

В 2007 году аналитические продукты информационного агентства "INFOLine" были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство "INFOLine" было принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира "ESOMAR". В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства "INFOLine" сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует нашим клиентам получение качественного продукта и постпродажного обслуживания посредством проведения дополнительных консультаций по запросу заказчиков.



## Исследование Рынок гипермаркетов FMCG России. Тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года. Демо-версия

- Основные показатели экономики и розничной торговли России
- История развития и ключевые особенности формата "гипермаркет"
- Рейтинг торговых сетей FMCG России по итогам 2014 года и I пол. 2015 года
- Описание ключевых игроков в формате "гипермаркет"
- Сделки M&A на рынке сетей FMCG России
- Тенденции и перспективы развития СТМ сетей FMCG России
- Анализ регионального развития формата "гипермаркет"
- Прогноз развития формата "гипермаркет" до 2017 года

## Содержание исследования "Рынок гипермаркетов сетей FMCG России"

<b>Об исследовании "Рынок гипермаркетов FMCG России. Тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года" .....</b>	<b>4</b>
<b>Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России.....</b>	<b>6</b>
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG.....</i>	6
Макроэкономические показатели розничной торговли .....	6
Сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран .....	14
Государственное регулирование розничной торговли .....	17
Опережающие индикаторы развития розничной торговли .....	34
Структура оборота розничной торговли по видам товаров .....	37
Структура оборота розничной торговли по видам организаций .....	42
Региональная структура оборота розничной торговли .....	46
Инфляция на рынке продовольственных и непродовольственных товаров .....	48
Доходы и расходы населения .....	51
Потребительские ожидания и уверенность населения .....	63
Потребительское поведение населения .....	65
<i>История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG.....</i>	74
Основные этапы развития торговли в России .....	74
Основные количественные показатели развития торговли в России .....	76
Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж.....	85
Состояние и перспективы развития современных форматов на FMCG рынке России.....	89
Основные тенденции FMCG рынка в 2015 году.....	90
<b>Раздел II. История развития и ключевые особенности формата "гипермаркет" .....</b>	<b>95</b>
<i>Основные параметры формата "гипермаркет" .....</i>	95
<i>История развития формата "гипермаркет".....</i>	95
<i>Основные характеристики гипермаркетов России .....</i>	106
<i>Конъюнктура рынка M&amp;A на рынке гипермаркетов FMCG России .....</i>	110
Основные показатели и тенденции рынка M&A .....	110
Этапизация развития рынка M&A .....	111
Описание сделок M&A в FMCG ритейле России в 2006-2015 гг.....	118
<i>Развитие собственных торговых марок и производства кулинарии .....</i>	133
Собственные торговые марки сетей FMCG России .....	133
Собственное производство сетей FMCG России .....	144
<i>Прогноз развития формата "гипермаркет".....</i>	151
<b>Раздел III. Рейтинги сетей гипермаркетов FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности, логистике .....</b>	<b>154</b>
<i>Рейтинг сетей FMCG в формате "гипермаркет" по количеству магазинов .....</i>	154
<i>Рейтинг по региональному развитию сетей гипермаркетов FMCG.....</i>	158
<i>Рейтинг сетей FMCG в формате "гипермаркет" по общей торговой площади .....</i>	169
<i>Рейтинг сетей FMCG в формате "гипермаркет" по чистой выручке .....</i>	177
<i>Рейтинг сетей FMCG в формате "гипермаркет" по показателям эффективности продаж.....</i>	184
<i>Рейтинг сетей FMCG России по количеству распределительных центров.....</i>	188
<b>Раздел IV. Анализ регионального развития формата "гипермаркет" .....</b>	<b>194</b>
<i>Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Центральном ФО .....</i>	198
Анализ экономики Центрального ФО .....	198
Анализ рынка гипермаркетов Центрального ФО .....	206
<i>Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Северо-Западном ФО .....</i>	216
Анализ экономики Северо-Западного ФО .....	216
Анализ рынка гипермаркетов Северо-Западного ФО .....	223
<i>Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Приволжском ФО.....</i>	230
Анализ экономики Приволжского ФО .....	230
Анализ рынка гипермаркетов Приволжского ФО .....	237
<i>Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Уральском ФО.....</i>	244
Анализ экономики Уральского ФО.....	244
Анализ рынка гипермаркетов Уральского ФО .....	250
<i>Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Сибирском ФО .....</i>	256
Анализ экономики Сибирского ФО .....	256
Анализ рынка гипермаркетов Сибирского ФО.....	263
<i>Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Дальневосточном ФО .....</i>	270



Анализ экономики Дальневосточного ФО.....	270
Анализ рынка гипермаркетов Дальневосточного ФО.....	277
<i>Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Южном и Крымском ФО.....</i>	<i>281</i>
Анализ экономики Южного и Крымского ФО.....	281
Анализ рынка гипермаркетов Южного и Крымского ФО.....	287
<i>Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Северо-Кавказском ФО.....</i>	<i>293</i>
Анализ экономики Северо-Кавказского ФО.....	293
Анализ рынка гипермаркетов Северо-Кавказского ФО.....	299
<b>Раздел V. Состояние рынка торговых центров в городах России.....</b>	<b>303</b>
Основные показатели строительной отрасли.....	303
Строительство нежилых объектов.....	304
История и этапы развития российского рынка торговых центров.....	306
Анализ состояния рынка торговых центров России.....	308
Динамика ввода торговых площадей в 32 городах и регионах России.....	310
Насыщенность площадями в торговых центрах в городах России.....	313
Динамика арендных ставок на рынке торговых центров России.....	320
Прогноз показателей рынка торговых центров России.....	325
<i>Рейтинг крупнейших собственников торговой недвижимости.....</i>	<i>328</i>
Описание Рейтинга INFOLine Developer Russia TOP.....	328
Региональная структура Рейтинга INFOLine Developer Russia TOP.....	329
Ранговый рейтинг крупнейших собственников торговых центров России.....	330
Рейтинг крупнейших собственников торговой недвижимости России.....	332
Прогнозный рейтинг ТОП-30 собственников торговой недвижимости России по итогам 2015 и 2017 гг. ....	334
<b>Об информационных продуктах ИА "INFOLine".....</b>	<b>337</b>

### Информация об агентстве "INFOLine"

Информационное агентство "INFOLine" создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира. Агентство "INFOLine" ежедневно проводит мониторинг публикаций в более чем 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.



информационное агентство information agency



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

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

## Об исследовании "Рынок гипермаркетов FMCG России. Тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года"

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

**Ключевые параметры рынка:** емкость розничного рынка России в 2014 году превысила **26,1** трлн. руб. (с учетом НДС), а объем продаж продовольственных товаров – **12,2** трлн. руб. (с учетом НДС). Формат "гипермаркет", описанный в продукте, формирует более **12%** оборота розничной торговли продуктами питания в России и более **20%** оборота розничной торговли продуктами питания современных форматов.

**Актуальность исследования:** потребительский рынок в 2015 году перешел к новой парадигме развития. В I полугодии 2015 года оборот розничной торговли в РФ снизился на 8%, а продажи продуктов питания, включая напитки, и табачных изделий – на 7,7%. Прогноз Минэкономразвития на 2015 год – снижение оборота розничной торговли не менее чем на 8,5%, причем сокращение продаж непродовольственных товаров может превысить 10,2%. Снижение покупательской способности и агрессивная конкуренция приведут к уменьшению маржинальности большинства торговых сетей, а это неминуемо приведет к закрытию нерентабельных магазинов и корректировке планов органического роста.

**Направления использования результатов исследования:** бенчмаркетинг, анализ конкурентов и партнеров, маркетинговое и стратегическое планирование, поиск клиентов и партнеров, подготовка к переговорам с торговыми сетями.

**Временные рамки исследования:** Динамика с 2004 года (ВВП, емкость и динамика рынка), с 2008 года по I пол. 2015 года (операционные и финансовые итоги крупнейших сетей FMCG России в целом и в формате "гипермаркет", структура и динамика сетевой торговли и рынка FMCG), Итоги 2014 года и I пол. 2015 года и Прогнозы на 2015-2017 гг. (динамика рынка розничной торговли и рынка гипермаркетов FMCG, доходы потребителей, стратегии и планы развития крупнейших сетей FMCG в формате "гипермаркет").

**Преимущества исследования:** база 1000 гипермаркетов FMCG России с указанием диапазона торговой площади и телефона торгового объекта (в т. ч. гипермаркеты на территории "Крымского Федерального Округа"), аналитический обзор сетей FMCG в формате "гипермаркет" по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности продаж, глубокий анализ и прогноз развития формата "гипермаркет", анализ регионального развития и прогноз ффода гипермаркетов по федеральным округам, структурированное описание потребительского рынка России.

### Методы исследования и источники информации:

- регулярные ежемесячные экспертные опросы и интервью с представителями более 200 торговых сетей FMCG России;
- анализ развития и характеристика событий в розничной торговле и на потребительском рынке России: "Состояние потребительского рынка России и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ, Аналитическая база 700 торговых сетей FMCG РФ";
- мониторинг состояния рынка торговой недвижимости, в том числе базы "1800 торговых центров в 30 крупнейших городах России", реализации инвестиционных проектов, ввода объектов торговой недвижимости: "Торговых центров и гипермаркетов FMCG и DIY Москвы и Московской области и Санкт-Петербурга и Ленинградской области", сравнительный анализ "Рынка торговых центров в 27 городах и регионах РФ";
- мониторинг более 2000 СМИ и выявление ключевых событий на рынке розничной торговли FMCG, которые ИА "INFOline" осуществляет с 2002 года в рамках услуги "Тематические новости: Розничная торговля продуктами питания и торговые сети FMCG РФ", "Тематические новости: Пищевая промышленность и рынок продуктов питания РФ" и "Тематические новости: Розничная торговля РФ".

Исследование "Рынок гипермаркетов FMCG России. Тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года" включает следующие разделы:

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

- **Раздел II. История развития и ключевые особенности формата "гипермаркет"** Основные и история развития параметры формата "гипермаркет", основные характеристики гипермаркетов в России, прогноз развития формата "гипермаркет", конъюнктура рынка M&A на рынке гипермаркетов FMCG России, тенденции и перспективы развития собственных торговых марок и собственного производства сетей FMCG.
- **Раздел III. Рейтинги сетей гипермаркетов FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности, логистике** Рейтинги ТОП-50 крупнейших ритейлеров FMCG России в целом и ТОП-50 ритейлеров FMCG в формате "гипермаркет" по операционным (количество магазинов, общая торговая площадь, количество и площади распределительных центров), финансовым (выручка) показателям и показателю эффективности (выручка с кв.м.).
- **Раздел IV. Анализ регионального развития формата "гипермаркет"** Анализ экономики и рынка гипермаркетов в разрезе федеральных округов: Центральный, Северо-Западный, Приволжский, Уральский, Сибирский, Дальневосточный, Южный и Крымский, Северо-Кавказский федеральные округа.
- **Раздел V. Состояние рынка торговых центров России** Основные показатели строительной отрасли, анализ состояния, история, этапы развития российского рынка торговых центров, динамика ввода торговых площадей в 32 городах и регионах России, насыщенность площадями в торговых центрах в городах России, динамика арендных ставок на рынке торговых центров России, прогноз показателей рынка торговых центров России. Рейтинг крупнейших собственников торговой недвижимости (региональная структура, ранговый рейтинг крупнейших собственников торговых центров России, рейтинг крупнейших собственников торговой недвижимости России, прогнозный рейтинг ТОП-30 собственников торговой недвижимости России).

**Расширенная версия Исследования "Рынок гипермаркетов FMCG России. Тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года" также включает разделы VI "Бизнес-справки по ТОП-12 ритейлерам FMCG России в формате "гипермаркет" и VII "База 1000 гипермаркетов FMCG"**

- **Раздел V. Бизнес-справки по ТОП-121 ритейлерам FMCG в формате "гипермаркет"** Бизнес-справки по 12 крупнейшим ритейлерам FMCG России в формате "гипермаркет" включают 14 разделов: контактные данные, история развития сети, структура компании и бенефициары (акционерный капитал), сделки M&A, описание основных форматов, собственные торговые марки и прямой импорт, девелоперские проекты, логистика, операционные показатели, региональная представленность, развитие формата "гипермаркет", финансовые показатели, стратегия и планы регионального развития, отчетность по РСБУ (МСФО).
- **Раздел VII. База "1000 гипермаркетов FMCG России"** База в формате Excel, включает следующие поля:
  - Бренд сети;
  - Компания;
  - Торговая площадь;
  - Федеральный округ, регион, город;
  - Адрес;
  - Тип размещения (ТЦ/отдельный);
  - Название ТЦ;
  - Телефон гипермаркета.

<sup>1</sup>Бизнес-справки по ТОП-12 ритейлерам FMCG России в формате "гипермаркет", чистая выручка (без НДС) которых по итогам 2014 года в формате превысила 14,5 млрд. руб.: Ашан, ООО (сети "Ашан", "Ашан-Сити", "Наша Радуга", "Каждый день"), МЕТРО Кэш энд Керри, ООО (сети МЕТРО Cash&Carry, МЕТРО Punct. real.-), Лента, ООО (сеть "Лента"), Тандер, АО (сети "Магнит", "Магнит Семейный", "Магнит-Косметик"), ГК "О'КЕЙ" (сети "О'КЕЙ", "О'КЕЙ-Экспресс"), X5 Retail Group (сети "Карусель", "Перекресток", "Пятерочка", "Перекресток-Экспресс"), Гиперглобус, ООО (сеть Globus), Корпорация ГРИНН, АО (сеть "Линия"), ГК "Невада" (сети "Самбери", "Раз Два"), Седьмой континент, ОАО (сети "Седьмой континент", "НАШ"), Зельгрос, ООО (сеть Selgros C&C), ГК "ДИКСИ" (сети "Дикси", "Мегамагн", "Минимарт", "Виктория", "КЭШ", "Квартал/Дешево").

## Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

### Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG

#### Макроэкономические показатели розничной торговли<sup>2</sup>

Макроэкономическая ситуация в 2014 году характеризовалась нарастанием кризисных явлений в промышленности, инвестиционной деятельности и на рынке труда. В 2014 году номинальный объем ВВП России сократился на \*% до \*трлн. руб.<sup>3</sup> против роста на \*% в 2013 году. <...>

Рисунок 2. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., млрд. долл.



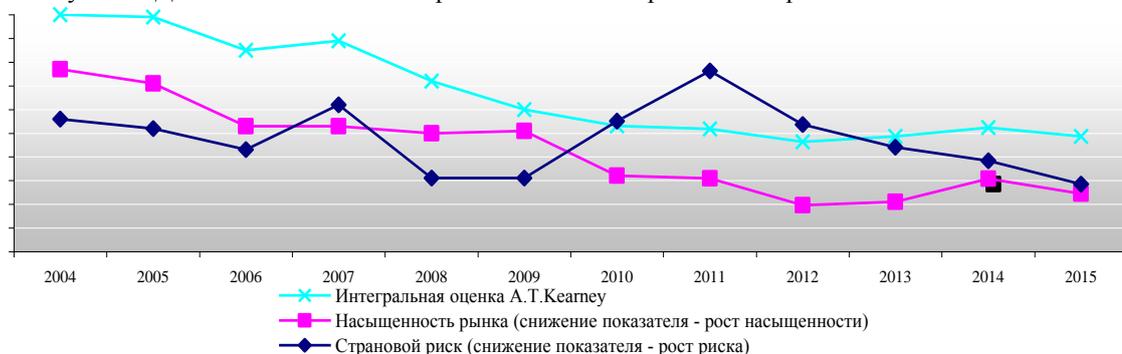
Источник: данные ФСГС

<...>

#### Сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран

По данным А.Т. Kearney российский рынок является 6-м в мире по уровню ВВП и, несмотря на напряженную экономическую обстановку, международные операторы продолжают развиваться на российском рынке. Санкции против России влекут за собой снижение притока инвестиций и экономический кризис, однако спрос на товары остается на высоком уровне, несмотря на снижение, и покупательской способности, поэтому Россия сохраняет потенциал для развития розничной торговли.

Рисунок 1. Динамика показателей привлекательности розничного рынка России в 2004-2015 гг.



Источник: Исследование А.Т. Kearney

<...>

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

<sup>3</sup> Данные с учетом Республики Крым и г. Севастополь.



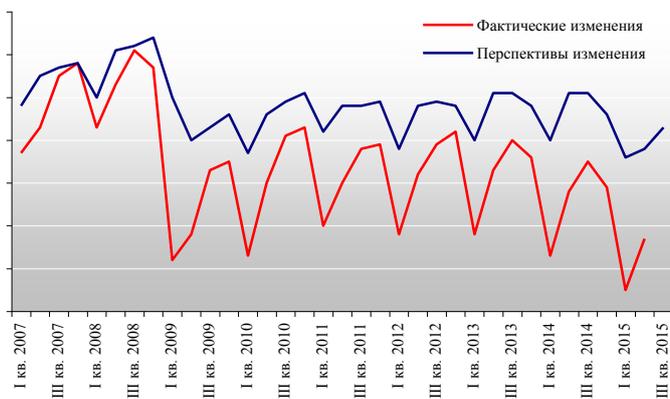
### Государственное регулирование розничной торговли

10 апреля 2015 года на Едином портале Минфин разместил уведомления о процедуре ОРВ двух проектов – **Постановления Правительства РФ "О внесении изменений в постановление Правительства РФ "Об утверждении Положения о регистрации и применении контрольно-кассовой техники, используемой организациями и индивидуальными предпринимателями"** и **ФЗ "О внесении изменений в ФЗ "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт", Кодекс РФ об административных правонарушениях и отдельные законодательные акты РФ". <...>**

### Опережающие индикаторы развития розничной торговли<sup>4</sup>

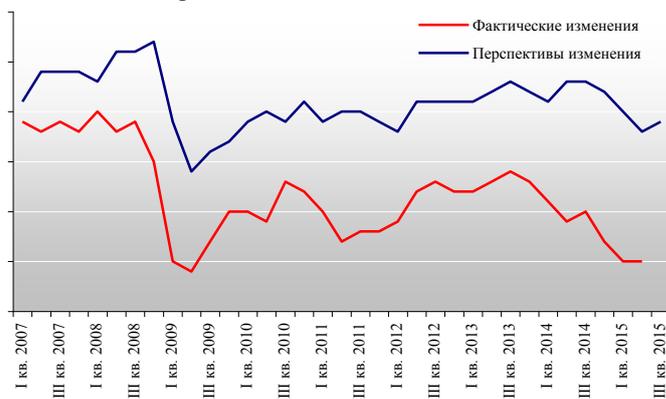
По данным ФСГС, фактические изменения оборота розничной торговли во II кв. 2015 года увеличились на \* п.п. относительно I кв. 2015 года и сократились на \* п.п. относительно II кв. 2014 года до (\*) п.п. Фактические изменения средней численности работников розничной торговли не изменились относительно I кв. 2015 года и на \* п.п. относительно II кв. 2014 года и составили (-\*) п.п., достигнув уровня I кв. 2009 года. <...>

Рисунок 2. Оборот розничной торговли в России в 2007-2015 гг.



Источник: данные ФСГС

Рисунок 3. Средняя численность работников розничной торговли в России в 2007-2015 гг.



Источник: данные ФСГС

### Структура оборота розничной торговли по видам товаров

В июне 2015 года динамика розничного оборота в физическом выражении продемонстрировала снижение на \* п.п. относительно июня 2014 года. При этом произошло сокращение розничного оборота продовольственными товарами на \* п.п., непродовольственными на \* п.п., алкогольной продукцией на \* п.п. <...>

Таблица 1. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2008-2015 гг.<sup>5</sup>

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	II кв. 14	II кв. 15	I пол. 14	I пол. 15
Оборот розничной торговли	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
продовольственные товары	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
непродовольственные товары	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля продовольственных товаров, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля непродовольственных товаров, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные ФСГС

<...>

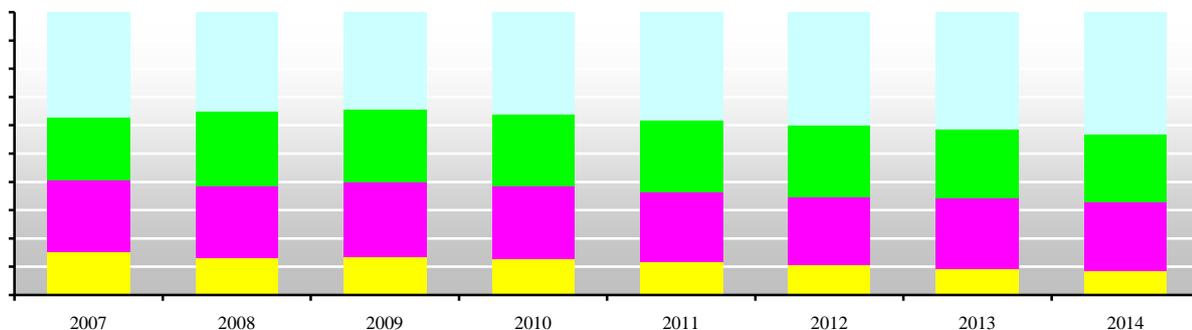
<sup>4</sup> Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок уровня складских запасов (с обратным знаком), изменения экономического положения в текущем квартале по сравнению с предыдущим и ожидаемого изменения экономического положения в следующем квартале (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателя не исключена. Баланс оценок изменения значения показателей (фактические изменения оборота розничной торговли; фактические изменения средней численности работников; уровень складских запасов, фактические изменения ассортимента товаров; цены реализации; средний сложившийся уровень торговой наценки; фактические изменения инвестирования в расширение деятельности, ремонт и модернизацию; перспективные изменения складских площадей; фактические изменения обеспеченности предприятий розничной торговли собственными финансовыми ресурсами; прибыль предприятий розничной торговли), определяемых как разность долей респондентов, отметивших "улучшение" и "ухудшение" показателя по сравнению с предыдущим кварталом (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателей не исключена.

<sup>5</sup> Для сопоставления с 2009–2015 гг. данные по обороту и доле продовольственных товаров в 2002–2008 гг. приводятся с учетом табачных изделий.

**Структура оборота розничной торговли по видам организаций**

В структуре оборота розничной торговли по видам организаций по итогам 2014 года сохранилась тенденция снижения доли рынков (на 0,8 п.п. относительно 2013 года). <...>

Рисунок 4. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2014 гг., по видам организаций, %



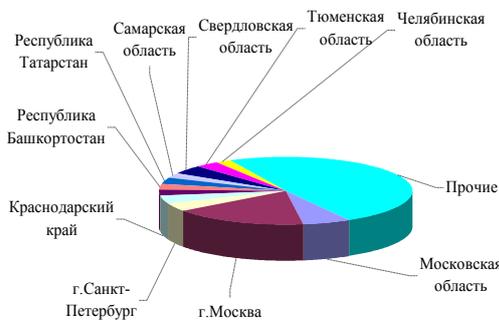
Источник: данные ФСГС

<...>

**Региональная структура оборота розничной торговли**

В I пол. 2015 года продолжили рост доли Южного ФО (на \*п.п.), Центрального ФО (на \*п.п.), Дальневосточного ФО (на \*%), Северо-Западного ФО (\*п.п.) и Северо-Кавказского ФО (на \*п.п.). При этом сократились доли Приволжского ФО (на \*п.п.), Сибирского ФО (\*п.п.), Уральского ФО (\*п.п.), Крымского ФО (\*п.п.). <...>

Рисунок 5. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в I пол. 2014 года, %



Источник: данные ФСГС

<...>

Рисунок 6. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в I пол. 2015 года, %



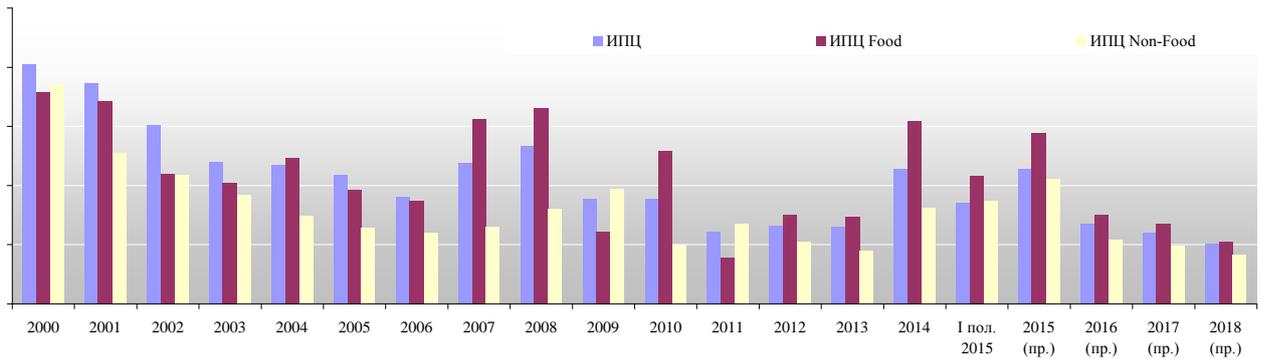
Источник: данные ФСГС

**Инфляция на рынке продовольственных и непродовольственных товаров**

За I полугодие 2015 года инфляция составила \*% (годом ранее – \*%), что стало самым высоким показателем с 2008 года. При этом после ускоренного роста цен в I квартале с марта инфляция замедляется. В июне рост потребительских цен замедлился в 2 раза относительно мая 2015 года и в 3 раза относительно июня 2014 года – до \*%. <...>



Рисунок 7. Индекс потребительских цен на конец периода в 2000-2015 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз до 2018 года



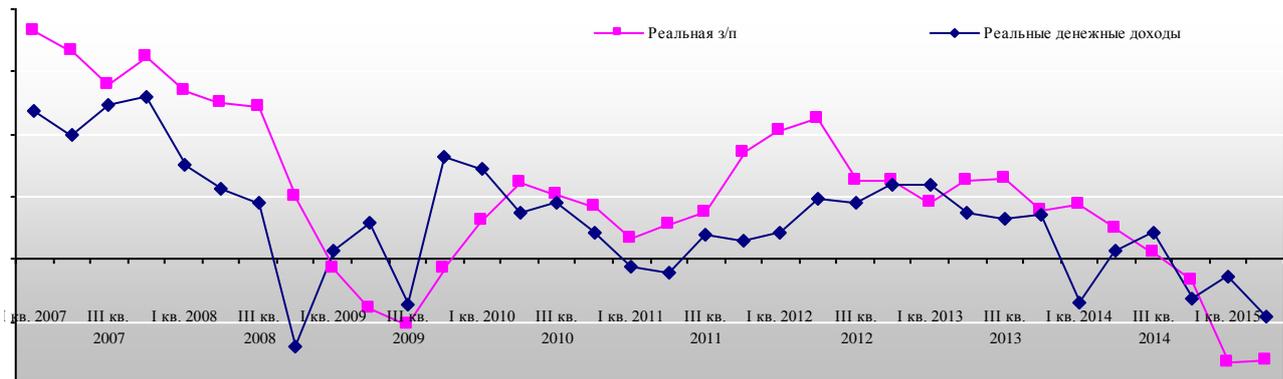
Источник: данные ФСГС

<...>

### Доходы и расходы населения

В 2015 году наблюдается негативная динамика потребительского спроса. Согласно прогнозу МЭР снижение реальной зарплаты населения ожидается на уровне \*% (прежний прогноз – снижение на \*%), реальных располагаемых доходов – \*% (прежний прогноз – снижение на \*%). Согласно прогнозу МЭР на 2016-2018 гг., реальные доходы населения возрастут в 2016 году на \*%, в 2017 году на \*%, в 2018 году на \*%.

Рисунок 8. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2007-2015 гг., %



Источник: данные ФСГС

<...>

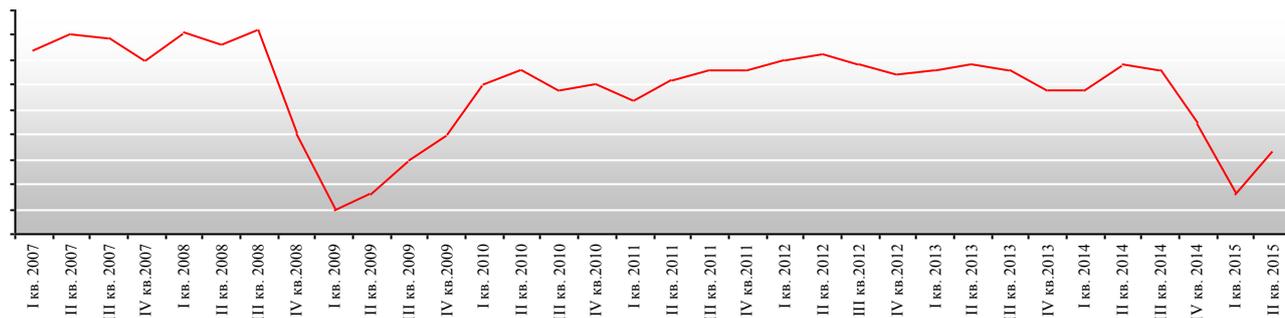
### Состояние банковской системы и динамика кредитов и депозитов населения

В 2014 году существенным фактором, ограничивающим потребительский спрос, явилось замедление динамики кредитования физических лиц – портфель кредитов населению вырос в 2014 году лишь на \*% по сравнению с \*% в 2013 году. При этом в 2013-2014 гг. наблюдалось увеличение необеспеченного розничного кредитования. Так, население страдает от избыточной задолженности по ранее полученным кредитам. <...>

### Потребительские ожидания и уверенность населения

По данным опросов ФСГС 5000 человек в возрасте от 16 лет, проживающих во всех субъектах РФ, во II кв. 2015 года индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, во II кв. 2015 года по сравнению с I кв. 2015 года увеличился на \* п.п. и составил (\*%).

Рисунок 9. Индекс уверенности потребителей России 2007-2015 гг.



Источник: данные ФСГС

<...>

### Потребительское поведение населения

В конце II квартала 2015 года Sberbank CIB провел исследование потребительского поведения и настроений российских граждан со средним уровнем доходов<sup>6</sup>. Согласно исследованию в II кв. 2015 года индекс потребительской уверенности увеличился на \* п.п. относительно I кв. 2015 года (с \*% до \*%), стал близок к самому низкому уровню за все время проведения исследований, зафиксированного в I кв. 2014 года – (\*%).

<...>

## История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG

### Основные этапы развития торговли в России

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

Таблица 2. Основные этапы развития российского ритейла FMCG в 1994-2015 гг.

Этап	Тенденции развития экономики	Тенденции развития российского продовольственного ритейла
I этап (конец 1990-х – 2002 г.)	Спад промышленного производства и снижение доходов населения. Сокращение оборота розничной торговли. Начало формирования среднего класса в Москве и других крупных городах. Финансовый кризис 1998 года. Девальвация рубля. Сокращение импорта продуктов питания, рост внутреннего производства. Снижение доходов населения.	Активное развитие продовольственных рынков во всех регионах России. Появление первых российских ритейлеров ("Седьмой Континент", "Перекресток", "Патэрсон", "Лента", "Кировский"). Первый формат сетевой торговли – дорогие супермаркеты; основную часть покупателей составляют представители высокого сегмента среднего класса и выше. Появление первого иностранного игрока – сети "Рамстор". Началось развитие нового формата "дискаунтер" ("Копейка", "Пятерочка", "Дикси"), рассчитанного на население с уровнем дохода средним и ниже среднего. Существующие сети пересматривают свою политику в сторону снижения торговой наценки и начинают расширять ассортимент товаров отечественных производителей. Крупнейшие ритейлеры совершенствуют технологии торговли. Начало развития региональных торговых сетей.
...	...	...

<...>

### Основные количественные показатели развития торговли в России

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

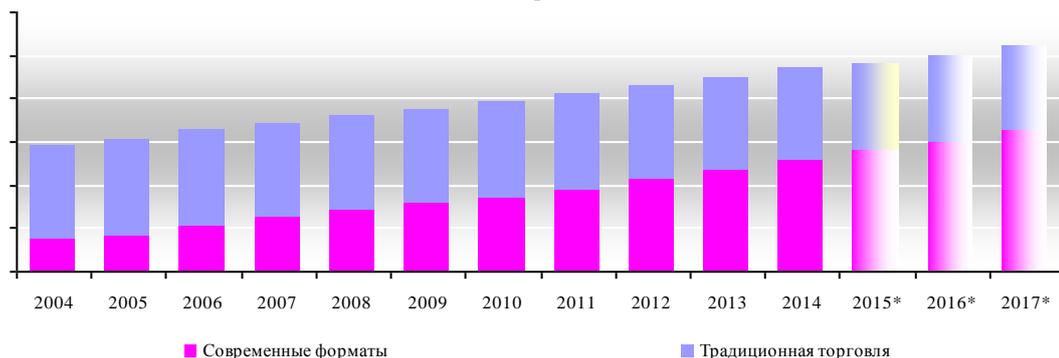
К традиционным форматам торговли относятся прилавочные магазины, павильоны, киоски, точки на рынках:

- Киоск (ларёк) – отдельностоящий нестационарный торговый объект, предназначенный для мелкорозничной торговли (для целей исследования по результатам выборочных замеров принята средняя площадь около 4 кв. м.);

<sup>6</sup> В ходе исследования было опрошено 2 300 респондентов в возрасте от 18 до 65 лет, проживающих в 164 городах с населением свыше 100 тыс. жителей.



Рисунок 10. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2002-2014 гг., 2015-2017 гг. – прогноз, млн. кв. м



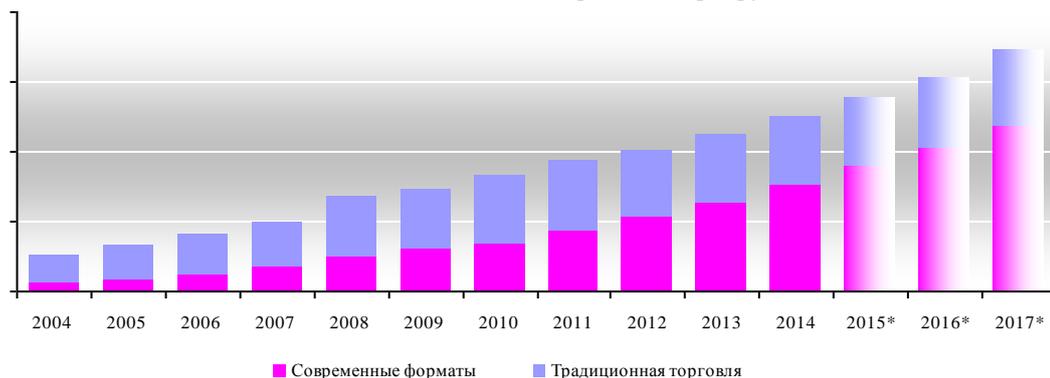
Источник: данные ИА "INFOLine"

<...>

### Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж

В структуре выручки от продажи продовольственных товаров доля современных форматов в 2004-2014 гг. также быстро росла и по итогам 2014 года превысила \*%. В 2014 году вследствие введения запрета на торговлю пивом в ларьках и торговых объектах площадью менее \*кв. м и табачными изделиями в ларьках, продажи в ларьках сократились в \*раза. <...>

Рисунок 11. Продажи прод. товаров (с НДС) по видам торговых объектов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, млрд. руб.



Источник: данные ИА "INFOLine"

<...>

### Состояние и перспективы развития современных форматов на FMCG рынке России

Формат "гипермаркет" также является одним из приоритетных у потребителей. При этом ввиду дефицита торговых площадей, многие ритейлеры сокращают площади гипермаркетов. Так, X5 Retail Group видит потенциал в "компактных гипермаркетах" площадью 3-4 тыс. кв. м. В "компактных гипермаркетах" предполагается более широкий ассортимент non-food, но без электроники и одежды, а также фокус на товары категории "фреш".. <...>

### Основные тенденции FMCG рынка в 2015 году

#### Состояние рынка FMCG в 2015 году

В 2015 рынок FMCG России характеризуется усилением конкуренции на рынке крупнейших городов, активизация экспансии федеральных ритейлеров в регионы (в т.ч. за счет сделок по приобретению бизнеса или прав аренды региональных торговых сетей). Кроме того, ухудшается состояние региональных ритейлеров, рост ценовых разрывов между федеральными, региональными сетями и несетевой розницей. <...>

<...>

**Планы развития крупнейших сетей FMCG России**

Компания "Магнит" в июле 2015 года скорректировала планы развития сети в сторону увеличения количества открытий в 2015 году. Так, в 2015 году "Магнит" планирует открыть 1350 магазинов у дома (ранее 1200 магазинов), 90 гипермаркетов и магазинов формата "Магнит Семейный", 950 магазинов формата "дрогери" (ранее 800 магазинов). <...>

Таблица 3. Динамика выручки ТОП-7 сетей FMCG Росси (без учета НДС) в 2014-2015 гг.

Юридическое название	Бренды	Основные форматы <sup>7</sup>	Выручка без НДС, млрд. руб.			Динамика выручки, %		
			2014 год	I пол. 2015 года	Прогноз на 2015 год	2014 год	I пол. 2015 года	Прогноз на 2015 г.
			Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО) <sup>8</sup>	Магнит, Магнит Семейный, Магнит-Косметик	Г, С, М, Д	*	*	*
*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные и прогнозы компаний; \* – оценки INFOline

**Раздел II. История развития и ключевые особенности формата "гипермаркет"**

*Основные параметры формата "гипермаркет"*

Гипермаркет является наиболее высокотехнологичным и эффективным среди современных форматов розничной торговли FMCG, так как по сравнению с торговыми объектами меньших форматов обеспечивает высокий показатель выручки на одного сотрудника и меньшее количество сотрудников на единицу площади.

Основными качественными характеристиками формата "гипермаркет" в России являются следующие:

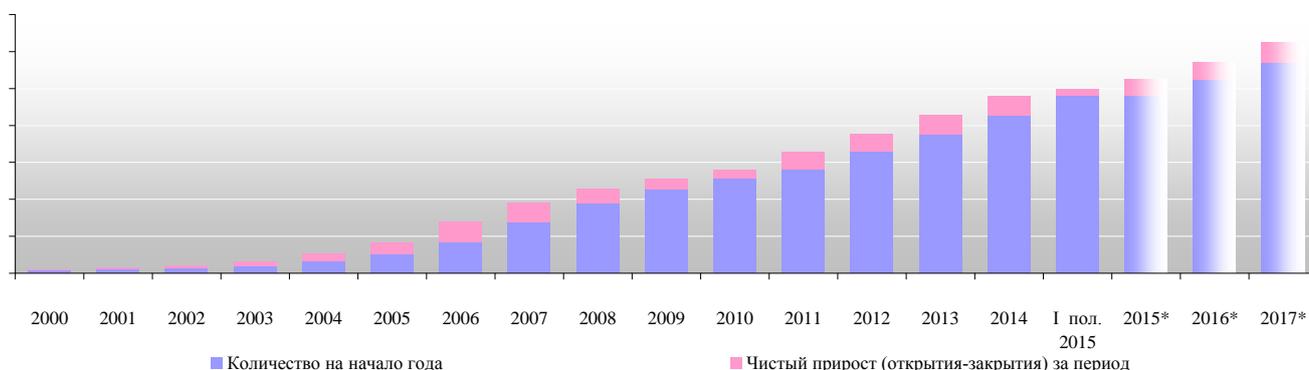
- крупноформатный магазин самообслуживания с высокой (20% и более) долей непродовольственных товаров в ассортименте

<...>

*История развития формата "гипермаркет"*

В 2006-2007 гг. был достигнут пик ввода гипермаркетов, обусловленный активным инвестированием в развитие данного формата российскими и международными ритейлерами.

Рисунок 12. Динамика количества FMCG гипермаркетов России в 2000-I пол. 2015 гг. и прогноз на 2015-2017 гг.<sup>9</sup>



Источник: ИА INFOline

<...>

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

<sup>8</sup> Розничная выручка компании.

<sup>9</sup> Гипермаркеты, расположенные на территории Крымского ФО учитываются с 2014 года.



Основные характеристики гипермаркетов России

Таблица 19. Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2015 года

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

\*\*\*ДЕМО-ВЕРСИЯ\*\*\*

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

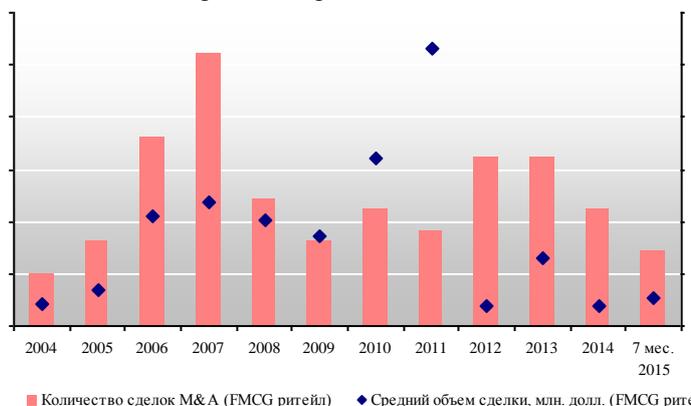
\*\*\*ДЕМО-ВЕРСИЯ\*\*\*

Конъюнктура рынка M&A на рынке гипермаркетов FMCG России

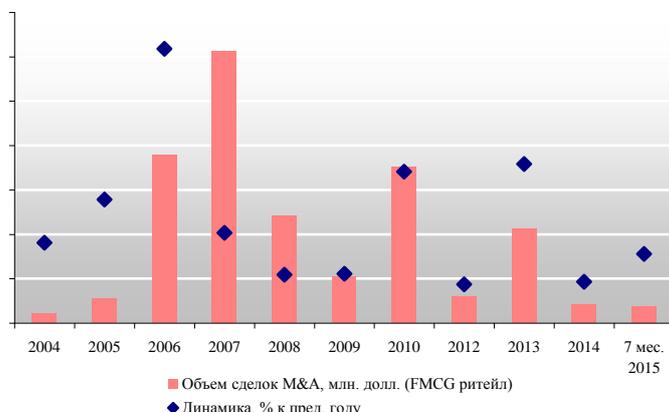
Основные показатели и тенденции рынка M&A

Российский ритейл FMCG сегмента продолжает оставаться чрезвычайно фрагментированным по сравнению с рядом стран Европы, в которых на долю крупнейших ритейлеров приходится 50% и более оборота розничной торговли, в России же на долю ТОП-10 крупнейших ритейлеров приходится 22%.

Рисунок 13. Количество сделок M&A и средний объем сделки Рисунок 14. Динамика объема сделок M&A в секторе FMCG ритейла, 2004-2015 гг.



Источник: данные ИА INFOLine



Источник: данные ИА INFOLine

<...>

\*\*\*ДЕМО-ВЕРСИЯ\*\*\*

Полный текст раздела содержит этапы развития, итоги 2014 г. и тенденции развития рынка M&A. Описание сделок M&A в FMCG ритейле России в 2006-2015 гг.

\*\*\*ДЕМО-ВЕРСИЯ\*\*\*

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

### Собственные торговые марки сетей FMCG России

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

Таблица 4. Собственные торговые марки крупнейших ритейлеров FMCG в формате "гипермаркет"

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

<...>

### Собственное производство сетей FMCG России

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

Таблица 5. Структура товарных категорий и суб-категорий собственного производства сетей FMCG

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

Источник: ИА INFOLine

<...>

### Прогноз развития формата "гипермаркет"

В 2015 году в связи с началом экономического кризиса многие региональные и местные сети начали испытывать трудности с исполнением обязательств перед кредиторами. При том экономический спад создает беспрецедентные возможности для роста федеральных ритейлеров, которые являются гораздо более конкурентоспособными, чем региональные игроки. <...>

Таблица 6. Прогноз развития ТОП-10 ритейлеров FMCG России в формате "гипермаркет" до 2017 года (курсивом выделены оценки ИА INFOLine)

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

Источник: данные компаний, прогноз ИА INFOLine

<...>

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

### Рейтинг сетей FMCG в формате "гипермаркет" по количеству магазинов

По итогам 2014 года в рейтинг ТОП-50 крупнейших сетей FMCG<sup>10</sup> вошли компании с выручкой (без НДС) более \* млрд. руб., из которых \* – развивают формат "гипермаркет". При этом у \* ритейлеров на формат "гипермаркет" приходится не более \*% выручки, в т.ч. у крупнейших компаний FMCG.

<...>

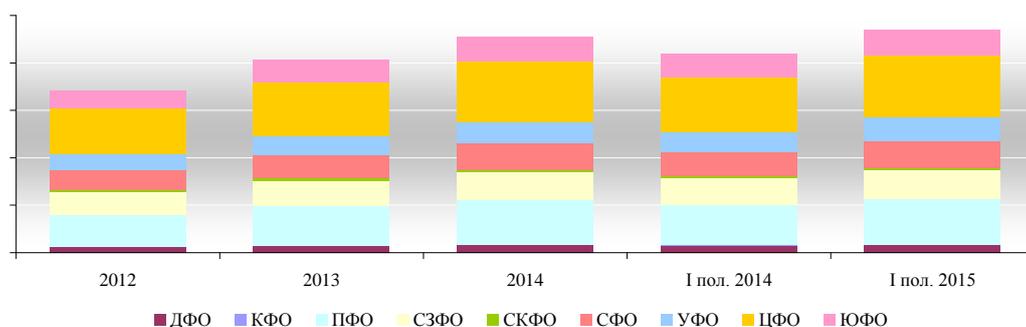
Таблица 7. Количество гипермаркетов сетей FMCG в 2011-2015 гг., по состоянию на конец периода, шт.

№ пп	Компания	Юридическое название	Бренд	2011	2012	2013	2014	I пол. 2014	I пол. 2015
1	Auchan Groupe	Ашан, ООО	Ашан	*	*	*	*	*	*
			Ашан-Сити	*	*	*	*	*	*
			Наша Радуга	*	*	*	*	*	*
			Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

### Рейтинг по региональному развитию сетей гипермаркетов FMCG

По состоянию на 1 июля 2015 года ТОП-50 крупнейших сетей FMCG в формате "гипермаркет" включают \* гипермаркетов, общей торговой площадью около \* тыс. кв. м. Лидером по количеству гипермаркетов является компания "Магнит", управляющая по состоянию на 1 июля 2015 года 201 гипермаркетом "Магнит" в семи федеральных округах. <...>

Рисунок 15. Динамика количества гипермаркетов ТОП-50 сетей FMCG в формате "гипермаркет" по федеральным округам в 2012-2015 гг. на конец периода, шт.



Источник: данные ИА INFOLine

<...>

Таблица 8. Региональное развитие гипермаркетов сетей FMCG по состоянию на 1 июля 2015 года

№	Компания	Юридическое название	Бренд	Количество гипермаркетов по ФО	Количество регионов присутствия гипермаркетов	Количество гипермаркетов по регионам присутствия гипермаркетов
1	Auchan Groupe	Ашан, ООО	Ашан	КФО-*, ПФО-*	*	Адыгея респ.- *, <...>

<sup>10</sup> Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

## Рейтинг сетей FMCG в формате "гипермаркет" по общей торговой площади

Таблица 9. Общая торговая площадь сетей гипермаркетов FMCG России в 2011-2015 гг. по состоянию на конец периода, тыс.кв.м

№ пп	Компания	Юридическое название	Бренд	2011	2012	2013	2014	I пол. 2014	I пол. 2015
1	Auchan Groupe	Ашан, ООО	Ашан	*	*	*	*	*	*
			Ашан-Сити	*	*	*	*	*	*
			Наша Радуга	*	*	*	*	*	*
			Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	*	*	*	*	*	*

<...>

## Рейтинг сетей FMCG в формате "гипермаркет" по чистой выручке

По итогам 2014 года выручка собственных магазинов ТОП-50 ритейлеров FMCG России составила около \*трлн. руб., увеличившись на \*% относительно \*трлн. руб. по итогам 2013 года. При этом доля гипермаркетов в 2014 году составила \*%, сократившись на \*п.п. относительно \*% в 2013 году. Динамика выручки собственных магазинов 50 крупнейших ритейлеров FMCG России в 2011-2014 гг. в разрезе форматов представлена на диаграмме. <...>

<...>

Таблица 10. Динамика чистой выручки (без учета НДС) сетей гипермаркетов FMCG в 2012-2014 гг., млрд руб.

№	Компания	Юридическое лицо	Бренд	Источник данных	2012	2013	2014	I пол. 2014	I пол. 2015	2013/2 012	2014/2 013	I пол. 2015/I пол. 2014
1	Auchan Groupe	Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	РСБУ, оценка	*	*	*	*	*	*	*	*
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

<...>

## Рейтинг сетей FMCG в формате "гипермаркет" по показателям эффективности продаж

Информация о выручке с квадратного метра торговой площади<sup>11</sup> крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10 млрд. руб.<sup>12</sup>) в рублевом выражении в 2011-2014 гг. приведена в таблице.

<...>

## Рейтинг сетей FMCG России по количеству распределительных центров

В 2014 году в связи с введением продуктового эмбарго Россией торговые сети были вынуждены разорвать отношения с иностранными поставщиками, попавшими под санкции и налаживать новые связи. При этом ритейлеры искали поставщиков, как на территории России, так и за ее пределами, в т.ч. в странах Латинской Америки. <...>

<sup>11</sup> Методика расчета выручки с кв. м ИА "iNFOLine" предполагает вычисления на основе отношения выручки за год к средней величине торговой площади за год и может отличаться от аналогичных показателей рассчитанных непосредственно самими компаниями.

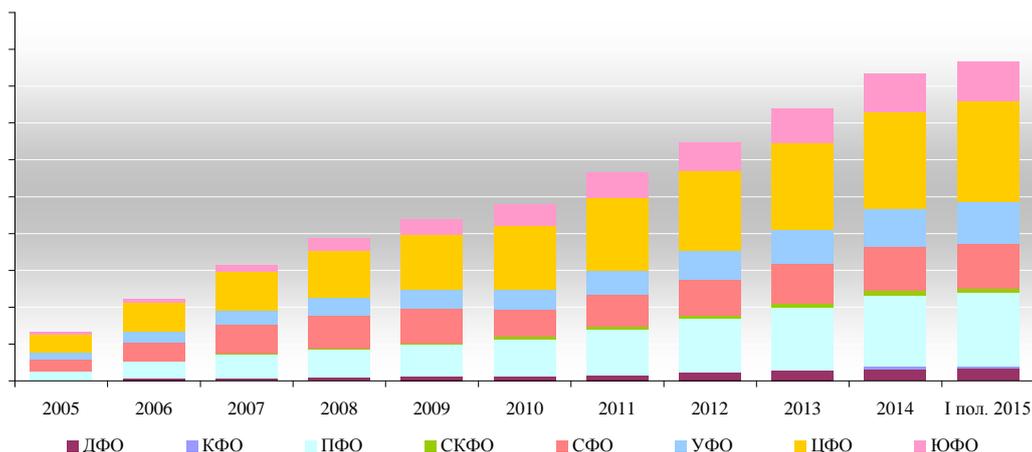
<sup>12</sup> Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.



## Раздел IV. Анализ регионального развития формата "гипермаркет"

Лидером по количеству гипермаркетов в округе является Центральный ФО, где на \* ритейлеров приходилось \* объекта в формате "гипермаркет". В Приволжском ФО по состоянию на 1 июля 2015 года \* ритейлеров развивали формат "гипермаркет": \* объектов общей торговой площадью более \* тыс. кв. м. <...>

Рисунок 16. Динамика количества гипермаркетов FMCG по федеральным округам в 2005-2015 гг. на конец периода, ед.



Источник: данные ИА INFOLine

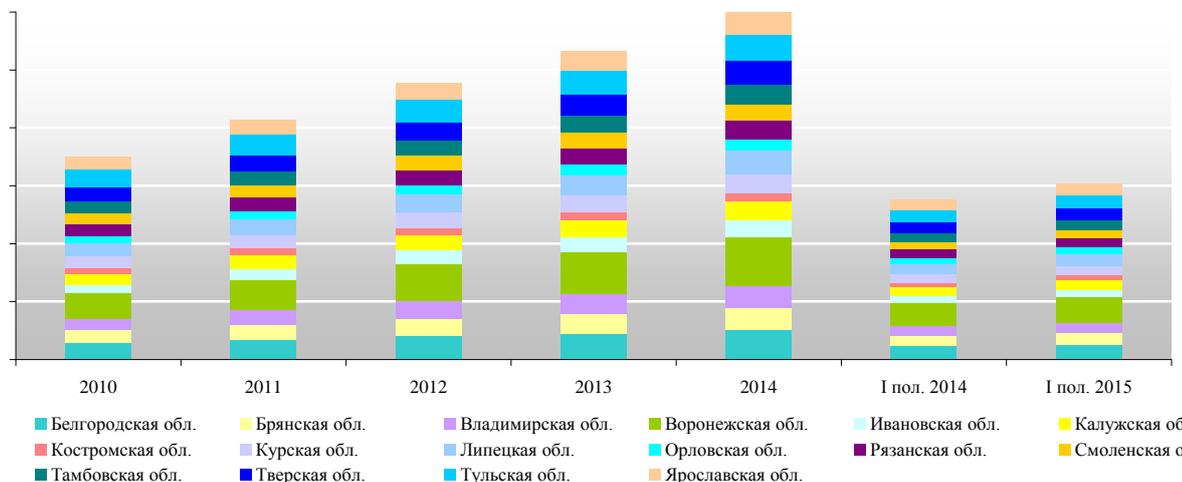
<...>

### Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Центральном ФО

#### Анализ экономики Центрального ФО

В 2014 году оборот розничной торговли в Центральном ФО составил \*млрд. руб. и в товарной массе увеличился на \*% (в 2013 году наблюдался рост на \*%). В I пол. 2015 года оборот розничной торговли в Центральном ФО составил \* млрд. руб. и в товарной массе сократился на \*% (в I пол. 2014 года наблюдался рост на \*%). <...>

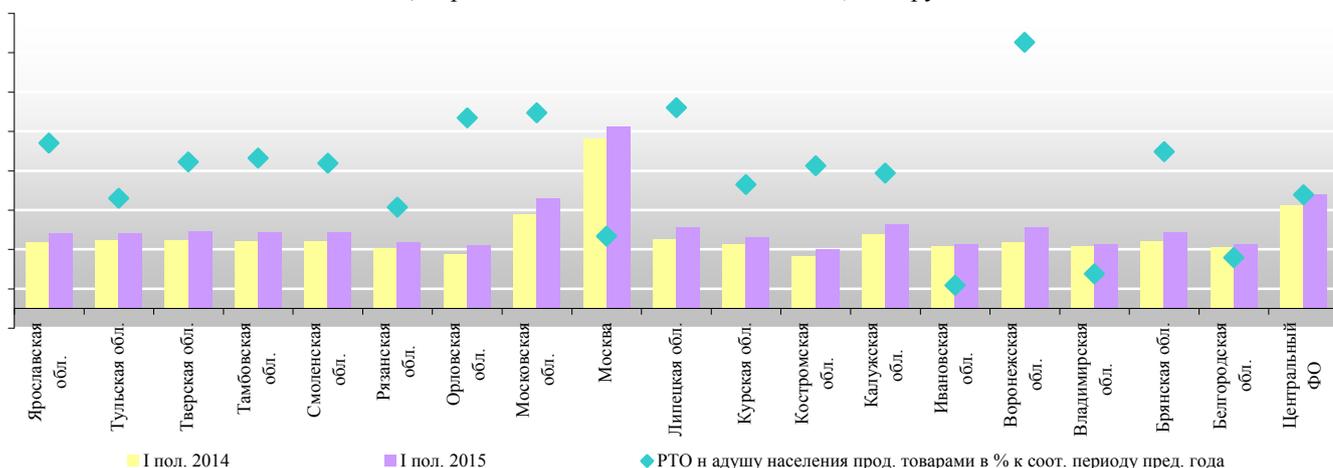
Рисунок 17. Динамика оборота розничной торговли в регионах Центрального ФО (без Москвы и Московской области) в 2010-I пол. 2015 гг., млрд. руб.



Источник: данные ФСГС

В I пол. 2015 года все регионы Центрального ФО продемонстрировали сокращение оборота розничной торговли относительно I пол. 2014 года. Наибольшее сокращение оборота продемонстрировали Ивановская область (\*%), Владимирская область (\*%) и Рязанская область (\*%). Меньше всего оборот розничной торговли среди регионов Центрального ФО сократился в Смоленской области (\*%) и Брянской области (\*%). <...>

Рисунок 18. Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами на душу населения в регионах Центрального ФО в I пол. 2014-2015 гг., тыс. руб.



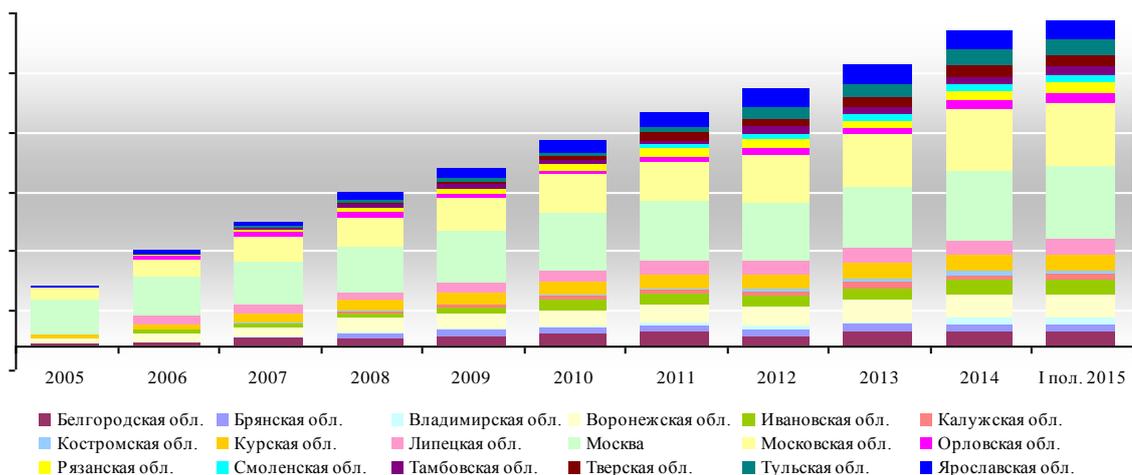
Источник: данные ФСГС

<...>

### Анализ рынка гипермаркетов Центрального ФО

По состоянию на 1 января 2015 года общая торговая площадь \*гипермаркетов FMCG в Центральном ФО составила \* тыс. кв. м., увеличившись на \*% относительно 2013 года и продемонстрировав самый высокий показатель роста с 2010 года (\*%). По состоянию на 1 июля 2015 года Центральный ФО занимает первое место по количеству гипермаркетов FMCG. <...>

Рисунок 19. Динамика количества гипермаркетов FMCG в Центральном ФО в 2005-2015 гг. на конец периода, шт.

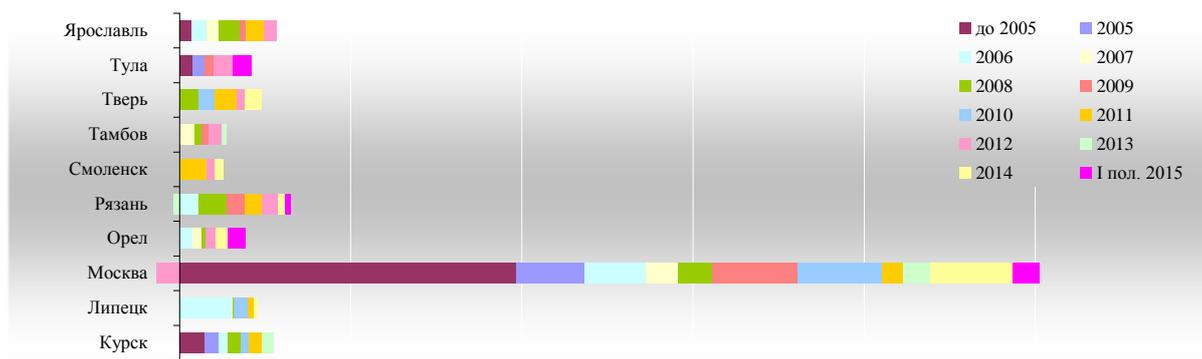


Источник: данные ИА INFOLine

<...>



Рисунок 20. Прирост торговых площадей гипермаркетов FMCG в Центральном ФО по столицам регионов в 2005-2015 гг., тыс. кв. м.



Источник: данные ИА "INFOLine"

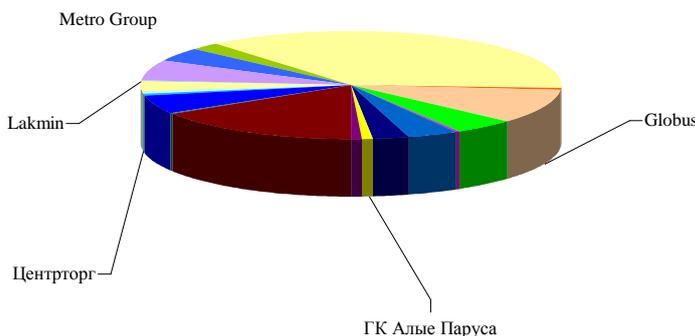
<...>

Таблица 11. Характеристика рынка гипермаркетов Центрального ФО по состоянию на 1 июля 2015 года

Бренды	Юридическое лицо	Год появления формата в ЦФО	Количество, ед.	Торговая площадь, тыс. кв. м	Выручка в округе за 2014 год, млрд. руб.	Количество регионов присутствия в ЦФО	Регионы присутствия в ЦФО
Ашан, Ашан-Сити	Ашан, ООО	*	*	*	*	*	*
...	...	...	...	...	...	...	...

<...>

Рисунок 21. Структура рынка гипермаркетов FMCG в Центральном ФО в 2014 году



Источник: данные ИА INFOLine

Таблица 12. Гипермаркеты, планируемые к открытию в Центральном ФО в 2015-2016 гг.

Регион	Юридическое лицо	Бренд	Город	Адрес	Название ТЦ	Планируемая дата открытия
Белгородская обл.	Европа, ООО	Европа	Старый Оскол	пр. Metallургов	ТЦ "Европа"	IV кв. 2015

**\*\*\*ДЕМО-ВЕРСИЯ\*\*\***

**Полный текст раздела содержит анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" по Центральному, Северо-Западному, Приволжскому, Уральскому, Сибирскому, Дальневосточному, Северо-Кавказскому, Южному и Крымскому округам.**

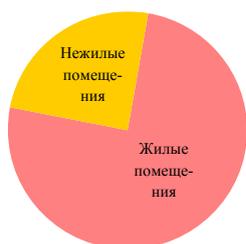
**\*\*\*ДЕМО-ВЕРСИЯ\*\*\***

## Раздел V. Состояние рынка торговых центров в городах России

### Основные показатели строительной отрасли

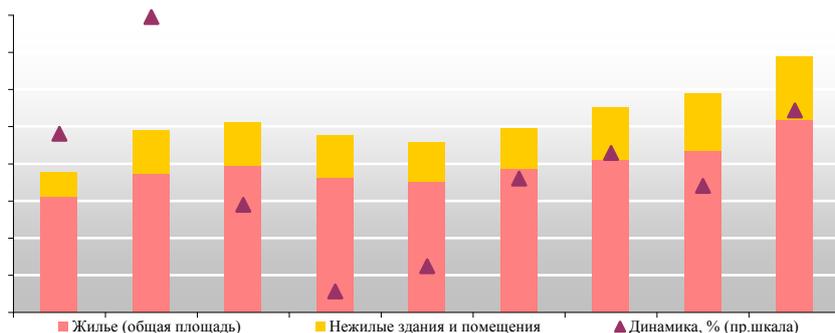
В 2014 году в России было введено порядка \* млн. кв. м жилых и нежилых зданий и помещений, что более чем на \*% превышает уровень 2013 года. На долю жилья в 2014 году пришлось \*% от всех введенных площадей. <...>

Рисунок 22. Структура объема строительных работ в ТОП-30 регионах России в 2014 г., млн. руб.



Источник: ФСГС

Рисунок 23. Динамика ввода зданий и сооружений в России в 2006-2014 гг. по видам, млн. кв. м



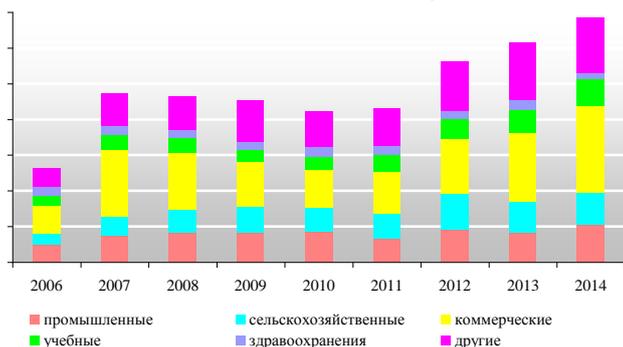
Источник: ФСГС

<...>

### Строительство нежилых объектов

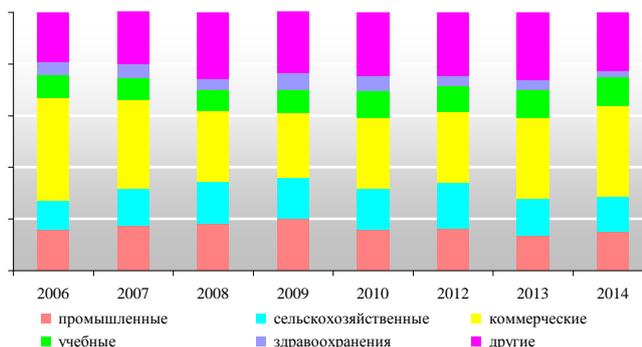
В структуре ввода нежилых зданий в 2010-2014 гг. произошли изменения: существенно выросла доля коммерческой недвижимости, а доля недвижимости для здравоохранения сократилась с \*% в 2010 году до \*% в 2014 году. При этом доля прочих зданий и сооружений за период с 2010 года снизилась с \*% до \*%. <...>

Рисунок 24. Динамика площади введенных в эксплуатацию нежилых зданий и помещений по их видам в России в 2006-2014 гг., млн. кв. м



Источник: ФСГС

Рисунок 25. Структура ввода в эксплуатацию нежилых зданий по их видам в России в 2006-2014 гг., %



Источник: ФСГС

<...>

### История и этапы развития российского рынка торговых центров

Первые современные торговые центры появились в России в конце 90-х годов, однако активное развитие рынка торговых центров началось только в 2000-2005 гг. (годы различны в зависимости от региона). <...>

### Анализ состояния рынка торговых центров России

В 2014 году в России введено около \* торговых центров общей площадью \*млн. кв. м. (арендопригодная – \* млн. кв. м). По объемам ввода торговых центров

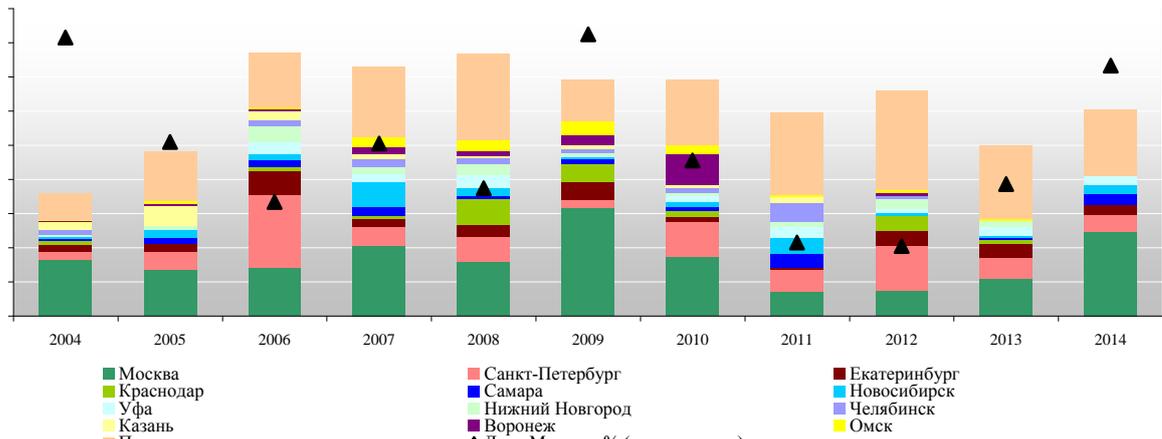


Россия является лидером среди стран Европы, причем её доля составляет около \*% общего объема ввода арендопригодных площадей в ТЦ и ТРЦ в Европе. При этом уровень насыщенности торговыми площадями в ТЦ таких российских городов как Москва, Санкт-Петербург, Краснодар, Екатеринбург и Воронеж выше, чем во многих европейских странах. <...>

<...>

### Динамика ввода торговых площадей в 32 городах и регионах России

Рисунок 26. Динамика ввода общей площади в торговых центрах по 32 городам и регионам России в 2004-2014, тыс. кв. м



Источник: данные ИА INFOLine

<...>

### Насыщенность площадями в торговых центрах в городах России

На диаграмме приведено сопоставление насыщенности жителей 30 городов России площадями в ТЦ и оборота розничной торговли на душу населения по состоянию на начало 2015 года. При анализе насыщенности торговыми площадями 30 городов РФ специалистами ИА INFOLine определены средневзвешенные показатели по розничному товарообороту и обеспеченности площадям в ТЦ.

<...>

### Динамика арендных ставок на рынке торговых центров России

В начале 2015 года на рынке торговой недвижимости наблюдается рост активности собственников ТЦ и усиление борьбы за арендатора. В то время как часть собственников еще держится за арендные ставки, актуальные в IV квартале 2014 года, арендаторы уже активно просят новые скидки. В связи с чем, во II-III квартале 2015 года ещё возможно незначительное снижение арендных ставок – на уровне \*%.<...>

### Арендные ставки в ТЦ Москвы

Снижение выраженных в долларах арендных ставок к началу 2015 года коснулось ритейлеров всех профилей и варьируется от \*% до \*%.

По итогам I квартала 2015 года уровень запрашиваемых ставок снизился в пределах \*%. В первую очередь, снижение коснулось ресторанов и операторов развлечений (кинотеатры, боулинги и т. д.). Данные по арендным ставкам в торговых центрах Москвы в 2011-2014 гг. представлены в таблице. <...>

Таблица 13. Арендные ставки в торговых центрах Москвы в 2011-2014 гг.

Формат	Торговая площадь (кв. м)	2011		2012		2013		2014	
		долл. / кв. м / год	Процент с оборота	долл. / кв. м / год	Процент с оборота	долл. / кв. м / год	Процент с оборота	долл. / кв. м / год	Процент с оборота
Гипермаркет FMCG	>5000	*	*	*	*	*	*	*	*

Формат	Торговая площадь (кв. м)	2011		2012		2013		2014	
		долл. / кв. м / год	Процент с оборота	долл. / кв. м / год	Процент с оборота	долл. / кв. м / год	Процент с оборота	долл. / кв. м / год	Процент с оборота
Гипермаркет DIY и Household	8000-15000	*	*	*	*	*	*	*	*

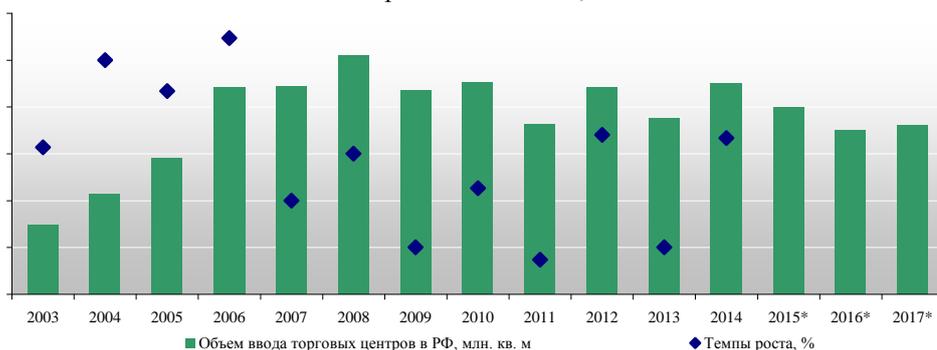
Источник: ИА INFOLine, по данным консалтинговых компаний

<...>

### Прогноз показателей рынка торговых центров России

По прогнозам специалистов ИА INFOLine в 2015 году будет введено не более \* млн. кв. м общих площадей в ТЦ. Наибольшее количество масштабных проектов наблюдается в Москве - так по состоянию на начало 2015 года в столице строится более \* комплексов с площадью более \* тыс. кв. м. <...>

Рисунок 27. Динамика ввода общей площади в торговых центрах в России в 2003-2014 гг. и прогноз до 2018 г., млн. кв. м



Источник: данные ИА INFOLine

<...>

## Рейтинг крупнейших собственников торговой недвижимости

### Описание Рейтинга INFOLine Developer Russia TOP

В ходе формирования рейтинга крупнейших собственников торговой недвижимости России ИА INFOLine были рассмотрены более 2000 действующих торговых и многофункциональных центров, а также порядка 700 строящихся торговых объектов во всех городах России с населением более 100 тысяч человек. <...>

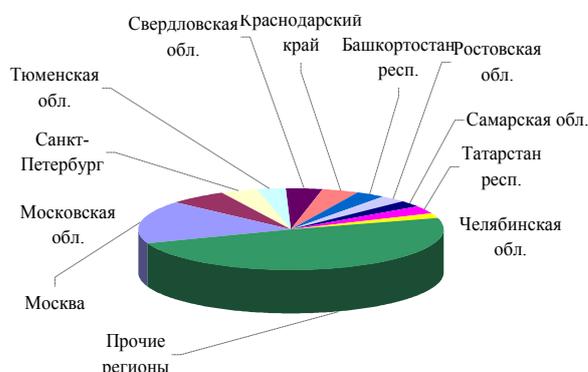
### Региональная структура Рейтинга INFOLine Developer Russia TOP

Рисунок 28. Структура предложения торговых площадей крупнейших 30 владельцев торговой недвижимости России по регионам по итогам 2014 года, %.



Источник: ИА INFOLine, по данным компаний

Рисунок 29. Структура оборота розничной торговли России по регионам по итогам 2014 года, %.



Источник: данные Росстата

<...>



### Ранговый рейтинг крупнейших собственников торговых центров России

<...>

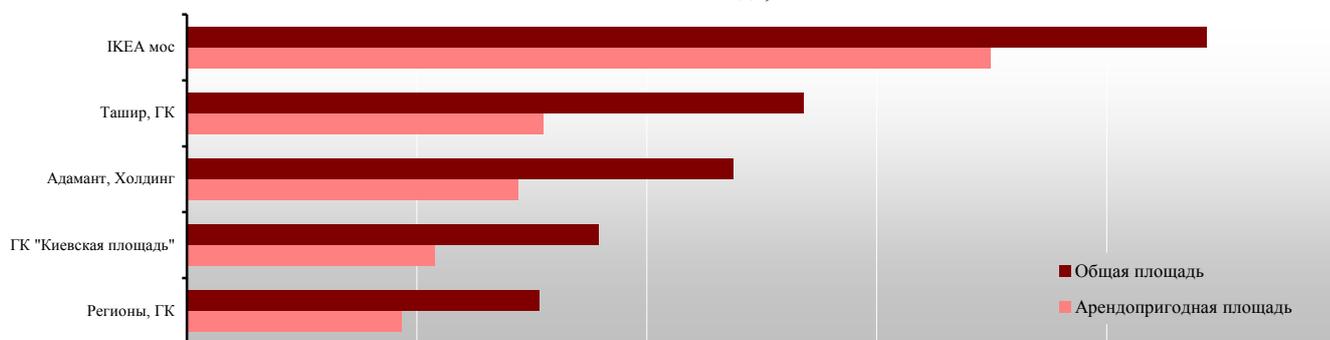
Таблица 14. Ранговый рейтинг ТОП-30 собственников торговой недвижимости России по итогам 2014 года

№	Собственник торговых центров	Бренд <sup>13</sup>	Основное юридическое лицо	Тип компании <sup>14</sup>	Кол-во рег. прис.	Кол-во ТЦ	Место по общей площ.	Место по арендоприг. площади			Изменение места по арендоприг. площади		
								2012	2013	2014	2013/2012	2014/2013	
1	"ИКЕА мос"	МЕГА	"ИКЕА мос"	МН	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2	"Ташир", ГК	РИО и прочие	"Ташир", ГК	Ф	*	*	*	*	*	*	*	*	*
3	"Адамант", Холдинг	разные	"Адамант", Холдинг	МР	*	*	*	*	*	*	*	*	*
4	...	...	...	...	*	*	*	*	*	*	*	*	*

*Данные по общей и арендопригодной площади включают площади, находящиеся в собственности юрлиц арендаторов. Если торговый центр находится в собственности нескольких компаний, то его площади распределяются пропорционально долям.*

### Рейтинг крупнейших собственников торговой недвижимости России в 2012-2014 гг.

Рисунок 30. Общие и арендопригодные площади торговых центров ТОП-30 собственников торговой недвижимости России по итогам 2014 года, тыс. кв. м.



*Источник: данные компаний, расчеты и оценки ИА INFOLine*

<...>

### Прогнозный рейтинг ТОП-30 собственников торговой недвижимости России по итогам 2015 и 2017 гг.

По прогнозам ИА INFOLine, в 2015 году в 30 городах и 2 регионах России, описанных в Исследовании INFOLine Developer Russia TOP, будет открыто не более 100 торговых центров (без учета гипермаркетов), а общий объем ввода по итогам года составит более 2,7 млн. кв. м. На ТОП-30 крупнейших собственников придется около 1,5 млн. кв. м. <...>

Таблица 15. Прогнозный рейтинг ТОП-30 крупнейших собственников торговой недвижимости России на 2015 год.

№	Собственник	Бренд	Общ. площадь		Арен. площадь		Место по общ. площади		Место по арен. площади		Изм-ие 15/14
			2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	
1	"ИКЕА мос"	МЕГА	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2	"Ташир", ГК	РИО и прочие	*	*	*	*	*	*	*	*	*
3	"Адамант", Холдинг	разные	*	*	*	*	*	*	*	*	*
4	...	...	*	*	*	*	*	*	*	*	*

<sup>13</sup> В данном столбце указывается наименование бренда, под которым работают сетевые торговые центры. Пометка "разные" делается в том случае, если у компании нет единой сети торговых центров (каждый объект имеет собственную концепцию и функционирует под уникальным названием). Для компаний, у которых в собственности находится только один торговый центр делается пометка "один ТЦ".

<sup>14</sup> Условные обозначения: МН – международная сеть (развивается международной компанией), Ф – федеральная сеть (развивается в 2 и более федеральных округах РФ), МР – межрегиональная сеть (развивается в 2 и более регионах РФ (за исключением Москвы и Московской области и Санкт-Петербурга и Ленинградской области – в этом случае сеть считается местной), М – местная сеть (развивается в 1 регионе РФ).

## Перечень таблиц и графиков

Исследование содержит 102 таблицы и 381 рисунок

### Таблицы

#### Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

- Таблица 1. Динамика оборота розничной торговли в России в 2006-2015 гг. и прогноз на 2015-2018 гг.  
Таблица 2. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2004-2010 гг.  
Таблица 3. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2011-2015 гг.  
Таблица 4. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2008-2015 гг.  
Таблица 5. Структура продаж основных продуктов питания в 2004-2014 гг.  
Таблица 6. Динамика продажи основных видов продовольственных товаров в 2004-2014 гг., индекс %  
Таблица 7. Структура продаж основных непродовольственных товаров в 2004-2014 гг.  
Таблица 8. Динамика продажи основных видов непродовольственных товаров в 2004-2014 гг., индекс %  
Таблица 9. Оборот торгующих организаций и рынков в 2008-2015 гг., млрд. руб.  
Таблица 10. Региональная структура оборота розничной торговли РФ в 2006-2015 гг., %  
Таблица 11. Индекс потребительской уверенности  
Таблица 12. Основные этапы развития российского ритейла FMCG в 1994-2015 гг.  
Таблица 13. Динамика прироста торговых площадей по ТОП-130 российских ритейлеров в 2010-2014 гг.  
Таблица 14. Сети, прекратившие деятельность в конце 2014-2015 гг. и находящиеся в стадии банкротства.  
Таблица 15. Динамика выручки ТОП-7 сетей FMCG России (без учета НДС) в 2014-2015 гг.

#### Раздел II. История развития и ключевые особенности формата "гипермаркет"

- Таблица 16. Основные этапы развития формата "гипермаркет" в 1989-2015 гг.  
Таблица 17. Ребрендинг гипермаркетов FMCG в 2014-2015 гг.  
Таблица 18. Ритейлеры вышедшие на рынок гипермаркетов FMCG в 2014-2015 гг.  
Таблица 19. Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2015 года  
Таблица 20. Основные этапы развития рынка M&A в секторе FMCG ритейла в 1994-2011 гг.  
Таблица 21. Сделки M&A в FMCG ритейле России в 2006-2014 гг.  
Таблица 22. Потенциальные покупатели и продавцы на рынке M&A в 2015 году  
Таблица 23. Собственные торговые марки крупнейших ритейлеров FMCG в формате "гипермаркет"  
Таблица 24. Структура товарных категорий и суб-категорий собственного производства сетей FMCG  
Таблица 25. Сравнительная характеристика широты ассортимента собственных пекарен сетей FMCG  
Таблица 26. Сравнительная характеристика широты ассортимента собственной кулинарии сетей FMCG  
Таблица 27. Доля собственного производства в выручке и ассортименте сетей FMCG России, %  
Таблица 28. Ценовое позиционирование собственного производства и основного ассортимента  
Таблица 29. Сравнительная характеристика ценового позиционирования продукции пекарен сетей FMCG  
Таблица 30. Сравнительная характеристика ценового позиционирования продукции кулинарии сетей  
Таблица 31. Прогноз развития ТОП-10 ритейлеров FMCG России в формате "гипермаркет" до 2017 года (курсивом выделены оценки ИА INFOLine)

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

- Таблица 32. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2011-2015 гг., по состоянию на конец периода, шт.  
Таблица 33. Количество гипермаркетов сетей FMCG в 2011-2015 гг., по состоянию на конец периода, шт.  
Таблица 34. Региональное развитие гипермаркетов сетей FMCG по состоянию на 1 июля 2015 года  
Таблица 35. Динамика развития гипермаркетов сетей FMCG по федеральным округам в 2013-2015 гг., шт.  
Таблица 36. Динамика развития гипермаркетов сетей FMCG по регионам присутствия в 2013-2015 гг., шт.  
Таблица 37. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2011-2015 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м.  
Таблица 38. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2009-2014 гг., %  
Таблица 39. Общая торговая площадь сетей гипермаркетов FMCG России в 2011-2015 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м.  
Таблица 40. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2012-2015 гг., %  
Таблица 41. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2011-2014 гг., млрд. руб.  
Таблица 42. Динамика прироста выручки крупнейших сетей FMCG России в 2012-2014 гг., %  
Таблица 43. Динамика чистой выручки (без учета НДС) сетей гипермаркетов FMCG в 2012-2014 гг., млрд. руб.  
Таблица 44. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2011-2014 гг., тыс. руб. в год  
Таблица 45. Динамика прироста чистой выручки (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2009-2014 гг., %  
Таблица 46. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади сетей гипермаркетов FMCG в 2012-2014 гг., тыс. руб.  
Таблица 47. Характеристики РЦ и складов торговых сетей FMCG России по состоянию на 1.1.2015 года  
Таблица 48. Характеристики РЦ крупнейших торговых сетей FMCG, развивающих формат "гипермаркет" в России на 1.1.2015 года

#### Раздел IV. Анализ регионального развития формата "гипермаркет"

- Таблица 49. Насыщенность гипермаркетами FMCG (количество на 1 млн. человек населения) по федеральным округам в 2009-I пол. 2015 гг., ед.  
Таблица 50. Насыщенность торговой площадью гипермаркетов FMCG (площадь на 1 млн. человек населения) в регионах ЦФО в 2009-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.  
Таблица 51. Структура оборота розничной торговли Центрального ФО по регионам в 2010-I пол. 2015 гг., %  
Таблица 52. Характеристика рынка гипермаркетов Центрального ФО по состоянию на 1 июля 2015 года  
Таблица 53. Насыщенность гипермаркетами FMCG (количество на 1 млн. человек населения) в регионах ЦФО в 2009-I пол. 2015 гг., ед.  
Таблица 54. Насыщенность торговой площадью гипермаркетов FMCG (площадь на 1 млн. человек населения) в регионах ЦФО в 2009-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.



- Таблица 55. Гипермаркеты, планируемые к открытию в Центральном ФО в 2015-2016 гг.  
Таблица 56. Структура оборота розничной торговли Северо-Западного ФО по регионам в 2010-I пол. 2015 гг., %  
Таблица 57. Характеристика рынка гипермаркетов Северо-Западного ФО по состоянию на 1 июля 2015 года  
Таблица 58. Насыщенность гипермаркетами FMCG (количество на 1 млн. человек населения) в регионах СЗФО в 2009-I пол. 2015 гг., ед.  
Таблица 59. Насыщенность торговой площадью гипермаркетов FMCG (площадь на 1 млн. человек населения) в регионах СЗФО в 2009-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.  
Таблица 60. Гипермаркеты, планируемые к открытию в Северо-Западном ФО в 2015-2016 гг.  
Таблица 61. Структура оборота розничной торговли Приволжского ФО по регионам в 2010-I пол. 2015 гг., %  
Таблица 62. Характеристика рынка гипермаркетов Приволжского ФО по состоянию на 1 июля 2015 года  
Таблица 63. Насыщенность гипермаркетами FMCG (количество на 1 млн. человек населения) в регионах ПФО в 2009-I пол. 2015 гг., ед.  
Таблица 64. Насыщенность торговой площадью гипермаркетов FMCG (площадь на 1 млн. человек населения) в регионах ПФО в 2009-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.  
Таблица 65. Гипермаркеты, планируемые к открытию в Приволжском ФО в 2015-2016 гг.  
Таблица 66. Структура оборота розничной торговли Уральского ФО по регионам в 2010-I пол. 2015 гг., %  
Таблица 67. Характеристика рынка гипермаркетов Уральского ФО по состоянию на 1 июля 2015 года  
Таблица 68. Насыщенность гипермаркетами FMCG (количество на 1 млн. человек населения) в регионах УФО в 2009-I пол. 2015 гг., ед.  
Таблица 69. Насыщенность торговой площадью гипермаркетов FMCG (площадь на 1 млн. человек населения) в регионах УФО в 2009-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.  
Таблица 70. Гипермаркеты, планируемые к открытию в Уральском ФО в 2015-2016 гг.  
Таблица 71. Структура оборота розничной торговли Сибирского ФО по регионам в 2010-I пол. 2015 гг., %  
Таблица 72. Характеристика рынка гипермаркетов Сибирского ФО по состоянию на 1 июля 2015 года  
Таблица 73. Насыщенность гипермаркетами FMCG (количество на 1 млн. человек населения) в регионах СФО в 2009-I пол. 2015 гг., ед.  
Таблица 74. Насыщенность торговой площадью гипермаркетов FMCG (площадь на 1 млн. человек населения) в регионах СФО в 2009-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.  
Таблица 75. Гипермаркеты, планируемые к открытию в Сибирском ФО в 2015-2016 гг.  
Таблица 76. Структура оборота розничной торговли Дальневосточного ФО по регионам в 2010-I пол. 2015 гг., %  
Таблица 77. Характеристика рынка гипермаркетов Дальневосточного ФО по состоянию на 1 июля 2015 года  
Таблица 78. Насыщенность гипермаркетами FMCG (количество на 1 млн. человек населения) в регионах ДФО в 2009-I пол. 2015 гг., ед.  
Таблица 79. Насыщенность торговой площадью гипермаркетов FMCG (площадь на 1 млн. человек населения) в регионах ДФО в 2013-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.  
Таблица 80. Гипермаркеты, планируемые к открытию в Дальневосточном ФО в 2015-2016 гг.  
Таблица 81. Структура оборота розничной торговли Южного ФО по регионам в 2010-I пол. 2015 гг., %  
Таблица 82. Характеристика рынка гипермаркетов Южного ФО по состоянию на 1 июля 2015 года  
Таблица 83. Насыщенность гипермаркетами FMCG (количество на 1 млн. человек населения) в регионах ЮФО в 2009-I пол. 2015 гг., ед.  
Таблица 84. Насыщенность торговой площадью гипермаркетов FMCG (площадь на 1 млн. человек населения) в регионах ЮФО в 2009-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.  
Таблица 85. Гипермаркеты, планируемые к открытию в Южном ФО в 2015-2016 гг.  
Таблица 86. Структура оборота розничной торговли Северо-Кавказского ФО по регионам в 2010-I пол. 2015 гг., %  
Таблица 87. Характеристика рынка гипермаркетов Северо-Кавказского ФО по состоянию на 1 июля 2015 года  
Таблица 88. Насыщенность гипермаркетами FMCG (количество на 1 млн. человек населения) в регионах СКФО в 2009-I пол. 2015 гг., ед.  
Таблица 89. Насыщенность торговой площадью гипермаркетов FMCG (площадь на 1 млн. человек населения) в регионах СКФО в 2009-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.

### *Раздел V. Состояние рынка торговых центров в городах России*

- Таблица 90. Основные этапы развития формата торговой недвижимости в 1990-х-2015 гг.  
Таблица 91. Характеристика торговых комплексов "МЕГА".  
Таблица 92. Арендные ставки в торговых центрах Москвы в 2011-2014 гг.  
Таблица 93. Арендные ставки в торговых центрах Санкт-Петербурга в 2011-2014 гг.  
Таблица 94. Крупнейшие ТРЦ России, открытие которых запланировано в 2015 год.  
Таблица 95. Крупнейшие ТРЦ России, открытие которых, состоялось в начале 2015 года.  
Таблица 96. Качественные критерии для отнесения объектов к торговым центрам в зависимости от города размещения.  
Таблица 97. Структура INFOLine Developer Russia TOP-30 по типам компаний по состоянию на начало 2015 года  
Таблица 98. Региональная представленность ТОП-30 собственников торговых центров в РФ по состоянию на начало 2015 года  
Таблица 99. Ранговый рейтинг ТОП-30 собственников торговой недвижимости России по итогам 2014 года  
Таблица 100. Рейтинг ТОП-30 собственников торговой недвижимости России по общей и арендопригодной площади в 2012-2014 гг.  
Таблица 101. Прогнозный рейтинг ТОП-30 крупнейших собственников торговой недвижимости России на 2015 год.  
Таблица 102. Прогнозный рейтинг ТОП-30 крупнейших собственников торговой недвижимости России на 2017 год.

### **Рисунки**

### *Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России*

- Рисунок 1. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., млрд. руб.  
Рисунок 2. Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., %  
Рисунок 3. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007- I пол. 2015 гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года  
Рисунок 4. Динамика оборота розничной торговли и денежной массы в 2007-2015 гг., млрд. руб.  
Рисунок 5. Привлекательность розничных рынков различных стран (А.Т. Kearney GRDI-2015)  
Рисунок 6. Динамика показателей привлекательности розничного рынка России в 2004-2015 гг.  
Рисунок 7. Анализ реализации благоприятных рыночных возможностей согласно GRDI  
Рисунок 8. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007-2015 гг.  
Рисунок 9. Оценка экономической ситуации в России в 2007-2015 гг.  
Рисунок 10. Оборот розничной торговли в России в 2007-2015 гг.  
Рисунок 11. Средняя численность работников розничной торговли в России в 2007-2015 гг.  
Рисунок 12. Уровень складских запасов России в 2007- 2015 гг.

- Рисунок 13. Ассортимент товаров в России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 14. Цены реализации товаров в России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 15. Средний сложившийся уровень торговой наценки в России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 16. Инвестиции на расширение деятельности, ремонт и модернизацию предприятий розничной торговли в России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 17. Складские площади предприятий розничной торговли в России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 18. Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами предприятий розничной торговли в России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 19. Прибыль предприятий розничной торговли в России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 20. Ключевые факторы, ограничивающие деятельность торговых организаций России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 21. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2015 гг., %
- Рисунок 22. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2015 гг. (по месяцам), млрд. руб.
- Рисунок 23. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2015 гг. (по месяцам), %
- Рисунок 24. Динамика оборота розничной торговли по отдельным группам товаров, %
- Рисунок 25. Динамика оборота розничной торговли по отдельным группам непродовольственных товаров, %
- Рисунок 26. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2015 гг., по видам организаций, %
- Рисунок 27. Динамика оборота торгующих организаций и рынков в 2011-2015 гг. (по месяцам), трлн. руб.
- Рисунок 28. Структура оборота розничной торговли в 2011-2015 гг. (по месяцам), %
- Рисунок 29. Динамика количества рынков в РФ и их доли в обороте розничной торговли в 2003-2015 гг.
- Рисунок 30. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в I пол. 2014 года, %
- Рисунок 31. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в I пол. 2015 года, %
- Рисунок 32. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в I пол. 2014 года, %
- Рисунок 33. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в I пол. 2015 года, %
- Рисунок 34. Динамика доли 69 регионов России (кроме 11 крупнейших) в обороте розничной торговли в 2003-2015 гг., %
- Рисунок 35. Динамика оборота розничной торговли по округам в 2009-2015 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года, в сопоставимых ценах
- Рисунок 36. Количество регионов с позитивной динамикой оборота розничной торговли в физическом выражении к аналог. периоду пред. года
- Рисунок 37. Индекс потребительских цен на конец периода в 2000-2015 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз до 2018 года
- Рисунок 38. Структура вклада в инфляцию в 2007-2015 гг., проц. пунктов
- Рисунок 39. Индекс потребительских цен в 2011-2015 гг., в % к предыдущему месяцу
- Рисунок 40. Темпы изменения цен на продовольственные товары в 2011 - июле 2015 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 41. Темпы изменения цен на непродовольственные товары в 2011 - июле 2015 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 42. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2014 гг. и прогноз на 2015-2018 гг., %
- Рисунок 43. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2007-2015 гг., %
- Рисунок 44. Динамика номинальной начисленной зарплаты и среднедушевых доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2015-2016 гг., тыс. руб.
- Рисунок 45. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2014 гг., %
- Рисунок 46. Динамика курса доллара и евро в 2006-2015 гг., руб.
- Рисунок 47. Динамика среднегодового курса доллара и евро в 2003-2018 гг., руб.
- Рисунок 48. Динамика среднегодовой цены на нефть марки Urals в 2003-2014 гг. и прогноз на 2015-2018 гг., долл./барр.
- Рисунок 49. Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 2007-2015 гг., %
- Рисунок 50. Структура использования денежных доходов населения в 2007-2015 гг., %
- Рисунок 51. Темпы роста реальных доходов населения в 2007-2015 гг., % к аналогичному периоду пред. года
- Рисунок 52. Темпы роста реальной заработной платы в 2007-2015 гг., % к аналогичному периоду пред. года
- Рисунок 53. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, % к предыдущему месяцу года
- Рисунок 54. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.
- Рисунок 55. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2007 года
- Рисунок 56. Динамика номинальных повседневных расходов жителей городов РФ с населением от 100 тыс. жителей. Январь 2012 – Июнь 2015.
- Рисунок 57. Динамика реальных ("очищенных" от инфляции) повседневных расходов жителей городов с РФ населением от 100 тыс. жителей. Январь 2012 – Июнь 2015
- Рисунок 58. Региональный средний чек среднестатистического горожанина за один поход в магазин в мае 2015 года
- Рисунок 59. Динамика среднего чека по федеральным округам в рублях
- Рисунок 60. Индекс уверенности потребителей России 2007-2015 гг.
- Рисунок 61. Оценка экономической ситуации в России потребителями 2007-2015 гг.
- Рисунок 62. Оценка личного материального положения потребителями России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 63. Оценка текущего положения потребителями России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 64. Доля респондентов, считающих экономическую ситуацию нестабильной или крайне нестабильной
- Рисунок 65. Основные поводы для беспокойства
- Рисунок 66. Насколько текущие экономические условия благоприятны для сбережений
- Рисунок 67. Сколько денег вы потратили вчера, руб.
- Рисунок 68. Ощутили ли вы какой-либо эффект недавней девальвации рубля? I кв. 2015 года
- Рисунок 69. Ощутили ли вы какой-либо эффект недавней укрепления рубля? II кв. 2015 года
- Рисунок 70. Мнение респондентов, о влиянии укрепления рубля на структуру расходов
- Рисунок 71. Стали ли вы покупать более дешевые товары первой необходимости в последние 2-3 месяца
- Рисунок 72. Темпы роста цен на продукты питания по оценкам респондентов по официальным данным
- Рисунок 73. Рост расходов Ивановых на продукты и динамика продаж продуктов питания по Росстату
- Рисунок 74. Рост цен на продукты питания в крупнейших продуктовых сетях по оценкам респондентов
- Рисунок 75. Индекс потребительского восприятия цен в продуктовых розничных сетях
- Рисунок 76. Инфляционный рост цен на отдельные продукты питания
- Рисунок 77. Каким образом вы пытаетесь сэкономить на продуктах питания?
- Рисунок 78. Факторы, влияющие на выбор магазина
- Рисунок 79. Доля современных форматов и ТОП-50 сетей FMCG в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 2004-2014 гг., %
- Рисунок 80. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2002-2014 гг., 2015-2017 гг. – прогноз, млн. кв. м
- Рисунок 81. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %
- Рисунок 82. Площади торговых объектов FMCG современных форматов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 - прогноз, млн. кв. м
- Рисунок 83. Темпы роста площадей объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %
- Рисунок 84. Площади торговых объектов FMCG традиционных форматов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, млн. кв. м



- Рисунок 85. Темпы роста площадей объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %
- Рисунок 86. Динамика прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2008-2014 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 87. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2008-2014 гг., %
- Рисунок 88. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2013 году, %
- Рисунок 89. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2014 году, %
- Рисунок 90. Динамика чистого прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России в 2012-2014 гг. по месяцам, тыс. кв. м.
- Рисунок 91. Динамика прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2010-2015 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 92. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2010-2015 гг., %
- Рисунок 93. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2014 года, %
- Рисунок 94. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2015 года, %
- Рисунок 95. Темпы роста площадей торговых объектов FMCG в России в 2004-2014 гг. (среднегодовые) и в 2014 г., %
- Рисунок 96. Количество объектов FMCG современных форматов в России в 2002-2013 гг., 2014-2015 гг. - прогноз, ед.
- Рисунок 97. Темпы роста количества объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %
- Рисунок 98. Количество объектов FMCG традиционных форматов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 - прогноз, тыс. ед.
- Рисунок 99. Темпы роста количества объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 - прогноз, %
- Рисунок 100. Продажи прод. товаров (с НДС) по видам торговых объектов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, млрд. руб.
- Рисунок 101. Структура продаж прод. товаров (с НДС) по видам торговли в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %
- Рисунок 102. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, млрд. руб.
- Рисунок 103. Темпы роста выручки от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %
- Рисунок 104. Темпы роста выручки от продажи прод. товаров объектов FMCG в России в 2004-2014 гг. (среднегодовые в рублевом выражении) и в 2014 г., %
- Рисунок 105. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG традиционной торговли в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, млрд. руб.
- Рисунок 106. Темпы роста выручки объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %
- Рисунок 107. Динамика выручки с квадратного метра площади по форматам в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, тыс. руб.
- Рисунок 108. Темпы роста выручки с квадратного метра площади в рублях по форматам в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %
- Рисунок 109. Структура оборота розничной торговли FMCG по форматам торговли в 2014 году, %
- Рисунок 110. Структура оборота розничной торговли FMCG по форматам торговли в 2015 году, %

## *Раздел II. История развития и ключевые особенности формата "гипермаркет"*

- Рисунок 111. Динамика количества FMCG гипермаркетов России в 2000-I пол. 2015 гг. и прогноз на 2015-2017 гг.
- Рисунок 112. Динамика количества гипермаркетов FMCG России в 2000-2015 гг. по типу сети, ед.
- Рисунок 113. Динамика торговых площадей FMCG гипермаркетов России в 2000-I пол. 2015 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 114. Динамика торговой площади гипермаркетов FMCG России в 2000-2015 гг. по типу сети, ед.
- Рисунок 115. Динамика количества открытий и закрытий FMCG гипермаркетов России в 2000-I пол. 2015 гг.
- Рисунок 116. Динамика торговых площадей FMCG гипермаркетов России открытых и закрытых в 2000-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 117. Динамика гипермаркетов международных ритейлеров в России в 2000-2015 гг., ед.
- Рисунок 118. Динамика прироста гипермаркетов международных ритейлеров в России в 2001-2015 гг., ед.
- Рисунок 119. Структура гипермаркетов по величине торговой площади в 2000-2015 гг.
- Рисунок 120. Динамика прироста гипермаркетов в России по величине торговой площади в 2001-2015 гг., ед.
- Рисунок 121. Динамика прироста гипермаркетов в России в 2000-2015 гг. по размещению, ед.
- Рисунок 122. Динамика прироста торговых площадей гипермаркетов в России в 2000-2015 гг. по размещению, тыс. кв. м.
- Рисунок 123. Количество сделок M&A и средний объем сделки в секторе FMCG ритейла, 2004-2015 гг.
- Рисунок 124. Динамика объема сделок M&A в секторе FMCG ритейла, 2004-2015 гг.
- Рисунок 125. Продуктовые категории с наибольшей долей марок ритейлеров, %. Доля марок в упаковках.
- Рисунок 126. Как выросли продажи товаров под СТМ ритейлеров в кризис. Непродуктовые категории, в которых продажи росли быстрее всего.
- Рисунок 127. Доля СТМ в товарах непродуктовых категорий в денежном выражении
- Рисунок 128. Доля СТМ в товарах непродуктовых категорий в количественном выражении

## *Раздел III. Рейтинги сетей гипермаркетов FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности, логистике*

- Рисунок 129. Количество и общая торговая площадь гипермаркетов сетей FMCG России по состоянию на 1 июля 2015 года
- Рисунок 130. Динамика количества гипермаркетов ТОП-50 сетей FMCG в формате "гипермаркет" по федеральным округам в 2012-2015 гг. на конец периода, шт.
- Рисунок 131. Динамика торговой площади гипермаркетов ТОП-50 сетей FMCG в формате "гипермаркет" по федеральным округам в 2012-2015 гг. на конец периода, тыс. кв. м.
- Рисунок 132. Динамика прироста гипермаркетов ТОП-50 сетей FMCG России в формате "гипермаркет" по федеральным округам в 2012-2015 гг., шт.
- Рисунок 133. Динамика прироста торговой площади ТОП-50 сетей FMCG России в формате "гипермаркет" по федеральным округам в 2012-2015 гг., шт.
- Рисунок 134. Динамика торговой площади ТОП-50 ритейлеров FMCG России в 2011-2015 гг. в разрезе форматов, тыс. кв. м.
- Рисунок 135. Структура торговой площади ТОП-50 ритейлеров FMCG России в 2014 году по форматам, %
- Рисунок 136. Структура торговой площади ТОП-50 ритейлеров FMCG России в I пол. 2015 года по форматам, %
- Рисунок 137. Динамика выручки ТОП-50 ритейлеров FMCG России в 2011-2015 гг. в разрезе форматов, тыс. кв. м.

- Рисунок 138. Структура выручки ТОП-50 ритейлеров FMCG России в 2014 году по форматам, %  
 Рисунок 139. Структура выручки ТОП-50 ритейлеров FMCG России в I пол. 2015 года по форматам, %  
 Рисунок 140. Динамика выручки ТОП-10 ритейлеров FMCG России в формате "гипермаркет" в 2013-2014 гг., млрд.руб.  
 Рисунок 141. Выручка с квадратного метра торговой площади гипермаркетов сетей FMCG РФ в 2012-2014 гг., тыс. руб.

#### Раздел IV. Анализ регионального развития формата "гипермаркет"

- Рисунок 142. Уровень централизации поставок крупнейших торговых сетей FMCG России в 2008-2014 гг. и прогноз до 2016 года, %  
 Рисунок 143. Количество гипермаркетов FMCG по федеральным округам по состоянию на 1.7.2015, ед.  
 Рисунок 144. Динамика количества гипермаркетов FMCG по федеральным округам в 2005-2015 гг. на конец периода, ед.  
 Рисунок 145. Динамика торговой площади гипермаркетов FMCG по федеральным округам в 2005-2015 гг. на конец периода, тыс. кв. м.  
 Рисунок 146. Структура торговой площади гипермаркетов FMCG по федеральным округам в 2005-2015 гг. на конец периода, тыс. кв. м.  
 Рисунок 147. Динамика прироста гипермаркетов FMCG по федеральным округам в 2005-2015 гг., ед.  
 Рисунок 148. Динамика прироста торговой площади гипермаркетов FMCG по федеральным округам в 2005-2015 гг., тыс. кв. м.  
 Рисунок 149. Структура гипермаркетов FMCG по диапазону торговой площади по состоянию на 1 июля 2015 года  
 Рисунок 150. Динамика оборота розничной торговли в регионах Центрального ФО (без Москвы и Московской области) в 2010-I пол. 2015 гг., млрд. руб.  
 Рисунок 151. Динамика оборота розничной торговли в Москве и Московской области в 2010-I пол. 2015 гг., млрд. руб.  
 Рисунок 152. Динамика оборота розничной торговли в регионах Центрального ФО в 2013-2014 гг., %  
 Рисунок 153. Динамика оборота розничной торговли в регионах Центрального ФО в I пол. 2014-2015 гг., %  
 Рисунок 154. Оборот розничной торговли в регионах Центрального ФО (без Москвы и Московской области) в 2014 году, млрд. руб.  
 Рисунок 155. Динамика оборота розничной торговли в регионах Центрального ФО (без Москвы и Московской области) в 2014 году, %  
 Рисунок 156. Оборот розничной торговли в Москве и Московской области в 2014 году, млрд. руб.  
 Рисунок 157. Динамика оборота розничной торговли в Москве и Московской области в 2014 году, %  
 Рисунок 158. Структура оборота розничной торговли в регионах Центрального ФО в 2013 году  
 Рисунок 159. Структура оборота розничной торговли в регионах Центрального ФО в 2014 году  
 Рисунок 160. Оборот розничной торговли в регионах Центрального ФО (без Москвы и Московской области) в I пол. 2015 года, млрд. руб.  
 Рисунок 161. Динамика оборота розничной торговли в регионах Центрального ФО (без Москвы и Московской области) в I пол. 2015 года, %  
 Рисунок 162. Оборот розничной торговли в Москве и Московской области в I пол. 2015 года, млрд. руб.  
 Рисунок 163. Динамика оборота розничной торговли в Москве и Московской области в I пол. 2015 года, %  
 Рисунок 164. Структура оборота розничной торговли в регионах Центрального ФО в I пол. 2014 года  
 Рисунок 165. Структура оборота розничной торговли в регионах Центрального ФО в I пол. 2015 года  
 Рисунок 166. Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами на душу населения в регионах Центрального ФО в I пол. 2014-2015гг., тыс. руб.  
 Рисунок 167. Динамика оборота розничной торговли непродовольственными товарами на душу населения в регионах Центрального ФО в I пол. 2014-2015гг., тыс. руб.  
 Рисунок 168. Структура оборота продовольственными товарами Центрального ФО по форматам торговли в 2012-2014 гг. и прогноз на 2015 года .  
 Рисунок 169. Динамика реальных денежных доходов населения в регионах Центрального ФО в I пол. 2014-2015 гг., %  
 Рисунок 170. Среднедушевые денежные доходы населения в регионах Центрального ФО в I пол. 2014-2015 гг., тыс. руб./чел./мес.  
 Рисунок 171. Динамика количества гипермаркетов FMCG в Центральном ФО в 2005-2015 гг. на конец периода, шт.  
 Рисунок 172. Динамика торговой площади гипермаркетов FMCG в Центральном ФО в 2005-2015 гг. на конец периода, тыс. кв. м.  
 Рисунок 173. Структура торговой площади гипермаркетов FMCG в Центральном ФО в 2005-2015 гг.  
 Рисунок 174. Прирост гипермаркетов FMCG в Центральном ФО по регионам в 2005-2015 гг., ед.  
 Рисунок 175. Прирост торговых площадей гипермаркетов FMCG в Центральном ФО по регионам в 2005-2015 гг., тыс. кв. м.  
 Рисунок 176. Прирост гипермаркетов FMCG в Центральном ФО по столицам регионов в 2005-2015 гг., ед.  
 Рисунок 177. Прирост торговых площадей гипермаркетов FMCG в Центральном ФО по столицам регионов в 2005-2015 гг., тыс. кв. м.  
 Рисунок 178. Структура гипермаркетов FMCG в Центральном ФО по диапазону площади по состоянию на 1 июля 2015 года  
 Рисунок 179. Структура рынка гипермаркетов FMCG в Центральном ФО в 2014 году  
 Рисунок 180. Динамика оборота розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в 2010-I пол. 2015 гг., млрд. руб.  
 Рисунок 181. Динамика оборота розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в 2013-2014 гг., %  
 Рисунок 182. Динамика оборота розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в I пол. 2014-2015 гг., %  
 Рисунок 183. Оборот розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в 2014 году, млрд. руб.  
 Рисунок 184. Динамика оборота розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в 2014 году, %  
 Рисунок 185. Структура оборота розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в 2013 году  
 Рисунок 186. Структура оборота розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в 2014 году  
 Рисунок 187. Оборот розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в I пол. 2015 года, млрд. руб.  
 Рисунок 188. Динамика оборота розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в I пол. 2015 года, %  
 Рисунок 189. Структура оборота розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в I пол. 2014 года  
 Рисунок 190. Структура оборота розничной торговли в регионах Северо-Западного ФО в I пол. 2015 года  
 Рисунок 191. Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами на душу населения в регионах Северо-Западного ФО в I пол. 2014-2015гг., тыс. руб.  
 Рисунок 192. Динамика оборота розничной торговли непродовольственными товарами на душу населения в регионах Северо-Западного ФО в I пол. 2014-2015гг., тыс. руб.  
 Рисунок 193. Структура оборота продовольственными товарами Северо-Западного ФО по форматам торговли в 2012-2014 гг. и прогноз на 2015 года  
 Рисунок 194. Динамика реальных денежных доходов населения в регионах Северо-Западного ФО в I пол. 2014-2015 гг., %  
 Рисунок 195. Среднедушевые денежные доходы населения в регионах Северо-Западного ФО в I пол. 2014-2015 гг., тыс. руб./чел./мес.  
 Рисунок 196. Динамика количества гипермаркетов FMCG в Северо-Западном ФО в 2005-2015 гг. на конец периода, шт.  
 Рисунок 197. Динамика торговой площади гипермаркетов FMCG в Северо-Западном ФО в 2005-2015 гг. на конец периода, тыс. кв. м.  
 Рисунок 198. Структура торговой площади гипермаркетов FMCG в Северо-Западном ФО в 2005-2015 гг.  
 Рисунок 199. Прирост гипермаркетов FMCG в Северо-Западном ФО по регионам в 2005-2015 гг., ед.  
 Рисунок 200. Прирост торговых площадей гипермаркетов FMCG в Северо-Западном ФО по регионам в 2005-2015 гг., тыс. кв. м.  
 Рисунок 201. Прирост гипермаркетов FMCG в Северо-Западном ФО по столицам регионов в 2005-2015 гг., ед.  
 Рисунок 202. Прирост торговых площадей гипермаркетов FMCG в Северо-Западном ФО по столицам регионов в 2005-2015 гг., тыс. кв. м.  
 Рисунок 203. Структура гипермаркетов FMCG в Северо-Западном ФО по диапазону площади по состоянию на 1 июля 2015 года  
 Рисунок 204. Структура рынка гипермаркетов FMCG в Северо-Западном ФО в 2014 году  
 Рисунок 205. Динамика оборота розничной торговли в регионах Приволжского ФО в 2010-I пол. 2015 гг., млрд. руб.







- Рисунок 346. Прирост гипермаркетов FMCG в Северо-Кавказском ФО по столицам регионов в 2005-2015 гг., ед.  
Рисунок 347. Прирост гипермаркетов FMCG в Северо-Кавказском ФО по регионам в 2005-2015 гг., ед.  
Рисунок 348. Прирост торговых площадей гипермаркетов FMCG в Северо-Кавказском ФО по столицам регионов в 2005-2015 гг., тыс. кв. м.  
Рисунок 349. Прирост торговых площадей гипермаркетов FMCG в Северо-Кавказском ФО по регионам в 2005-2015 гг., тыс. кв. м.  
Рисунок 350. Структура гипермаркетов FMCG в Северо-Кавказском ФО по диапазону площади по состоянию на 1 июля 2015 года  
Рисунок 351. Структура рынка гипермаркетов FMCG в Северо-Кавказском ФО в 2014 году

### *Раздел V. Состояние рынка торговых центров в городах России*

- Рисунок 352. Структура объема строительных работ в ТОП-30 регионах России в 2014 г., млн. руб.  
Рисунок 353. Динамика ввода зданий и сооружений в России в 2006-2014 гг. по видам, млн. кв. м  
Рисунок 354. Структура ввода площадей зданий в России в 2014 году, %  
Рисунок 355. Динамика ввода зданий и сооружений в России в 2006-2014 гг. по видам, млн. кв. м  
Рисунок 356. Динамика площади введенных в эксплуатацию нежилых зданий и помещений по их видам в России в 2006-2014 гг., млн. кв. м  
Рисунок 357. Структура ввода в эксплуатацию нежилых зданий по их видам в России в 2006-2014 гг., %  
Рисунок 358. Динамика объема строительства нежилых зданий в России по округам в 2006-2014 гг., млн. кв. м  
Рисунок 359. Структура объема строительства нежилых зданий в России по округам в 2006-2014 гг., %  
Рисунок 360. Динамика ввода коммерческих зданий в РФ в 2006-2014 гг.  
Рисунок 361. Средняя площадь и средний объем коммерческих зданий, введенных в России в 2006-2014 гг.  
Рисунок 362. Площадь и количество введенных в эксплуатацию промышленных зданий в России в 2006-2014 гг.  
Рисунок 363. Динамика объемов ввода коммерческих зданий и торговых центров в РФ в 2006-2014 гг., тыс. кв. м  
Рисунок 364. Динамика ввода общей площади в торговых центрах в России в 2003-2014 гг. и прогноз на 2015 г., млн. кв. м  
Рисунок 365. Динамика ввода общей площади в торговых центрах по 32 городам и регионам России в 2004-2014 гг., тыс. кв. м  
Рисунок 366. Динамика ввода общей площади в ТЦ и ТРК по 30 городам РФ в 2007-2014 гг., тыс. кв. м  
Рисунок 367. Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК по 30 городам РФ в 2007-2014 гг., кв. м на тыс. чел.  
Рисунок 368. Динамика объема предложения общих площадей в ТЦ и ТРЦ в 2007-2014 гг. по 30 городам РФ, кв. м на тыс. чел.  
Рисунок 369. Динамика объема предложения общих площадей в ТЦ и ТРЦ в 2007-2014 гг. по 30 городам РФ, кв. м на тыс. чел.  
Рисунок 370. Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК в городах I квартанта нарастающим итогом, кв. м на тыс. чел.  
Рисунок 371. Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК в городах II квартанта нарастающим итогом, кв. м на тыс. чел.  
Рисунок 372. Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК в городах III квартанта нарастающим итогом, кв. м на тыс. чел.  
Рисунок 373. Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК в городах IV квартанта нарастающим итогом, кв. м на тыс. чел.  
Рисунок 374. Динамика ставок аренды для якорных арендаторов в ТЦ Москвы в 2007-2014 гг., долл./кв. м/год  
Рисунок 375. Динамика ставок аренды для не якорных арендаторов в ТЦ Москвы в 2007-2014 гг., долл./кв. м/год  
Рисунок 376. Динамика ввода общей площади в торговых центрах в России в 2003-2014 гг. и прогноз до 2018 г., млн. кв. м  
Рисунок 377. Динамика ввода общей площади в торговых центрах в 30 городах и 2 регионах РФ в 2004-2014 гг. и прогноз до 2018 год, млн. кв. м.  
Рисунок 378. Динамика ввода общей площади в торговых центрах по 32 городам и регионам России в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015 год, тыс. кв. м.  
Рисунок 379. Структура предложения торговых площадей крупнейших 30 владельцев торговой недвижимости России по регионам по итогам 2014 года, %.  
Рисунок 380. Структура оборота розничной торговли России по регионам по итогам 2014 года, %.  
Рисунок 381. Общие и арендопригодные площади торговых центров ТОП-30 собственников торговой недвижимости России по итогам 2014 года, тыс. кв. м.

## Об информационных продуктах ИА "iNFOLine"

В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и общеэкономических событий в России и мире. Решение данной задачи не представляется возможным без профессионального и высокоэффективного информационного отдела. Агентство "iNFOLine" - это Ваш информационный отдел, который будет работать на пользу и развитие Вашего бизнеса, услугами которого смогут воспользоваться все сотрудники Вашей фирмы. Агентство "iNFOLine" является независимой компанией и работает на рынке Исследований различных отраслей России с 2001 года. Проведенные в 2005-2014 гг. исследования Розничной торговли специалистами агентства "iNFOLine" являются лучшими на рынке, что признано многочисленными клиентами и партнерами.



Специально для компаний Розничной торговли и отрасли товаров народного потребления специалисты "iNFOLine" реализуют следующие информационные продукты:

### Исследование "Рынок гипермаркетов FMCG России"

Исследование "Рынок гипермаркетов FMCG России" содержит:

#### Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

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

#### Раздел II. История развития и ключевые особенности формата "гипермаркет"

- Основные параметры формата "гипермаркет"
- История развития формата "гипермаркет"
- Основные характеристики гипермаркетов России
- Конъюнктура рынка M&A на рынке гипермаркетов FMCG России
- Тенденции и перспективы развития собственных торговых марок и собственного производства сетей FMCG
- Прогноз развития формата "гипермаркет"

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

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

#### Раздел IV. Анализ регионального развития формата "гипермаркет"

- Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Центральном ФО
- Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Северо-Западном ФО
- Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Приволжском ФО
- Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Уральском ФО
- Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Сибирском ФО
- Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Дальневосточном ФО
- Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Южном и Крымском ФО
- Анализ розничной торговли в формате "гипермаркет" в Северо-Кавказском ФО

#### Раздел V. Состояние рынка торговых центров в городах России

#### Раздел VI. Бизнес-справки по ТОП-12 ритейлерам FMCG в формате "гипермаркет"

#### Раздел VII. База "1000 гипермаркетов FMCG России"

**Стандартная версия Исследования "Рынок гипермаркетов FMCG России" включает разделы I-V. Расширенная версия Исследования также включает разделы VI "Бизнес-справки по ТОП-12 ритейлерам FMCG России в формате "гипермаркет" и VII "База 1000 гипермаркетов FMCG"**



Дата выхода:	<b>Октябрь 2015</b>
Количество страниц:	<b>630</b>
Способ предоставления:	<b>электронный</b>
Цена, руб.	<b>70 000</b>



### Готовые исследования по розничной торговле и торговой недвижимости

Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена, руб.
Аналитическая база "700 торговых сетей FMCG РФ". Стандартная версия / Расширенная версия	Расширенная База содержит разделы: Состояние рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, а также структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручки торговых объектов по форматам); Рейтинги ТОП-100 торговых сетей FMCG России по количеству, торговой площади, выручке и эффективности продаж, логистике, а также рейтинг ТОП-7 компаний по прямому импорту; Бизнес-справки по ТОП-50 ритейлерам; База данных 700 сетей и 550 РЦ сетей с указанием: Оператор розничной сети, Бренды, Контактные данные, Менеджмент сети (Генеральный директор, Директор по закупкам, Финансовый директор, IT директор), общее количество магазинов, Общая торговая площадь, Выручка, Региональная представленность, Количество распределительных центров.	Май 2015	45 000 / 60 000 руб.
"Рынок гипермаркетов FMCG России. Тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года" Стандартная версия / Расширенная версия	В Стандартной версии Исследовании представлен анализ состояния рынка розничной торговли FMCG и Non-Food России (включает показатели макроэкономики, а также структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручки торговых объектов по каналам продаж); приведены рейтинги по ТОП-50 ритейлерам, развивающим формат "гипермаркет"; описана история развития и ключевые особенности формата "гипермаркет"; дан прогноз развития формата на 2015-2017 гг.; приведен анализ регионального развития формата в разрезе федеральных округов. В расширенной версии также представлена база 1000 действующих гипермаркетов и бизнес-справок по ТОП-12 ритейлерам FMCG в формате "гипермаркет"	Октябрь 2015 г.	40 000/ 70 000 руб.
<b>ХИТ ПРОДАЖ!</b> Исследование "Розничная торговля FMCG России"	В Исследовании проанализировано состояние рынка розничной торговли FMCG России, приведено сопоставление и подробное описание ритейлеров, анализ и прогноз развития ключевых форматов торговли, сравнительный анализ ситуации и динамики сетевого ритейла на рынках регионов и городов. В рамках Исследования сформирован рейтинг ТОП-100 крупнейших операторов FMCG России, включающий финансовые (выручка, выручка с квадратного метра площади, прибыль, рентабельность), и операционные показатели (количество торговых объектов и общая торговая площадь), проанализированы потребительские предпочтения населения России в отношении потребления товаров FMCG, в том числе собственных торговых марок. Охарактеризовано развитие неорганизованной торговли и основные тенденции государственного регулирования розничной торговли.	IV кв. 2015 г.	100 000 руб.
Геоатлас "Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы и Московской обл.; Санкт-Петербурга и Ленинградской обл. Итоги 2014 г. Прогноз на 2015-2016 гг."	Геоатлас "Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Итоги 2014 года. Прогноз на 2015-2016 годы " состоит из 2-х частей: Аналитической и Картографической. Аналитическая содержит описание макроэкономической ситуации в Москве и Санкт-Петербурге, характеристику их инвестиционных потенциалов, а также анализ ситуации на рынке гипермаркетов FMCG и DIY. Геоатлас также содержит набор карт-схем и картограмм, отражающих как социально-экономическую ситуацию в Москве и Санкт-Петербурге, так и показатели рынка торговых центров и гипермаркетов FMCG и DIY.	I кв. 2015 г.	от 30 000 руб.
Рынок торговых центров в 27 городах и регионах РФ. Тенденции 2014 года. Прогноз до 2017 года и Аналитическая база "1800 торговых центров в 30 крупнейших городах России"	В Исследовании "Рынок торговых центров в 27 городах и регионах России. Тенденции 2014 года. Прогноз до 2017 года" охарактеризовано состояние рынка торговой недвижимости России в 27 городах и регионах России, проведен сравнительный анализ рынка торговых центров 27 городов и регионов России, разработан прогноз развития российского рынка торговых центров до 2017 года и охарактеризовано ключевые тренды 2013-2014 гг. По каждому из 27 городов и регионов Исследования специалистами ИА "INFOLine" приведен прогноз ввода на 2014 год, включающий перечень строящихся торговых центров в регионе. База данных "1800 торговых центров в 30 крупнейших городах России" – аналитический продукт ИА "INFOLine", содержащий сведения о действующих и строящихся торговых центрах крупнейших городов России. База ведётся с 2006 года и по состоянию на февраль 2015 года включает более 2000 торговых центров в крупнейших городах России. База	I кв. 2015 г.	от 22 500 руб.

### Периодические продукты по пищевой промышленности, рынку продуктов питания, розничной торговле и др.:

Название продукта	Описание продукта	Периодичность	Цена, руб. в месяц
Периодический ежемесечный обзор "Макроэкономика России и состояние обрабатывающих отраслей"	Макроэкономический обзор ситуации в различных отраслях РФ.	1 раз в месяц	5 000
Тематические новости "Розничная торговля РФ"		Ежедневно	5 000
Тематические новости "Логистическая и складская деятельность"	Оперативная и периодическая информация об интересующей вас отрасли экономики РФ	1 раз в неделю	5 000
Тематические новости "Пищевая промышленность и рынок продуктов питания" (более 15 направлений пищевой промышленности!)		2 раза в неделю	6 000
Тематические новости "Рекламная и маркетинговая деятельность"		1 раз в неделю	4 000
Периодический ежемесечный обзор "Банк новинок на рынке пищевой промышленности"	Обзор новой продукции рынке продуктов питания РФ и зарубежья	1 раз в месяц	12 500

**Внимание!** Вышеперечисленный набор продуктов и направлений не является полным.



Кроме инициативных готовых продуктов ИА "INFOLine" позволяет клиентам получить комплекс индивидуальных информационных услуг для решения конкретных задач, возникающих в процессе деятельности компании. Это заказные исследования, составление баз данных, ассортиментно-ценовые мониторинги, индивидуальные мониторинги по запросу клиентов и др.

**Всегда рады Вам помочь! Получить демо-версии и презентации Исследований, а также задать вопросы Вы можете, обратившись к менеджеру Барановой Ирине по тел. +7 (812) 322 68 48, +7 (495) 772 76 40 доб. 132 или почте: [tek@infoline.spb.ru](mailto:tek@infoline.spb.ru)**

