

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.



Крупнейшая информационная база данных мира включает продукты агентства "INFOLine". Компания "Lexis-Nexis" с 1973 года интегрирует информацию от 9000 СМИ всего мира, в рамках работы по мониторингу данных о России и странах СНГ сбор информации осуществляет с помощью продуктов агентства "INFOLine".



Информационное агентство "INFOLine" имеет свидетельство о регистрации средства массовой информации ИА № ФС 77 – 37500.

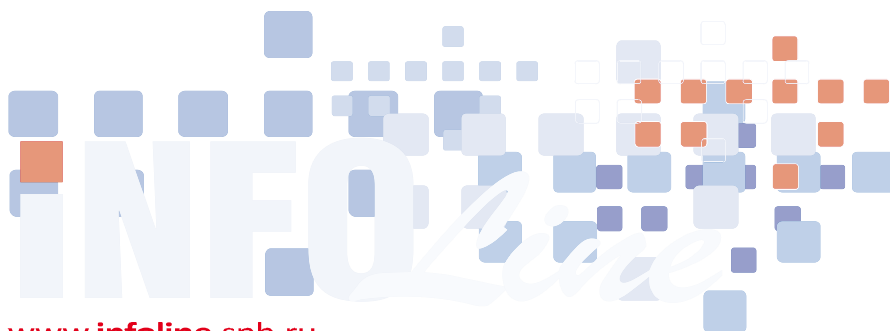
## Информационная услуга «Тематические новости»

### "Розничная торговля товарами для дома и торговые сети DIY"

Демонстрационная версия

Информационные услуги для Вашего бизнеса

- Тематические новости
- PR-поддержка
- Отраслевая лента новостей
- Готовые маркетинговые продукты
- Заказные исследования
- Доступ к базе данных 7000 СМИ и многое другое





## Содержание выпуска

Введение .....	3
<b>Общие новости розничной торговли .....</b>	<b>5</b>
<b>Общие новости .....</b>	<b>5</b>
<i>Сети DIY подсчитали прибыль от "черной пятницы".....</i>	<i>5</i>
<i>Ритейл РФ за время кризиса сжался почти на 15%, отмечает ВШЭ.....</i>	<i>5</i>
<i>Как россияне ищут и покупают стройматериалы в онлайн. "Oborot.ru". 1 декабря 2016 .....</i>	<i>5</i>
<b>Интернет-магазины .....</b>	<b>10</b>
<i>Интернет-ритейлу не хватает налогового веса. "Коммерсантъ". 6 декабря 2016.....</i>	<i>10</i>
<b>Новинки на рынке товаров сегмента DIY .....</b>	<b>11</b>
<i>"ДОМ-Лаверна": Новый бренд! Обои MILASSA – красота, качество и широкий выбор.....</i>	<i>11</i>
<b>Новости рынка инструментов .....</b>	<b>12</b>
<i>Углошлифовальная машина "ИНТЕРСКОЛ" УШМ-125/750 приняла участие в тестировании.....</i>	<i>12</i>
<b>Сети формата Hard-DIY .....</b>	<b>13</b>
<b>Торговая сеть "Метрика" .....</b>	<b>13</b>
<i>Сбербанк продает часть "Метрики". "Деловой Петербург". 30 ноября 2016 .....</i>	<i>13</i>
<b>Торговая сеть "Домовой" .....</b>	<b>14</b>
<i>17 ноября компания Торговый Дом Кифато МК завершила сборочные работы для нового магазина компании Старт, под брендом "Домовой".....</i>	<i>14</i>
<b>Сети формата Soft-DIY .....</b>	<b>15</b>
<b>Торговая сеть "Леруа Мерлен" .....</b>	<b>15</b>
<i>"Леруа Мерлен" выдавливает с барнаульского рынка местных предпринимателей.....</i>	<i>15</i>
<b>Торговая сеть "Максидом" .....</b>	<b>16</b>
<i>Максидом открыл восьмой гипермаркет в Санкт-Петербурге.....</i>	<i>16</i>
<b>Торговая сеть "ОБИ" .....</b>	<b>17</b>
<i>ОБИ увеличила продажи во время "Черной пятницы".....</i>	<i>17</i>
<b>Сети формата Household .....</b>	<b>18</b>
<b>Торговая сеть "ИКЕА" .....</b>	<b>18</b>
<i>Суд арестовал более 9 млрд руб. на российских счетах ИКЕА.....</i>	<i>18</i>
<i>Крепкий инвестор. "Строительный Еженедельник". 30 ноября 2016 .....</i>	<i>18</i>
<b>Торговая сеть "Hoff" .....</b>	<b>20</b>
<i>Hoff в декабре увеличит сеть до 23 магазинов.....</i>	<i>20</i>
<i>Михаил Кучмен, Hoff: На Юге России кризис ощущается меньше. "РБК-Краснодарский край". 1 декабря 2016 .....</i>	<i>20</i>
Информационные продукты INFOline .....	22



## Введение

На начало 2016 года объем товарами DIY составил 1,46 трлн руб. Это почти на 5% меньше, чем было к началу 2015 года, когда продажи товаров для дома и ремонта достигали 1,54 трлн руб. Стоит отметить, что такое падение рынка строительно-отделочных материалов и товаров для дома не стало исключением в масштабе всей розницы и особенно для сегмента non-food. Но даже в этих условиях рынок товаров для дома и ремонта по сравнению с другими сегментами показывает себя не так плохо – если в целом не продуктовый ритейл «просел» по итогам 2015 года на 10%, то в сегменте DIY падение произошло лишь на 5%. Согласно подсчетам специалистов INFOline, в 2016 году, несмотря на кризис, крупные торговые сети, работающие в сегменте DIY, практически не снизили темпы по строительству и введению в эксплуатацию новых гипермаркетов и продолжили наращивать торговые площади объектов. Всего на рынке работает около 1000 универсальных и специализированных сетей DIY, причем доля современных форматов торговли близка к 75%, а на TOP-10 крупнейших ритейлеров DIY приходится более 27% рынка.

Услуга **"Тематические новости: Розничная торговля товарами для дома, сада и торговые сети DIY РФ"** – это собранная со всего рынка и систематизированная оригинальная информация о событиях рынка DIY РФ. На основе данных из проверенных авторитетных и профильных источников формируется новостной бюллетень – постоянно обновляющаяся информационная карта для вашего бизнеса.

### Характеристики информационного бюллетеня:

- Информационный бюллетень услуги **"Тематические новости: Розничная торговля товарами для дома, сада и торговые сети DIY РФ"** включает данные об **основных событиях отрасли**, происходящих на территории России.
- Значимые новости содержат **справки о компаниях**, где предоставлена необходимая контактная информация организаций.
- Материалы информационного бюллетеня структурированы по **тематическим разделам**.
- Периодичность предоставления информационного бюллетеня согласовывается с клиентом и варьируется от 1 раза в неделю до 1 раза в месяц. Рекомендуемая периодичность предоставления тематических новостей – **1 раз в неделю**.
- Суммарное количество оригинальных публикаций, включенных в один информационный бюллетень, в среднем составляет **30 материалов**.

### Основные разделы бюллетеня **"Тематические новости: Розничная торговля товарами для дома, сада и торговые сети DIY РФ"**:

- Общие новости розничной торговли
- Госрегулирование
- Отраслевые мероприятия
- Региональные новости
- Интернет-магазины
- IT-технологии и автоматизация сетей
- Новости на рынке товаров сегмента DIY
- Новости рынка инструментов
- Новинки на рынке инструментов
- Сети формата Hard-DIY
- Сети формата Soft-DIY
- Сети формата Household
- Специализированные сети
- Обзор прессы (отраслевые и деловые СМИ)

### Источники информации:

- эксклюзивные материалы, обнародованные компаниями, работающими на данном рынке;
- официальные документы Правительства РФ, федеральных и региональных органов власти (министерства, администрации и др.);
- материалы зарубежных и российских экспертных и аналитических центров;

- мониторинг СМИ, публикации в деловых и отраслевых массмедиа, материалы новостных лент информационных агентств;
- отраслевые порталы.

Предлагаем вам также ознакомиться с другими направлениями услуги "[Тематические новости](#)": [Тематические новости: Розничная торговля РФ](#); [Тематические новости: Рынок строительно-отделочных материалов, торговые сети DIY и товары для дома РФ](#)

С полным списком тематик в линейке "Розничная торговля" вы можете ознакомиться на нашем сайте в разделе "[Тематические новости](#)".

Клиенты услуги "Тематические новости: Розничная торговля товарами для дома, сада и торговые сети DIY РФ":



### СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ОТ INFOLINE!

**Тестовая 30-дневная подписка на услугу** даст вам бесплатный доступ к оперативной информации о динамике рынка, изменениях в структуре ключевых компаний и колебаниях инвестиционного климата:

- **отрасль день за днем** – события и мероприятия в сфере DIY отрасли, новинки на рынке;
- **буква закона** – презентация новых и описание изменений в уже действующих нормативных документах и государственных приказах, регламентирующих развитие отрасли;
- **международная арена** – контакты, заключение сделок и договоров между российскими и иностранными компаниями;
- **лидеры и эксперты** – новости ведущих торговых сетей DIY России;
- **знания и технологии** – значимые события отрасли;
- **точки коммуникации** – анонсы и обзоры основных отраслевых мероприятий.

Для **оформления тестовой подписки** и за консультацией по продуктам вы можете обратиться по телефонам: +7(812)3226848 и +7(495)7727640, а также написать нам на электронную почту [news@infoline.spb.ru](mailto:news@infoline.spb.ru). Будем рады ответить на любые ваши вопросы!

**Подпишитесь на услугу "Тематические новости: Розничная торговля товарами для дома, сада и торговые сети DIY РФ" на постоянной основе**, чтобы опередить конкурентов и быть всегда готовым к любым переменам в национальной и мировой экономике.



# Общие новости розничной торговли

## Общие новости

### Сети DIY подсчитали прибыль от "черной пятницы".

**Крупнейшие сети товаров для дома и ремонта подвели итоги "черной пятницы". В ходе акции, проходившей с 24 по 27 ноября, опрошенным Ради Дома PRO ритейлерам удалось увеличить оборот на 50-80%. Наибольшим спросом пользовался керамогранит и электроинструмент.**

Участники "черной пятницы" подвели итоги акции. По данным организаторов, в этом году в распродаже приняло участие 90 магазинов. Были среди них и крупные игроки рынка DIY - OBI и "220 вольт".

Как рассказали Ради Дома PRO в OBI, с 24 по 27 ноября популярные товары для ремонта и сада продавались в магазинах сети по специальным ценам со скидками до 50%. "По акции продавались электроинструменты, сантехника, краски, обои, шторы, двери, светильники, а также товары для новогоднего декора", - отметила начальник отдела маркетинга и электронной коммерции "ОБИ Россия" Татьяна Игнаточкина.

По ее словам, наибольшим спросом во время "черной пятницы" пользовались керамогранит, ламинат и новогодние украшения. "Также отмечался большой спрос и на другие товары для ремонта: плитку и клей для плитки, краски, межкомнатные двери и смесители. Безусловным лидером продаж стал керамогранит с рисунком под дерево: его купили в 3 раза больше, чем ламината, который оказался на втором месте по популярности", - пояснила Игнаточкина. Третье место по количеству заказов заняла словая гирлянда.

Результаты распродажи превзошли ожидания ритейлера. "Мы планировали увеличить товарооборот в 1,5 раза по сравнению с обычными днями, а в итоге даже превысили эту планку. При этом нам удалось увеличить средний чек за счет роста количества товаров в заказе. По итогам "черной пятницы" товарооборот в интернет-магазине ob1.ru вырос более чем на 80% по сравнению с сопоставимыми периодами в ноябре", - подсчитали в компании. Оборот компании в офлайне за период акции также увеличился, особенно в Санкт-Петербурге и Волго-Уральском регионе.

Довольна результатами акции и сеть "220 вольт". Компания проводит распродажу уже четвертый год. Как рассказал порталу директор интернет-магазина "220 вольт" Иван Кулик, в акции приняли участие все товары из ассортимента сети. "При этом больший упор мы делаем на электроинструмент и силовое оборудование. Они же и продаются лучше всего", - отметил топ-менеджер. По его словам, ожидания компании от "черной пятницы" оправдались. "Наш изначальный прогноз был - 50% к выручке. По результатам ориентировочно так и вышло", - добавил Кулик.

Акция "черная пятница" проходит в России с 2013 года. Организатором "большой распродажи" выступает компания "Блэк Фрайдэй". В этом году сайт мероприятия, по ее данным, посетили более 4,5 млн человек. ([Ради дома](#) 30.11.16)

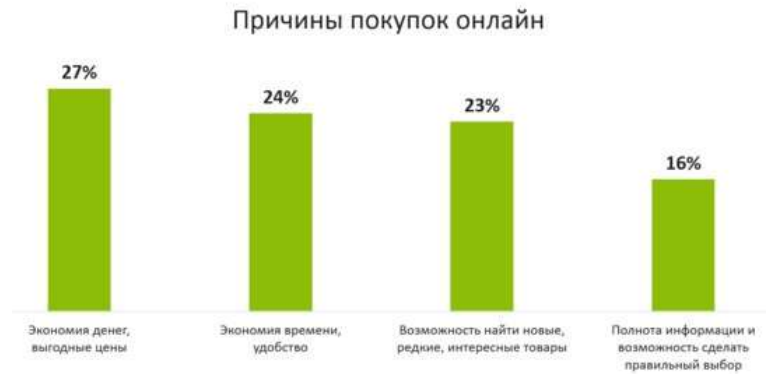
### Ритейл РФ за время кризиса сжался почти на 15%, отмечает ВШЭ.

Накопленная за пару лет инфляция приближается к 23%. Российский сектор розничной торговли за время кризиса в стране потерял почти 15% своего объема, подсчитала Высшая школа экономики. "Сокращение общего объема розничного оборота товаров и услуг за весь период экономического спада - с октября 2014 года по октябрь 2016 года - достигло 14,9%", - говорится в отчете вуза. В том числе продажи продуктов за это время упали на 14,9%, а сегмент non-food потерял еще больше - 15,3%. За два года кризиса в России совокупная инфляция составила 22,9%. "Увеличение цен на продовольственные товары за этот период достигло 24,2%, на непродовольственные товары - 23,8%, на услуги - 19,2%", - уточняет ВШЭ. Как отмечает "Вышка" со ссылкой на исследование самооценки россиян, свыше трети из них к середине осени 2016 года считают себя бедными. "С учетом крайне бедных в общей сложности 38% респондентов были отнесены к бедным по субъективной оценке материальных возможностей", - констатируется в отчете. Пенсионеры и семьи, зависящие от социальных выплат, в том числе семьи с детьми, продолжают оставаться наиболее уязвимыми группами населения. ([Агентство розничной торговли](#) 01.12.16)

### Как россияне ищут и покупают стройматериалы в онлайн. "Oborot.ru". 1 декабря 2016

**Как развивается онлайн-рынок стройматериалов, в чем специфика интернет-рекламы в этом сегменте и как подключение рекламных каналов с учетом Customer Journey Map помогает повысить продажи. Рассказывают специалисты Ingate (на основе собственного исследования спроса в тематике и кейса интернет-магазина стройматериалов).**

Сегодня интернет-магазины составляют серьезную конкуренцию крупным строительным ритейлерам. 21% покупателей стройматериалов уже перешли на онлайн-покупки, а 41% ищут и изучают товары в Интернете, прежде чем купить их офлайн (источник: Data Insight, Google Consumer Barometer). В 2016 году у каждого второго DIY-ритейлера появилась своя торговая онлайн-площадка. Покупатели постепенно уходят со строительных рынков, предпочитая им интернет-магазины.



Источник: отраслевое исследование Ingate

У строительных интернет-магазинов есть привлекательные опции, например, быстрая доставка. Для них характерно разнообразие ассортимента, доступного оптом и в розницу. У каждого товара есть подробное описание, отзывы, ответы консультантов. Однако основной драйвер – это экономия времени и денег (27%). Мало шансов на успех имеет интернет-магазин с ценами выше офлайна, и наоборот: экономия становится решающим фактором при выборе места покупки.

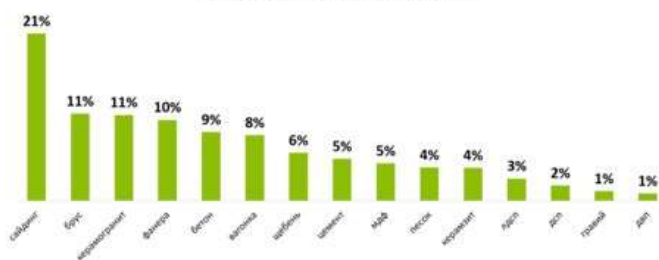
#### Спрос в тематике

Знать, почему люди покупают товары онлайн, важно, но не всегда достаточно. Нужно понимать, что конкретно они ищут в Интернете. Чтобы выяснить, какие товары пользуются наибольшей популярностью, мы провели собственное исследование, проанализировав общий спрос в Москве и Московской области по пяти товарным категориям: стройматериалы, отделочные материалы, столярные изделия, сантехника, освещение.

По каждому кластеру мы определили список масок (основ запросов, например, "сайдинг"), по которым выгрузили шлейф (все возможные варианты употребления "сайдинг": "купить сайдинг", "сайдинг с доставкой"). Неактуальные запросы (например, "фото домов с сайдингом", "как обшивать сайдингом"), т. е. не относящиеся к сегменту "Стройматериалы", мы удалили, а по оставшимся посмотрели спрос в Яндексе. Затем мы просуммировали данные по всем запросам каждого кластера и получили следующие результаты.

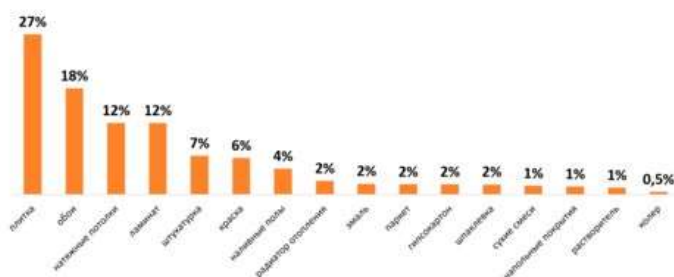


Общий спрос товарных категорий сегмента «Стройматериалы»



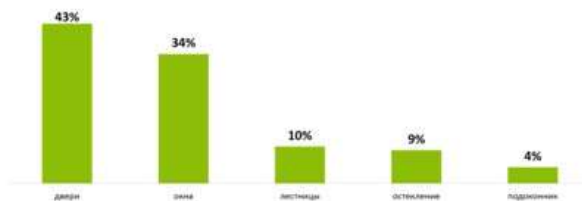
Источник: отраслевое исследование Ingate

Общий спрос товарных категорий сегмента «Отделочные материалы»



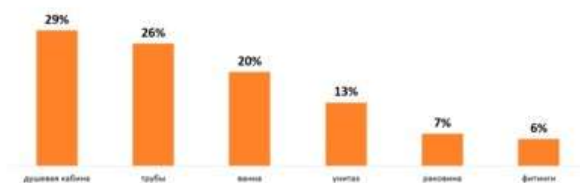
Источник: отраслевое исследование Ingate

Общий спрос товарных категорий сегмента «Столярные изделия»



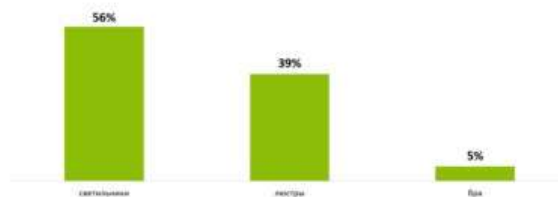
Источник: отраслевое исследование Ingate

Общий спрос товарных категорий сегмента «Сантехника»



Источник: отраслевое исследование Ingate

Общий спрос товарных категорий сегмента «Освещение»



Источник: отраслевое исследование Ingate





Чтобы узнать, как изменился спрос на товары интернет-магазинов в сегменте "Строительство" по сравнению с прошлым годом, мы составили график динамики спроса с августа по июль 2015–2016 гг. по отношению к этому же периоду в 2014–2015 гг. Исследование показало, что суммарно по всем кластерам спрос растет. Люди все чаще делают запросы, связанные с выбором и покупкой строительных материалов, заходят в интернет-магазины, чтобы ознакомиться с продукцией.

Динамика спроса на товары разных кластеров в тематике «Строительство»

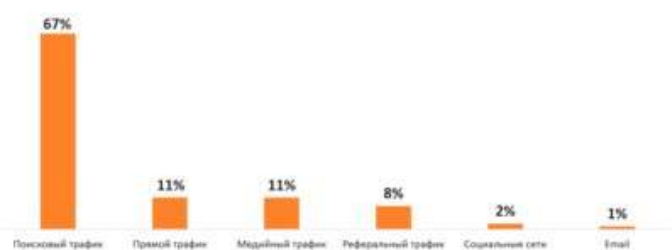


Источник: отраслевое исследование Ingate

## Трафик

Исследование показывает, что основной трафик на сайты интернет-магазинов в тематике – поисковый (контекстная реклама и SEO). То есть, это люди с уже сформированной потребностью (выраженной в виде поискового запроса), готовые сделать заказ здесь и сейчас.

Источники трафика на сайты в тематике «Обустройство дома»



Источник: отраслевое исследование Ingate

Но как сделать так, чтобы пользователи, которые ищут в поисковых системах интернет-магазины, предлагающие тот или иной товар, перешли именно на ваш сайт?

Для этого а) ваш сайт должен занимать позиции в ТОПе, присутствовать в блоке контекстной рекламы и б) вы не должны проигрывать конкурентам по лояльности и узнаваемости. Пользователь с большей вероятностью предпочтет знакомый ему бренд в результатах выдачи. А так как зачастую там находятся сайты не только с одинаковыми ценами, но и с похожими условиями (по ассортименту, доставке), потребители начинают искать отзывы о компании, спрашивают знакомых через соцсети, задают вопросы на форумах.

Если с присутствием в поисковой выдаче все относительно понятно (продвигаем сайт и запускаем контекстную рекламу), на повышение лояльности и узнаваемости работают уже другие инструменты, а точнее их совокупность: медийная реклама (баннеры, видео), социальные сети, email. Их сочетание – мультиканальная стратегия – и обеспечивает достижение высокого результата.

### Посмотрим, как это работает, на примере.

**КЕЙС:** интернет-магазин строительных и отделочных материалов

**ЦЕЛЬ:** увеличить число заявок с сайта не менее чем в 2 раза.

**РЕШЕНИЕ:** для достижения максимального результата мы составили Customer Journey Map и с учетом поведения пользователя на каждом этапе воронки продаж подобрали рекламные каналы (SERM, видеорекламу, SEO, контекстную рекламу, ремаркетинг), а также улучшили юзабилити сайта.

Как это было реализовано?

**РЕЗУЛЬТАТ:** за полгода посещаемость сайта увеличилась в 3 раза, а маржинальный оборот клиента повысился на 250%.

### Вместо заключения

Итак, что необходимо для эффективной коммуникации с потенциальными клиентами интернет-магазина?





Учитывать спрос и особенности поведения пользователей (например, внимание аудитории к видеобзорам, длительное изучение предмета покупки, активность в период акций и распродаж).

Изучить источники трафика на сайт, определить точки контакта с потенциальными клиентами.

Выстраивать рекламные кампании (подбирать каналы коммуникации) с учетом Customer Journey Map на основе глубокого понимания алгоритма выбора и принятия решения целевой аудиторией (например, работа на продажи для женской аудитории – наиболее активного покупателя).

(Oborot.ru 01.12.16)



## Интернет-магазины

### Интернет-ритейлу не хватает налогового веса. "Коммерсантъ". 6 декабря 2016

#### **Его таможенные отчисления предложили учитывать в общей нагрузке**

Российские онлайн-ритейлеры предложили Минфину пересмотреть практику оценки налоговой нагрузки на компании, включив в нее выплаченные таможенные отчисления и НДС на ввозимые в страну товары. Интернет-магазины недовольны тем, что их низкая налоговая нагрузка становится поводом для многочисленных проверок. По данным самих налоговых органов, в целом количество выездных проверок лишь снижается: по итогам трех кварталов 2016 года оно сократилось на 12%.

Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ), объединяющая 37 компаний, включая "М.Видео", Media Markt, "Детский мир", "Утконос", предложила министру финансов Антону Силуанову пересмотреть метод оценки налоговой нагрузки компаний, включив в нее таможенные платежи и "ввозной" НДС. Об этом говорится в письме президента АКИТ Алексея Федорова (есть у "Ъ").

Федеральная налоговая служба (ФНС) при принятии решений о проверках проводит мониторинг налоговой нагрузки компаний. Одним из критериев оценки рисков при этом является отклонение нагрузки в сторону уменьшения от среднего уровня по отрасли, поясняет Алексей Федоров. При этом не учитываются "ввозной" НДС и таможенная пошлина, уплачиваемая импортером при ввозе товаров. Сама по себе низкая налоговая нагрузка не является доказательством неуплаты налогов, но становится причиной многочисленных налоговых проверок, отмечают в АКИТ.

"Если индикаторами добросовестности участников рынка будут служить и таможенные отчисления, то и уплачиваться они будут в бюджет РФ, а не в бюджеты соседних стран-членов ЕАЭС", - констатирует господин Федоров. Когда товар ввозится из Белоруссии или Казахстана, НДС уплачивается на территории этих стран, и в бюджет РФ ничего не поступает, поясняют в ассоциации. Если "импортный" НДС (18%) и таможенная пошлина (от 5% до 15%, в среднем - 10%) будут включены в налоговую нагрузку, компании получают дополнительный стимул для того, чтобы ввозить товар через таможенную РФ, считают в АКИТ.

Опрошенные "Ъ" компании-члены АКИТ не стали комментировать предложение ассоциации, как и свои отношения с ФНС.

В самой ФНС не считают возможным включить в состав налоговой нагрузки таможенные пошлины и НДС на ввозимые товары, следует из письма замруководителя службы Натальи Завиловой президенту АКИТ (копия есть у "Ъ"). Это связано с тем, что эти платежи администрирует не ФНС, а Федеральная таможенная служба (ФТС), поясняется в письме. В ФТС и курирующем обе службы Минфине комментарии "Ъ" не предоставили.

По данным ФНС РФ, по состоянию на 1 октября 2016 года в стране проведено 17 362 выездных проверки организаций, при этом было дополнительно начислено 251,8 млрд руб. По итогам девяти месяцев 2015 года ФНС провела 19 753 проверки, доначислив 207,9 млрд руб. Таким образом, за год количество выездных налоговых проверок сократилось на 12,1%, а объем доначисленных средств вырос на 21,1% (43,87 млрд руб.)

Директор Института стратегического развития ФБК Игорь Николаев считает правильной идею включить "ввозной" НДС и таможенные пошлины в состав налоговой нагрузки. "Принципиально надо включать, хотя в обозримом будущем сделать это нереально, да и вряд ли частота проверок снизится", - отмечает эксперт. Он добавляет, что в "Основных направлениях налоговой политики" Минфина, которые внесены в Госдуму вместе с проектом бюджета на 2017-2019 годы, представлена налоговая нагрузка, подсчитанная по методике как Минфина, так и Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП). При этом в обоих подсчетах нет "таможенной" темы, указывает господин Николаев, РСПП ее отложил из-за трудностей подсчета.

#### **Минэкономики предложило запретить возврат и обмен купленной в интернет-магазинах одежды**

##### Конъюнктура

Минэкономики предлагает запретить возврат и обмен ряда товаров, купленных дистанционно. Соответствующий законопроект размещен на официальном портале правовой информации. В частности, предлагается запретить возврат товаров, включенных в перечень "непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену ?на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, установленный правительством РФ". В данный перечень входят товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях, предметы личной гигиены, парфюмерно-косметические товары, текстиль, швейные и трикотажные изделия, посуда, товары бытовой химии, бытовая мебель, изделия из драгоценных металлов и другие. Общественное обсуждение законопроекта завершится 19 декабря. (Коммерсантъ 06.12.16)



## Новинки на рынке товаров сегмента DIY

### **"ДОМ-Лаверна": Новый бренд! Обои MILASSA – красота, качество и широкий выбор.**

Мы рады представить в магазинах "ДОМ-Лаверна" новый отечественный бренд флизелиновых обоев MILASSA от фабрики "Лоймина"!

Ультрасовременные технологии синтеза водорастворимых красок, подбор флизелина оптимальной толщины, запуск нового производственного оборудования с высокой скоростью печати позволили фабрике разработать собственный продукт в ценовом сегменте до 3 тысяч рублей за метровый рулон. Кроме того технологический отдел компании добился эффекта "трех волн": Milassa относится к категории моющихся обоев.

LOFT – универсальная коллекция, сочетает в себе светскую богемность и уличный андеграунд, элегантную простоту и урбанистическую культуру.

FLOS - подчеркивает атмосферу английского стиля. Заглавным дизайном коллекции стал пион ( символ любви, чистой энергии, радости и богатства). Выбор основного рисунка коллекции позволяет сделать атмосферу интерьера более теплой, мягкой, жизнерадостной, ласковой.

TWINS для юных обладателей интерьеров в возрасте от 0 до 18 лет, в которой художники совместили интересы и увлечения подрастающего поколения с предпочтениями их родителей.

GEM – это различные варианты комбинирования узоров, сочетание королевского дамаска с изображениями драгоценных камней.

Состав: акриловые на флизелиновой основе.

Размер рулона: 10,05 x 1 м.

Больше интерьерных фото – в нашей группе "В контакте".

Коллекции можно посмотреть и приобрести в наших магазинах по адресам:

Пр. Юрия Гагарина, 12; Гражданский пр., 11; Дальневосточный пр., 14, ТК "Мебельвуд"; Богатырский пр., 14, ТК "Интерно"; Балканская пл., д. 5, ТРК "Балкания Nova".



(domlaverna.ru) (06.12.16)



## Новости рынка инструментов

### Углошлифовальная машина "ИНТЕРСКОЛ" УШМ-125/750 приняла участие в тестировании.

#### **Измерение среднеквадратичного ускорения на боковой (дополнительной) рукоятке углошлифовальной машины "ИНТЕРСКОЛ" УШМ-125/750**

По результатам сравнительных испытаний, организованных и проведенных специализированным отраслевым журналом "ДрельДоДыр", углошлифовальная машина "ИНТЕРСКОЛ" новой модели УШМ-125/750 показала высокие результаты по всем основным техническим характеристикам.

Тестирование проводилось с использованием автоматизированного испытательного стенда. При этом изучались показатели по частоте вращения шпинделя (на холостом ходу и под нагрузкой), потребляемой и полезной (выходной) мощности, КПД и развиваемому крутящему моменту. Отдельно измерялись устоявшиеся значения среднеквадратичного виброускорения на основной и боковой (дополнительной) рукоятках УШМ в процессе резания металлического прутка диаметром 10 мм отрезным кругом 125x1,0 мм.

Углошлифовальная машина "ИНТЕРСКОЛ" УШМ-125/750 уверенно вошла в тройку лидеров по КПД, который составил 60,4%, и уровню вибрации (4,40 и 5,04 м/с<sup>2</sup> на основной и дополнительной рукоятках соответственно) – великолепный результат с учетом того, что модели российской торговой марки пришлось "соревноваться" с заметно более дорогостоящими "конкурентами" наиболее известных мировых брендов. (interskol.ru) (30.11.16)



# Сети формата Hard-DIY

## Торговая сеть "Метрика"

### Сбербанк продает часть "Метрики". "Деловой Петербург". 30 ноября 2016

**Сбербанк пытается продать участок "Метрики" на Пулковском шоссе, чтобы вернуть 713 млн рублей, которые задолжал ему бывший собственник торговой сети.**

Электронный аукцион по продаже прав требований по кредитным договорам между Сбербанком и ООО "Стройформат", компании группы "Метрика", назначен на 23 декабря. Общая сумма долга "Стройформата" перед Сбербанком составляет 713,8 млн рублей. Двухэтажное здание строительного гипермаркета "Метрика" площадью 14,4 тыс. м2 с двумя земельными участками площадью 0,2 и 4,7 га и земельный участок площадью 4,9 га были залогом по кредиту Сбербанка.

Сбербанк оценивает рыночную стоимость актива в 900 млн рублей.

"Вырученные от продажи средства будут направлены на погашение задолженности, а покупатель получит возможность реализации инвестиционного проекта на этой территории", — говорят в пресс-службе Северо-Западного банка Сбербанка.

#### **Заманить дисконтом**

Организатор торгов — АО "Российский аукционный дом" (РАД).

"Хотя это не прямая продажа имущества, а передача прав требований, но инвесторов должна заинтересовать перспектива получить в собственность заложенный актив, тем более есть возможность приобрести его с дисконтом 310 млн рублей", — говорит Ольга Желудкова, начальник департамента по работе с проблемными и непрофильными активами банков РАД.

С учетом расположения залогового комплекса оптово-розничной торговли и его характеристик инвестор может быстро окупить проект, уверены в Сбербанке.

Как ранее отмечали в Colliers, участки на Пулковском шоссе подходят для размещения торговых объектов, причем наиболее интересен DIY-сегмент.

#### **Попытка номер два**

Первоначально продажа строительного гипермаркета "Метрика" и двух участков на Пулковском шоссе была намечена на сентябрь 2016 года, инициатором торгов выступало ЗАО "Мегалит".

Начальная цена тогда составляла 685 млн рублей.

Однако никто не успел подать заявку, поскольку основатель и основной владелец "Метрики" Евгений Лебедев продал компанию выходцам из инвестподразделения московской "Альфа-Групп" — Денису Избрехту и Алексею Каверину. Новые владельцы отменили торги.

По данным СПАРК, 12 августа 80 % ООО "Корпорация СБР" (управляло сетью "Метрика") стали принадлежать Денису Избрехту, а оставшиеся 20 % — Алексею Каверину.

Именно их компания "Аркада Груп" в 2015 году выступила приобретателем трети московского ЦУМа.

В начале октября владельцы ООО "Корпорация СБР" снова сменились, и теперь оно подконтрольно некоему Максиму Семенову, неизвестному на рынке. На ООО "Корпорация СБР" с июля 2015 года введено конкурсное производство, в этом году были поданы иски о банкротстве и к другим предприятиям группы "Метрика": 23 июня 2016 года — к ООО "Стройформат", 3 октября 2016 года — к ЗАО "Мегалит".

#### **Терять не станут**

Согласно экспертному мнению, торги по поводу участка и здания на Пулковском шоссе еще могут принести сюрпризы участ никам.

"Терять активы не в интересах "Метрики", гипотетически новые владельцы могут попытаться принять участие в аукционе, хотя в правилах торгов прямо прописано, что заявки компаний, связанных с должником, не принимаются", — говорит юрист банкротной практики ЗАО "Апелляционный центр" Владимир Полуянов. Он подчеркивает, что у Сбербанка достаточно сильная юридическая служба, чтобы пресечь подобные попытки. Решение о продаже права требования может быть связано с тем, что в данный момент цена активов на рынке достигла максимальной, по мнению банка, стоимости, добавляет он.

Сделку по продаже активов "Метрики" эксперты оценивали в 3,2 млрд рублей, что соответствует объему кредиторской задолженности торговой сети перед банками. В числе крупнейших кредиторов помимо Сбербанка Банк ВТБ. (Деловой Петербург 30.11.16)



## Торговая сеть "Домовой"

**17 ноября компания Торговый Дом Кифато МК завершила сборочные работы для нового магазина компании Старт, под брендом "Домовой".**

17 ноября компания Торговый Дом Кифато МК завершила сборочные работы для нового магазина компании Старт, под брендом "Домовой" (товары для дома и интерьера). Площадь супермаркета, расположенного в городе Москва (ТЦ Ривьера), составляет 3000 кв.метров.

Первые покупатели магазина, открывшего свои двери 26 ноября, отметили удобную планировку и оптимальное размещение товара на стеллажных системах КИФАТО МК.

Проект был выполнен специалистами нашей компании "под ключ" с применением многолетнего опыта отдела Торговых стеллажей и включал проектирование, поставки и монтаж полочных и торговых стеллажных систем с широким спектром аксессуаров. (tdkifato-mk.com) (29.11.16)



## Сети формата Soft-DIY

### Торговая сеть "Леруа Мерлен"

#### "Леруа Мерлен" выдавливает с барнаульского рынка местных предпринимателей.

Приход на рынок Алтайского края федеральных сетей порой негативно сказывается на местных компаниях и в целом регионе. Так, по словам Юрия Ряполова, председателя Координационного совета предпринимателей при администрации города, из-за французского магазина "Леруа Мерлен" рынок строительных и отделочных материалов Барнаула теряет местных продавцов, а в местный бюджет поступает меньше налогов.

*Юрий Ряполов, председатель Координационного совета предпринимателей при администрации города:*

"Леруа Мерлен" постоянно мониторит цены в строительных магазинах города и корректирует свои ценники, сокращая их примерно на 5%. Плюс они проводят грамотную политику продвижения и активно работают с покупателем. В результате с рынка уходят местные продавцы: как мелкие, так и достаточно крупные. В их числе, "Прораб", "Аксиома" и "Формула М2". С одной стороны, для покупателей это хорошо, они экономят. Но есть другая сторона — продаж своей продукции лишаются алтайские производители строительных и отделочных материалов и других товаров, потому что на полках "федералов" представлена преимущественно продукция других регионов и стран. Тот же "Леруа Мерлен" в прошлом году в числе товаров местного производства в продаже имел только саженьцы. А именно здесь создается добавленная стоимость товара, рабочие места и налоги в местный бюджет.

Да и в конечном счете ни к чему хорошему это не приведет. Думаю, все хорошо помнят пример из 90-х с окорочками. Сначала иностранные поставщики низкими ценами "убили" всех российских конкурентов, а затем взвинтили цены. На мой взгляд, было бы правильно на уровне федерального законодательства обязывать федеральные и международные сети иметь на своих полках хотя бы 20-30% продукции местных производителей. Пока эта практика основывается только на доброй воле самих сетей.

Напомним, что в середине ноября стало известно, что арбитражный суд Алтайского края утвердил порядок, сроки и условия продажи 75-100% долей фирм "М2", "Интерьерные решения" и "Аксиома", принадлежащих Борису Заякину. Начальная цена долей невелика, ведь эти компании или проходят процедуру банкротства, или ликвидируются. Кроме того, с рынка строительных и отделочных материалов уходит "Прораб", который принадлежит федеральному холдингу "Домоцентр". Здание торгового центра на пр-те Космонавтов 8/2 выставлено на продажу. Собственник уже снизил цену предложения почти на 200 миллионов рублей. Еще в начале августа объект стоил 495 миллионов.

Тем временем "Леруа Мерлен" готовится открыть в Барнауле еще один свой магазин. Здание для него строят на Правобережном тракте. Как ранее сообщал altapress.ru, ввести его в эксплуатацию планируют в первом квартале 2017 года. (ИД "Алтапресс" 07.12.16)





## Торговая сеть "Максидом"

### Максидом открыл восьмой гипермаркет в Санкт-Петербурге.

1 декабря 2016 г. в 12:00 Максидом открыл в Санкт-Петербурге новый гипермаркет товаров для дома, ремонта и строительства. Магазин находится в Красногвардейском районе Санкт-Петербурга по адресу: ул. Передовиков, д. 18, к.2. Это уже восьмой Максидом в нашем городе и двенадцатый во всей сети.



Торговая площадь нового гипермаркета – около 12 тыс. м кв. Пожалуй, единственное значимое отличие – большие арендные площади. Фактически новый магазин открылся в составе торгового комплекса, который построил сам Максидом. Помимо DIY-гипермаркета здесь также планируется открытие продуктового магазина. Арендатор ещё не определён, компания ведёт переговоры с различными продуктовыми сетями. В финал вышли 3 компании, в том числе, Ашан. Общая площадь комплекса – 46 тыс. м кв., включая большой крытый паркинг.

Следуя традициям, в ассортименте нового Максидома представлены как традиционные для формата DIY товары (строительные и отделочные материалы, инструменты, сантехника, товары для сада), так и необычные для данного сегмента рынка категории, например: текстиль, посуда, мебель, бытовая техника. В ассортименте магазина порядка 80 тыс. наименований товаров.

Стоит отметить, что торговый зал Максидома на ул. Передовиков оформлен в новом фирменном стиле. Основные изменения коснулись различных информационных элементов и навигации, в которую добавили цветное кодирование. Т.е. за каждым отделом гипермаркета теперь закреплён свой цвет, например, отдел "Товары для сада" – зелёный, а отдел "Сантехника" – синий. Это, прежде всего, сделано для удобства покупателей. При этом важно отметить, что рестайлинг не затронул основных корпоративных элементов бренда: красный и серый цвета остались главными, логотип компании не подвергся изменению.

Весь декабрь Максидом на ул. Передовиков, как и все магазины сети, будет работать с 8.00 до 00.00, без выходных. 1 января – выходной. Со 2 января гипермаркет будет открыт с 8.00 до 23.00.

**Для справки:** Название компании: *Максидом, ООО* Адрес: *Фаворского ул., 12 (Гражданский пр., 18 А)* Телефоны: +7(812)3245550 Факсы: +7(812)3245555 E-Mail: [pr@maxidom.ru](mailto:pr@maxidom.ru); [maxidom@maxidom.ru](mailto:maxidom@maxidom.ru) Web: <http://www.maxidom.ru> Руководитель: *Соколов Дмитрий Александрович, генеральный директор* (INFOLine, ИА (по материалам компании) 02.12.16)



## Торговая сеть "ОБИ"

### ОБИ увеличила продажи во время "Черной пятницы".

По итогам "Черной пятницы" товарооборот в интернет-магазине [obi.ru](http://obi.ru) вырос более чем на 80% по сравнению с сопоставимыми периодами в ноябре 2016 года. Повышенным спросом пользовались товары для ремонта: керамогранит, плитка и клей для плитки, ламинат, межкомнатные двери и смесители.



"ОБИ стала первой DIY-сетью, которая присоединилась к "Черной пятнице", и мы рады, что результаты продаж превзошли наши ожидания. Мы планировали увеличить товарооборот в 1,5 раза по сравнению с обычными днями, а в итоге даже превысили эту планку. При этом нам удалось увеличить средний чек за счет роста количества товаров в заказе", — рассказала Татьяна Игнаточкина, начальник отдела маркетинга и электронной коммерции ОБИ.

"Помимо поддержки акции на онлайн ресурсах, мы анонсировали "Черную пятницу" и в офлайн и отмечаем увеличение продаж в гипермаркетах, особенно в Санкт-Петербурге и Волго-Уральском регионе. В следующем году мы не только планируем присоединиться к глобальной распродаже, но и собираемся значительно расширить ассортимент товаров, участвующих в акции", — говорит Татьяна Игнаточкина.

"Черная пятница" в ОБИ проходила с 24 по 27 ноября. В акции участвовали электроинструменты, сантехника, краски, обои, шторы, двери, светильники, а также новогодний ассортимент. Скидки на отдельные товары составили до 50%.

**Для справки:** Название компании: Группа компаний ОБИ Россия Адрес: 125252, Россия, Москва, ул. Авиаконструктора Микояна, 12, блок Б, этажи 7, 8 и 9 Телефоны: +7(495)9334680 Факсы: +7(495)9334680 E-Mail: [info@obi.ru](mailto:info@obi.ru); [pr@obi.ru](mailto:pr@obi.ru) Web: <http://www.obi.ru> Руководитель: Токаж Марчин Рафал, генеральный директор (Ассоциация Компаний Розничной Торговли 30.11.16)



# Сети формата Household

## Торговая сеть "ИКЕА"

### Суд арестовал более 9 млрд руб. на российских счетах ИКЕА.

Суд удовлетворил требования бизнесмена Константина Пономарева, который требовал принять обеспечительные меры по своему иску. Ранее в ИКЕА отметили, что такие факторы мешают развитию в России.

Краснинский суд Смоленской области арестовал 9,3 млрд руб. на счетах российского представительства корпорации ИКЕА по иску бизнесмена Константина Пономарева о наложении обеспечительных мер, пишет РИА Новости. Бывший партнер компании, предоставлявший ей в аренду электрические генераторы, пытается взыскать такую сумму с компании "Икеа Мос" и Алексея Танько. Суд также запретил инспекции ФНС №13 по Подмоскovie вносить в Единый госреестр юрлиц любые записи, связанные с реорганизацией компании, в том числе о слиянии или присоединении.

В ИКЕА пока не прокомментировали решение суда.

Напомним, концерн и предприниматель Константин Пономарев ведут многолетнюю тяжбу из-за аренды электрогенераторов для магазинов ИКЕА в Санкт-Петербурге. 17 октября суд подтвердил взыскание с компании более 507 млн руб. в пользу контрагента. А ранее компания уже выплатила Пономареву 25 млрд руб. за использование электрогенераторов, но Пономарев заявлял о намерении взыскать еще 120 млрд руб. за использование аппаратуры в 2009-2010 гг.

ИКЕА не первый раз сталкивается с претензиями властей в России: в частности, в октябре компания стала фигурантом уголовного дела о неуплате налогов при продаже торговых центров в России пять лет назад. Адвокаты корпорации подчеркивали, что таким образом с нее пытаются взыскать уже уплаченные налоги. Все эти факторы замедляют развитие, но это не влияет на уверенность компании в том, что на российском рынке необходимо присутствовать, **говорил** гендиректор ИКЕА Centres Russia Милен Генчев. (Деловой квартал (Екатеринбург) 02.12.16)

### Крепкий инвестор. "Строительный Еженедельник". 30 ноября 2016

Спустя неделю после того, как компания ИКЕА объявила о планах по строительству своего третьего торгового комплекса в Ленобласти, состоялась встреча губернатора региона Александра Дрозденко с руководством компании ИКЕА Centres Russia.



В ходе встречи стороны обсудили вопросы развития бизнеса компании ИКЕА в регионе. Как сообщил генеральный директор "ИКЕА Сентерс Рус Менеджмент"

Милен Митков Генчев, до 2021 года инвестор планирует построить в Аннинском сельском поселении Ломоносовского района, близ поселка Новоселье, третий торговый комплекс "МЕГА ИКЕА". По предварительным данным, его площадь составит 225 тыс. кв. м. Молл займет земельный участок площадью 40,2 га близ развязки Кольцевой автодороги, который был приобретен компанией в собственность. Торговый комплекс станет крупнейшим из действующих "МЕГА ИКЕА" в России. Рабочие места в нем будут предоставлены для 5 тысяч жителей Ленинградской области.

Помимо строительства "ИКЕА – Новоселье" компания в среднесрочной перспективе планирует инвестировать в развитие социальной среды близ действующего торгового комплекса "МЕГА – Дыбенко". Инвестор намерен построить общественно-рекреационную зону на площади в 90 тыс. кв. м. Также компания заявила о планах по развитию производства мебели на фабриках в Ленинградской области. Совокупные инвестиции в реализацию названных проектов до 2021 года превысят 30 млрд рублей.

"У компании ИКЕА есть цель достичь до 2020 года 80-процентной локализации производства в России. У нас есть четыре индустриальных предприятия, одно из них находится в Ленобласти. Мы будем рассматривать возможность его дальнейшего расширения", – прокомментировал Милен Митков Генчев.

"Компания ИКЕА – один из крупнейших налогоплательщиков Ленинградской области, крепкий инвестор, – заявил губернатор Александр Дрозденко. – По итогам 2016 года мы ожидаем, что поступления в бюджет от деятельности ее структурных подразделений составят более миллиарда рублей, а с появлением третьего комплекса ИКЕА – он увеличится еще дополнительно на 350 млн. рублей ежегодно. Кроме того, мы получим рабочие места. Причем, количество создаваемых рабочих мест эквивалентно открытию 30-ти новых предприятий среднего бизнеса. Мы поддерживаем планы компании по дальнейшему развитию бизнеса в регионе и будем содействовать реализации заявленного проекта".



В то же время, отметил Александр Дрозденко, сторонам предстоит решить ряд вопросов. "Один из них – несоответствие категории земельного участка и видов разрешенного использования общим целям ИКЕА. Земельный участок, который занимает ИКЕА в Буграх, имеет несколько видов разрешенного использования. Мы должны привести все к единому знаменателю, для чего решили включить участок в границы населенного пункта. Бугровское поселение в этом вопросе готово пойти нам навстречу и оформить эти документы. Другой вопрос касается инженерных сетей – передавать ли их Бугровскому поселению или нет. Выяснилось, что единственный потребитель на этих сетях ИКЕА, других нет, поэтому принято решение оставить сети в едином проекте. Еще один вопрос – принадлежность развязки. Она примыкает к федеральной трассе и не должна находиться в собственности ИКЕА. Компания ее передаст в федеральную собственность", – прокомментировал спорные вопросы Александр Дрозденко.

Справка:

ООО "ИКЕА Сентерс Рус Менеджмент" осуществляет свою деятельность в Ленинградской области с 2002 года. В настоящее время на территории Ленинградской области функционирует два девелоперских проекта компании ИКЕА: "МЕГА – Дыбенко" и "МЕГА – Парнас". Дочерняя компания, ООО "ИКЕА Индастри Тихвин", является собственником индустриально-производственного комплекса полного цикла переработки древесины в Тихвинском муниципальном районе.

**Для справки:** Название компании: *IKEA Centres Russia* Адрес: 141400, Россия, Московская область, Химки, Ленинградская ул., вл. 39, стр. 5 Телефоны: +7(495)2213311; +7(495)7375304 E-Mail: [pressa.ru@ikea.com](mailto:pressa.ru@ikea.com); [landrussia@ikea.com](mailto:landrussia@ikea.com); [info.leasing.ru@ikea.com](mailto:info.leasing.ru@ikea.com) Web: <http://megamall.ru/> Руководитель: *Генчев Милен, генеральный директор* (Строительный Еженедельник 30.11.16)



## Торговая сеть "Hoff"

### Нoff в декабре увеличит сеть до 23 магазинов.

Ритейлер Hoff, управляющий магазинами мебели и товаров для дома, в начале декабря планирует открыть два гипермаркета в Краснодаре и Казани и два магазина компактного формата в Москве. Площадь гипермаркета в Краснодаре составит 4,8 тыс. кв.м, в Казани — 10 тыс. кв.м, говорится в сообщении компании. По итогам года сеть ритейлера увеличится до 23 магазинов общей площадью 179 тыс. кв.м. Инвестиции компании в открытие одного гипермаркета составляют около 120 млн рублей. В этом году ритейлер запустил новый компактный формат магазинов площадью 1-3 тыс. кв.м. С компактными магазинами компания будет заходить в города, где покупательская способность ниже или емкость рынка меньше, говорил ранее "Интерфаксу" совладелец и вице-президент компании Михаил Кучмент. Компания Hoff (прежнее название сети — Kika), основанная в 2008 году Александром Зайонцем и М.Кучментом, открыла первый гипермаркет в 2009 году в Москве. Ритейлер прогнозирует, что его выручка по итогам 2016 года превысит 18 млрд рублей (14,1 млрд рублей с НДС в 2015 году). Интернет-продажи вырастут с 1,6 до 2,3 млрд рублей годом ранее. По данным базы "СПАРК-Интерфакс", чистый убыток операционной компании сети — ООО "Домашний интерьер" — по итогам 2015 года сократился до 638,7 млн рублей с 2,49 млрд рублей в 2014 году.



**Для справки:** Название компании: *Домашний интерьер, ООО (Торговые сети: Hoff, Hoff Mini, Hoff Home)* Адрес: 123290, Россия, Москва, 1-й Магистральный проезд, 11, стр.1 Телефоны: +7(495)6450535; +7(495)6636703 E-Mail: [info@hoff.at](mailto:info@hoff.at); [pr@hoff.ru](mailto:pr@hoff.ru) Web: <http://www.hoff.ru> Руководитель: *Зайонц Александр Леонидович, Генеральный директор (ИНТЕРФАКС-НЕДВИЖИМОСТЬ 01.12.16)*

### Михаил Кучмент, Hoff: На Юге России кризис ощущается меньше. "РБК-Краснодарский край". 1 декабря 2016

Вице-президент сети гипермаркетов Hoff Михаил Кучмент рассказал РБК Юг о последних трендах мебельного рынка, планах развития компании в Краснодаре и влиянии кризиса. Первый в Краснодаре гипермаркет мебели и товаров для дома под брендом Hoff открылся в торговом центре "OZ МОЛЛ" в 2010г. Второй магазин компания открыла в Краснодаре 1 декабря в ТРЦ "Красная Площадь". Гипермаркет площадью 4,8 тыс. кв.м стал 20 магазином сети в России. По оценкам компании, инвестиции в запуск одного гипермаркета составляют около 120 млн рублей.

– Связи с чем компания Hoff приняла решение о расширении бизнеса в Краснодаре? Обороты первого гипермаркета позволяют прогнозировать увеличение спроса?

– Мы видим, что Юг России, в особенности, Краснодарский край – это успешное и перспективное направление. Экономика развивается, благодаря ряду факторов. Наш первый гипермаркет успешно работает и увеличивает оборот. Мы видим потенциал для развития и понимаем, что OZ Mall находится далеко, для значительной части жителей Краснодара туда все-таки неудобно добираться. Расположение является серьезным ограничением.

А торговый центр "Красная площадь" покрывает другой конец города. Благодаря открытию второго гипермаркета, мы планируем увеличить продажи в Краснодаре до 2 млрд рублей в год. Для сравнения: по итогам 2016г. гипермаркет Hoff получит в кубанской столице более 1 млрд руб.

В целом, мы подсчитали, что объем рынка позволяет нам иметь в кубанской столице как минимум два, а может быть и три гипермаркета.

– То есть, вы планируете и дальше расширяться в Краснодаре?

– Мы хотим двигаться последовательно. Мне кажется, в принципе, емкость рынка может быть и больше. Но пока мы открываем второй гипермаркет, его на ближайшее время хватит.

– Собирается ли Hoff выходить в другие города Кубани?

– Мы активно идем на Черноморское побережье, в этом году открыли магазины мини-формата в Сочи и Новороссийске, они сейчас успешно работают. В перспективе мы планируем продолжить развитие на побережье, присматриваемся к Туапсе, Геленджику, а также Армавиру.

Также у нас активно идут онлайн-продажи, которые составляют на сегодня в Краснодарском крае около 10% от всего оборота. Поэтому ближайшие города мы покрываем Интернетом, там совсем не обязательно присутствовать физически.

– Многие эксперты говорят о том, что кризис еще в разгаре и подъема в ближайшие годы ждать не стоит. Не боитесь ли вы, что люди будут экономить, а покупательская способность продолжит падать?

– Я думаю, в целом по России покупательская способность будет падать. Но есть регионы, которые экономически сильнее и устойчивее. На Юге России, скорее всего, покупательская способность останется на том же уровне или даже будет расти. В среднем по рынку мебели в 2017г. мы ждем небольшое падение.



– Сильно ли сказался кризис на мебельном рынке?

– Безусловно, кризис оказал свое влияние, и рынок поменялся. Во-первых, радикально перераспределились сегменты. То есть, "эконом" растет, "премиум" очень сильно падает. Можно говорить о том, что сокращается и средний сегмент, который перераспределяется в "эконом". Во-вторых, уменьшается доля импортной мебели, увеличивается количество продукции отечественных производителей. Это – основные тренды.

Мы здесь находимся в авангарде этих течений и, можно сказать, их формируем. Hoff сильно расширил эконом-сегмент, увеличили промо-активность. Нам удалось удержать цены 2014г., поэтому у нас продажи стабильно растут. На юге дополнительный толчок дало открытие новых магазинов.

– Вы упомянули, что на рынке увеличивается доля отечественных производителей. Верно ли это в отношении сети гипермаркетов Hoff? И работаете ли вы с местными мебельными фабриками?

– У нас доля отечественной продукции в ассортименте занимает сейчас более 90%. Сразу после девальвации 2014г. мы оперативно локализовали значительную часть нашего около импорта.

Мы считаем, что мебельная индустрия сделала качественный рывок за последнее время и у отечественных производителей появилась возможность занять ниши не только в эконом-сегменте, но и расширить присутствие в "среднем", "среднем плюс".

Помимо ценового преимущества, нам удобнее работать с местными производителями. Я считаю, что продукция в итоге окажется лучшего качества. Упрощается планирование за счет более короткого логистического плеча.

Они к нам ближе, нам намного проще контролировать качество продукции. Для российских производителей мы – значимый клиент. Поэтому они очень заинтересованы в долгосрочном сотрудничестве и очень следят за качеством, а компании проще контролировать продукцию. Когда происходит локализация импорта, в итоге выигрывает потребитель.

Среди кубанских производителей основных поставщиков у нас нет, но мы всегда открыты к сотрудничеству. Есть у Hoff тесные контакты, например, с производителями из Ростовской области.

– Что, по вашему мнению, ждет рынок мебели в ближайшие годы?

– Рынок становится более цивилизованным. Тот формат, который используем мы или IKEA, увеличивает свою долю рынка. Происходит консолидация как ретейлеров, так и производителей. Крупные фабрики захватывают больше и больше рынка. Но пока что рынок все еще сильно фрагментирован. С другой стороны, активно продолжает развиваться Интернет.

Сетью гипермаркетов мебели и товаров для дома под брендом Hoff управляет ООО "Домашний Интерьер". Оборот компании в 2015 году достиг 14,1 млрд руб. (с НДС), из которых 1,6 млрд.руб. составили интернет-продажи. В этом году компания планирует достичь более 18 млрд руб.(с НДС), при этом интернет-продажи должны составить более 2,3 млрд. руб.

Компания основана в 2008 году Александром Зайонцем и Михаилом Кучментом, компания открыла свой первый гипермаркет в России в апреле 2009 г. в Москве. На сегодняшний день сеть включает 21 магазин: 15 гипермаркетов – восемь в Москве, 2 в Краснодаре и по одному в Самаре, Ростове-на-Дону, Воронеже, Екатеринбурге, Казани, а также 6 магазинов мини формата. Общая площадь гипермаркетов сети составляет около 170 000 м<sup>2</sup>. Магазины Hoff ежегодно посещает более 6 миллионов человек. Посещаемость сайта составляет более 14 миллионов уникальных посетителей в год. Компания также осуществляет интернет-продажи с доставкой по всей России. В компании работает около 3000 сотрудников. (РБК-Краснодарский край 01.12.16)





## Информационные продукты INFOLine

В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и общеэкономических событий в России и мире. Решение данной задачи не представляется возможным без профессионального и высокоэффективного информационного отдела. Информационно-аналитическое агентство INFOLine - это Ваш информационный отдел, который будет работать на пользу и развитие Вашего бизнеса, услугами которого смогут воспользоваться все сотрудники Вашей фирмы.

### Услуга №1: Тематические новости

(мониторинг новостей по отраслям, интересующих клиента)

Услуга "Тематические новости" позволяет иметь необходимую информацию по интересующему Вас рынку. В рамках услуги осуществляется ежедневный мониторинг более 5000 СМИ, материалов федеральных и региональных органов власти, а так же новостей от тысяч российских компаний. В процессе работы мы готовы учитывать все Ваши пожелания по составу, объему и периодичности предоставляемого материала.

№	Название тематики	Периодичность получения	Стоимость в месяц
15899	<a href="#">Тематические новости: "Рынок строительно-отделочных материалов, торговые сети DIY и товары для дома РФ"</a>	Еженедельно	6 000 руб.
15959	<a href="#">Тематические новости: "Розничная торговля товарами для дома, сада и торговые сети DIY РФ"</a>	Еженедельно	5 000 руб.
15904	<a href="#">Тематические новости: "Рынок ТИМ РФ"</a>	Еженедельно	4 000 руб.
15903	<a href="#">Тематические новости: "Рынок ЛКМ РФ"</a>	Еженедельно	4 000 руб.
140621	<a href="#">Тематические новости: "Рынок керамики, керамогранита и кирпича РФ"</a>	Еженедельно	5 000 руб.
15901	<a href="#">Тематические новости: "Рынок цемента РФ"</a>	2 раза в месяц	3 000 руб.
15902	<a href="#">Тематические новости: "Рынок бетона и ЖБИ РФ"</a>	2 раза в месяц	3 000 руб.
15954	<a href="#">Тематические новости: "Рекламная и маркетинговая деятельность РФ и мира".</a>	Еженедельно	4 000 руб.
15919	<a href="#">Тематические новости: "Рынок упаковки и тары РФ и мира".</a>	Еженедельно	5 000 руб.
15922	<a href="#">Тематические новости: "Дорожное строительство и инфраструктурные проекты РФ"</a>	Ежедневно	6 000 руб.
15923	<a href="#">Тематические новости: "Жилищное строительство РФ"</a>	Ежедневно	6 000 руб.
15921	<a href="#">Тематические новости: "Торгово-административное строительство РФ"</a>	Ежедневно	7 000 руб.
15920	<a href="#">Тематические новости: "Промышленное строительство РФ"</a>	Ежедневно	7 000 руб.

### Услуга №2: Периодические обзоры

(оперативная обзорно-аналитическая информация)

Отраслевой обзор позволяет получить оперативную и актуальную информацию об интересующем вас рынке и достаточный объем аналитической информации для принятия стратегических решений. В соответствии с информационной насыщенностью отраслей, выбирается оптимальный период подготовки отраслевых обзоров.

№	Наименование	Периодичность	Стоимость
16435	<a href="#">"Инвестиционные проекты в гражданском строительстве РФ"</a>	Ежемесячно	15 000 руб.
16436	<a href="#">"Инвестиционные проекты в промышленном строительстве РФ"</a>	Ежемесячно	15 000 руб.
15395	<a href="#">"Инвестиционные проекты в транспортной инфраструктуре РФ"</a>	Ежемесячно	15 000 руб.
15396	<a href="#">"Инвестиционные проекты в инженерной инфраструктуре РФ"</a>	Ежемесячно	12 000 руб.
110809	<a href="#">"Строительная отрасль РФ. Жилищное, гражданское, инфраструктурное строительство"</a>	Ежеквартально	40 000 руб.





## Услуга №3: Исследования рынков

(аналитическая информация по интересующим вас вопросам)

Информационно-аналитическое агентство INFOline по собственной инициативе регулярно проводит кабинетные исследования. Результаты подобных исследований являются комплексными и зачастую снимают необходимость проведения дополнительных работ.

№	Наименование	Дата выхода	Стоимость
152421	<a href="#">"Строительная отрасль РФ. Итоги 2016 года. Перспективы развития до 2019 года" (готовится к выходу)</a>	31.03.2017	150 000 руб.
141142	<a href="#">"Банк новинок на рынке строительно-отделочных материалов: 2015-2016 года"</a>	31.03.2017	60 000 руб.
150390	<a href="#">Банк новинок на рынке сухих строительных смесей РФ: 2015-2016 годов</a>	31.03.2017	20 000 руб.
141143	<a href="#">"Реестр производителей строительно-отделочных материалов РФ"</a>	31.03.2017	50 000 руб.
129187	<a href="#">"Рынок сэндвич-панелей РФ. Тенденции 2016 года. Прогноз до 2018 года". Расширенная версия</a>	17.06.2016	75 000 руб.
130218	<a href="#">"Рынок металлоконструкций и сэндвич-панелей РФ. Итоги 2015 года. Прогноз до 2018 года"</a>	01.06.2016	70 000 руб.
129188	<a href="#">"Рынок сэндвич-панелей РФ. Итоги 2015 года. Прогноз до 2018 года". Стандартная версия</a>	31.05.2016	50 000 руб.
126949	<a href="#">"Рынок металлоконструкций РФ. Итоги 2015 года. Прогноз до 2018 года. Расширенная версия"</a>	18.04.2016	80 000 руб.
126950	<a href="#">"Рынок металлоконструкций РФ. Итоги 2015 года. Прогноз до 2018 года. Стандартная версия"</a>	01.04.2016	50 000 руб.
140123	<a href="#">"Рынок Household РФ. Итоги 2016 года, прогноз до 2019 года" (готовится к выходу)</a>	30.05.2017	70 000 руб.
139886	<a href="#">"Рынок DIY РФ. Итоги 2016 года. Тенденции 2017 года. Прогноз до 2019 года" (готовится к выходу)</a>	31.03.2017	50 000 руб.
128187	<a href="#">Исследование "Аналитическая база 600 универсальных и специализированных торговых сетей DIY РФ. 2016 год"</a>	22.07.2016	60 000 руб.
15111	<a href="#">"Цементная отрасль РФ 2012-2016 годов. Инвестиционный климат. Логистика и структура потребления цемента"</a>	26.04.2013	55 000 руб.

**Внимание!** Вышеперечисленный набор продуктов и направлений не является полным. Для Вашей компании специалисты агентства "INFOline" готовы предоставить комплекс информационных услуг в виде заказных маркетинговых исследований и регулярного мониторинга отрасли индивидуально – на специальных условиях сотрудничества! Всегда рады ответить на вопросы по телефонам: (812) 322-6848, (495) 772-7640 доб.116 или по электронной почте [news@advis.ru](mailto:news@advis.ru), [str@allinvest.ru](mailto:str@allinvest.ru).



Информационное агентство INFOline создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Основной задачей является сбор, обработка, анализ и распространение экономической, финансовой и аналитической информации. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1150 компаний России и мира, самостоятельно и по партнерским программам ежедневно реализует десятки информационных продуктов. Обладает уникальным программным обеспечением и технической базой для работы с любыми информационными потоками.

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