

ПЕРИОДИЧЕСКИЙ ОБЗОР

# РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FOOD И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

№4 2024 год (Итоги IV квартала и 2024 года)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ



информационное агентство

information agency

- ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ
- КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ FMCG
- РЕЙТИНГИ КОМПАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ FMCG
- БИЗНЕС-СПРАВКИ ПО КРУПНЕЙШИМ СЕТЯМ FMCG

## СОДЕРЖАНИЕ

- **Введение**

- **Часть I. Показатели розничной торговли и потребительского рынка**

- 1.1. Динамика и структура ВВП
- ★ 1.2. Динамика ключевых показателей платежного баланса
- 1.3. Динамика курсов валют и ключевой ставки
- ★ 1.4. Индекс потребительских цен
- 1.5. Оборот розничной торговли
- 1.6. Оборот розничной торговли по видам товаров
- 1.7. Демография и миграция
- 1.8. Динамика потребительских расходов
- 1.9. Потребительская уверенность
- 1.10. Динамика доходов населения
- 1.11. Структура денежных доходов и расходов населения
- 1.12. Состояние потребительского кредитования и депозиты
- 1.13. Объем вкладов
- 1.14. Потребительские кредиты и ипотека

- ★ **Часть II. Государственное регулирование розничной торговли**

- **Часть III. Показатели розничной торговли FMCG**

- ★ 3.1. Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами
- 3.2. Количество и площадь TOP-200 сетей FMCG
- 3.3. Структура торговых площадей TOP-200 сетей FMCG по форматам
- 3.4. Структура и прирост площадей TOP-200 сетей FMCG
- ★ 3.5. Структура розничного рынка Food
- 3.6. Динамика доли TOP-10 ритейлеров FMCG на рынке Food
- 3.7. Рейтинг TOP-10 ритейлеров FMCG по итогам IV квартала 2024 года
- 3.8. Рейтинг TOP-10 ритейлеров FMCG по итогам 2024 года
- 3.9. Плотность продаж TOP-10 ритейлеров FMCG
- 3.10. Рейтинг и показатели публичных торговых сетей FMCG
- 3.11. Сопоставимые продажи публичных торговых сетей FMCG

3.12. Курсы акций и капитализация публичных сетей FMCG

3.13. Развитие логистики и ввод РЦ сетями FMCG

3.14. Отставки и назначения: корпоративный сектор

3.15. Сделки M&A

3.16. Развитие цифровых технологий в розничной торговле FMCG

- **NEW** **Часть IV. Кейсы о развитии российского ритейла**

4.1. Рейтинг программ лояльности крупнейших сетей FMCG

- **Часть V. Online и E-Grocery**

- ★ 5.1. Динамика рынка E-grocery
- 5.2. Рейтинг INFOline E-grocery Russia Top
- 5.3. Структура рынка online-продаж Food
- 5.4. Омниканальные стратегии развития крупнейших сетей FMCG
- 5.5. Бизнес-справка по интернет-магазину "Самокат"
- 5.6. Бизнес-справка по компании Ozon
- 5.7. Бизнес-справка по компании Wildberries
- 5.8. Бизнес-справка по компании "Яндекс"
- 5.9. Отставки и назначения: E-grocery

- **Часть VI. Крупнейшие сети FMCG России**

- ★ 6.1. Бизнес-справка по компании X5 Group
  - 6.1.7. X5 "Восточная Сибирь" / Сети "Слата", "Хлеб-Соль"
  - 6.1.8. X5 "Восточная Сибирь" / Сети "Красный Яр", "Батон", "Батончик"
  - 6.1.9. X5 Group / Сети "Виктория", Cash, "Дешево"
- 6.2. Бизнес-справка по компании "Магнит"
  - 6.2.5. ГК "Невада" / Торговые сети "Самбери", "Раз два", "Ближкий", "Евро Фреш"
- 6.3. Бизнес-справка по ООО "Меркурий Ритейл Холдинг"
- 6.4. Бизнес-справка по компании "Лента"
  - 6.4.4. Элемент-Трейд. ООО / Сеть "Монетка"
  - 6.4.5. Торговый дом Эра, АО / Сеть "Улыбка радуги"

**NEW**

## СОДЕРЖАНИЕ

- [6.5. Бизнес-справка по сетям "Светофор" и "Маяк"](#)
- [6.6. Бизнес-справка по ГК "ВкусВилл"](#)
- [6.7. Бизнес-справка по компании Fix Price](#)
- [6.8. Бизнес-справка по АШАН Ритейл Россия](#)
- [6.9. Бизнес-справка по METRO](#)
- [6.10. Бизнес-справка по ГК "О'КЕЙ"](#)
- [6.11. Бизнес-справка по ГК "Сладкая жизнь"](#)
- [6.12. Бизнес-справка по компании "Гиперглобус"](#)
- [6.13. Бизнес-справка по сети "Верный"](#)
- [6.14. Бизнес-справка по сети "Ярче!"](#)
- [6.15. Бизнес-справка по ГК "Мария-Ра"](#)
- [6.16. Бизнес-справка по сетям "Победа", "Гулливёр", "Гурман"](#)
- [6.17. Бизнес-справка по сети "Доброцен"](#)
- [6.18. Бизнес-справка по сети "Азбука вкуса"](#)
- [6.19. Бизнес-справка по компании "Ермолино"](#)
- [6.20. Бизнес-справка по ГК "Командор"](#)
- [6.21. Бизнес-справка по АО "Винлаб"](#)
- [6.22. Бизнес-справка по франчайзинговой сети "Хороший выбор"](#)

### ■ **Часть VII. Региональное развитие розничной торговли FMCG**



- [7.1. Региональная структура РТО](#)
- [7.2. Региональная структура РТО Food](#)
- [7.3. Региональная структура РТО Non-Food](#)
- [7.4. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG в Москве и Московской области](#)
- [7.5. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG в ЦФО \(без Москвы и МО\)](#)
- [7.6. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG в Санкт-Петербурге и Ленинградской области](#)
- [7.7. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG в СЗФО \(без СПб и ЛО\)](#)
- [7.8. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG в ПФО](#)
- [7.9. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG в УФО](#)
- [7.10. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG в ЮФО и СКФО](#)
- [7.11. Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG в СФО и ДФО](#)

### ■ **Часть VIII. Состояние рынка торговых центров**



- [8.1. Основные показатели рынка коммерческой недвижимости](#)
- [8.2. Рейтинг собственников ТЦ INFOLine Developer Russia TOP](#)
- [8.3. Некоторые крупные сделки по продаже активов \(портфелей или объектов коммерческой недвижимости\)](#)
- [8.4. Торговые центры, введенные в эксплуатацию](#)

#### **Классификация торговых объектов по форматам**

#### **Классификация участников рынка online продаж продовольственных товаров**

#### **Отраслевые министерства, ведомства, ассоциации**

#### **Деятельность INFOLine**

#### **Список источников**

#### **Список сокращений**

#### **Сроки введения маркировки товаров**

#### **Соглашение об использовании информации**

#### **Об авторе – группа компаний INFOLine**



- раздел частично представлен в ДЕМОверсии



- раздел полностью представлен в ДЕМОверсии

NEW

- новый/дополненный раздел

### 1.3. ДИНАМИКА КУРСОВ ВАЛЮТ И КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ

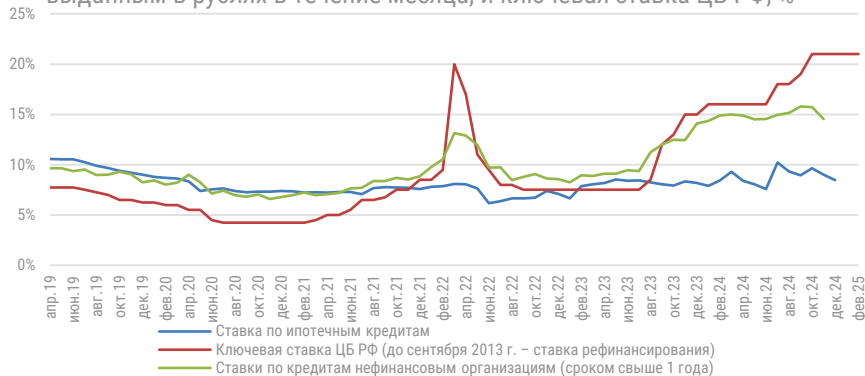
- В 2024 г. среднегодовой курс доллара вырос к 2023 г. на \*% до **\*руб.**, евро – на \*% до **\*руб.**, а юаня – на \*% до **\*руб.** В конце 2024 г. курс доллара впервые с 2022 г. поднялся выше **\*руб.**, юань – за **\*руб.** 22 января 2025 г. курс доллара опустился ниже **\*руб.** и продолжил опускаться в феврале 2025 г.
- В январе 2025 г. США расширили санкционный список за счет компаний нефтегазового, страхового и финансового секторов. Так в этот список попали "Газпром нефть" и дочерние компании, "Ингосстрах", "АльфаСтрахование". При этом 7 января 2025 г. Минфин США продлил разрешение на уплату налогов и сборов в РФ до 9 апреля 2025 г.
- 9 января 2025 г. ЦБ РФ возобновил операции с иностранной валюты по бюджетному правилу. Операции были прекращены с 28 ноября 2024 г.
- 7 марта 2025 г. ЦБ РФ продлил ограничения на снятие наличной иностранной валюты в размере 10 тыс. долл. США или евро до 9 сентября 2025 г. (ограничения действуют с 9 марта 2022 г.). 23 сентября 2024 г. ЦБ РФ продлил ограничения на перевод средств за рубеж (не более 1 млн долл. США в месяц) до 31 марта 2025 г.

Динамика курсов валют к рублю



Источник: ЦБ РФ

Ставки по ипотечным кредитам и кредитам для нефинансовых организаций, выданным в рублях в течение месяца, и ключевая ставка ЦБ РФ, %

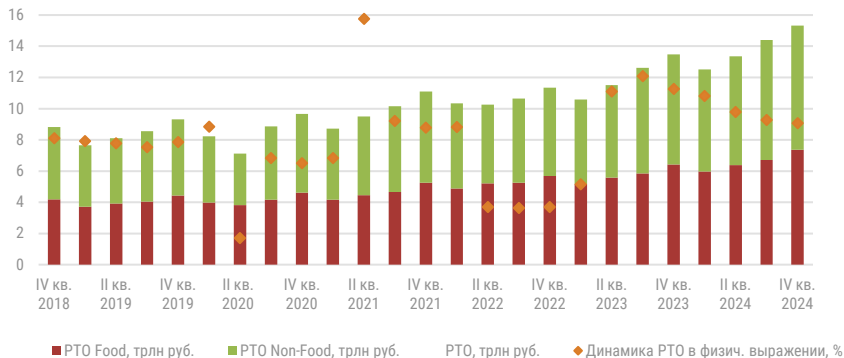


Источник: ЦБ РФ

## 1.5. ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

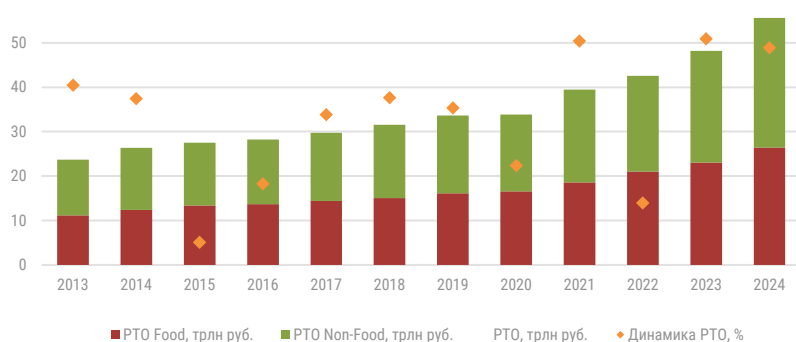
- В IV кв. 2024 г. РТО вырос в товарной массе на **16%** до **16 трлн руб.** (**16%** в III кв. 2024 г.), а в денежном выражении на **16%** (**16%** в III кв. 2024 г.). Дефлятор РТО вырос к III кв. 2024 г. на **1 п.п.** до **106%** (**106 п.п.** к IV кв. 2023 г.). За 2024 г. РТО вырос в товарной массе на **16%** до **16 трлн руб.**, а в денежном выражении – на **16%**. Дефлятор РТО увеличился на **1 п.п.** до **106%**.
- Оборот общественного питания за IV кв. 2024 г. в сопоставимых ценах вырос на **16%** до **16 млрд руб.** (**16%** в III кв. 2024 г.), в денежном выражении – на **16%** (**16%** в III кв. 2024 г.), за 2024 г. в сопоставимых ценах вырос на **16%** до **16 трлн руб.**, в денежном выражении – на **16%**. Дефлятор в IV кв. 2024 г. снизился на **1 п.п.** к III кв. 2024 г. до **106%** (**106 п.п.** к IV кв. 2023 г.), за 2024 г. – на **1 п.п.** до **106%**.
- РТО Non-Food в IV кв. 2024 г. в физическом выражении вырос на **16%** до **16 трлн руб.**, в денежном – на **16%**, дефлятор снизился на **1 п.п.** до **106%** (**106 п.п.** к III кв. 2024 г.). За 2024 г. РТО Non-Food в физическом выражении вырос на **16%** до **16 трлн руб.**, в денежном – на **16%**, дефлятор – на **1 п.п.** до **106%**.

Динамика оборота розничной торговли, в % к соотв. периоду пред. года



Источник: ФСГС

Динамика оборота розничной торговли, %



Источник: ФСГС

## ЧАСТЬ I. ПОКАЗАТЕЛИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

В полной версии исследования  
«**РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FMCG И  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. Итоги IV квартала  
и 2024 года**»:



Динамика доходов населения  
Структура денежных доходов и расходов населения  
Состояние потребительского кредитования и депозиты  
Объем вкладов  
Потребительские кредиты и ипотека

В полной версии – 14 слайдов, 28 диаграмм



Динамика и структура ВВП  
Динамика ключевых показателей платежного баланса  
★ Динамика курсов валют и ключевой ставки  
Индекс потребительских цен  
★ Оборот розничной торговли  
Оборот розничной торговли по видам товаров  
Демография и миграция  
Динамика потребительских расходов  
Потребительская уверенность

★ - раздел частично представлен в ДЕМОверсии  
★ - раздел полностью представлен в ДЕМОверсии

**NEW** - новый/дополненный раздел

## 2.6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



- **19 октября 2023 г. ФНС** уточнила индикаторы риска, которые налоговые органы применяют в отношении соблюдения законодательства о применении ККТ. К ним относятся:
  - Отсутствие в течение 60 календарных дней фискальных данных в виде фискальных документов в автоматизированной информационной системе налоговых органов при наличии зарегистрированной ККТ;
  - Доля фискальных документов, в которых указан признак расчета "Возврат прихода", составляет 30 и более % от общего количества фискальных документов с признаком расчета "Приход";
  - Доля фискальных документов – кассовых чеков коррекции составляет 30 и более % от общего количества фискальных документов, сформированных в течение 30 календарных дней.



- **С 1 января 2025 г.** для мониторинга и контроля применения ККТ используется специальный сервис "Сведения о рынках и арендаторах", разработанный **ФНС**. Управляющая компания сможет проверять наличие зарегистрированной ККТ у всех торговых объектов. В случае нарушения арендатору дается 15 рабочих дней на его устранение.
- **С 1 марта 2025 г. №273-ФЗ (текст документа)** ККТ на розничных рынках, ярмарках и выставках станут обязательными, кроме организаций и ИП, применяющих ЕСХН, при площади торговых мест до 15 кв. м; ИП, применяющих ПСН, с определенными видами деятельности, при торговле на территориях малых ярмарок выходного дня (до 50 торговых мест). Сельхозкооперативы могут не применять ККТ только до **1 сентября 2025 г.**
- **С 1 марта 2025 г. №274-ФЗ (текст документа)** сокращается срок регистрации и снятия с учета ККТ с 10 до 5 раб. дней, также для организаций общепита станет обязательным печать кассового чека клиенту до момента оплаты.
- **С 1 сентября 2025 г. №274-ФЗ** подача заявления станет доступна на портале Госуслуг и через изготовителя ККТ.



- **С 1 марта 2025 г. Распоряжением Правительства РФ №2563-р (текст документа)** упразднен перечень непродовольственных товаров с обязательным применением ККТ организациями или ИП при торговле на рынках.



- **6 декабря 2024 г.** вступил в силу Декрет Высшего Государственного Совета Союзного государства №6 (текст документа) о "Единых правилах" в области защиты прав потребителей. Это надгосударственный акт, поэтому любые нормативные документы РФ и Республики Беларусь действуют только там, где нет противоречий данным правилам.

## ЧАСТЬ II. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В полной версии исследования  
«**РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FMCG И  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. Итоги IV квартала  
и 2024 года**»:



★ Государственное регулирование розничной торговли



В полной версии – 16 слайдов

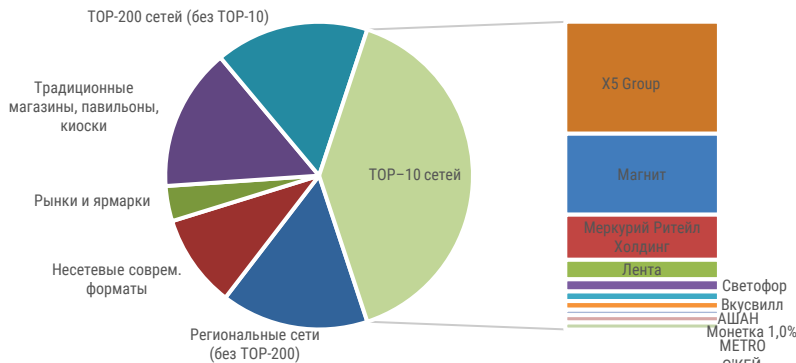
★ - раздел частично представлен в ДЕМОверсии  
★ - раздел полностью представлен в ДЕМОверсии

**NEW** - новый/дополненный раздел

### 3.5. СТРУКТУРА РОЗНИЧНОГО РЫНКА FOOD

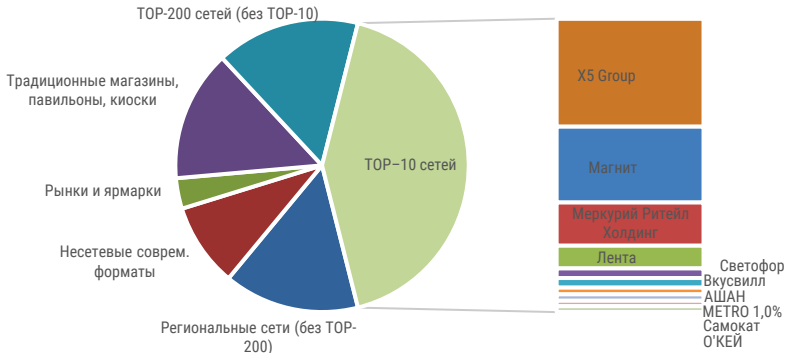
- В 2024 г. консолидация рынка FMCG ускорилась: за год доля TOP-10 ритейлеров FMCG на рынке розничных продаж Food выросла на \* п.п. (+\* п.п. в 2023 г.) до %, причем **X5 Group** и **"Магнит"** укрепили лидирующие позиции (+\* п.п. и +\* п.п.) за счет органического роста, географической экспансии, повышения плотности продаж и сделок M&A.
- Лидер рынка E-Grocery по итогам 2024 г. **"Самокат"** (в IV кв. 2024 г. лидером стала **X5 Group**) продемонстрировал самые высокие темпы роста продаж среди ТОП-10 и нарастил долю в PTO Food на \* п.п. до %.
- Сильный рост доли в PTO Food в 2024 г. показала **"Лента"** (на \* п.п. до %) за счет эффекта от консолидации и ускорения развития **"Монетки"**, а также эффекта обновления CVP в супер- и гипермаркетах.
- Доля жестких дискаунтеров **"Светофор"** и **"Маяк"** на фоне перетока покупателей в **"Чижик"**, **"Пятерочку"**, **"Магнит"**, а также закрытия ряда объектов в рамках оптимизации в 2024 г. сократилась на \* п.п. до %.
- В условиях усиления конкуренции со стороны федеральных ритейлеров (по ценам и ассортименту, за персонал и торговые площади), роста процентных ставок и сделок M&A, доля региональных сетей снизилась на \* п.п. до %.

Структура розничного рынка Food РФ в 2023 г., %



Источник: расчеты INFOLine (традиционная торговля не включает торговые сети, осуществляющие торговлю через прилавок), "Лента" с учетом "Монетки" со 2 октября 2023 г.

Структура розничного рынка Food РФ в 2024 г., %



Источник: расчеты INFOLine (традиционная торговля включает торговые сети, осуществляющие торговлю через прилавок), "Магнит" с учетом "Самбери", 33,01% доли которой консолидированы с 11 января 2024 г., "Лента" с учетом "Монетки"

### ЧАСТЬ III. ПОКАЗАТЕЛИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ FMCG

В полной версии исследования  
«РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FMCG И  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. Итоги IV квартала  
и 2024 года»:



Рейтинг и показатели публичных торговых сетей FMCG  
Сопоставимые продажи публичных торговых сетей FMCG  
Курсы акций и капитализация публичных сетей FMCG  
Развитие логистики и ввод РЦ сетями FMCG  
Отставки и назначения: корпоративный сектор  
Сделки M&A  
Развитие цифровых технологий в розничной торговле FMCG

В полной версии – 26 слайдов, 32 диаграмм

## Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами

### Количество и площадь TOP-200 сетей FMCG

## Структура торговых площадей TOP-200 сетей FMCG по форматам

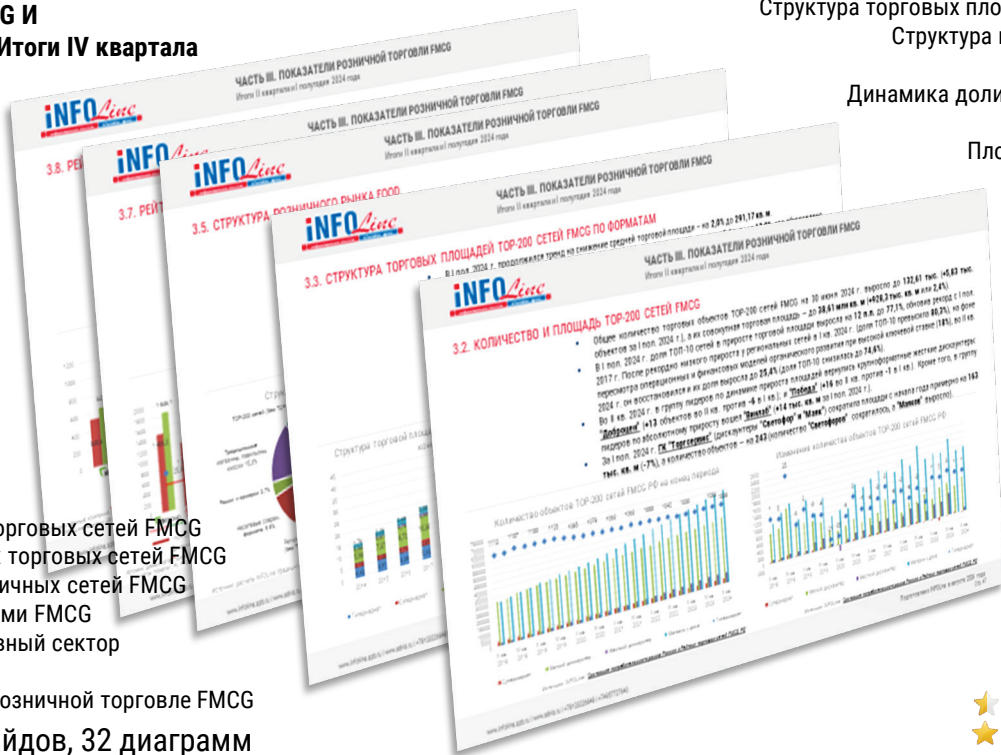
## Структура и прирост площадей TOP-200 сетей FMCG

### ★ Структура розничного рынка Food

### Динамика доли TOP-10 ритейлеров FMCG на рынке Food

### Рейтинг TOP-10 торговых сетей FMCG

### Плотность продаж TOP-10 ритейлеров FMCG



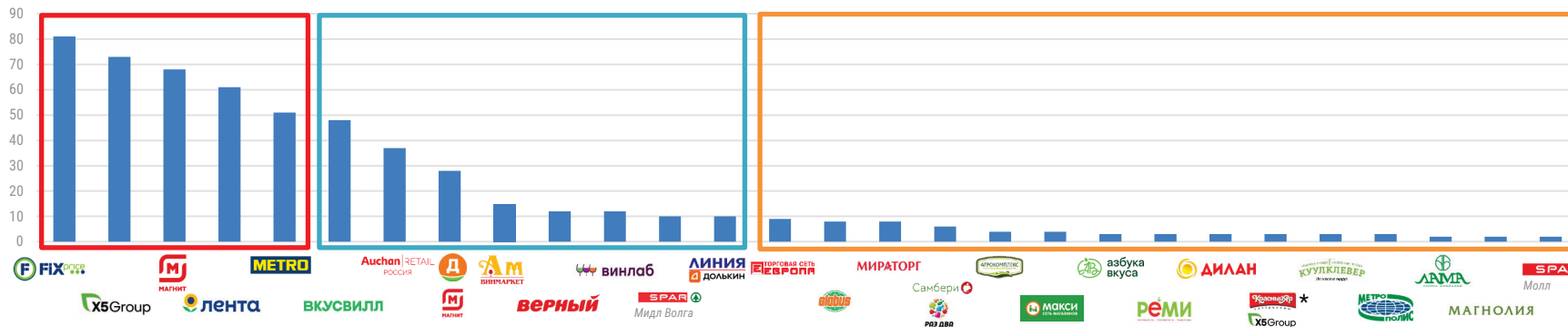
- ★ - раздел частично представлен в ДЕМОверсии
- ★ - раздел полностью представлен в ДЕМОверсии

**NEW** - *новый/дополненный раздел*

## 4.2. РЕГИОНАЛЬНОЕ ПОКРЫТИЕ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ КРУПНЕЙШИХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ FMCG

- При формировании рейтинга программ лояльности INFOLine выделены три группы в зависимости от величины показателя регионального покрытия торговой сети и программы лояльности.
- В группу с высоким уровнем регионального покрытия вошли крупнейшие федеральные сети FMCG, такие как **X5 Group**, **"Лента"**, **"Магнит"**, **Fix Price**, **METRO**. На начало IV кв. 2024 г. покупатели практически всех регионов России могут принять участие в программах лояльности, предлагаемых крупнейшими торговыми сетями.
- Вторая группа объединяет ритейлеров с географией покрытия программы лояльности от **10** до **49** регионов в РФ, в числе **"ВкусВилл"**, **"АШАН"**, **"Дикси"**, **"Верный"**, **"Глобус"**, **"ВинЛаб"**, **"Спар Миддл Волга"**, **"Линия"**. Некоторые из сетей по уровню регионального покрытия близки к федеральным лидерам (**"ВкусВилл"** и **"АШАН"**).
- В группу локальных сетей с географией покрытия программой лояльности менее **10** регионов вошли **"Европа"**, **"Глобус"**, **"Мираторг"**, **"Раз Два"**, **"Агрокомплекс Выселковский"**, **"Макси"**, **"Азбука Вкуса"**, **"Реми"**, **"Дилан"**, **"Красный Яр"**, **"КуулКлевер"** и другие.

Уровень регионального покрытия бонусно-накопительных и гибридных программ лояльности (количество регионов 2 и более), ед.\*\*



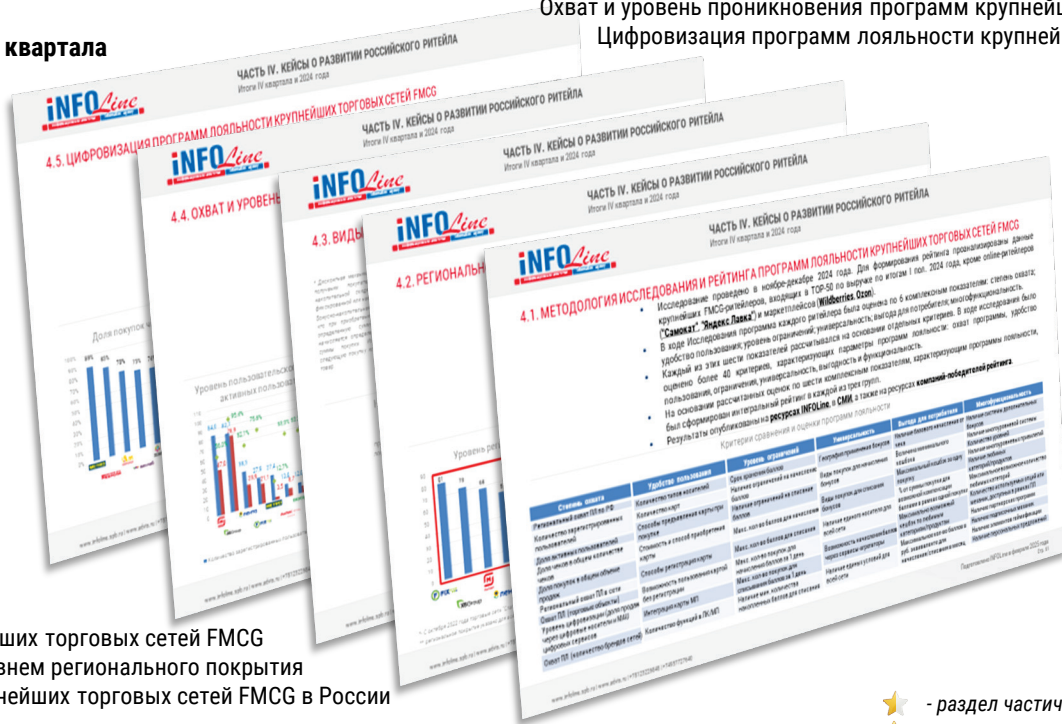
\*- С октября 2022 года торговые сети "Слата", "Красный Яр" вошли в состав X5 Group

\*\* региональное покрытие указано для всех сетей, у которых есть бонусно-накопительная или гибридная программа лояльности (даже если они не участвовали в рейтинге)

Источник: данные компаний, расчеты INFOLine

**ЧАСТЬ IV. КЕЙСЫ О РАЗВИТИИ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА**

В полной версии исследования  
«**РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FMCG И  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. Итоги IV квартала  
и 2024 года**»:



Региональное покрытие программ лояльности крупнейших торговых сетей FMCG  
Виды программ лояльности крупнейших торговых сетей FMCG  
Охват и уровень проникновения программ крупнейших торговых сетей FMCG  
Цифровизация программ лояльности крупнейших торговых сетей FMCG

Лидеры рейтинга программ лояльности крупнейших торговых сетей FMCG  
Показатели программ лояльности с разным уровнем регионального покрытия  
Тенденции развития программ лояльности крупнейших торговых сетей FMCG в России

В полной версии – 10 слайдов, 7 диаграмм

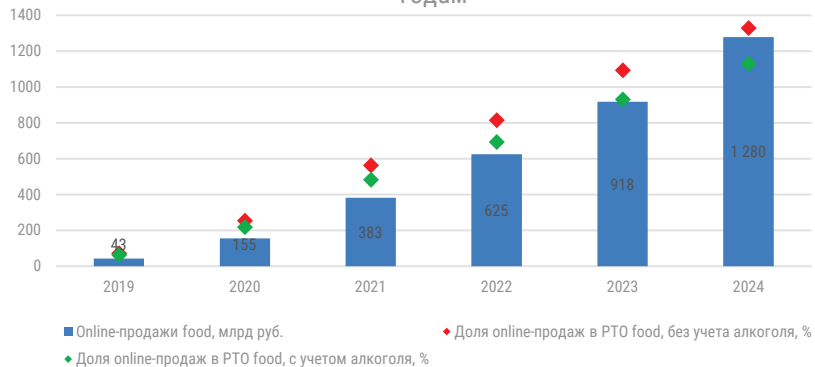
★ - раздел частично представлен в ДЕМОверсии  
★ - раздел полностью представлен в ДЕМОверсии

**NEW** - новый/дополненный раздел

## 5.1. ДИНАМИКА РЫНКА E-GROCERY

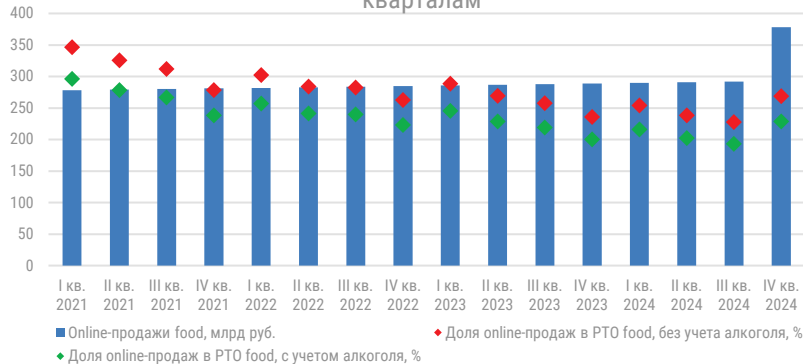
- Рынок online-продаж Food в IV кв. 2024 г. вырос на \*% (против \*% в III кв. 2024 г.) до \*\*\* млрд руб., при этом по сравнению с III кв. 2024 г. – на \*%. Замедление рынка E-Grocery в IV кв. 2024 г. происходило на фоне сохранения дефицита кадров, особенно курьеров, что вынуждало крупнейших участников рынка оптимизировать расходы на доставку за счет динамического изменения её стоимости и увеличения минимальной суммы заказа.
- Маркетинговые инвестиции ряда игроков ("**Самокат**", "**Купер**" и "**Лента**") сократились, стали более ориентированными на таргетированное промо и большую дифференциацию условий доставки с учетом конкуренции в отдельных локациях. Ритейлеры все чаще придерживаются стратегии дифференцированного ценообразования с более высокими ценами в online, перекладывая растущие издержки на доставку на покупателя.
- Крупнейшие игроки продолжают экспансию в регионы: в IV кв. 2024 "**Пятерочка**" запустила online-продажи в Кызыле (Респ. Тыва), "Купер" запустил доставку товаров торговой сети "**Реми**" в Уссурийске и Комсомольске-на-Амуре, а "**Яндекс Лавка**" начала работу по франшизе в Туле, а также запустила продажи в Тюмени и Челябинске.

Динамика рынка online-продаж продовольственных товаров по годам



Источник: "Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP"

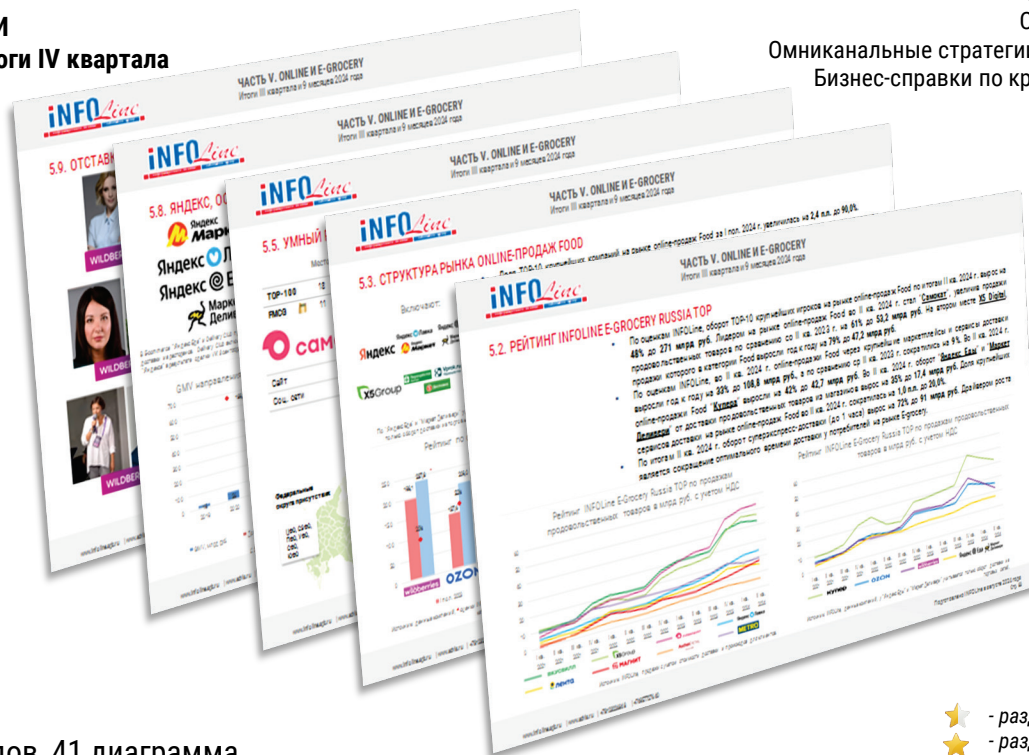
Динамика рынка online-продаж продовольственных товаров по кварталам



Источник: "Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP"

## ЧАСТЬ V. ONLINE И E-GROCERY

В полной версии исследования  
«**РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FMCG И  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. Итоги IV квартала  
и 2024 года**»:



★ **Динамика рынка E-grocery**  
★ **Рейтинг INFOLine E-grocery Russia Top**  
★ **Структура рынка online-продаж Food**  
★ **Омниканальные стратегии развития крупнейших сетей FMCG**  
★ **Бизнес-справки по крупнейшим online-ритейлерам FMCG**  
★ **Отставки и назначения: E-grocery**

В полной версии – 29 слайдов, 41 диаграмма

★ - раздел частично представлен в ДЕМОверсии  
★ - раздел полностью представлен в ДЕМОверсии

**NEW** - новый/дополненный раздел

## 6.1. X5 GROUP / ТОРГОВЫЕ СЕТИ "ПЯТЕРОЧКА", "ПЕРЕКРЕСТОК", VPROK.RU, "ЧИЖИК", "ОКОЛО"

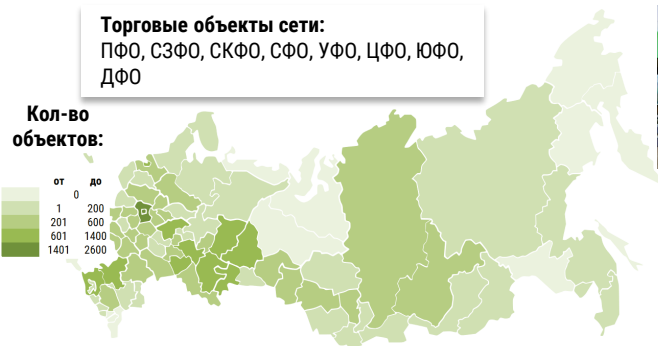
|                                                                                        | Место | Динамика |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------|
| TOP-100                                                                                | 1     | → 0      |
| FMCG  | 1     | → 0      |



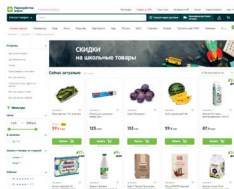
|           |                                                                                                                                                                     |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Сайт      | x5.ru, x5.com                                                                                                                                                       |
| Соц. сети |   |

- **X5 Group** — крупнейшая российская розничная компания. На конец 2024 г. в **X5 Group** работают более \*\*\* тыс. сотрудников в \* регионах России. На конец 2024 г. **X5 Group** управляет \*\* РЦ и \* грузовыми автомобилями.
- В 2023 г. **X5 Group** приобрела 100% **ГК "Тамерлан"** (торговые сети "Покупочка", "ПокупАЛКО", "Га-га") и **ГК "Виктория"** (торговые сети "Виктория", "КЭШ", "Дешево"). К концу 2024 г. все объекты **ГК "Тамерлан"** были закрыты или переведены под бренды **X5**. Ребрендинг объектов **ГК "Виктория"** продолжается.
- В 2021 г. **X5** приобрела проект **"Много Лосося"**, выйдя в сегмент HoReCa. На 31 декабря 2024 г. под управлением сервиса находились \* dark kitchen (в т.ч. \* франчайзинговая).
- 25 апреля 2024 г. суд удовлетворил требования Минпромторга РФ о приостановлении корпоративных прав **X5 Retail Group N.V.** в отношении **ООО "Корпоративный центр Икс 5"**. 1 июля 2024 г. компания была преобразована в ПАО. Решением акции компании переданы российской "дочке" для дальнейшего распределения между держателями, которое завершилось 17 сентября 2024 г. 9 января 2025 г. возобновились торги акциями **X5** на ММВБ.

### Регионы присутствия сети X5 Group



### Форматы



### Топ-менеджмент компании

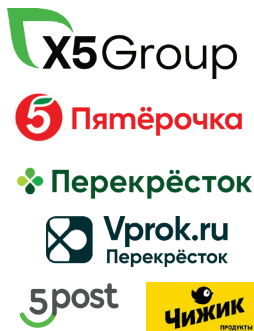


Лобачева Екатерина,  
Президент X5 Group



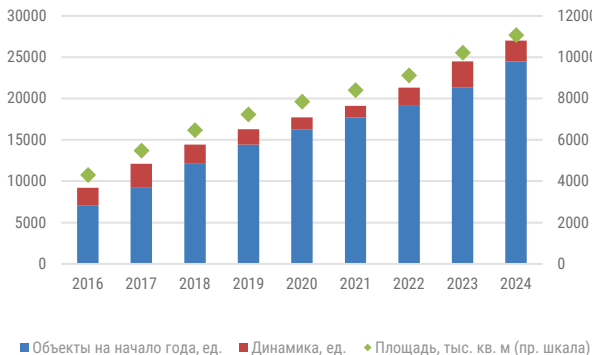
Шехтерман Игорь,  
Главный  
исполнительный  
директор X5 Group

## 6.1. X5 GROUP / ТОРГОВЫЕ СЕТИ "ПЯТЕРОЧКА", "ПЕРЕКРЕСТОК", VPROK.RU, "ЧИЖИК", "ОКОЛО"



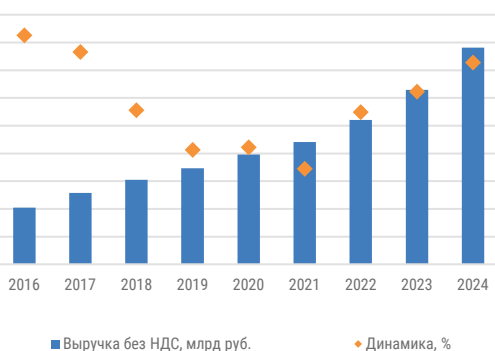
- В IV кв. 2024 г. прирост торговой площади сократился на \*% до \*\*\* **тыс. кв. м.**, а чистый прирост торговых объектов – на **3,8%** до **968**. В IV кв. 2024 г. в рамках программы повышения эффективности **X5** закрыла \* объектов.
- В IV кв. 2024 г. общая выручка **X5 Group** увеличилась на \*% до \* **млрд руб.**, чистая выручка в offline – на **20,2%** до \* **млрд руб.**, в т. ч. offline-продажи **"Пятёрочки"** – на \*%, **"Перекрестка"** – на \*%.
- По итогам IV кв. 2024 г. темп роста чистой розничной выручки **X5 Group** замедлился до \*%, рост LFL-продаж ускорился на \* п.п. до \*%, в т. ч. по сети **"Пятёрочка"** – на \* п.п. до \*%, по сети **"Перекресток"** – замедлился на \* п.п. до \*%. Рост LFL-продаж **X5 Group** был в основном обеспечен ростом LFL-среднего чека на \*%.
- На конец IV кв. 2024 г. количество клиентов программы лояльности – \* **млн**, проникновение в продажи – \*%.
- В январе 2025 г. стало известно, что **"Спар Тула"** переводит свои объекты под бренды **"Пятёрочка"** и **"Перекресток"**.
- В 2024 г. **X5 Group** объединила рекламные и аналитические возможности для поставщиков и партнеров в "единое окно" под брендом X5 Media. Совокупный объем рекламных услуг, оказанных **X5 Group** в 2024 г., составил \* **млрд руб.**

Динамика количества торговых объектов X5 Group



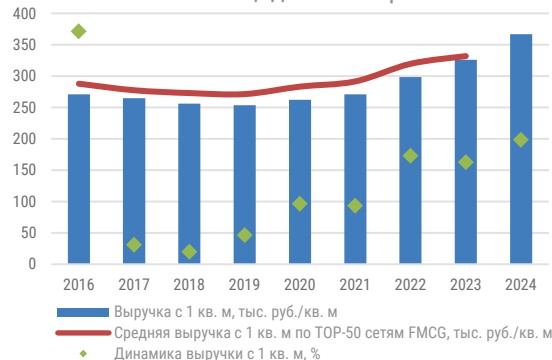
Количество торговых объектов указано с учетом dark store  
Источник: данные компании, INFOline

Динамика общей выручки X5 Group



Источник: данные компании

Динамика выручки с 1 кв. м торговой площади X5 Group



Источник: расчеты INFOline

## ЧАСТЬ VI. КРУПНЕЙШИЕ СЕТИ FMCG РОССИИ

В полной версии исследования  
«**РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FMCG И  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. Итоги IV квартала  
и 2024 года**»:

Бизнес справки по 23 компаниям



В полной версии – 107 слайдов, 109 диаграмм

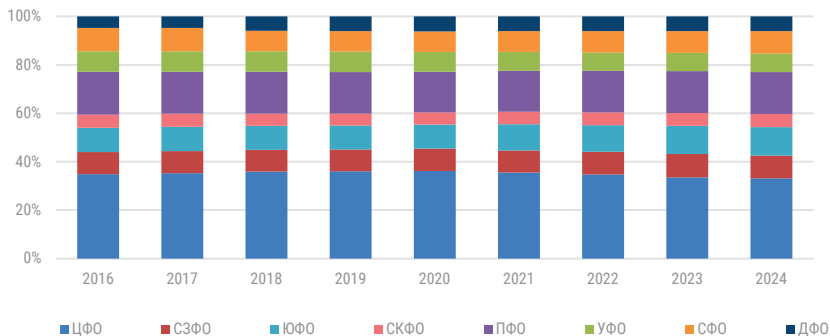
- ★ - раздел частично представлен в ДЕМОверсии
- ★ - раздел полностью представлен в ДЕМОверсии

**NEW** - новый/дополненный раздел

## 7.2. РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА РТО FOOD

- За 2024 г. увеличение доли в обороте розничной торговли продовольственными товарами продемонстрировали Южный ФО – на \* п.п., Северо-Кавказский ФО и Дальневосточный ФО – на \* п.п., Приволжский ФО – на \* п.п., Уральский ФО – на \* п.п., Сибирский ФО – на \* п.п. Сократилась доля Центрального ФО – на \* п.п. (доля Москвы – на \* п.п., а Московской обл. выросла на \* п.п.), Северо-Западного ФО – на \* п.п., при снижении доли Санкт-Петербурга на \* п.п.
- Наибольший прирост за 2024 г. среди крупных регионов (доля в РТО Food РФ более 1%) продемонстрировали: Иркутская обл. (\*% в физическом выражении и +% в денежном), Челябинская обл. (\*% в физическом и +% в денежном), Республика Башкортостан (\*% в физическом и +% в денежном), Новосибирская обл. (\*% в физическом и +% в денежном) и Тюменская обл. (\*% в физическом и +% в денежном).
- За 2024 г. рост РТО Food наблюдался в \* регионах (за 2023 г. – в \* регионах), а сокращение – в Костромской, Вологодской областях и Севастополе.

Структура РТО Food по федеральным округам РФ



Источник: ФСГС

Количество регионов с позитивной динамикой РТО Food в физическом выражении к аналогичному периоду предыдущего года

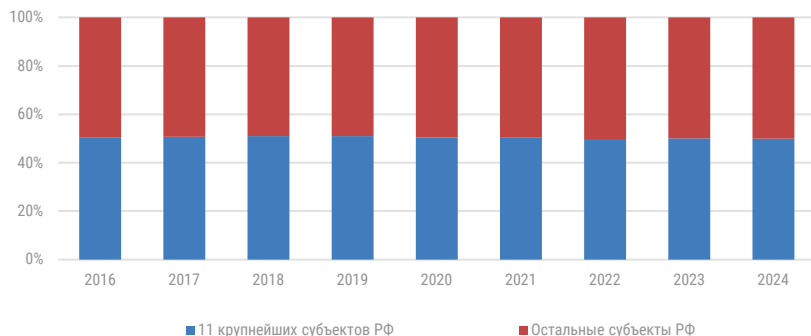


Источник: ФСГС

## 7.2. РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА РТО FOOD

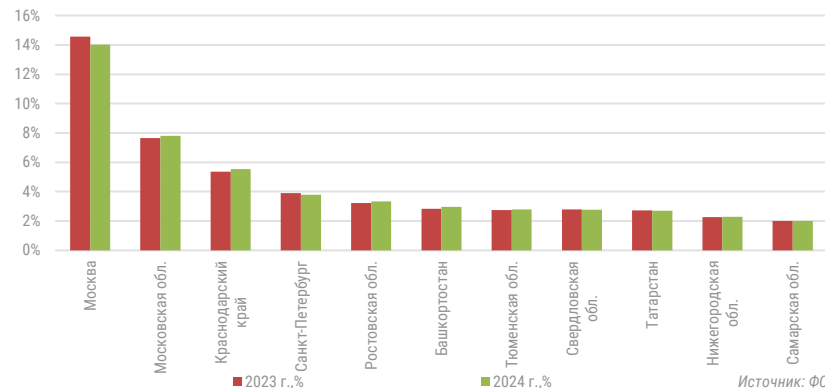
- За 2024 г. на 11 крупнейших регионов приходилось **%** оборота розничной торговли продовольственными товарами. По сравнению с 2023 г. их доля упала на **\* п.п.** Доля Московского региона сократилась на **0,4 п.п.**, в т.ч. Москвы – на **\* п.п.**, а Московской обл. выросла на **\* п.п.**
- Также сокращение доли в РТО Food продемонстрировали Санкт-Петербург – на **\* п.п.**, Татарстан – на **\* п.п.** Самарская обл. – на **\* п.п.** и Свердловская обл. – на **\* п.п.**
- Рост доли РТО Food продемонстрировали Краснодарский край – на **\* п.п.**, Ростовская обл. – на **\* п.п.**, Башкортостан – на **\* п.п.**, Тюменская обл. – на **\* п.п.** и Нижегородская обл. – на **\* п.п.**
- В IV кв. 2024 г. на 11 крупнейших регионов приходилось **%** РТО Food (**-\* п.п.** к IV кв. 2023 г.) Доля Московского региона сократилась на **\* п.п.**, в т.ч. Москвы – на **\* п.п.**, а доля Московской обл. выросла на **\* п.п.** Также сокращение доли РТО Food продемонстрировали Санкт-Петербург – на **\* п.п.**, Ростовская обл. – на **\* п.п.**, Свердловская обл. – на **\* п.п.**

Доли регионов России в РТО Food, %



Источник: ФСГС

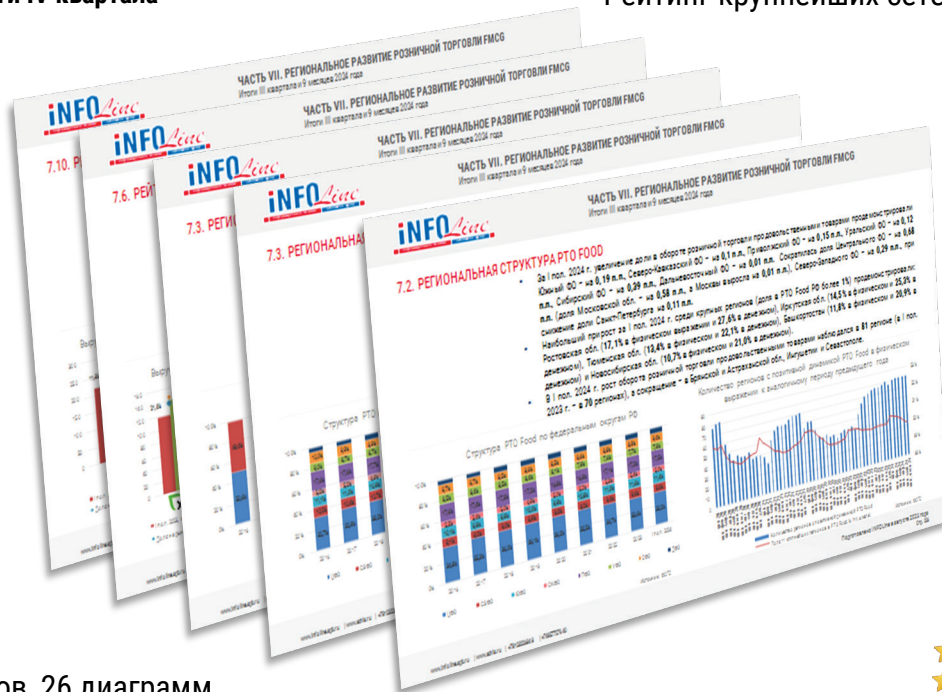
Динамика долей 11 крупнейших регионов России в РТО Food



Источник: ФСГС

## ЧАСТЬ VII. РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ FMCG

В полной версии исследования  
«**РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FMCG И  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. Итоги IV квартала  
и 2024 года**»:



В полной версии – 13 слайдов, 26 диаграмм

Региональная структура РТО  
Региональная структура РТО Food и Non-Food  
Рейтинг крупнейших сетей FMCG по федеральным округам

- ★ - раздел частично представлен в ДЕМОверсии
- ★ - раздел полностью представлен в ДЕМОверсии

**NEW** - новый/дополненный раздел

## 8.1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

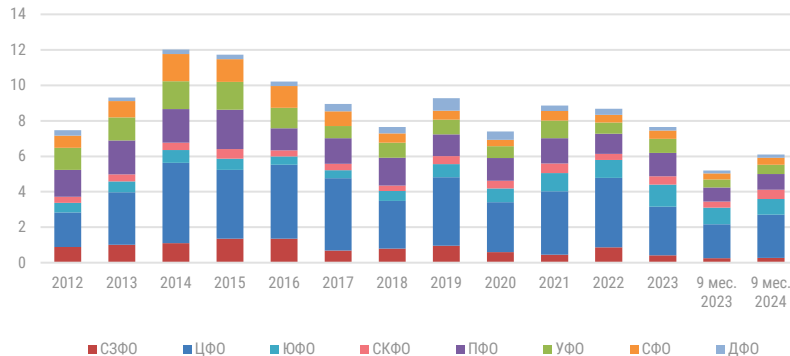
- За 2024 г. ввод коммерческой недвижимости в России вырос на **% до \* млн кв. м**. Количество зданий увеличилось на **% (\* ед.) до \* ед.** Основной драйвер роста ввода коммерческой недвижимости – сегмент логистических объектов, где обновлен исторический максимум.
- За 2024 г. объем ввода коммерческой недвижимости вырос во всех округах, кроме Южного (-%). Наибольший рост ввода отмечен в СКФО (++) и ЦФО (++). На долю ЦФО, ЮФО и ПФО приходится более **70%** от общего объема ввода коммерческой недвижимости в РФ.
- В 2025 г. объем ввода ТЦ может сократиться на %, причем негативный тренд сохранится и в дальнейшем. Кроме развития online-продаж снижению объема строительства способствует ставка ЦБ и высокая стоимость заемного финансирования, которая делает вложения в торговую недвижимость менее привлекательной для инвесторов.
- Среди объектов, запланированных к открытию в ближайшие 3 года, не более % составляют крупные торговые центры с арендопригодной площадью от **\* тыс. кв. м**.

Ввод коммерческих зданий в РФ



Источник: INFOLine "Строительство и отрасль строительных материалов России"

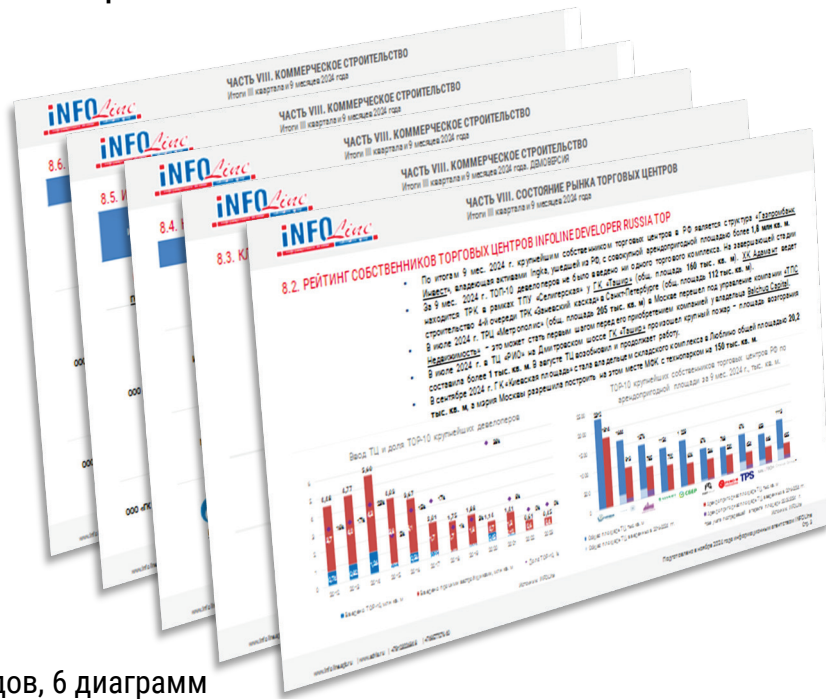
Ввод коммерческой недвижимости в РФ по ФО, млн кв. м\*



Источник: INFOLine "Строительство и отрасль строительных материалов России"

## ЧАСТЬ VIII. СОСТОЯНИЕ РЫНКА ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ

В полной версии исследования  
«**РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FMCG И  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. Итоги IV квартала  
и 2024 года**»:



Основные показатели рынка коммерческой недвижимости  
Рейтинг собственников ТЦ INFOLINE Developer Russia TOP  
Некоторые крупные сделки по продаже активов  
Торговые центры, введенные в эксплуатацию

В полной версии – 10 слайдов, 6 диаграмм

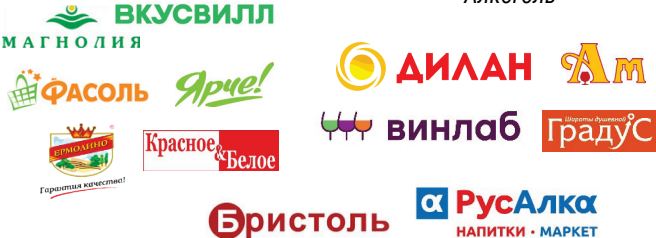
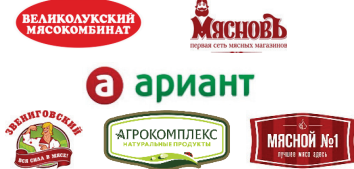
★ - раздел частично представлен в ДЕМОверсии  
★ - раздел полностью представлен в ДЕМОверсии

**NEW** - новый/дополненный раздел

## КЛАССИФИКАЦИЯ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ ПО ФОРМАТАМ

| Формат                          | Гипермаркет                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Супермаркет                                                                                                                                                                                                                                                    | Мягкий дискаунтер                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Жесткий дискаунтер                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Некоторые представители формата | <br><br><br> | <br><br> | <br><br><br> | <br><br><br><br> |
| Торговая площадь, кв. м         | От 2500                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | От 500 до 2500                                                                                                                                                                                                                                                 | От 300 до 1500                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | От 250 до 2500                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Уровень цен                     | Низкий, средний                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Средний+                                                                                                                                                                                                                                                       | Низкий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Низкий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Ассортимент, тыс.               | 20-60 тыс.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 5-30 тыс.                                                                                                                                                                                                                                                      | 2-9 тыс.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 0,5-5 тыс.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Доля Non-Food в ассортименте, % | 15-40%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 10-25%                                                                                                                                                                                                                                                         | Менее 15%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Менее 15%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Особенности логистики           | Хранение товаров в основном в торговых залах или складских помещениях на территории объекта                                                                                                                                                                                                                                                      | -                                                                                                                                                                                                                                                              | Уровень централизации поставок более 80%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | В основном хранение товаров непосредственно в торговых залах                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

## КЛАССИФИКАЦИЯ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ ПО ФОРМАТАМ

| Формат                          | Магазин у дома                                                                     |                           |                                                                                     |                                                                                     |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Специализация                   | Универсальные                                                                      | Алкоголь                  | Специализированные                                                                  | Прочие (пиво, кулинария, хлеб и кондитерские изделия)                               |
| Некоторые представители формата |  |                           |  |  |
| Торговая площадь, кв. м         | От 50 до 250 (350)                                                                 | От 50 до 250              | От 30 до 200                                                                        | От 30 до 150                                                                        |
| Уровень цен                     | Низкий, средний, средний+                                                          | Низкий, средний, средний+ | Средний, средний+                                                                   | Низкий, средний                                                                     |
| Ассортимент, тыс.               | 0,6-13 тыс.                                                                        | 1,5-16 тыс.               | 0,3-2 тыс.                                                                          | 0,1-3,5 тыс.                                                                        |
| Доля Non-Food в ассортименте, % | Менее 10%                                                                          | Менее 1%                  | Менее 1%                                                                            | Менее 1%                                                                            |

## КЛАССИФИКАЦИЯ УЧАСТНИКОВ РЫНКА ONLINE ПРОДАЖ FOOD

| Участники рынка                                | Миссия доставки                                                                                                                    | Описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Компании                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Омниканальные ритейлеры FMCG                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Экспресс-доставка (до 2 часов)</li> <li>Доставка к заданному времени, самовывоз.</li> </ul> | Интернет-магазины торговых сетей FMCG, сборку и доставку заказов осуществляют сами сети. Сборка заказа осуществляется в торговом зале или в dark stores.                                                                                                                                                                                                 |        |
| Маркетплейсы, продающие продукты питания       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Доставка к заданному времени, самовывоз.</li> </ul>                                         | Электронная торговая площадка, на которой размещаются товары различных поставщиков преимущественно в категории Non-food. При этом активно расширяется ассортимент продовольственных товаров.                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Online-ритейлеры                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Суперэкспресс-доставка (до 30 мин.)</li> </ul>                                              | Компании, осуществляющие доставку преимущественно из собственных dark stores в срок до 30 мин. с момента оформления заказа.                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Сервисы доставки из магазинов                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Экспресс доставка (до 2 часов)</li> <li>Доставка к заданному времени, самовывоз.</li> </ul> | Агрегатор online-витрин различных сетей, осуществляет сборку и доставку продуктов от выбранного ритейлера, при этом сборка может осуществляться самим ритейлером. Бизнес-модель таких компаний построена на доходе от двух источников: клиент платит за доставку, а ритейлер платит комиссию или предоставляет скидку, которая не транслируется клиенту. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Сервисы продуктовых наборов и рационов питания | <ul style="list-style-type: none"> <li>Доставка к заданному времени.</li> </ul>                                                    | Интернет-магазины, которые доставляют наборы продуктов с рецептами для самостоятельного приготовления. Или интернет-магазины, которые доставляют готовые рационы, включающие несколько блюд на день.                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Прочие участники рынка                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Экспресс доставка (до 2 часов)</li> <li>Доставка к заданному времени, самовывоз.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Интернет-магазины сетей детских товаров и online-ритейлеры, которые реализуют детское питание и другие виды продовольственных товаров.</li> <li>Собственные интернет-магазины производителей и поставщиков продовольственных товаров.</li> </ul>                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                 |

## ОТРАСЛЕВЫЕ МИНИСТЕРСТВА, ВЕДОМСТВА, АССОЦИАЦИИ



- Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор РФ)
- Министерство промышленности и торговли (Минпромторг РФ)
- Комитет Государственной Думы по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству
- Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт РФ)
- Федеральная антимонопольная служба (ФАС РФ)



- Министерство финансов (Минфин РФ)
- Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование РФ)
- Федеральная таможенная служба (ФТС России)
- Торгово-промышленная палата (ТПП РФ)
- Министерство сельского хозяйства
- Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ)
- Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ)



## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- ФСГС РФ. Информация о социально-экономическом положении России. Февраль 2025 г. (Доклад).
- ЦБ РФ. Статистический бюллетень Банка России №1 2025
- ЦБ РФ. Среднесрочный прогноз Банка России. Февраль 2025
- ЦБ РФ. Резюме обсуждения ключевой ставки. Февраль 2025
- ЦБ РФ. Инфляционные ожидания и потребительские настроения// Февраль 2025 (Доклад).
- Минэкономразвития РФ. О текущей ситуации в российской экономике. Февраль 2025 года
- Отчетность и годовые отчеты международных и отечественных компаний по МСФО.
- Результаты отраслевых форумов и конференций по розничной торговле и потребительскому рынку
- Доклады, поручения и другие документы Президента, Правительства РФ, отраслевых ведомств и ассоциаций
- INFOLine. Анкетирование, опрос и интервьюирование 200 торговых сетей FMCG // Январь-декабрь 2024, январь-февраль 2025
- INFOLine. Мониторинг открытий и закрытий торговых объектов FMCG // Январь-декабрь 2024, январь-февраль 2025 (Реестр).
- INFOLine. Ежеквартальный обзор "Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP"
- INFOLine. Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ (Обзор)
- INFOLine. Розничная торговля Food и потребительский рынок 2025 года
- INFOLine. Розничная торговля продуктами питания и торговые сети FMCG РФ // (Тематические новости).
- INFOLine. Ежеквартальный обзор "Строительная отрасль России: жилищное, гражданское, инфраструктурное строительство"
- Данные опросов и исследований ИнФОМ, Romir, Сберданные, Эвотор, ЕМИСС, SimilarWeb и др.

## СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

- EBITDA (Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) — аналитический показатель, равный объему прибыли до вычета расходов по выплате процентов, налогов и начисленной амортизации
- FMCG (Fast Moving Consumer Goods) — товары повседневного спроса
- Food — продовольственные товары
- IPO (Initial Public Offering) — первичное публичное предложение
- LFL (like-for-like) — сопоставимые продажи
- Non-Food — непродовольственные товары
- SKU (Stock Keeping Unit) — ассортиментная позиция (единица одной товарной группы, марки, сорта в одном типе упаковки одной размерности, емкости, цвета и т.д.)
- Tax free — система возврата суммы налога на добавленную стоимость
- АЗС — автозаправочная станция
- АКИТ — Ассоциация компаний интернет-торговли
- АКОРТ — Ассоциация компаний розничной торговли
- АО — автономный округ
- ВВП — валовой внутренний продукт
- ВОЗ — Всемирная организация здравоохранения
- ВЭБ — Внешэкономбанк
- ГК — группа компаний
- ЕАЭС — Евразийский экономический союз
- ЕГАИС — Единая государственная автоматизированная информационная система
- ЕНВД — единый налог на вмененный доход
- ЕС — Европейский союз
- ЗГУ — защищенное географическое указание с обозначением региона производства
- ЗНМП — защищенное наименование места происхождения, с указанием малой территории производства (муниципалитет, сельское поселение)
- ИП — индивидуальный предприниматель
- ИПЦ — индекс потребительских цен
- ИТ — информационные технологии
- КДП — Кодекс добросовестных практик
- ККТ — контрольно-кассовая техника
- ЛП — лекарственные препараты
- ЛПУ — лечебно-профилактические учреждения
- ЛС — лекарственные средства
- Минкомсвязь — Министерство связи и массовых коммуникаций РФ
- Минпромторг — Министерство промышленности и торговли РФ
- Минсельхоз — Министерство сельского хозяйства РФ
- Минтруд — Министерство труда и социальной защиты
- Минфин — Министерство финансов РФ
- Минэкономразвития — Министерство экономического развития РФ
- МИФНС — межрайонная инспекция федеральной налоговой службы
- МРОТ — минимальный размер оплаты труда
- МСП — малое и среднее предпринимательство
- МФК — многофункциональный комплекс
- МЭР — Министерство экономического развития
- НАДТ — Национальная ассоциация дистанционной торговли
- НАСТ — Национальная Ассоциация Сетевой Торговли
- НБКИ — Национальное бюро кредитных историй
- НДПИ — Налог на добычу полезных ископаемых
- НДС — Налог на добавленную стоимость
- НДФЛ — Налог на доходы физических лиц
- НКО — Некоммерческая организация
- п.п. — процентный пункт
- Росалкогольтабаконтроль — Федеральная служба по контролю за алкогольным и табачным рынками
- Роспотребнадзор — Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека
- РСПП — Российский союз промышленников и предпринимателей
- РТО — розничный товарооборот
- РФПИ — Российский фонд прямых инвестиций
- РЦ — распределительный центр (склад) торговой сети
- РЭЦ — Российский экспортный центр
- СБП — Система быстрых платежей
- СНГ — Содружество Независимых Государств
- СП — совместное предприятие
- СТМ — собственная торговая марка
- ТПУ — транспортно-пересадочный узел
- ТСП — торгово-сервисные предприятия
- УК — управляющая компания
- УК — уставной капитал
- УСН — упрощенная система налогообложения
- ФАС — федеральная антимонопольная служба
- ФБ ММВБ — Фондовая биржа ММВБ
- ФБУ — финансово-бюджетное управление
- ФНС — Федеральная налоговая служба
- ФО — Федеральный округ
- Форматы торговых объектов: гипермаркет — объект с торговой площадью от 2500 кв. м; супермаркет — объект с торговой площадью от 500 до 2500 кв. м; дискаунтер — объект с торговой площадью от 200 кв. м, ориентированный на предоставление покупателям низких цен; "магазин у дома" (минимаркет) — объект с торговой площадью до 500 кв. м
- ФСГС — Федеральная служба государственной статистики
- ФТС — Федеральная таможенная служба
- ЦБ РФ — Центральный банк Российской Федерации
- ЦРПТ — Центр развития перспективных технологий

## СОГЛАШЕНИЕ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИНФОРМАЦИИ

- Подписчик имеет право хранить и обрабатывать предоставляемую информацию.
- Дальнейшее распространение, перепродажа, копирование и публикация информации запрещены.
- Ни одна из информационных частей или вся предоставляемая информация полностью не может распространяться в локальной сети, транслироваться и передаваться в любом виде и любыми средствами, включая электронные, механические, фотокопировальные, записывающие или другие, без предварительного согласия с INFOLine.
- Запрещается передача информации любым другим организациям: дочерним, предприятиям с долевым участием, любым другим юридическим лицам, а также передача информации структурным подразделениям без образования юридического лица, расположенным по другому физическому адресу, в том числе филиалам, отделениям и любым иным структурным подразделениям в коммерческих или некоммерческих целях.
- Срок исполнения своих обязанностей по настоящему соглашению 10 лет с момента предоставления информации.
- Подписчик не может передавать или иным образом уступать, полностью или частично, свои права и обязанности по данному Соглашению без предварительного письменного согласия с INFOLine.
- Подписчик несет полную имущественную ответственность за невыполнение своих обязательств по Соглашению в соответствии законодательства Российской Федерации.

*Предоставляемая информация является сообщениями и материалами информационного агентства INFOLine (зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) за номером ИА № ФС 77 – 37500).*

