

И С С Л Е Д О В А Н И Е      Д Е М О   В Е Р С И Я

# РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ

Итоги 2017 года

Перспективы развития в 2018-2019 годах

Инициатор исследования:



PART OF THE **shopi** GLOBAL NETWORK

Исполнитель:



информационное агентство

information agency

## ФОРМИРОВАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



- ✓ Характеристика и анализ емкости рынка POSM (производство, импорт, проблематика и прогноз)
- ✓ Сегментация рынка по видам POSM и товарным категориям заказчиков
- ✓ Методы выбора и важнейшие критерии оценки поставщиков POSM
- ✓ Подробная оценка эффективности и популярности разных видов POSM
- ✓ Анализ тенденций развития рынка POSM
- ✓ Анализ и прогноз розничной торговли в России в сегментах FMCG и Non-Food



**Поставщики POSM  
и услуг тех. мерч.**



**Владельцы  
брендов**



**Розничные  
торговые сети**



**Импорт  
и экспорт**



**Рынок  
ритейла**

## ИНИЦИАТОР ИССЛЕДОВАНИЯ



## ИСПОЛНИТЕЛЬ



## УЧАСТНИКИ ПРОЕКТА



**Более 150**

**Крупнейших поставщиков POSM  
и услуг тех. мерчендайзинга**  
(на компании, от которых получены  
анкеты приходится до 70% рынка POSM)



**более 200**

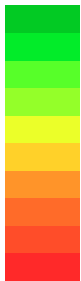
**крупнейших компаний –  
владельцев брендов**  
(на компании, от которых получены анкеты  
приходится до 60% товарного рынка)



**более 500**

**крупнейших розничных  
торговых сетей**  
(на компании, от которых получены анкеты  
приходится до 40% розничного рынка)

## АНКЕТИРОВАНИЕ И ОПРОС ПОСТАВЩИКОВ POSM И УСЛУГ ТЕХ. МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



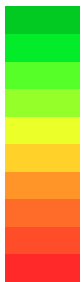
До 70%  
рынка POSM

- В рамках исследования рынка рекламных материалов в точках продаж (POSM) России специалисты INFOline провели анкетирование **более 150** производителей и поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга. Совокупная доля производителей и поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга, заполнивших анкеты, превышает **70%** рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга России в 2017 году.
- Основная запрашиваемая информация: общая информация о компании; характеристика компании (в том числе операционные показатели); наиболее значимые клиенты и принципы работы с ними; тенденции и перспективы рынка POSM.
- Кроме программы анкетирования и интервью, для формирования рейтинга и анализа позиций на рынке INFOline проведен анализ финансовой, операционной и внешнеторговой деятельности **около 300** российских компаний, осуществляющих производство и/или поставки POSM, а также оказание услуг технического мерчендайзинга, совокупной выручкой от всех видов деятельности (включая не связанные с POSM) более **50 млрд руб.**

Опрошенные производители и поставщики POSM и услуг технического мерчендайзинга, принявшие участие в Исследовании 2018 года



## АНКЕТИРОВАНИЕ И ОПРОС ВЛАДЕЛЬЦЕВ БРЕНДОВ



**До 60%**  
товарного  
рынка

- В рамках исследования рынка рекламных материалов в точках продаж (POSM) России специалисты INFOline провели анкетирование **более 200** крупнейших компаний – владельцев брендов в **12** товарных категориях. Совокупная доля компаний-владельцев брендов, заполнивших анкеты, охватывает **60%** товарного рынка в 2017 году.
- Практически во всех категориях получены анкеты от лидеров рынка, в том числе: MARS, Nestle, Mondeles, Ferrero Rocher, Valio, BSH, Henkel, Coca-Cola, L'OREAL, Johnson&Johnson, PepsiCo, BAT, JTI, Philip Morris, Imperial Tobacco, BAYER, CHANEL, Knauf, Tikkurila, Балтика, Efes, Adidas, Уолт Дисней Компани, Лего, Юниливер, Canon, Nicon, Lg Electronics Rus, Philips и другие.
- Основная запрашиваемая информация: общая информация о компании; виды применяемых POSM; наиболее значимые поставщики POSM и услуг технического мерчендайзинга и их оценка; критерии выбора поставщиков POSM; бюджеты на POSM; проведение совместных акций и их эффективность; тенденции и перспективы рынка POSM.

### Опрошенные владельцы брендов по сегментам

Продукты питания и б/а напитки

БЭТ

Косметика и парфюмерия

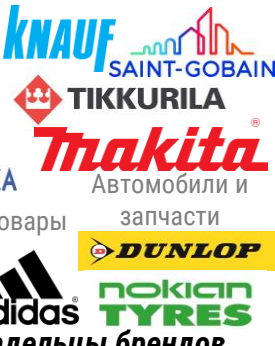
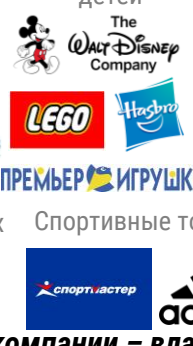
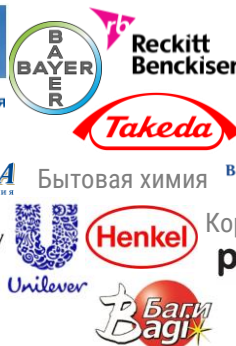
Алкоголь

Фармацевтика

Табачные изделия

Товары для детей

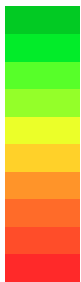
DIY и Household



**и другие компании – владельцы брендов**



## АНКЕТИРОВАНИЕ И ОПРОС РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ



До 40%  
розничного  
рынка

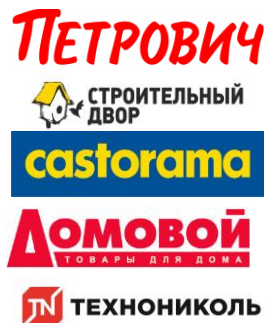
- В рамках исследования рынка рекламных материалов в точках продаж России специалисты INFOLine провели анкетирование и интервьюирование **более 500** крупнейших торговых сетей России. Совокупная доля компаний-владельцев брендов, заполнивших анкеты, охватывает **40%** розничного рынка в 2017 году.
- Получены анкеты от компаний-лидеров в сфере розничной торговли, в том числе: X5 Retail Group (ТС Пятерочка, Перекресток), «Магнит», «О`кей», «Лента», ДИКСИ, METRO C&C, «Детский мир», «М.Видео», «Юлмарт», Русская телефонная компания (МТС), «Связной», СТД «Петрович», «ДНС», «Фармакопейка», ООО Роста (ТС «Первая Помощь», «Радуга»), ГК «Спортмастер», ГК «Строительный двор», «Ситилинк», ГК «СТАРТ» («Домовой») и другие.
- Анкетирование проходило по двум направлениям: **торговые сети как заказчики POSM** (основная запрашиваемая информация аналогична информации, запрашиваемой у владельцев брендов) и **торговые сети как места размещения POSM** (основная запрашиваемая информация: виды размещаемых POSM, частота их обновления, проведение совместных акций и их эффективность; тенденции и перспективы рынка POSM)

### Опрошенные розничные торговые сети

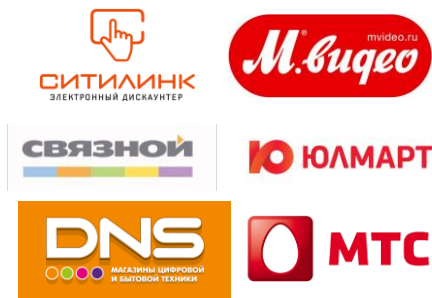
FMCG



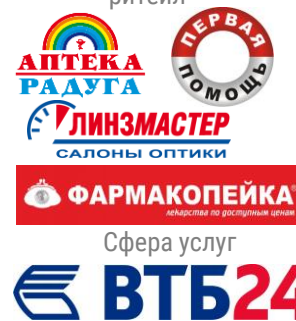
DIY



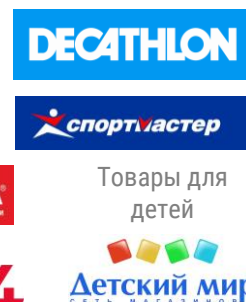
БТЭ и мобильные устройства



Аптечный ритейл



Спорттовары

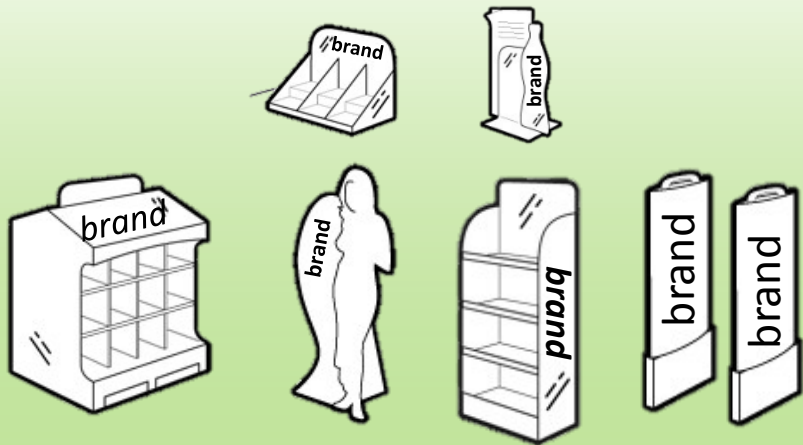


**и другие розничные торговые сети**

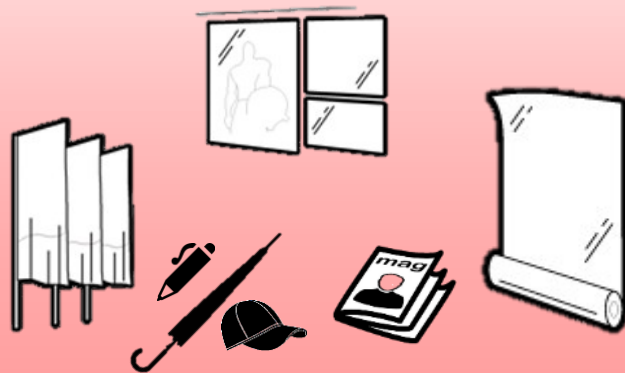
## ГРАНИЦЫ РЫНКА РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ТОЧКАХ ПРОДАЖ (POSM)

**POSM** – рекламные материалы, способствующие продвижению бренда или товара в местах продаж, служащие для дополнительного привлечения внимания, содержащие информацию о бренде и/или оформленные в соответствии с брендбуком или с использованием отдельных элементов корпоративного стиля заказчика

### POSM



### Не относится к POSM



## КЛАССИФИКАЦИЯ POSM ПО СРОКАМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



### КРАТКОСРОЧНЫЕ POSM

(использование  
до 3 месяцев)

изготавливаются преимущественно (но не только) из легких материалов (гофрокартон, пенокартон и др.) и выполняют краткосрочные задачи по стимулированию продаж или по запуску нового продукта.



### ДОЛГОСРОЧНЫЕ POSM

(использование  
от 3 месяцев до 2 лет)

изготавливаются из легких (пенокартон) или прочных, износостойких материалов (пластик, древесные материалы, металл и др.), способны решать задачи по стимулированию продаж в течение длительного времени.



### ПОСТОЯННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

(использование  
более 2 лет)

изготавливается из прочных, износостойких материалов (металл, пластик, древесные материалы и др.), и относится к основным средствам заказчика.



## КЛАССИФИКАЦИЯ POSM ПО ЗОНАМ РАЗМЕЩЕНИЯ



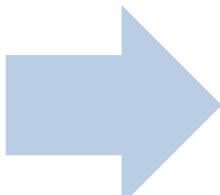
-  **Входная и витринная зона**  
*(антикражные ворота, камеры хранения)*
-  **Полки в зале (полочное оформление)**
-  **Торцевые зоны стеллажей**  
*(торцевое оформление)*
-  **Напольные дисплеи и стойки**
-  **Паллеты (включая промо-острова и театрализацию)**
-  **Прикассовая зона**
-  **Бренд-зоны, Shop-in-Shop, бэкволлы, корнеры**

## СОДЕРЖАНИЕ ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ИССЛЕДОВАНИЯ

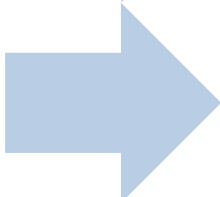
- **Терминология рынка и методология исследования**
- **Часть I. Динамика и прогноз рынка POSM России**
  - 1.1. Динамика рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга
  - ADD** 1.2. Структура рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга
  - 1.3. Негативные факторы, влияющие на рынок POSM
  - ADD** 1.4. Развитие рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга в 2018-2019 годах
- **Часть II. Рейтинг поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга**
  - 2.1. Методология построения рейтинга
  - 2.2. Характеристика участников рынка
  - NEW** 2.3. Интегральный рейтинг поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга
  - 2.4. Рейтинг компаний в сегменте краткосрочных POSM
  - 2.5. Рейтинг компаний в сегменте долгосрочных POSM
  - 2.6. Рейтинг компаний в сегменте постоянного оборудования
  - 2.7. Рейтинг компаний в сегменте технического мерчендайзинга
- **Часть III. Сегментация рынка POSM по товарным категориям**
  - 3.1. Опрошенные компании-держатели бюджетов
  - NEW** 3.2. Продукты питания и безалкогольные напитки
  - NEW** 3.3. Парфюмерия, косметика, средства по уходу
  - NEW** 3.4. Бытовая техника и электроника
  - NEW** 3.5. Товары для дома и ремонта
- **Часть IV. Взаимодействие между заказчиками и поставщиками POSM и услуг технического мерчендайзинга**
  - 4.1. Критерии выбора и оценки поставщиков
  - 4.2. Методы выбора поставщиков POSM и тех. мерчендайзинга
  - 4.3. Дополнительные требования к поставщикам
  - NEW** 4.4. Основные требования розничных торговых сетей к POSM
  - ADD** 4.5. Основные сложности при заказе POSM и услуг технического мерчендайзинга (поставщики, заказчики, места размещения)
- **Часть V. Эффективность POSM**
  - ADD** 5.1. Оценка популярности POSM держателями бюджетов
  - NEW** 5.2. Оценка популярности POSM торговыми сетями
  - ADD** 5.3. Оценка эффективности POSM в торговых точках держателями бюджетов и торговыми сетями
  - ADD** 5.4. Оценка эффективности совместных акций держателями бюджетов и торговыми сетями
- **Часть VI. Тенденции развития рынка POSM**
  - 6.1. Направления развития рынка POSM
  - ADD** 6.2. Технологические тенденции и инновации
- **Часть VII. Состояние розничной торговли**
  - 7.1. Динамика и структура оборота розничной торговли
  - 7.2. Доходы населения и поведение потребителей
  - 7.3. Прогноз развития розничной торговли в России
- **ПРИЛОЖЕНИЯ**
  - ADD-** раздел расширен по сравнению с исследованием 2017 года

## ИЗМЕНЕНИЯ В МЕТОДОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТАХ ИССЛЕДОВАНИЯ В 2018 ГОДУ

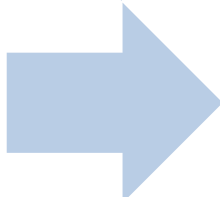
**Добавлены анализ и классификация POSM по конструктивным материалам**



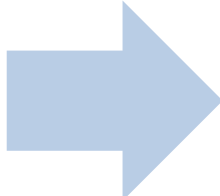
**Добавлены анализ и классификация POSM по каналам размещения**



**Добавлен блок вопросов торговых сетей как мест размещения POSM**



**Добавлены блоки по спонтанному и наведенному знанию поставщиков POSM и услуг тех. мерч.**



- Позволило описать рынок POSM в разрезе используемых конструктивных материалов (картон, пластик, металл, древесные материалы) в целом и по видам POSM, определить и описать основные тенденции.
- Позволило описать рынок POSM в разрезе основных каналов продаж, выделить наиболее перспективные каналы в целом, и в разрезе различных видов POSM, определить и описать основные тенденции и основные проблемы в этом направлении
- Позволило добавить пласт аналитической информации по всем блокам исследования с точки зрения торговых сетей, как мест размещения (популярность и эффективность по видам POSM и торговым зонам; основные требования к POSM в торговых точках; частота обновления POSM; технологические тенденции и инновации; основные проблемы при размещении POSM и взаимодействии с заказчиками и поставщиками)
- Позволило провести расчет спонтанной и наведенной узнаваемости (учитывается в расчете комплексного индекса оценки, в исследовании доступны компании-лидеры по узнаваемости в каждом сегменте)

**ЧАСТЬ I. Динамика и прогноз рынка POSM России**

В полной версии исследования  
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ  
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



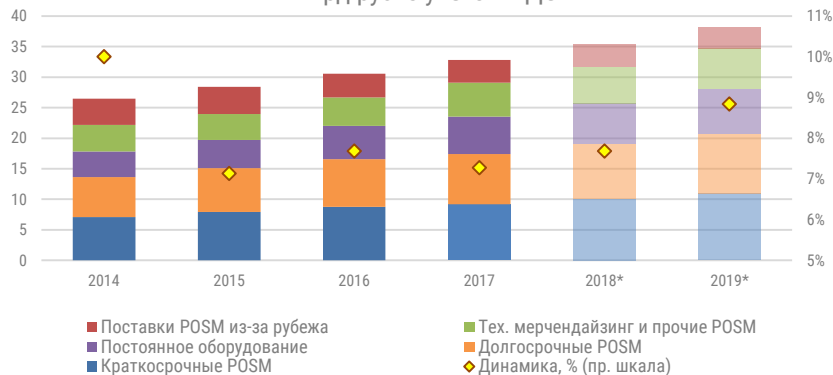
- 1.1. Динамика рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга
- 1.2. Структура рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга
- 1.3. Негативные факторы, влияющие на рынок POSM
- 1.4. Развитие рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга в 2018-2019 годах

**В полной версии – 14 слайдов, 23 диаграммы**

### 1.1. ДИНАМИКА РЫНКА POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

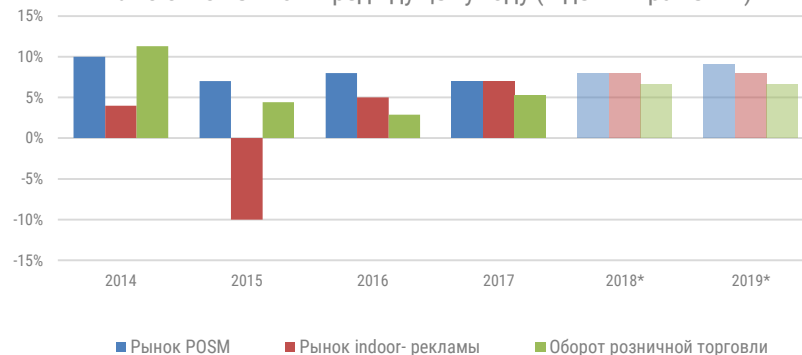
- По итогам 2017 года объем рынка в России составил около **32 млрд руб.** (с учетом НДС). **Более 60%** опрошенных участников рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга отмечают, что в среднесрочной перспективе рынок будет расти и только **11%** отмечают негативную динамику. При этом, по оценкам поставщиков POSM, в 2018 г. ожидания по росту продаж в денежном выражении составят около **13%**.
- Согласно прогнозу INFOline, сформированному по результатам комплексного анализа рынка и операционной деятельности его участников, а также анкетирования представителей крупнейших заказчиков и торговых сетей, в 2018-2019 годах темпы роста рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга в денежном выражении составят **8 и 9%**.
- Рост рынка POSM в 2018-2019 гг. будет преимущественно связан с увеличением количества компаний-заказчиков POSM: за счет активизации использования в некоторых сегментах рынка, а также международных компаний, ранее не размещавших POSM в России. Кроме того поставщики прогнозируют увеличение заказов в физическом выражении при сохранении текущих бюджетов. Таким образом, сохранится тенденция роста рынка POSM и услуг тех. мерчендайзинга в физическом выражении (объемы производства), а также снижения средних цен и маржинальности поставщиков.

Объем рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга России, млрд руб. с учетом НДС



Источник: расчеты INFOline

Динамика рынка POSM, рекламного рынка и оборота розничной торговли, % по отношению к предыдущему году (в ден. выражении)



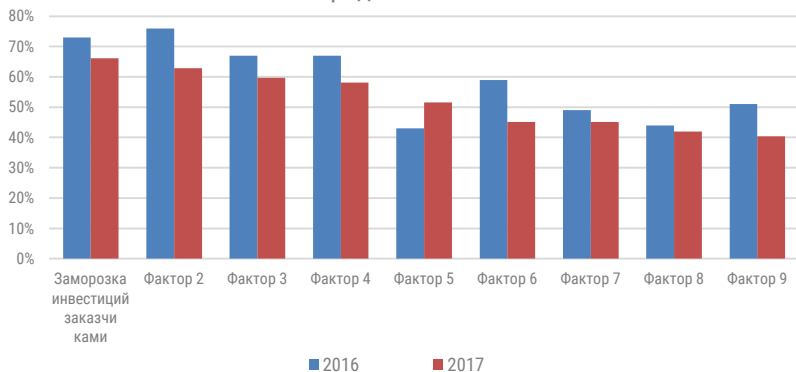
Источник: расчеты INFOline, АКAP, ФСГС

### 1.3.3. ФАКТОРЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РОСТУ ПРОДАЖ POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

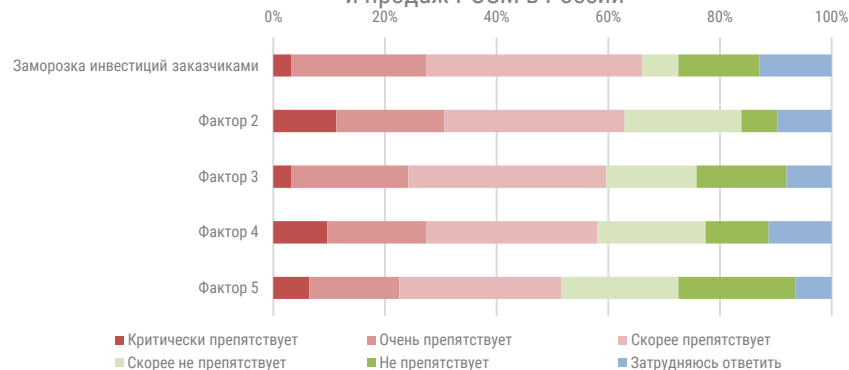
- Рост в 2017 г. значимости фактора «недостаточного спроса» на фоне снижения значимости всех остальных факторов свидетельствует о своего рода «оздоровлении» рынка POSM и формировании условий для добросовестной конкуренции.
- Заморозка инвестиций заказчиками в развитие и, как следствие, стагнация бюджетов на POSM остается значимым ограничивающим фактором, ведущим к ценовому давлению на поставщиков и снижению маржинальности производства.
- Рост и консолидация торговых сетей обуславливает усиление их влияния на процесс производства и, как следствие, рост значимости ряда ограничивающих факторов: ужесточение требований к POSM, сокращение сроков производства при увеличении сроков согласования, ограниченность тиражей (под конкретную сеть и конкретную акцию).
- Значимой тенденций на рынке POSM в 2017 г. стало увеличение сроков постоплат. Крупнейшие поставщики POSM, характеризующиеся устойчивым финансовым положением, оценивают ее положительно, считая важным барьером для входа на рынок, а готовность предоставлять длительную отсрочку платежа называют важным конкурентным преимуществом. В то же время компании с недостаточным объемом оборотных средств оценивают ее негативно.



Основные факторы, препятствующие росту производства и продаж POSM в России



Факторы, наиболее сильно препятствующие росту производства и продаж POSM в России



Источник: анализ INFOLine ответов на вопрос A49. Укажите факторы, препятствующие росту производства и продаж рекламных материалов в точках продаж (POSM) в России.



## ЧАСТЬ II. РЕЙТИНГ ПОСТАВЩИКОВ POSM

В полной версии исследования  
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ  
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



- 2.1. Методология построения рейтинга
- 2.2. Характеристика участников рынка
- 2.3. Интегральный рейтинг поставщиков POSM
- 2.4. Рейтинг компаний в сегменте краткосрочных POSM
- 2.5. Рейтинг компаний в сегменте долгосрочных POSM
- 2.6. Рейтинг компаний в сегменте постоянного оборудования
- 2.7. Рейтинг компаний в сегменте технического мерчендайзинга

**В полной версии – 16 слайдов, 6 диаграмм**

## КЛЮЧЕВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В МЕТОДОЛОГИИ ОТНОСИТЕЛЬНО РЕЙТИНГА 2017 ГОДА

### Создан интегральный рейтинг

*(основан на положении компаний в рейтингах по сегментам рынка POSM: краткосрочные, долгосрочные, постоянное оборудование и услуги технического мерчендайзинга)*



































### Созданы специализированные рейтинги в ключевых товарных категориях рынка

### Введена пятибалльная шкала оценки поставщиков

**Исключен показатель «Готовность рекомендовать»**  
**Добавлен показатель «Узнаваемость»**  
*(учитывает спонтанную и наведенную узнаваемость поставщика среди заказчиков)*

- Интегральный рейтинг позволяет более точно и объективно обозначить реальные рыночные позиции поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга
- Специализированные рейтинги позволяют прицельно обозначить рыночные позиции поставщиков POSM и услуг тех. мерчендайзинга в конкретном товарном сегменте, например в категории «Продукты питания и безалкогольные напитки» или «Парфюмерия и косметика» и др.
- Улучшено качество оценок и дифференциация заказчиками компаний-поставщиков
- Увеличено количество оцениваемых заказчиками поставщиков (в 2017 г. оценивали **2-3 поставщиков**, в 2018 г. – **4-5 поставщиков**)
- Рейтинг стал более сбалансированным и лучше отвечает ожиданиям заказчиков в качестве инструмента оценки компаний поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга
- Проведен расчет спонтанной и наведенной узнаваемости (учитывается в расчете комплексного индекса оценки, в исследовании доступны компании-лидеры по узнаваемости в каждом сегменте)

## 2.3. ИНТЕГРАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ ПОСТАВЩИКОВ POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

Место и название компании в интегральном рейтинге		 Место в сегменте краткосрочных POSM	 Место в сегменте долгосрочных POSM	 Место в сегменте постоянного оборудования	 Место в сегменте технического мерчендайзинга
1	 Паблик Тотем (Public Totem)				
2	 ПиВиДжи (Посмотека, PVG)				
3	 Вирту (VIRTU)				
4	Компания 3			–	–
5	Компания 4			–	–
6	Компания 5			–	–
7	Компания 6			–	
8	Компания 7			–	–
9	Компания 8	–			–
10	Компания 9	–			–

### Вторая десятка:

(компании приведены в алфавитном порядке)

## ЧАСТЬ III. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ

В полной версии исследования  
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ  
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



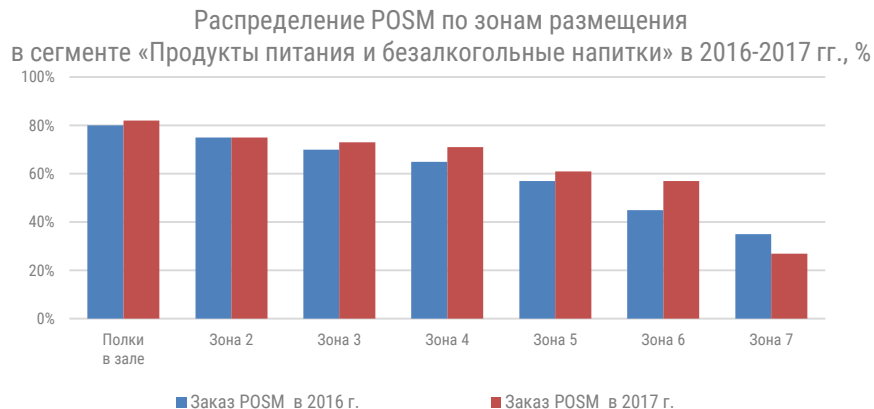
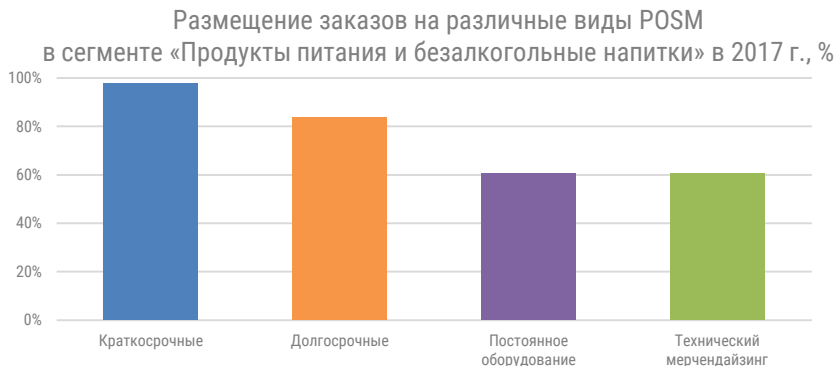
- 3.1. Опрошенные компании-держатели бюджетов
- 3.2. Продукты питания и безалкогольные напитки
- 3.3. Парфюмерия, косметика, средства по уходу
- 3.4. Бытовая техника и электроника
- 3.5. Товары для дома и ремонта

**В полной версии – 15 слайдов, 24 диаграммы**

### 3.2.1. ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ И БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ: ПОПУЛЯРНОСТЬ ВИДОВ POSM



- В сегменте «Продукты питания и безалкогольные напитки» подавляющее число компаний в 2017 году заказывали краткосрочные и долгосрочные POSM (**98%** и **84%** соответственно). Заказ постоянного оборудования и сервисных услуг осуществляли около **60%** опрошенных компаний.
- Компании сегмента наиболее активно размещали POSM для полочного пространства, напольные дисплеи и POSM для паллетного оформления.
- POSM для полочного пространства в данном сегменте сохраняют свою популярность – частота их применения в 2017 гг. незначительно выросла, что обусловлено усилением конкуренции на полке и стремлением максимально выделить товар, в условиях, когда торговые сети все чаще используют различные виды цветных ценников.
- Наблюдается сокращение частоты размещения бэкволлов и shop-in-shop (снижение частоты размещения на **8 п.п.**) на фоне роста популярности POSM для входной и витринной зоны (рост частоты размещения на **12 п.п.**).



Источник: анализ INFOline ответов на вопрос В5/С6 Какие виды POSM по сроку службы Вы закупили в 2017 году? В8/С9 Какие типы рекламных материалов в точках продаж (POSM) по месту размещения Вы закупили в 2017 году?

## ЧАСТЬ IV. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ ЗАКАЗЧИКАМИ И ПОСТАВЩИКАМИ POSM

В полной версии исследования  
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ  
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



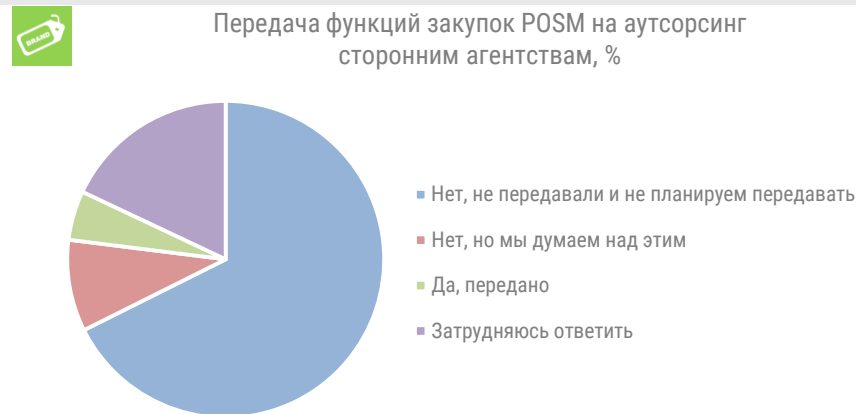
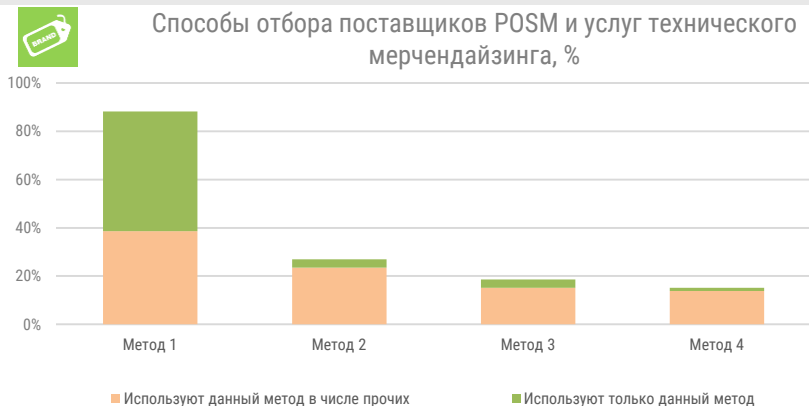
- 4.1. Критерии выбора и оценки поставщиков
- 4.2. Методы выбора поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга
- 4.3. Дополнительные требования к поставщикам
- 4.4. Основные требования розничных торговых сетей к POSM
- 4.5. Основные сложности при заказе POSM и услуг тех. мерчендайзинга

**В полной версии – 8 слайдов, 12 диаграмм**



## 4.2. МЕТОДЫ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКОВ POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

- Большинство держателей бюджетов самостоятельно занимаются процессом закупок POSM: **68%** заказчиков не передавали и не планируют передавать функции закупок сторонним организациям. По мнению поставщиков наблюдается тенденция повсеместного перехода заказчиков на тендерную систему выбора поставщиков. Причем увеличивается доля заказчиков, использующих открытые электронные торги.
- **Преимущества тендерной системы:** дает возможность попасть в пул поставщиков новым компаниям, что с каждым годом все сложнее в силу определенной консервативности заказчиков и предпочтений в работе с уже сформированным пулом поставщиков. Некоторые заказчики отмечают, что введение в пул поставщиков новых компаний является для них обязательным условием. При этом одним из факторов, обуславливающим консервативность заказчиков являются проблемы коммуникации (при длительном общении проблемы, связанные с коммуникацией постепенно нивелируются).
- **Некоторые особенности тендерной системы:** не всегда прозрачные критерии выбора, недостаточность информации в документации для корректного расчета стоимости, невозможность личного контакта с представителями профильных подразделений заказчика. В случае открытых электронных торгов - жесткая ценовая конкуренция в реальном времени.



Источник: анализ INFOline ответов на вопросы **В14/С14** Каким образом Ваша компания проводит отбор поставщиков рекламных материалов в точках продаж (POSM) и/или сервисных услуг (технического мерчендайзинга)? **В18** Передавала ли Ваша компания функции закупок рекламных материалов в точках продаж (POSM) на аутсорсинг в специализированные агентства?

**ЧАСТЬ V. ЭФФЕКТИВНОСТЬ POSM**

В полной версии исследования  
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ  
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:

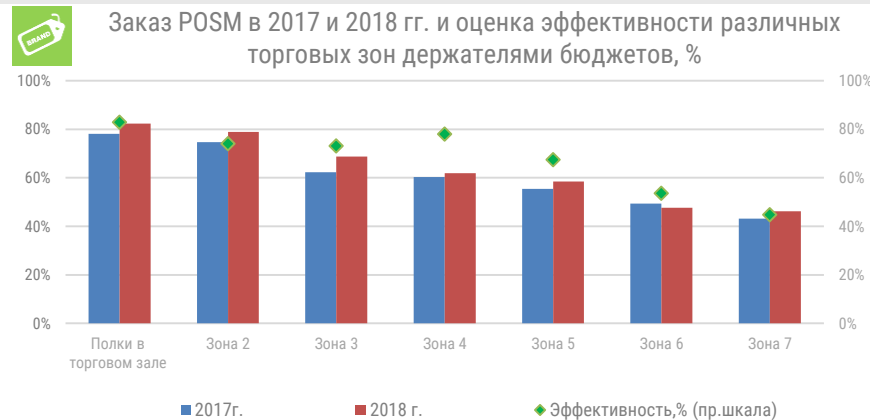
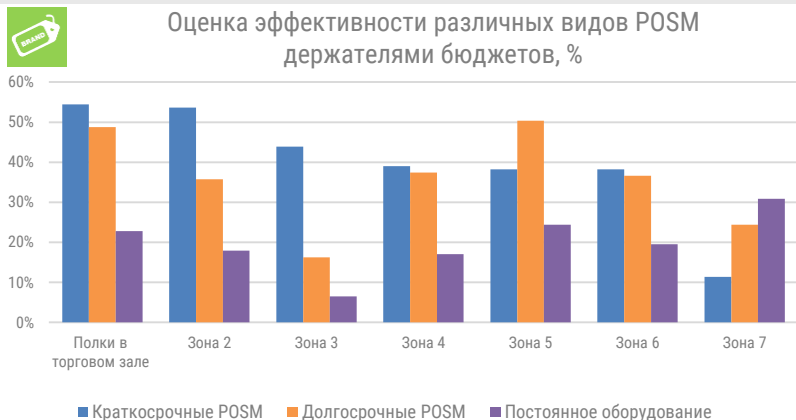


- 5.1. Оценка популярности POSM держателями бюджетов
- 5.2. Оценка популярности POSM торговыми сетями
- 5.3. Оценка эффективности POSM в торговых точках
- 5.4. Оценка эффективности совместных акций

**В полной версии – 20 слайдов, 38 диаграмм**

### 5.3.1. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ POSM В ТОРГОВЫХ ЗОНАХ

- В интервью заказчики отметили существенное влияние торговых сетей на эффективность POSM и сложности при оценке эффективности POSM для увеличения продаж в силу отсутствия необходимых для этого инструментов.
- По оценкам крупнейших заказчиков наиболее эффективными для увеличения объемов продаж являются POSM, расположенные в непосредственной близости от места размещения товара в торговом зале и зон локализации промпредложений (**полки, паллеты в проходах, напольные дисплеи и стойки, а также торцевые зоны стеллажей**).
- Наименее эффективными с точки зрения роста продаж держатели бюджетов назвали **бэкволлы**. Это связано с тем, что в данных торговых зонах чаще размещается постоянное оборудование, которое предназначено в первую очередь для создания и поддержания имиджевой составляющей бренда.
- Для трех лидирующих по популярности зон размещения POSM (**полки в торговом зале, напольные дисплеи и торцевые зоны стеллажей**) наблюдается паритет оценок эффективности и планов по размещению в этих зонах POSM в 2018 г.



Источник: анализ INFOLine ответов на вопросы В39/С40 Какие виды рекламных материалов в точках продаж (POSM) по зонам размещения Вы считаете наиболее эффективными для увеличения объема продаж?

**ЧАСТЬ VI. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА POSM**

В полной версии исследования  
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ  
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



6.1. Направления развития рынка POSM

6.2. Технологические тенденции и инновации

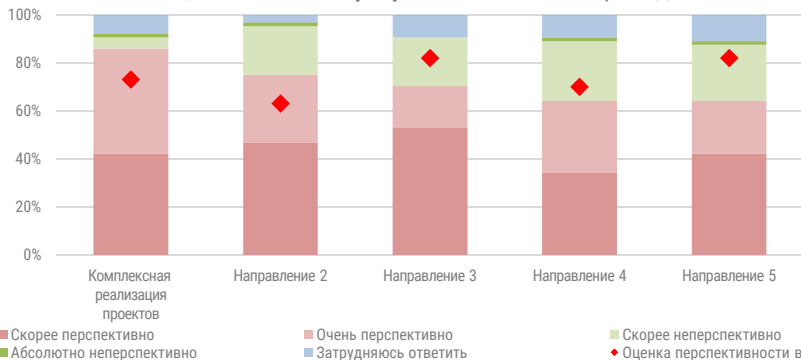
**В полной версии – 6 слайдов, 8 диаграмм**

## 6.1. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА POSM

- К наиболее перспективным направлениям развития POSM держатели бюджетов относят развитие проектов с использованием **digital** и **soft** технологий, а также развитие высокотехнологичных и инновационных POSM с применением интерактивных элементов и гаджетов.
- При этом у поставщиков POSM в 2017 г. кардинально изменилась оценка перспективных направлений развития бизнеса: и вместо внедрения digital и высокотехнологичных POSM фокус в стратегиях сместился на **комплексную реализацию проектов изготовления POSM** (включая креативную составляющую, востребованность которой с одной стороны увеличивается в связи с ростом конкуренции среди брендов и необходимости «выделиться на полке», с другой стороны существенно ограничивается требованиями сетей, связанными с соответствием стилистике оформления торговой точки и размеров POSM) и **расширение ассортимента предложения и портфеля заказов POSM в низком ценовом сегменте**.
- Изменения в оценках, по мнению INFOline, связаны с определенного рода разочарованием производителей в отношении роста спроса на высокотехнологичные POSM в условиях стагнации бюджетов и недостаточно высоким, по мнению заказчиков, коэффициентом результат/затраты таких POSM по сравнению с более дешевыми традиционными.



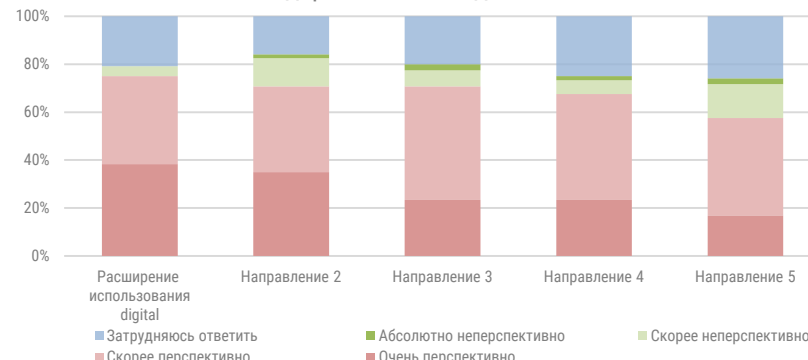
Оценка перспективности направлений развития рынка POSM поставщиками POSM и услуг технического мерчендайзинга, %



Источник: анализ INFOline ответов на вопросы B42. Какие направления развития рынка рекламных материалов в точках продаж (POSM), на Ваш взгляд, наиболее перспективны в 2018 году? A50. Какие направления развития рынка рекламных материалов в точках продаж (POSM), на Ваш взгляд, наиболее перспективны в 2018 году?



Оценка перспективности направлений развития рынка POSM держателями бюджетов, %



## ЧАСТЬ VII. СОСТОЯНИЕ И ПРОГНОЗ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В полной версии исследования  
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ  
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



- 7.1. Динамика и структура оборота розничной торговли
- 7.2. Доходы населения и поведение потребителей
- 7.3. Прогноз развития розничной торговли в России

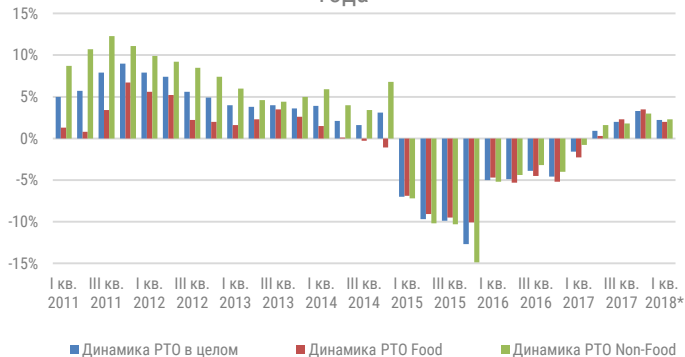
**В полной версии – 9 слайдов, 18 диаграмм**



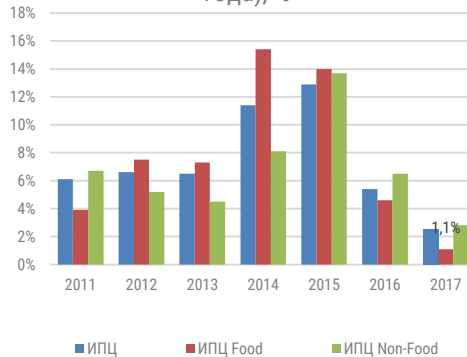
### 7.1. ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

- В 2017 г. оборот розничной торговли России впервые продемонстрировал рост в физическом выражении на **1,3%** после двух лет спада (**-4,6%** в 2016 году и **-10%** в 2015 года), составив **29813,3** млрд руб.
- В 2018 г. МЭР ожидает рост РТО в физическом выражении на **2,9%**, а в 2019-2020 гг. – на **2,7%** и **2,5%** соответственно.
- В 2017 г. инфляция замедлилась к уровню 2016 г., составив **3,7%** (декабрь 2017 г. к декабрю 2016 г. – **2,5%**). В 2018-2020 гг. МЭР и ЦБ РФ прогнозируют инфляцию на уровне **4%**. По данным ЦБ РФ, россияне начали чувствовать снижение инфляции: так, к концу декабря 2017 г. оценка ощущаемого гражданами удорожания товаров и услуг за год снизилась до **10%**, что является рекордно низким показателем за всю историю проведения таких измерений.
- В 2017 г. продолжилась тенденция снижения доли продовольственных товаров в обороте розничной торговли: по итогам года доля РТО Food составила **48,2%**, что на **0,4** п.п. ниже, чем за 2016 г. Среди товаров Non-Food наибольший рост продаж продемонстрировали такие категории, как мобильные телефоны, компьютерная техника, канцелярские товары, лекарственные средства, а также парфюмерия и косметика.

Оборот розничной торговли, в % к соотв. периоду пред. года



Динамика ИПЦ (декабрь к декабрю пред. года), %



Динамика РТО по сегментам, трлн руб.



Источник: ФСГС, расчеты INFOLine

Источник: ФСГС, МЭР

Источник: ФСГС, МЭР, расчеты INFOLine

## ИССЛЕДОВАНИЕ «РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ: ИТОГИ 2017 Г, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В 2018-2019 ГГ.»



Инициатор исследования:  
**POPAI**  
PART OF THE shop GLOBAL NETWORK

Исполнитель:  
**INFO**Line  
информационное агентство | information agency

Дата выхода: **май 2018**

Кол-во страниц: **112 (Кол-во диаграмм: 131)**

Язык отчета: **Русский**

Формат предоставления: **Презентация (PDF)**

Стоимость: **50 000 руб.**

### Структура исследования:

**Терминология рынка и методология исследования**

**Часть I. Динамика и прогноз рынка POSM России (14 слайдов)** Динамика рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга, Структура рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга, Негативные факторы, влияющие на рынок POSM, Развитие рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга в 2018-2019 годах

**Часть II. Рейтинг поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга (16 слайдов)** Методология построения рейтинга, характеристика участников рынка, интегральный рейтинг поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга, рейтинг компаний в сегменте краткосрочных POSM, рейтинг компаний в сегменте долгосрочных POSM, рейтинг компаний в сегменте постоянного оборудования, рейтинг компаний в сегменте технического мерчендайзинга

**Часть III. Сегментация рынка POSM по товарным категориям (15 слайдов)** Опрошенные компании-держатели бюджетов, рейтинг компаний по ключевым товарным категориям

**Часть IV. Взаимодействие между заказчиками и поставщиками POSM и услуг технического мерчендайзинга (8 слайдов)** Критерии выбора и оценки поставщиков, методы выбора поставщиков POSM и тех. Мерчендайзинга, дополнительные требования к поставщикам, основные требования розничных торговых сетей к POSM, основные сложности при заказе POSM и услуг технического мерчендайзинга (поставщики, заказчики, места размещения)

**Часть V. Эффективность POSM (20 слайдов)** Оценка популярности POSM держателями бюджетов, оценка популярности POSM торговыми сетями, оценка эффективности POSM в торговых точках, оценка эффективности совместных акций

**Часть VI. Тенденции развития рынка POSM (6 слайдов)** Направления развития рынка POSM, технологические тенденции и инновации

**Часть VII. Состояние и прогноз розничной торговли (9 слайдов)** Динамика и структура оборота розничной торговли, доходы населения и поведение потребителей, прогноз развития розничной торговли в России

## КОМПЛЕКСНАЯ ЛИНЕЙКА ИССЛЕДОВАНИЙ И ОБЗОРОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ

INFOline Retail Russia TOP-100

Исследование Рынок DIY России. Итоги 2017 года. Тенденции 2018 года. Прогноз до 2020 года (стандартная и расширенная версии)

Аналитические базы 300 универсальных сетей DIY РФ и 300 специализированных сетей DIY РФ

Аналитическая база: 700 торговых сетей FMCG РФ – 2018 год (стандартная и расширенная версии)

Рынок рекламных материалов в точках продаж (POSM) России. Тенденции 2018 года

Розничная торговля Food и Non-Food и потребительский рынок России. Итоги 2017 года. Прогноз до 2020 года



Информационное агентство INFOline также проводит индивидуальные исследования в соответствии с вашим техническим заданием.

По вопросу индивидуальных исследований Вы можете обратиться по электронной почте [retail@advis.ru](mailto:retail@advis.ru) или по телефонам +7(812)322-68-48 или +7(495)772-76-40

КОМПЛЕКС ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ INFOline: «РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FMCG РОССИИ»

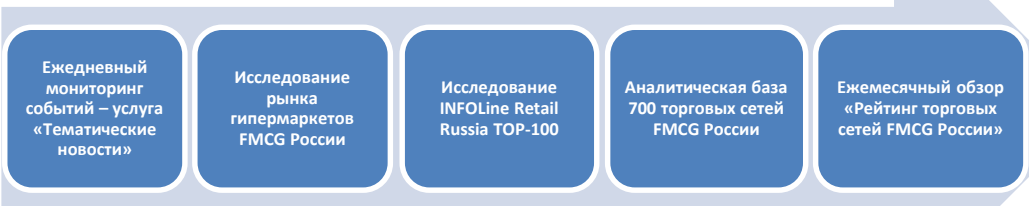


7 разделов, 120 слайдов, 143 диаграммы, более 200 сетей

Перед Вами **краткая версия** исследования  
**«РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FMCG И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. ИТОГИ 2017 ГОДА. ПРОГНОЗ ДО 2020 ГОДА»**,

которое включает в себя результаты многолетней отраслевой работы INFOline:

- Мониторинг событий розничной торговли
- Регулярные опросы более 700 крупнейших торговых сетей FMCG России
- Создание аналитических баз данных и формирование рейтингов компаний
- Проведение исследований
- Анализ развития розничной торговли в 2017-2020 гг.



Ежедневный мониторинг событий – услуга «Тематические новости»

Исследование рынка гипермаркетов FMCG России

Исследование INFOline Retail Russia TOP-100

Аналитическая база 700 торговых сетей FMCG России

Ежемесячный обзор «Рейтинг торговых сетей FMCG России»

КОМПЛЕКС ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ INFOLine: «РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ NON-FOOD РОССИИ»



5 разделов, 120 слайдов, 81 диаграмма



Перед Вами **краткая версия** исследования «**РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ NON-FOOD И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. ИТОГИ 2017 ГОДА. ПРОГНОЗ ДО 2020 ГОДА**», которое включает в себя результаты многолетней отраслевой работы INFOLine:

- Мониторинг событий розничной торговли
- Регулярные опросы более 1000 крупнейших торговых сетей Non-Food России
- Создание аналитических баз данных и формирование рейтингов компаний
- Проведение исследований
- Анализ развития розничной торговли в 2017-2020 гг.

# ИССЛЕДОВАНИЕ «РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ NON-FOOD И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. ИТОГИ 2017 ГОДА. ПРОГНОЗ ДО 2020 ГОДА»



## Структура исследования:

**Часть I. Показатели розничной торговли (7 слайдов)** Макроэкономические показатели розничной торговли динамика оборота и денежной массы. Структура оборота розничной торговли по видам товаров и организаций. Региональная структура оборота розничной торговли. Инфляция на рынке продовольственных и непродовольственных товаров. Доходы и расходы населения. Денежно-кредитная политика. Потребительские ожидания и уверенность населения.

**Часть II. Государственное регулирование розничной торговли (13 слайдов)** Государственное регулирование розничной торговли FMCG и Non-Food. Контроль качества потребительских товаров.

**Часть III. Положение в отдельных сегментах (71 слайд)** Динамика и емкость рынка, тенденции и перспективы развития, прогнозы по сегментам рынка (DIY&Household и мебель, бытовая, компьютерная техника и мобильные устройства, fashion и детские товары, косметика и дрогери, аптечный сегмент, online-торговля). Также по каждому сегменту представлены рейтинги сетей (по выручке, количеству магазинов, торговой площади) и перспективы развития крупнейших ритейлеров. Характеристика значимых событий отрасли: развитие системы логистики и распределительные центры, сделки M&A, отставки и назначения, ребрендинг и развитие новых форматов.

**Часть VI. Состояние рынка торговых центров (11 слайдов)** Основные показатели рынка торговых центров, введенные в эксплуатацию крупнейшие торговые центры, рейтинг собственников торговых центров, ключевые события отрасли, инвестиционные проекты на начальных стадиях строительства, новости крупнейших реализуемых проектов.

**Часть VI. Прогноз РТО Non-Food по сегментам в 2018-2020 гг. (7 слайдов)** Сценарные условия и показатели экономического развития России в 2018-2020 гг., разработанные INFOLine сценарии развития розничной торговли Non-Food, прогноз динамики доходов и расходов населения, прогноз оборота розничной торговли, прогноз оборота розничной торговли Non-Food по сегментам: DIY&Household и мебель, бытовая, компьютерная техника и мобильные устройства, fashion и детские товары, косметика и дрогери, аптечный сегмент, online-торговля.

Дата выхода: май 2018

Кол-во страниц: 120 (Кол-во диаграмм: 81)

Язык отчета: Русский / Английский

Формат предоставления: Презентация (PDF)

Стоимость: 150 000 руб.



# ИССЛЕДОВАНИЕ «РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FOOD И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. ИТОГИ 2017 ГОДА. ПРОГНОЗ ДО 2020 ГОДА»



- ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ
- КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ FMCG
- РЕЙТИНГИ КОМПАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ FMCG
- ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ FMCG
- КОНЪЮНКТУРНЫЙ ОПРОС ПОСТАВЩИКОВ FMCG

Дата выхода: **апрель 2018**

Кол-во страниц: **120 (Кол-во диаграмм: 143)**

Язык отчета: **Русский / Английский**

Формат предоставления: **Презентация (PDF)**

Стоимость: **150 000 руб.**

## Структура исследования:

**Часть I. Показатели розничной торговли (7 слайдов)** Макроэкономические показатели розничной торговли: динамика оборота и денежной массы. Структура оборота розничной торговли по видам товаров и организаций. Инфляция на рынке продовольственных товаров. Доходы и расходы населения. Денежно-кредитная политика. Потребительские ожидания и уверенность населения.

**Часть II. Важнейшие события розничной торговли (17 слайдов)** Государственное регулирование розничной торговли. События и деятельность международных компаний на рынке страны. Контроль качества потребительских товаров.

**Часть III. Показатели розничной торговли FMCG (36 слайдов)** Динамика и структура рынка, доли крупнейших игроков, количество объектов и торговых площадей ритейлеров (на основе выборки ТОП-200 ритейлеров FMCG России), динамика и прогноз инвестиционной активности, тенденции и перспективы развития. Рейтинги сетей по выручке, торговой площади, в разрезе форматов торговли, перспективы развития крупнейших ритейлеров. Развитие online-торговли сетями FMCG, оптовой торговли, сервисов доставки. Ввод РЦ, сделки M&A, отставки и назначения.

**Часть IV. Крупнейшие сети FMCG России (25 слайдов)**. Операционные, финансовые показатели, региональная представленность, ключевые события и планы развития ТОП-8 сетей FMCG России (X5 Retail Group, «Магнит», Auchan Retail Россия, ГК «ДИКСИ», «Лента», Metro Cash&Carry, ГК «О'КЕЙ», Globus) и трех лидеров сегментов («Красное&Белое» - алкоголь, «ВкусВилл» и «Избенка» - натуральные продукты, «Светофор» - жесткие дискаунтеры).

**Часть V. Региональное развитие розничной торговли FMCG (9 слайдов)** Региональная структура РТО, food и non-food. Рейтинги сетей FMCG по 8 федеральным округам.

**Часть VI. Состояние рынка торговых центров (12 слайдов)**. Основные показатели рынка ТЦ, введенные в эксплуатацию крупнейшие ТЦ, рейтинг собственников ТЦ, ключевые события отрасли, инвестиционные проекты на начальных стадиях строительства, новости крупнейших реализуемых проектов.

**Часть VII. Прогноз развития розничной торговли Food (7 слайдов)**. Сценарные условия и показатели экономического развития России в 2018-2020 годах, разработанные INFOline сценарии развития розничной торговли Food, прогноз динамики доходов и расходов населения, прогноз оборота розничной торговли, прогноз оборота розничной торговли Food по каналам продаж прогноз количества и площади объектов FMCG по каналам продаж.

## INFOLINE RETAIL RUSSIA TOP-100. ИТОГИ 2017 ГОДА. ТЕНДЕНЦИИ 2018 ГОДА. ПРОГНОЗ ДО 2020 ГОДА.

Расширенная версия

Стандартная версия



Дата выхода: июнь 2018

Версии отчета: Стандартная / Расширенная

Язык отчета: Русский / Английский (по запросу)

Формат предоставления: PDF

Стоимость: 60 000/ 100 000 руб.

### Содержание продукта

- Показатели розничной торговли
- Рейтинги и сравнительный анализ по сегментам торговли
- Бизнес-справки по TOP-100 крупнейших сетей
- Рейтинги крупнейших сетей INFOLine Retail Russia TOP-100
- Конъюнктура рынка M&A в ритейле России

### Преимущества Исследования

- Комплексный анализ компаний розничной торговли Food и Non-Food России
- Описание и анализ современного состояния и перспектив развития торговых сетей на отдельных рынках: FMCG, DIY&Household и мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, детские товары, косметика и парфюмерия и аптечный сегмент

## ПЕРИОДИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОСТОЯНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РФ И РЕЙТИНГ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ FMCG РОССИИ

Русская версия



Английская версия



## Описание проекта

- Описание развития розничной торговли России (макрэкономика, госрегулирование и др.)
- Описание важнейших событий в розничной торговле FMCG России (в том числе кейс по актуальным вопросам)
- Основные события и планы развития более 200 (для английской версии 10) торговых сетей FMCG России (операционные, финансовые показатели, планы и прогнозы развития, M&A и др.)

## Преимущества Обзора

- Динамика с 2007 года
- Ежемесячный мониторинг деятельности более 200 крупнейших торговых сетей FMCG России
- Ежемесячный анализ потребительского рынка и влияния важнейших событий на розничную торговлю FMCG России
- Проверенные контактные данные
- Ключевые материалы выделены графикой
- Более 5 000 анализируемых источников

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ БАЗА: 700 ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ FMCG РФ – 2018 ГОД

Расширенная версия

Стандартная версия



Дата выхода: май 2018

Кол-во страниц: 530

Версии отчета: Стандартная / Расширенная

Язык отчета: Русский / Английский (по запросу)

Формат предоставления: PDF

Стоимость: **80 000 руб.**

## Содержание продукта

- Состояние рынка розничной торговли FMCG России
- Рейтинг ТОП-50 (в расширенной ТОП-100) крупнейших ритейлеров FMCG (в расширенной также ТОП-10 сетей АЗС и ТОП-20 специализированных сетей)
- Описание основных форматов сетевой торговли FMCG
- Бизнес-справки по ТОП-12 сетям FMCG
- База данных «700 сетей и 600 складов сетей FMCG России»

## Преимущества Исследования

- Динамика макроэкономических показателей с 2007 года
- Операционные и финансовые итоги крупнейших сетей FMCG
- Прогноз и тенденции развития рынка розничной торговли FMCG России
- Аналитическая база операционных и финансовых показателей по 700 сетям FMCG России в разрезе федеральных округов с выделением специализированных сетей и сетей в формате «магазин при АЗС»

## РЫНОК DIY РОССИИ. ИТОГИ 2017 ГОДА. ТЕНДЕНЦИИ 2018 ГОДА. ПРОГНОЗ ДО 2020 ГОДА

**Расширенная версия****Стандартная версия**Дата выхода: **апрель 2018**Кол-во страниц: **750**Версии отчета: **Стандартная / Расширенная**Язык отчета: **Русский / Английский (по запросу)**Формат предоставления: **PDF**Стоимость: **80 000 руб.**

### Содержание продукта

- Анализ и прогноз динамики рынка DIY России
- Результаты конъюнктурного опроса поставщиков рынка DIY
- Рейтинг DIY Retail Russia TOP
- Рейтинг крупнейших специализированных торговых сетей DIY
- Региональное развитие крупнейших торговых компаний DIY
- Бизнес-справки TOP-30 операторов рынка DIY России

### Преимущества Исследования

- Динамика макроэкономических показателей с 2008 года
- Операционные и финансовые итоги крупнейших сетей DIY
- Прогноз и тенденции развития рынка розничной торговли DIY России
- Анализ сетевой торговли всем спектром строительных и отделочных материалов (Hard и Soft DIY), товаров для дома и сада
- Охват мелкооптовых продаж

## АНАЛИТИЧЕСКИЕ БАЗЫ: 300 УНИВЕРСАЛЬНЫХ И 300 СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ СЕТЕЙ DIY

### Универсальные сети DIY



### Специализированные сети DIY



Дата выхода: **июнь 2018**

Кол-во страниц: **280/150**

Язык отчета: **Русский / Английский (по запросу)**

Формат предоставления: **PDF**

Стоимость: **35 000 руб.**

### Содержание продукта

- Рейтинг DIY Retail Russia TOP-30 (50 для базы спец. сетей)
- **Результаты конъюнктурного опроса поставщиков рынка DIY**
- Рейтинг спец. сетей – TOP-60 по направлениям (для базы спец. сетей)
- **База 300 универсальных/специализированных сетей DIY**
- Бизнес-справки по TOP-10 ритейлерам DIY (для базы универсальных сетей)

### Преимущества Исследования

- Динамика макроэкономических показателей с 2008 года
- **Операционные и финансовые итоги крупнейших сетей DIY**
- Прогноз и тенденции развития рынка розничной торговли DIY России
- **Аналитическая база операционных и финансовых показателей по 300 универсальным/специализированным сетям DIY России в разрезе федеральных**



## ТЕМАТИЧЕСКИЕ НОВОСТИ: РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ РФ



### Оперативная информация о состоянии розничного рынка России

- Общие новости экономики России и розничной торговли
- **Государственное регулирование**
- Региональные новости
- **Отраслевые мероприятия**
- Новости сетей FMCG, общественного питания, DIY, Household, БТиЭ, мобильной электроники, fashion, аптечного рынка, рынка детских товаров, косметики, парфюмерии и бытовой химии, книжной торговли, спортивных товаров и ювелирных сетей
- **IT и автоматизация сетей**
- Общие, региональные и новости объектов торговой недвижимости
- **Новости логистики**

### Периодичность – от 1 раза в день до 1 раза в месяц

- ✓ Информация по России в целом и по округам
- ✓ **Контактные данные участников рынка**
- ✓ Ключевые материалы выделены графически
- ✓ **Более 5 000 анализируемых источников**
- ✓ Уникальные технологии сбора и предоставления информации

## ОБ АВТОРЕ - ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО INFOLINE



В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и общеэкономических событий в РФ 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 РФ с 2001 г. Проведенные в 2001–2018 гг. исследования инвестиционных процессов в различных отраслях промышленности **специалистами агентства INFOline являются лучшими на рынке**, что признано многочисленными клиентами и партнерами.

199155, Санкт-Петербург, пр. КИМа, 28

[www.infoline.spb.ru](http://www.infoline.spb.ru) | [www.advis.ru](http://www.advis.ru) | +78123226848 | +74957727640

[mail@advis.ru](mailto:mail@advis.ru)

**Спасибо за внимание!**