анализ ситуации в экономике и розничной торговле 18 городов и регионов России

Таблицы

- Уровень насыщенности городов сетевыми магазинами различных форматов по итогам 2008 года

Графики

- Структура оборота розничной торговли по регионам Исследования в 2008 году, %
- Макроэкономические показатели розничной торговли в городах РФ
- Структура отгрузки продукции по видам экономической деятельности по городам России
- Структура отгрузки продукции по виду деятельности "Обрабатывающие производства" по городам России
- Прирост розничного товарооборота в городах России за 2005-2008 гг., раз
- Соотношение оборота розничной торговли и уровня заработной платы в 17 городах РФ
- Отношение начисленной заработной платой за год к обороту розничной торговли на душу населения в 2006-2008 гг., раз
- Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами в 17 городах РФ в 2007 году, % (гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома, несетевая торговля)
- Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами в 17 городах РФ в 2008 году, % (гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома, несетевая торговля)
- Структура оборота сетевой розничной торговли по форматам в 17 городах РФ в 2007 году, %
- Структура оборота сетевой розничной торговли по форматам в 17 городах РФ в 2008 году, %

- Количество торговых объектов основных форматов сетевой розничной торговли в 17 городах РФ, по состоянию на начало 2009 года
- Соотношение уровня насыщенности гипермаркетами и магазинами у дома в 17 городах РФ
- Соотношение уровня насыщенности гипермаркетами и супермаркетами в 17 городах РФ

Раздел VII. Анализ состояния и перспективы развития неорганизованной торговли в 17 городах России

Графики

- Динамика рынков в обороте розничной торговли в России в 1992-2009 гг., %
- Динамика количества рынков в РФ и их средней величины в 2000-2009 гг., на начало периода
- Структура формирования оборота розничной торговли в 2006-2008 гг., %
- Динамика средней выручки на одно торговое место на розничных рынках РФ в 2002-2008 гг.
- Динамика количества мест и выручки розничных рынков России в 2002-2008 гг.
- Доля продовольственных товаров ненадлежащего качества на розничных рынках России в 2008 году, %
- Доля розничных рынков в объеме продаж продовольственных товаров по категориям в 2000-2008 гг., %
- Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами в России в 2008 году, %
- Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами на розничных рынках России в 2008 году, %
- Структура оборота розничной торговли в России в 2008 году, %
- Структура оборота розничной торговли и мест на розничных рынках в 18 регионах РФ в 2008 году
- Соотношение уровня насыщенности гипермаркетами и розничными рынками в 17 городах РФ
- Структура рынков Москвы, Московской области и России в целом по видам строений, %
- Количество рынков в городах и регионах России на 100 тыс. человек на 1 января 2009 года
- Структура товаров, реализуемых в розничной торговле России в 2007-2008 гг., % (импортные или отечественные)
- Структура продовольственных товаров, реализуемых в розничной торговле России в 2007-2008 гг., % (импортные или отечественные)
- Структура специализированных рынков России по видам, %

Раздел VIII. Состояние рынка торговых центров в 17 городах России

Графики

- Динамика объемов строительства нежилых зданий в России в 2003-2008 гг., млн. кв. м.
- Средняя площадь и строительный объем коммерческих зданий, введенных в России в 2003-2008 гг.
- Динамика количества, площади и строительного объема коммерческих зданий, введенных в РФ в 2003-2008 гг., % к пред. Году
- Динамика ввода общей площади в ТЦ и ТРК по 17 городам РФ в 2004-2008 гг., тыс. кв. м.
- Динамика ввода общей площади в ТЦ и ТРК по 17 городам РФ в 2004-2008 гг. нарастающим итогом, тыс. кв. м.
- Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК по 17 городам РФ в 2004-2008 гг., кв. м. на тыс. чел.
- Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК по 17 городам РФ в 2004-2008 гг. нарастающим итогом, кв. м. на тыс. чел.
- Уровень насыщенности площадями в ТЦ и ТРК по 17 городам РФ по состоянию на начало 2009 года

Раздел IX. Текущее состояние и перспективы развития основных форматов розничной торговли FMCG в России

Таблицы

- Основные этапы развития российского ритейла и формата гипермаркет в 1994-2009 гг.
- Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России
- Основные этапы развития российского ритейла и формата супермаркет в 1994-2009 гг.
- Характеристики супермаркетов крупнейших ритейлеров России
- Основные этапы развития российского ритейла и формата магазин у дома в 1994-2009 гг.
- Характеристики магазинов у дома крупнейших ритейлеров России

Графики

- Динамика количества гипермаркетов в России в 1995-2009 гг. на конец периода
- Динамика количества открытых и закрытых гипермаркетов в России в 1995-2009 гг.
- Динамика торговых площадей гипермаркетов открытых и закрытых в России в 1995-2009 гг., тыс. кв. м.
- Динамика торговых площадей гипермаркетов в России в 1995-2009 гг., тыс. кв. м.
- Динамика количества гипермаркетов сетей FMCG РФ в 2005-2008 гг., объектов на конец года
- Динамика суммарной торговой площади гипермаркетов сетей FMCG РФ в 2005-2008 гг., объектов на конец года
- Количество и общая торговая площадь супермаркетов сетей FMCG РФ по состоянию на 1 января 2009 года
- Количество и общая торговая площадь магазинов у дома сетей FMCG РФ по состоянию на 1 января 2009 года

Информация о продуктах ИА "INFO Line"

Периодический отраслевой обзор **"Рейтинг торговых сетей FMCG России"**

Периодичность: Ежемесячно
Количество страниц: Около 70
Язык отчета: Русский
Способ предоставления: В электронном виде
5 000 руб.

Цена за месяц: **Специальное предложение до 30 апреля 2009 года!**
3 обзора (январь, февраль, март) по цене 1 обзора!



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

Отраслевой обзор **"Торговые сети FMCG РФ: влияние кризиса на развитие торговых сетей IV квартал 2008 года"**

Дата выхода: 02.02.2009
Количество страниц: 85
Язык отчета: Русский
Способ предоставления: В электронном виде
Цена за месяц: 7500 руб.



Отраслевой обзор "Торговые сети FMCG РФ: влияние кризиса на развитие торговых сетей IV квартал 2008 года" - это информационно-аналитический продукт, который содержит анализ ключевых тенденций экономики России в IV квартале 2008 года. Обзор основных макроэкономических показателей в 2008 году, описание доходов и уровня занятости населения в 2008 году. Показатели розничной торговли в IV квартале 2008 года и основные события торговых сетей FMCG РФ в IV квартале 2008 года. Кроме того обзор содержит уникальный раздел "Влияние экономического кризиса на развитие торговых сетей FMCG РФ".

Тематические новости **"Розничная торговля РФ"**

Периодичность: Ежедневно / еженедельно
Язык отчета: Русский
Способ предоставления: В электронном виде
Цена за месяц: 4 000 / 2 000 руб.



Тематические новости "Розничная торговля РФ" - это оперативная и периодическая информация по рынку ритейла. Материалы в информационном бюллетене по тематике "Торговые сети РФ" сгруппированы последующим разделам: общие новости сетевой розничной торговли; обзор основных тенденций развития розничной торговли; иностранные инвестиции; обзорные и аналитические материалы, а так же другие отраслевые события. Новости о торговых сетях FMCG - Metro Cash & Carry, X5 Retail Group N. V., Ашан, Седьмой Континент, Лента, С&С, О'Кей, АЛПИ, Паттерсон, Марта, Виктория, Копейка, Дикси, Самохвал, Магнит, Утконос и др. Торговые сети DIY - ИКЕА, Искрасофт, Кухнистрой, Castorama и др. Торговые сети бытовой техники - М-Видео, Техносила, Эльдorado и др. Мобильные торговые сети - Евросеть, DIXIS, Цифроград, Связной и др. Прочие торговые сети - аналогичную информацию о сетях торгующих мебелью, одеждой, обувью, косметикой и другими товарами.

NEW!!! Услуга "Индивидуальный мониторинг" – мониторинг и предоставление информации с учетом индивидуальных потребностей клиента



Отраслевой обзор "100 наиболее значимых инвестиционных проектов строительства ТК и ТРК"

Периодичность: 08.09.2008
Количество страниц: 110
Язык отчета: Русский
Способ предоставления: В электронном виде
Цена за месяц: 10 000 руб.

В обзоре представлены 100 крупнейших инвестиционных проектов РФ, кризисная ситуация наименее всего отразилась на их реализации. Была проведена дополнительная актуализация по всем текущим проектам



непосредственно в период кризиса (октябрь 2008). Благодаря этому в обзоре отражена информация о проектах, которые будут реализованы в 2009 году, и отдельно о проектах, которые будут или уже заморожены. Кроме того, обзор дополнен аналитической справкой, содержащей информацию о рынке торговой недвижимости России, сравнительный анализ ситуации в крупных городах и реализации проектов по строительству торговых центров в различных регионах.

NEW!!! Исследование развития розничной торговли и торговых сетей – 2009 год

Исследование Состояние розничной торговли и торговые сети FMCG России: 2009"

Дата выхода: Май 2009
Количество страниц: Более 200
Язык отчета: Русский
Способ предоставления: В электронном виде
Цена: 25 000 руб.



Исследование Состояние розничной торговли и торговые сети DIY России: 2009"

Дата выхода: Июнь 2009
Количество страниц: Более 150
Язык отчета: Русский
Способ предоставления: В электронном виде
Цена: 25 000 руб.

Исследование Состояние розничной торговли и торговые сети сегмента non-Food России: 2009"

Дата выхода: Июнь 2009
Количество страниц: Более 150
Язык отчета: Русский
Способ предоставления: В электронном виде
Цена: 25 000 руб.

Исследование "Состояние розничной торговли и торговые сети России" включает анализ позиций торговых сетей на рынке России и 18 наиболее экономически развитых регионов, описание федеральных и региональных ритейлеров (динамика количества магазинов, торговых площадей и выручки по России в целом и отдельным регионам), описание состояния рынков торговой недвижимости по регионам и макроэкономической ситуации в регионах России (включая анализ влияния кризиса и прогноз на 2009 год). Кроме того, Исследование включает базу 200 торговых сетей FMCG и более 150 торговых сетей non-Food (в базе приведена контактная информация о центральном офисе компании и региональных представительств).

Если Вас заинтересовал какой-либо из перечисленных выше продуктов, свяжитесь с нами по телефону (495) 772-7640, (812) 322-6848 или по почте: mail@info.spb.ru

