

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



# Аналитическая база 700 торговых сетей FMCG России

*Стандартная версия*

*I квартал 2015 года*

**Демо-версия**

- Рейтинг крупнейших сетей FMCG России по количеству магазинов, торговой площади, выручке, эффективности продаж и динамики показателей
- Бизнес-справки по 50 крупнейшим сетям FMCG России, включающие операционные и финансовые показатели, информацию по ТОП-менеджменту и бенефициарам, данные по логистике и форматам магазинов, а также стратегии и планам развития.
- База данных 700 торговых сетей и 550 складов сетей FMCG России, включающая контактные данные и параметры бизнеса (количество магазинов, выручка, торговая площадь, региональная представленность (регион, столица региона), склады (количество, общая площадь, региональная представленность))
- Анализ развития сетей FMCG и рейтинги крупнейших ритейлеров по форматам (гипермаркет, супермаркет, дискаунтер, магазин у дома)

**Содержание**

<b>Об Аналитической базе "700 торговых сетей FMCG России" .....</b>	<b>3</b>
<b>Раздел I. Состояние рынка розничной торговли .....</b>	<b>5</b>
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG .....</i>	<i>5</i>
<i>Динамика спроса на потребительском рынке .....</i>	<i>24</i>
<i>История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG .....</i>	<i>40</i>
<b>Раздел II. Рейтинг ТОП-50 ритейлеров FMCG .....</b>	<b>48</b>
<i>Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов .....</i>	<i>49</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по общей торговой площади .....</i>	<i>50</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по чистой выручке .....</i>	<i>54</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по показателю эффективности продаж .....</i>	<i>58</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади распределительных центров .....</i>	<i>61</i>
<i>Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG по прямому импорту .....</i>	<i>66</i>
<b>Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам .....</b>	<b>69</b>
<i>Развитие сетей FMCG в формате "гипермаркет" .....</i>	<i>69</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате "супермаркет" .....</i>	<i>79</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате "дискаунтер" .....</i>	<i>90</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате "магазин у дома" .....</i>	<i>96</i>
<i>Развитие специализированных сетей FMCG .....</i>	<i>102</i>
<b>Раздел IV. База 700 торговых сетей и 550 складов сетей FMCG .....</b>	<b>105</b>
<i>Федеральные и международные сети .....</i>	<i>108</i>
<i>Сети Центрального ФО .....</i>	<i>119</i>
<i>Сети Северо-Западного ФО .....</i>	<i>157</i>
<i>Сети Южного ФО .....</i>	<i>177</i>
<i>Сети Северо-Кавказского ФО .....</i>	<i>184</i>
<i>Сети Приволжского ФО .....</i>	<i>186</i>
<i>Сети Уральского ФО .....</i>	<i>221</i>
<i>Сети Сибирского ФО .....</i>	<i>236</i>
<i>Сети Дальневосточного ФО .....</i>	<i>257</i>
<i>Сети Крымского ФО .....</i>	<i>266</i>
<i>Сети АЗС .....</i>	<i>268</i>
<i>Специализированные сети .....</i>	<i>280</i>
<i>Перспективные проекты в ритейле .....</i>	<i>293</i>
<b>Об информационных продуктах ИА "INFOLine" .....</b>	<b>294</b>

**Информация об агентстве "INFOLine"**

Информационное агентство "INFOLine" создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира. Агентство "INFOLine" ежедневно проводит мониторинг публикации в более 5000 СМИ и ежедневно ведет аналитическую работу по 80 тематикам экономики РФ. Начиная с 2003 года агентство "INFOLine" по заказу клиентов и по собственной инициативе проводит различные кабинетные исследования рынков. При подготовке маркетингового исследования специалисты агентства используют



информационное агентство information agency



уникальное информационное обеспечение и опираются на многолетний опыт работы с различными новостными потоками.

Исследования и периодические обзоры ИА "INFOLine" используют в работе **крупнейшие ритейлеры FMCG** ("X5 Retail Group", "Магнит", "Auchan", "Metro cash&carry", "Лента", "ОКЕЙ"), **производители** (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars), **дистрибуторы** (ГК "Мегаполис"), **финансовые** (ФК "Уралсиб", "МДМ-Банк") и

сервисные компании (ГК "Сервис-плюс", Wincor-nixdorf).

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



## Об Аналитической базе "700 торговых сетей FMCG России"

**Цель исследования:** анализ состояния и прогноз развития розничной торговли и потребительского рынка России, структурированное описание, сравнительный анализ и ранжирование операционных и финансовых показателей более 700 крупнейших торговых сетей FMCG России, анализ логистики и описание 550 распределительных центров сетей FMCG, описание основных форматов торговли на рынке FMCG (гипермаркет, супермаркет, дискаунтер, магазин у дома, магазин на АЗС).

**Ключевые параметры рынка:** емкость розничного рынка России в 2014 году превысила **26,1** трлн. руб. (с учетом НДС), а объем продаж продовольственных товаров – **12,2** трлн. руб. (с учетом НДС). **700** торговых сетей FMCG (включая специализированные сети и магазины на АЗС), описанные в продукте, формируют **45%** оборота розничной торговли продуктами питания в России. При этом доля 10 крупнейших торговых сетей FMCG составляет **22%** розничной торговли продуктами питания.

**Актуальность исследования:** потребительский рынок в 2015 году перешел к новой парадигме развития. В I квартале 2015 года оборот розничной торговли в РФ снизился на 6,7%, а продажи продуктов питания, включая напитки, и табачных изделий – на 6,6%! Прогноз Минэкономразвития на 2015 год – снижение оборота розничной торговли не менее чем на 8,2%, причем сокращение продаж непродовольственных товаров может превысить 10,2%. Снижение покупательской способности и агрессивная конкуренция приведут к уменьшению маржинальности большинства торговых сетей, а это неминуемо приведет к закрытию нерентабельных магазинов и корректировке планов органического роста. В сложившихся условиях анализ динамики развития торговых сетей FMCG становится необходимым элементом стратегии сохранения доли рынка для поставщиков.

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

**Временные рамки исследования:** Динамика с 2004 года (ВВП, емкость и динамика рынка), с 2008 года (операционные и финансовые итоги крупнейших сетей FMCG, структура и динамика сетевой торговли и рынка FMCG), Итоги 2014 года и Прогнозы на 2015-2017 гг. (динамика рынка розничной торговли, показатели форматов и сетей, доходы потребителей, стратегии и планы развития крупнейших сетей FMCG).

**Преимущества исследования:** аналитическая база операционных и финансовых показателей по 700 сетям FMCG России в разрезе федеральных округов (в т. ч. Крымский Федеральный Округ) с выделением специализированных сетей и сетей в формате "магазин при АЗС", аналитический обзор сетей FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности продаж, глубокий анализ и прогноз развития форматов торговли и региональной представленности в России. Также исследование содержит аналитическую базу 550 распределительных центров торговых сетей FMCG России и структурированное описание потребительского рынка России. Бизнес-справки по ТОП-40 крупнейшим ритейлерам FMCG и 10 ритейлерам – лидерам в форматах "магазин при АЗС" и "интернет-торговля", специализированные сети и форматы.

### Методы исследования и источники информации:

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

Аналитическая база **"700 торговых сетей FMCG России"** включает следующие разделы:

- Раздел I. Состояние рынка розничной торговли** Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших розничных сетей: динамика, структура и прогноз российского розничного рынка. Динамика спроса на потребительском рынке. История развития, состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG: этапы и количественные показатели развития торговли в России. **Расширенная версия** исследования также **содержит** структуру оборота продовольственными товарами по каналам продаж, сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран, информацию о государственном регулировании розничной торговли в России.

- **Раздел II. Рейтинг ТОП-100 крупнейших ритейлеров FMCG** Рейтинги ТОП-100 крупнейших ритейлеров FMCG России по операционным (количество магазинов, общая торговая площадь, количество и площади распределительных центров), финансовым (выручка) показателям и показателю эффективности (выручка с кв.м.).

**Стандартная версия Исследования "База 700 торговых сетей FMCG России" включает Рейтинг ТОП-50 крупнейших ритейлеров FMCG России, расширенная версия Исследования – Рейтинг ТОП-100 крупнейших ритейлеров FMCG России.**

- **Раздел III. Описание основных форматов сетевой торговли FMCG** Анализ развития торговых сетей в разрезе основных форматов торговли (гипермаркет, супермаркет, дискаунтер, магазин у дома, специализированные сети). Основные характеристики сетей в формате: количество, торговая площадь, региональная представленность на 1.1.2015. Характеристика крупнейших ритейлеров в формате: выручка ТОП-20 ритейлеров (**только для расширенной версии Исследования**), год появления формата, количество ассортиментных позиций, доля продовольственных товаров (% от количества SKU), средняя торговую площадь, диапазон торговых площадей, величина среднего чека. Динамика развития сетей формата в 2009-2014 гг.

**Стандартная версия Исследования "База 700 торговых сетей FMCG России" включает Рейтинг ТОП-10 специализированных сетей FMCG России, расширенная версия Исследования – Рейтинг ТОП-20 специализированных сетей FMCG России.**

- **Раздел IV. База данных "700 сетей и 550 складов сетей FMCG России"** База контактных данных, операционных и финансовых показателей по 700 сетям FMCG России:
  - Бренд сети
  - Юридическое название
  - Менеджмент сети:
    - Генеральный директор
    - Финансовый директор
    - Директор по закупкам
    - Директор по IT
  - Фактический адрес
  - Телефон
  - Факс
  - E-mail
  - Web-сайт
  - Интернет-магазин
  - Общее количество магазинов сети на 1.1.2015
  - Количество магазинов на 1.1.2015 по форматам (гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома)
  - Общая торговая площадь магазинов сети на 1.1. 2015
  - Чистая выручка (без учета НДС) торговой сети в 2013-2014 гг., млрд. руб.
  - Региональная представленность (в каких регионах и городах размещены магазины сети с указанием их количества)
    - Количество РЦ/складов на 1.1. 2015
    - Общая площадь РЦ/складов на 1.1. 2015
    - Регионы присутствия РЦ/складов на 1.1. 2015
- **Раздел V. Бизнес-справки по ТОП-50 ритейлерам FMCG России** Бизнес-справки по 40 крупнейшим ритейлерам FMCG России и 10 ритейлерам – лидерам в форматах "магазин при АЗС" и "интернет-торговля", среди специализированных сетей и ярких представителей формата. Бизнес-справки включают 12 разделов: контактные данные, история развития сети, структура компании и бенефициары (акционерный капитал), описание основных форматов, собственные торговые марки и прямой импорт, операционные показатели, региональная представленность, девелоперские проекты, логистика, финансовые показатели, стратегия и планы регионального развития, отчетность по РСБУ (МСФО).

**Стандартная и печатная версия Исследования "База 700 торговых сетей FMCG России" включает разделы I-IV. Расширенная версия Исследования включает также раздел V "Бизнес-справки".**



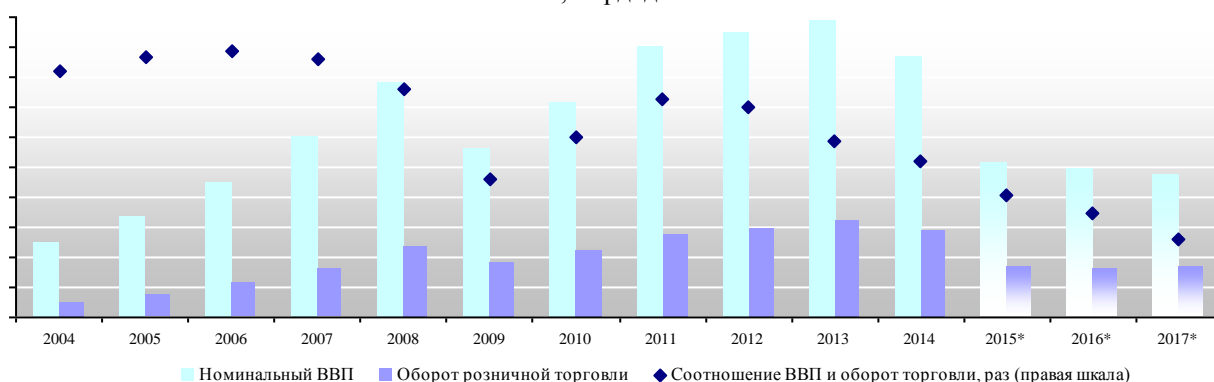
## Раздел I. Состояние рынка розничной торговли

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

#### Динамика и прогноз основных показателей российского розничного рынка

Макроэкономическая ситуация в 2014 году характеризовалась нарастанием кризисных явлений в промышленности, инвестиционной деятельности и на рынке труда. В 2014 году номинальный объем ВВП России сократился на \*% до \* трлн. руб. против роста на \*% в 2013 году. Обострение геополитической обстановки и усиление экономических санкций в отношении России в 2014 году привели к ухудшению инвестиционного климата и сворачиванию инвестиционных процессов.

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



<...>

#### Структура оборота розничной торговли по видам товаров

В структуре оборота розничной торговли наиболее высокие среднегодовые темпы роста в 2005-2008 и 2010-2014 гг. наблюдались по группе непродовольственных товаров, в то время как в сегменте продуктов питания и алкогольных напитков темпы роста, напротив, имели тенденцию к снижению, что во многом связано с ростом акцизов на крепкий алкоголь и, как следствие, конечной стоимости продукции.

<...>

Таблица 2. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2002-2015 гг.

Показатель	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	I кв. 2014	I кв. 2015
Оборот розничной торговли	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
продовольственные товары	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
непродовольственные товары	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля продовольственных товаров, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля непродовольственных товаров, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

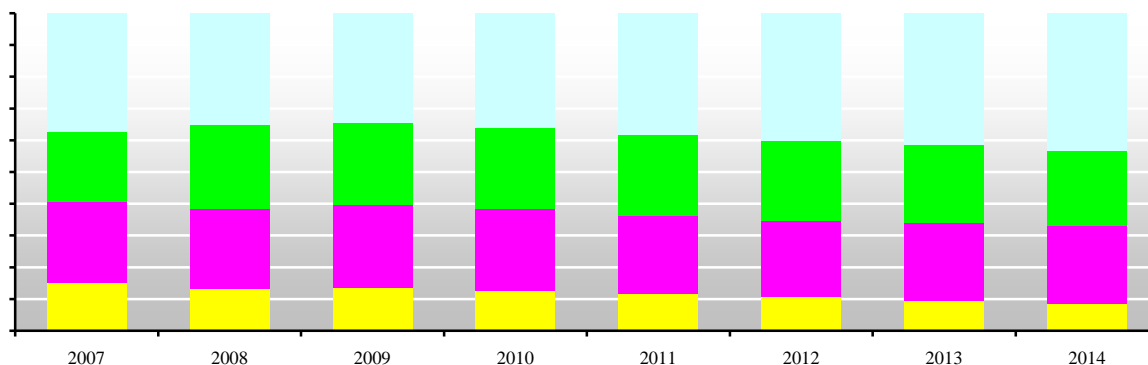
Источник: данные ФСГС

<...>

#### Структура оборота розничной торговли по видам организаций

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

Рисунок 1. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2014 гг., по видам организаций, %

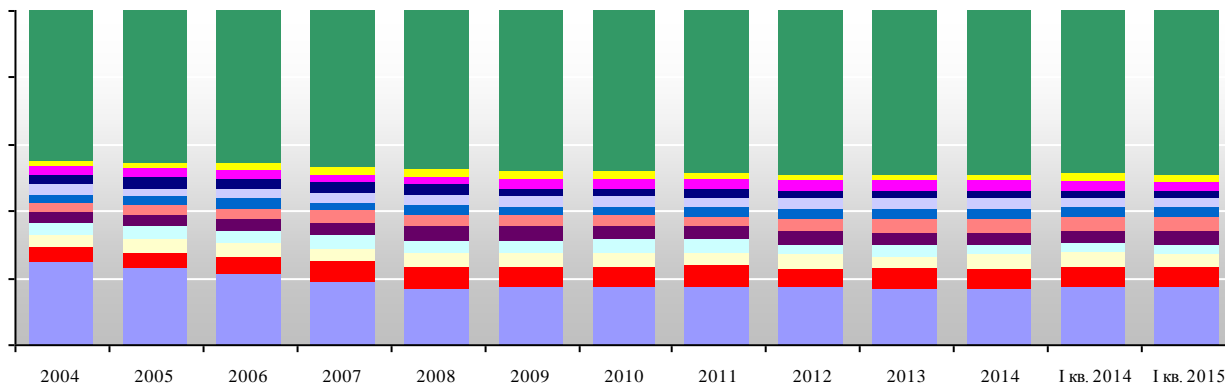


<...>

### Региональная структура оборота розничной торговли

Региональная структура оборота розничной торговли России отличается неравномерностью: \*% оборота в 2014 году приходилось на 11 субъектов РФ.

Рисунок 2. Динамика структуры оборота розничной торговли по регионам России в 2004-2015 гг.

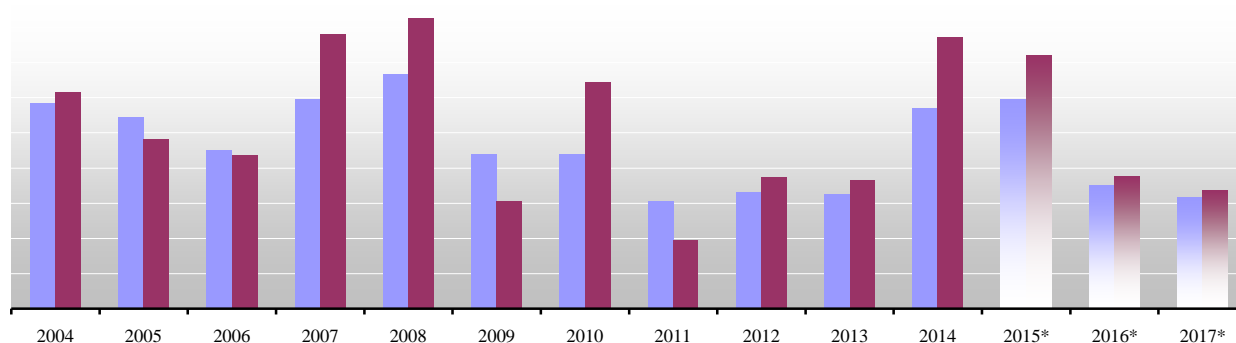


### Инфляция на рынке продовольственных товаров

<...>

В 2014 году инфляция, выйдя на двухзначное значение, стала самой высокой после 2008 года. Повышательный тренд наблюдался на протяжении всего года. <...>

Рисунок 3. Индекс потребительских цен на конец периода в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., % к аналогичному периоду предыдущего года



<...>



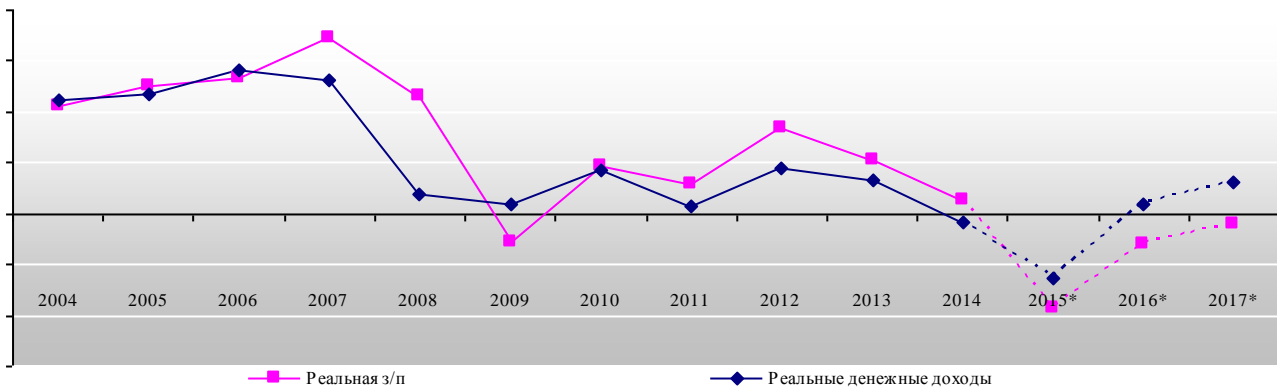
*Динамика спроса на потребительском рынке*

**Динамика заработной платы и денежных доходов населения**

Динамика заработной платы и среднедушевых доходов населения в 2000-2014 гг. характеризуется увеличением разрыва между начисленной заработной платой и реальными среднедушевыми доходами населения.



Рисунок 4. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., %



**Потребительское поведение населения**

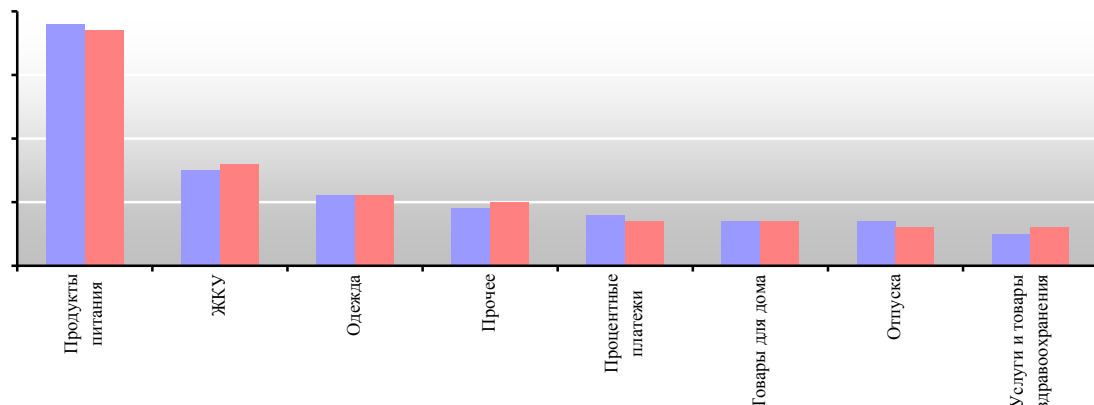
В марте 2015 года Sberbank CIB провел исследование потребительского поведения и настроений российского среднего класса<sup>1</sup>.



Индекс условий для крупных приобретений в I кв. 2015 года опустился до \*% по сравнению с \*% в IV кв. 2014 года. Это произошло после паники на валютном рынке и последующего бума продаж непродовольственных товаров в декабре, когда потребители стремились защитить свои сбережения от девальвации рубля.



Рисунок 5. Соотношение доходов населения и отдельных статей расходов, %



Источник: CINT, Sberbank Investment Research



<sup>1</sup> В ходе исследования было опрошено 2 300 респондентов в возрасте от 18 до 65 лет, проживающих в 164 городах с населением свыше 100 тыс. жителей.

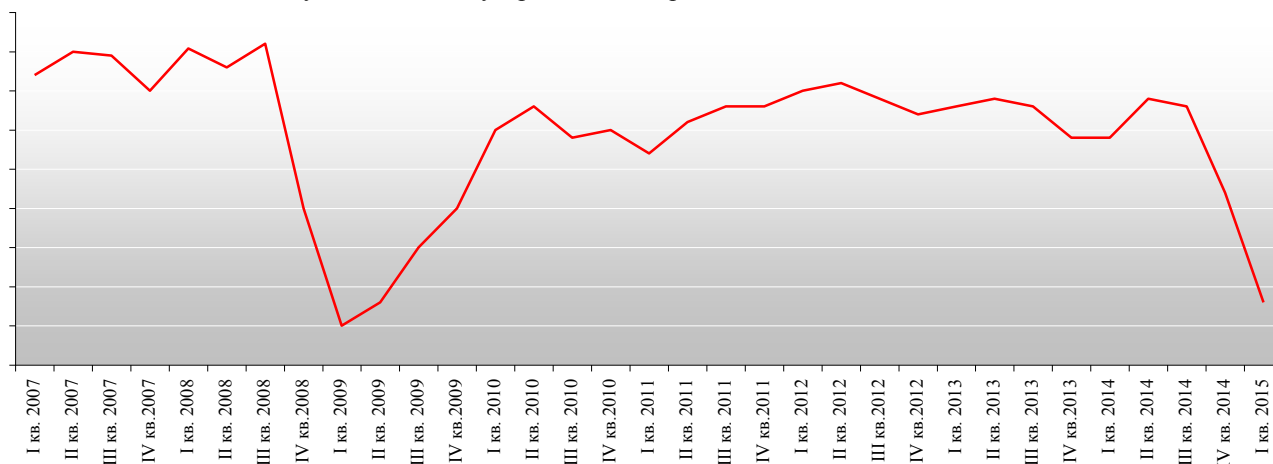
Потребительские ожидания и уверенность населения

<...>

По данным опросов ФСГС 5000 человек в возрасте от 16 лет, проживающих во всех субъектах РФ, в I кв. 2015 года индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, в I кв. 2015 года по сравнению с IV кв. 2014 года снизился на \*п.п. и составил \*32%.

<...>

Рисунок 6. Индекс уверенности потребителей России 2007–2015 гг.



<...>

История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG

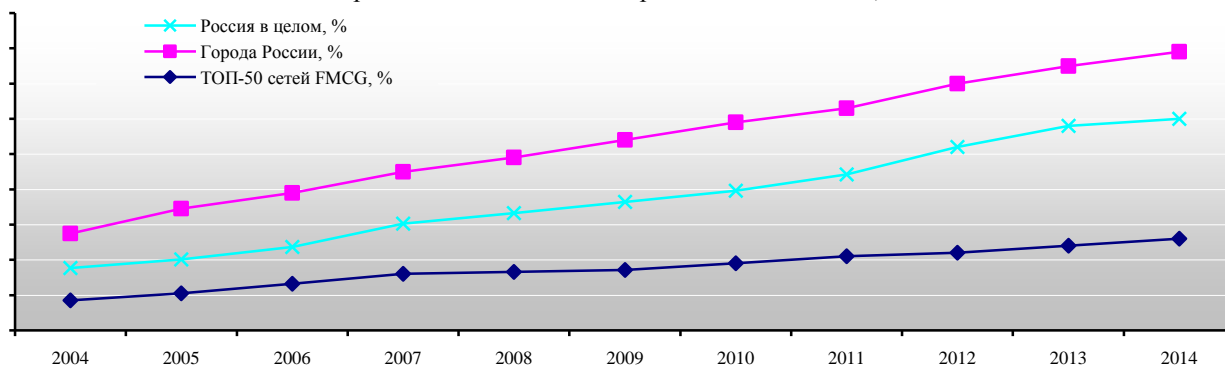
Основные этапы развития торговли в России

<...>

Несмотря на то, что в целом доля современных форматов в России составляет около \*%, наиболее значимым для развития розничного сектора является состояние бизнеса 50 крупнейших ритейлеров, на которые приходится более \*% выручки от продажи продовольственных товаров по России в целом и более \*% выручки от продажи продовольственных товаров в современных форматах торговли.

<...>

Рисунок 50. Доля современных форматов и ТОП-50 сетей FMCG в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 2004-2014 гг., %



<...>

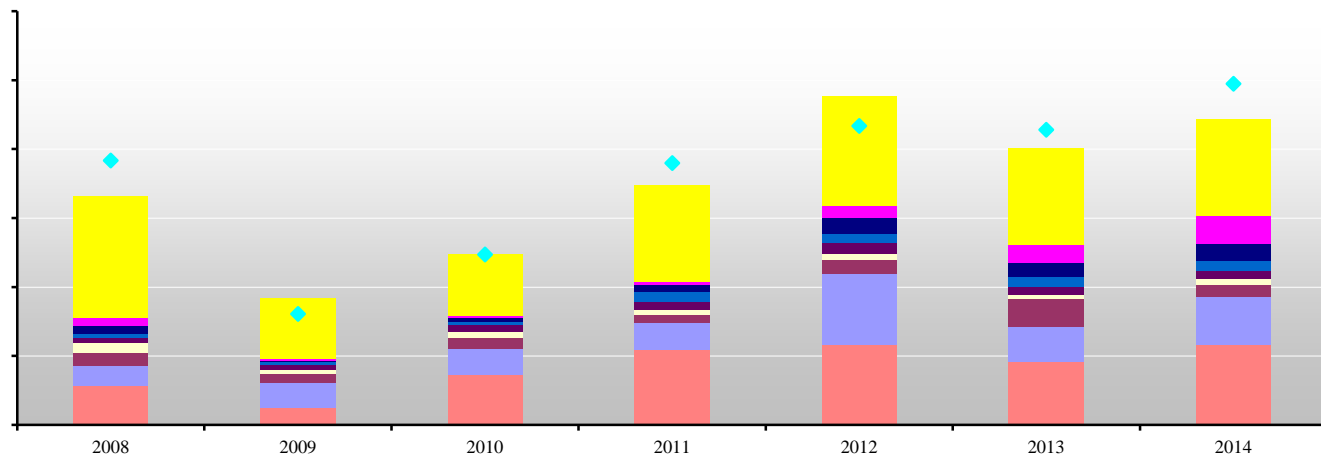




**Основные количественные показатели развития торговли в России**

Наибольший вклад в прирост торговых площадей в 2014 году внесли компании "Магнит", "Лента", X5 Retail Group. <...>

Рисунок 7. Динамика прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2008-2014 гг., тыс. кв. м.



<...>

**Раздел II. Рейтинг ТОП-50 ритейлеров FMCG**

По итогам 2014 года в рейтинг ТОП-100 крупнейших сетей FMCG<sup>2</sup> вошли компании с выручкой более 4,1 млрд. руб., в рейтинг ТОП-50 крупнейших сетей FMCG<sup>3</sup> – с выручкой более 10 млрд. руб.

**Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов**

Информация о количестве магазинов крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10 млрд. руб. в 2014 году) в 2008-2014 гг. и в I кв. 2014-2015 гг. приведена в таблице.

№ пп	Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	I кв. 2014	I кв. 2015
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	2968	3205	4002	5006	6046	7200	*	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	14	24	51	93	126	161	*	*	*
		Магнит Семейный	С	0	0	0	0	20	46	*	*	*
		Магнит-Косметик	М	0	0	2	210	692	686	*	*	*
		<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>2982</b>	<b>3229</b>	<b>4055</b>	<b>5309</b>	<b>6884</b>	<b>8093</b>	*	*	*
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	*	*	*

Источник: данные ИА "INFOLine"

**Рейтинг сетей FMCG по общей торговой площади**

Информация об общей торговой площади крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10 млрд. руб. в 2014 году) в 2008-2014 гг. и в I кв. 2014-2015 гг. приведена в таблицах.

Таблица 1. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2008- 2015 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м.

№ пп	Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	I кв. 2014	I кв. 2015
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	883,3	978,5	1256,8	1637,8	1977,5	2312,2	*	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	56,4	81,4	165,1	282,2	387,6	482,9	*	*	*
		Магнит Семейный	С	0,0	0,0	0,0	0,0	24,4	53,3	*	*	*
		Магнит-Косметик	М	0,0	0,0	0,4	50,1	159,8	163,0	*	*	*
		<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>939,7</b>	<b>1059,9</b>	<b>1422,3</b>	<b>1970,2</b>	<b>2549,3</b>	<b>3011,4</b>	*	*	*
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	*	*	*

Источник: данные ИА "INFOLine"

<sup>2</sup> Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

<sup>3</sup> Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

Динамика общей торговой площади крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10 млрд. руб. в 2014 году) в 2009-2014 гг. приведена в таблице.

Таблица 2. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2009-2014 гг., %

№ пп	Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Среднегодовой 2009-2014 <sup>4</sup>	I кв. 2015/I кв. 2014
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	10,8	28,4	30,3	20,7	16,9	*	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	44,4	102,8	71,0	37,3	24,6	*	*	*
		Магнит Семейный	С	-	-	-	-	118,6	*	*	*
		Магнит-Косметик	М	-	-	-	219,1	2,0	*	*	*
		<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>12,8</b>	<b>34,2</b>	<b>38,5</b>	<b>29,4</b>	<b>18,1</b>	*	*	*
...	...	...	...	...	...	...	...	...	*	*	*

Источник: данные ИА "INFOLine"

### Рейтинг сетей FMCG по чистой выручке

Информация о чистой выручке крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10 млрд. руб. в 2014 году) в 2008-2014 гг. приведена в таблице.

Таблица 3. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2008-2014 гг., млрд. руб.

№ пп	Юридическое название	Бренд	Основные форматы	Данные	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	МСФО	126,9	156,5	212,3	287,7	364,2	450,8	*
		Гипермаркет Магнит	Г		5,5	13,1	23,8	46,2	75,4	106,2	*
		Магнит Семейный	С		0,0	0,0	0,0	0,8	3,1	10,7	*
		Магнит-Косметик	М		0,0	0,0	0,0	0,9	5,7	11,9	*
		<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>		<b>132,4</b>	<b>169,6</b>	<b>236,1</b>	<b>335,6</b>	<b>448,5</b>	<b>579,5</b>	*
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	*

Источник: данные ИА "INFOLine"

Динамика чистой выручки крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10 млрд. руб. в 2014 году) в 2009-2014 гг. приведена в таблице.

Таблица 4. Динамика прироста выручки крупнейших сетей FMCG России в 2009-2014 гг., %

№ пп	Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Среднегодовой 2009-2014
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	23,3	35,6	35,5	26,6	23,8	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	138,8	82,2	93,9	63,3	40,8	*	*
		Магнит Семейный	С	-	-	-	288,4	244,6	*	*
		Магнит-Косметик	М	-	-	62335	542,1	107,1	*	*
		<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>28,1</b>	<b>39,2</b>	<b>42,1</b>	<b>33,6</b>	<b>29,2</b>	*	*
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

Источник: данные ИА "INFOLine"

### Рейтинг сетей FMCG по показателям эффективности продаж

Информация о выручке с квадратного метра торговой площади крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 4 млрд. руб.) в рублевом выражении в 2008-2014 гг. приведена в таблице.

<...>

### Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади распределительных центров

Эффективность логистических процессов в розничных торговых сетях оценивается по показателю централизации поставок, то есть по доле товаров, которая поставляется в магазины из собственных распределительных центров.

Таблица 21. Характеристики РЦ крупнейших торговых сетей FMCG России на 1.1.2015 года

Юридическое название	Бренд	Кол-во, шт.	Площадь, тыс. кв. м.	Региональная представленность	Планы развития РЦ
...	...	...	...	...	...
Лента, ООО	Лента	6	160,79	*	*

Источник: ИА "INFOLine"

<...>

<sup>4</sup> Представлен среднегодовой прирост торговой площади за период работы компании.



## Рейтинг сетей FMCG по прямому импорту

Таблица 22. Динамика прямого импорта крупнейших сетей FMCG в 2013-2014 гг. в денежном выражении, млн. долл.

Сеть	Юридическое лицо импортер	2014	2013	Динамика
Магнит	ЗАО "Тандер"	*	*	*
Дикси	ЗАО "ДИКСИ Юг"	*	*	*
...	...	...	...	...

Источник: ИА "INFOLine"

## Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

### Развитие сетей FMCG в формате "гипермаркет"

#### Основные параметры формата "гипермаркет"

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

- крупноформатный магазин самообслуживания с высокой (20% и более) долей непродовольственных товаров в ассортименте, размещенный в отдельно стоящем здании или в торговом центре;

<...>

#### Основные характеристики гипермаркетов России


По итогам 2014 года в ТОП-20 сетей в формате "гипермаркет" вошли компании, выручка которых составила более 5 млрд. руб. <...>

Таблица 26. Количество, торговая площадь и региональная представленность гипермаркетов крупнейших сетей на 1.1.2015

Ритейлер	Бренд	Тип сети	Количество торговых объектов	Суммарная торговая площадь	Количество субъектов РФ	Региональная представленность
Ашан, ООО	Ашан	МН	56	*	*	*
	Ашан-Сити		22	*	*	*
	Наша Радуга		6	*	*	*
...	...	...	...	...	...	...

Источник: данные компаний, оценки ИА "INFOLine"

Таблица 27. Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2015 года

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

Источник: данные компаний, оценки ИА "INFOLine"

<...>

**\*\*\*ДЕМО-ВЕРСИЯ\*\*\***

**Полный текст подраздела содержит рейтинги и характеристики форматов "супермаркет", "дискаунтер", "магазин у дома", а также рейтинг ТОП-10 специализированных сетей FMCG**

**\*\*\*ДЕМО-ВЕРСИЯ\*\*\***

## Раздел IV. База 700 торговых сетей и 550 складов сетей FMCG

### О Базе 700 торговых сетей и 550 складов сетей FMCG

База данных предназначена для оптимизации взаимодействия с торговыми сетями, включает следующие поля:

- Бренд сети;
- Юридическое название;
- Менеджмент сети: генеральный директор, директор по закупкам (коммерческий директор), финансовый директор, IT директор;
- Фактический адрес;
- Телефон;
- Факс;
- E-mail;
- Web-сайт;
- Интернет-магазин;
- Общее количество магазинов сети на 1 января 2015 года;
- Количество магазинов на 1 января 2015 года по форматам (гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома);
- Общая торговая площадь магазинов сети на 1 января 2015 года;
- Чистая выручка (без учета НДС) торговой сети в 2013-2014 гг., млрд. руб.;
- Региональная представленность (в каких регионах и городах размещены магазины сети с указанием их количества)
- Количество РЦ/складов на 1.1.2015 года. К типу "РЦ", в случае если иное не указано компанией, относится склад, площадью более 5 тыс. кв. м. К типу "склад" относится склад, площадью менее 5 тыс. кв. м. Следует отметить, что крупные торговые сети используют классические РЦ, а небольшие сети складские комплексы, выполняющие распределительные функции и ориентированные на одну категорию товаров (фрукты и овощи, алкогольная продукция, непродовольственные товары и др.).
- Общая площадь РЦ/складов на 1.1.2015 года
- Регион присутствия РЦ/складов на 1.1.2015 года

Контактные данные по компаниям представлены по состоянию на начало 2015 года. Для украинских сетей, развивающихся в Крымском федеральном округе представлены данные головного офиса компании.

Информация по крупнейшим ритейлерам (X5 Retail Group и "Магнит") приведена по сети в целом и в разбивке на основные форматы (сначала агрегированная информация по сети в целом, а затем в разбивке по форматами).

Компании<sup>5</sup>, представленные в базе, разделены по федеральным округам в зависимости от места расположения головного офиса компании, в порядке убывания выручки за 2014 год. При этом компании, развивающие сеть в России только на территории Республики Крым, вне зависимости от местоположения головного офиса (на территории Республики Крым или Украины) отнесены к Крымскому федеральному округу. Федеральные и международные сети, сети в формате "магазины при АЗС", специализированные сети<sup>6</sup> (в разбивке по основной специализации торговых объектов), а также "перспективные проекты в ритейле" – сети, по состоянию на апрель 2015 года не имеющие торговых объектов, но планирующие выход на рынок розничной торговли России до конца 2015 года, – выделены в отдельные подразделы.

Таблица 5. Региональная структура торговых сетей из базы 700 сетей FMCG

Тип/ФО	Количество компаний	Количество, ед.			Общая торговая площадь, тыс. кв. м.	Выручка (без НДС) в 2014 году, млрд. руб.
		Г	С	М		
Федеральные <sup>7</sup> и международные сети	22 <sup>8</sup>	701	1044	19828	11420,6	2946,2
Центральный ФО	140	70	799	2528	1553,8	383,7
Северо-Западный ФО	73	16	221	1607	624,7	147,6
Южный ФО	27	2	104	1249	338,7	71,7

<sup>5</sup> Одна компания может развивать несколько торговых сетей.

<sup>6</sup> В базе 700 торговых сетей FMCG представлены специализированные сети с расширенным ассортиментом (включает в себя ограниченный перечень товаров повседневного спроса).

<sup>7,7</sup> Федеральной считается сеть, присутствующая в 2 и более федеральных округах России и не в менее чем 6 регионах.

<sup>8</sup> Без учета Центрального Союза Потребительских Обществ РФ, включающего более 27 тыс. торговых объектов, ОАО "Железнодорожная торговая компания", включающего около 750 торговых объектов и ФГУП "Почта России", включающего более 41600 почтовых отделений.



Тип/ФО	Количество компаний	Количество, ед.		Общая торговая	Выручка (без НДС) в 2014	
Северо-Кавказский ФО	9	1	14	156	46,0	8,2
Приволжский ФО	126	43	739	3818	1563,5	300,0
Уральский ФО	54	18	256	881	534,7	111,9
Сибирский ФО	76	57	858	2771	1667,3	336,1
Дальневосточный ФО	32	33	120	323	333,0	85,7
Крымский ФО	11	2	27	101	63,7	9,2
АЗС	44	-	-	6000	491,6	101,4
Специализированные сети по направлениям: алкогольная продукция, мясная продукция, молочная продукция, хлебобулочные и кондитерские изделия	44	-	7560		726,7	154,3
Перспективные проекты в ритейле	3	-	-	-	-	-

Источник: ИА "iNFOLine"

В базе также представлен Центральный Союз Потребительских Обществ РФ, объединяющий потребсоюзы на всей территории РФ и включающий более 41 тыс. торговых объектов. Потребительские союзы отдельных субъектов федерации в базе 700 торговых сетей FMCG не представлены. Кроме того, в базе представлена "Железнодорожная торговая компания", основным направлением деятельности которой является организация розничной торговли по всей сети железных дорог России. Данные компании отнесены к разделу "Федеральные и международные сети".

**В базу 700 торговых сетей FMCG России не включены:**

- сетевые компании, развивающие форматы "магазин у дома" и "дискаунтер", количество объектов которых составляет менее 5;
- сетевые компании, общая торговая площадь которых составляет менее 500 кв. м.;
- сетевые компании, выручка которых по итогам 2014 года составила менее 100 млн. руб.;
- специализированные сети, развивающие форматы "магазин у дома", количество объектов которых составляет менее 20;
- узкоспециализированные сети;
- сети в формате "магазин при АЗС", количество объектов которых составляет менее 20.

Кроме того, в Республиках Ингушетия, Тыва, Дагестан, Чечня и Чукотском автономном округе нет значимых торговых сетей, в связи с чем сети, расположенные в данных регионах, в базе 700 торговых сетей FMCG не представлены. На территории Республик Адыгея, Алтай, Карачаево-Черкессия и Калмыкия представлены крупные международные, федеральные, межрегиональные ритейлеры, значимых местных сетей в данных регионах также нет.

При этом в базе представлены сети, отвечающие условиям вхождения в базу, однако по состоянию на май 2015 года, прекратившие свою деятельность или находящиеся в стадии банкротства:

Таблица 6. Компании, представленные в базе и прекратившие свою деятельность.

Юридическое лицо	Бренды	Регионы присутствия сети, до закрытия
ГК Универсал, ООО	Гурман, Наш, Наш экспресс, O'fresh	Чувашская респ., Марий Эл респ.
*	*	*

Источник: ИА "iNFOLine"

Часть компаний, представленных в базе за 2013 год, не представлены в базе по итогам 2014 года в связи с прекращением деятельности. Так, в 2013 –2014 гг. были совершены следующие сделки, повлиявшие на представленность сетей в базе:

Таблица 7. Сделки M&A в FMCG ритейле России в 2013-2014 гг., повлиявшие на состав базы 700 торговых сетей FMCG

Дата	Предмет и объект сделки	Собственник объекта	Место нахождения торговых объектов	Компания-покупатель	Описание сделки
Апрель 2013	16 гипермаркетов real,- (Россия)+ 72 в Польше, Румынии и Украине	ООО "реал,- Гипермаркет"	Волгоградская, Ивановская, Липецкая обл., <...>	ООО "Ашан"	25 апреля 2013 года Auchan Groupe и Metro Group закрыли сделку по продаже 16 гипермаркетов real,- в России. <...>

Источник: ИА "iNFOLine"

Кроме того, прекратили свою деятельность следующие компании:

Таблица 8. Компании, прекратившие деятельность в 2013-2014 гг.

Юридическое лицо	Бренды	Регионы присутствия сети, до закрытия
Росби+, ООО	Гросфуд	Москва
*	*	*

Источник: ИА "INFOLine"

## Внешний вид Базы данных "700 сетей и 550 складов сетей FMCG"

### Федеральные и международные сети

**Операционная компания:** Лента, ООО

**Бренды:** Лента

**Контактные данные:**

*Фактический адрес:* 197374, Санкт-Петербург, ул. Савушкина, д. 112  
*Телефон:* (812) 3806131  
*Факс:* (812) 3806150  
*E-mail:* info@lenta.com  
*Сайт:* www.lenta.com  
*Интернет-магазин:* нет

**Персоналии:**

*Генеральный директор:* Ян Дюннинг  
*Директор по закупкам:* Херман Тинга, коммерческий директор  
*Финансовый директор:* Яхо Лемменс  
*IT-директор:* Всеволод Кузьмич

**Операционные показатели:**

*Общее количество магазинов на 1.1.2015:* 132  
*Количество гипермаркетов на 1.1.2015:* 108  
*Количество супермаркетов на 1.1.2015:* 24  
*Общая торговая площадь на 1.1.2015:* 703,9 тыс. кв. м.

**Финансовые показатели:**

Выручка в 2014 году: 194,0 млрд. руб. без НДС  
 Выручка в 2013 году: 144,3 млрд. руб. без НДС

**Региональная представленность (столицы):** Астрахань-\*, Барнаул-\*, Белгород-\*, Брянск-\*, Великий Новгород-\*, Волгоград-\*, Вологда-\*, Воронеж-\*, Ижевск-\*, \*\*\*

**Региональная представленность (субъекты):** Алтайский край-\*, Астраханская обл.-\*; Белгородская обл.-\*; Брянская обл.-\*; Волгоградская обл.-\*; Вологодская обл.-\*; Воронежская обл.-\*; \*\*\*

**Логистика:**

*Количество складов на 1.1.2015:* 6  
*Общая площадь складов, тыс. кв. м:* 160,8

*Региональная представленность складов:* Санкт-Петербург-2 (пос. Шушары-1 (29,4), Санкт-Петербург-1 (11)),

Новосибирская область (пос. Толмачево)-1 (39,137), Московская область (г. Чехов)-1 (41,965), Самарская область (г. Тольятти) – 1 (19,656), Ростов-на-Дону – 1 (19,656)

### Сети Сибирского ФО

**Операционная компания:** Розница-1, ООО и др.

**Бренды:** Мария-Ра

**Контактные данные:**

*Фактический адрес:* 656049, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Мерзликина, д. 5  
*Телефон:* (3852) 223416, 223434  
*Факс:* (3852) 238580  
*E-mail:* partner@maria-ra.ru  
*Сайт:* www.maria-ra.ru  
*Интернет-магазин:* нет

**Персоналии:**

*Генеральный директор:* Яблонский Александр Сергеевич  
*Директор по закупкам:* Дьяков Денис Валерьевич  
*Финансовый директор:* Ракшина Алла Александровна  
*IT-директор:* Назаров Владимир Александрович

**Операционные показатели:**

*Общее количество магазинов на 1.1.2015:* 715  
*Количество супермаркетов на 1.1.2015:* 99  
*Количество магазинов у дома на 1.1.2015:* 616  
*Общая торговая площадь на 1.1.2015:* 259,8 тыс. кв. м.

**Финансовые показатели:**

Выручка в 2014 году: 57,6 млрд. руб. без НДС  
 Выручка в 2013 году: 50,4 млрд. руб. без НДС

**Региональная представленность (столицы):** \*\*\*

**Региональная представленность (субъекты):** \*\*\*

**Логистика:**

*Количество складов на 1.1.2015:* 1  
*Общая площадь складов, тыс. кв. м.:* 32  
*Региональная представленность складов:* Алтайский край-1



## Перечень таблиц и графиков

### Таблицы

#### Раздел I. Состояние рынка розничной торговли

- Таблица 1. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2004-2015 гг.  
Таблица 2. Структура продаж основных продуктов питания в 2004-2014 гг.  
Таблица 3. Динамика продажи основных видов продовольственных товаров в 2004-2014 гг., индекс %  
Таблица 4. Структура продаж основных непродовольственных товаров в 2004-2014 гг.  
Таблица 5. Динамика продажи основных видов непродовольственных товаров в 2004-2014 гг., индекс %  
Таблица 6. Оборот торгующих организаций и рынков в 2004-2015 гг., млрд. руб.  
Таблица 7. Региональная структура оборота розничной торговли РФ в 2004-2014 гг., %  
Таблица 8. Индекс потребительской уверенности  
Таблица 9. Основные этапы развития российского ритейла FMCG в 1994-2015 гг.  
Таблица 10. Динамика прироста торговых площадей по ТОП-130 российских ритейлеров в 2010-2014 гг.

#### Раздел II. Рейтинги ТОП-50 ритейлеров FMCG

- Таблица 11. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2008-2015 гг., по состоянию на конец периода, шт.  
Таблица 12. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2008-2015 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м.  
Таблица 13. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2009-2014 гг., %  
Таблица 14. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2008-2014 гг., млрд. руб.  
Таблица 15. Динамика прироста выручки крупнейших сетей FMCG России в 2009-2014 гг., %  
Таблица 16. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2014-2015 гг.  
Таблица 17. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2014-2015 гг.  
Таблица 18. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2008-2014 гг., тыс. руб. в год  
Таблица 19. Динамика прироста чистой выручки (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2009-2014 гг., %  
Таблица 20. Характеристики РЦ и складов торговых сетей FMCG России по состоянию на 1.1.2015 года  
Таблица 21. Характеристики РЦ крупнейших торговых сетей FMCG России на 1.1.2015  
Таблица 22. Динамика прямого импорта крупнейших сетей FMCG в 2013-2014 гг. в денежном выражении, млн. долл.  
Таблица 23. Динамика объемов прямого импорта крупнейших сетей FMCG в 2013-2014 гг. по кварталам  
Таблица 24. Структура прямого импорта по сетям по основным товарам в денежном выражении, млн. долл.

#### Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

- Таблица 25. Количество, торговая площадь и региональная представленность гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2015 года  
Таблица 26. Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2015 года  
Таблица 27. Количество, торговая площадь и региональная представленность супермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2015 года  
Таблица 28. Характеристики супермаркетов крупнейших ритейлеров России по состоянию на 1 января 2015 года  
Таблица 29. Франчайзинговые партнеры SPAR Russia B.V., развивающие сеть SPAR в регионах по состоянию на 1 апреля 2015 года  
Таблица 30. Количество, торговая площадь и региональная представленность магазинов у дома (дискаунтеров) крупнейших ритейлеров России на 1 января 2015 года  
Таблица 31. Характеристики магазинов у дома (дискаунтеров) крупнейших ритейлеров России  
Таблица 32. Количество, торговая площадь и региональная представленность магазинов у дома некоторых крупнейших ритейлеров России на 1 января 2015 года  
Таблица 33. Характеристики магазинов у дома некоторых крупнейших ритейлеров FMCG России  
Таблица 34. Операционные показатели крупнейших сетей магазинов при АЗС на 1 января 2015 года  
Таблица 35. Количество, торговая площадь, выручка и региональная представленность ТОП-10 специализированных сетей FMCG России на 1 января 2015 года  
Таблица 36. Характеристики ТОП-10 специализированных сетей FMCG России

#### Раздел IV. База 700 торговых сетей и 550 складов сетей FMCG

- Таблица 37. Региональная структура торговых сетей из базы 700 сетей FMCG  
Таблица 38. Компании, представленные в базе и прекратившие свою деятельность.  
Таблица 39. Сделки M&A в FMCG ритейле России в 2013-2014 гг., повлиявшие на состав базы 700 торговых сетей FMCG  
Таблица 40. Компании, прекратившие деятельность в 2013-2014 гг.

### Рисунки

#### Раздел I. Состояние рынка розничной торговли

- Рисунок 1. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., млрд. долл.  
Рисунок 2. Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., %  
Рисунок 3. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007-2015 гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года  
Рисунок 4. Динамика оборота розничной торговли и денежной массы в 2007-2015 гг., млрд. руб.  
Рисунок 5. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2004-I кв.2015 гг., %  
Рисунок 6. Динамика доли продовольственных товаров в обороте розничной торговли в 2007-2015 гг., %  
Рисунок 7. Доля продуктов питания в расходах домохозяйств, %  
Рисунок 8. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2015 гг. (по месяцам), млрд. руб.  
Рисунок 9. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2015 гг. (по месяцам), %  
Рисунок 10. Динамика оборота розничной торговли по отдельным группам товаров, %  
Рисунок 11. Динамика оборота розничной торговли по отдельным группам непродовольственных товаров, %



- Рисунок 12. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2014 гг., по видам организаций, %
- Рисунок 13. Динамика оборота торгующих организаций и рынков в 2011-2015 гг. (по месяцам), трлн. руб.
- Рисунок 14. Структура оборота розничной торговли в 2011-2015 гг. (по месяцам), %
- Рисунок 15. Динамика количества рынков в РФ и их доли в обороте розничной торговли в 2004-2014 гг.
- Рисунок 16. Динамика структуры оборота розничной торговли по регионам России в 2004-2015 гг.
- Рисунок 17. Динамика оборота розничной торговли по регионам России в 2004-2015 гг., млрд. руб.
- Рисунок 18. Динамика доли 69 регионов России (кроме 11 крупнейших) в обороте розничной торговли в 2004-2015 гг., %
- Рисунок 19. Структура оборота розничной торговли по регионам России в 2004 году
- Рисунок 20. Структура оборота розничной торговли по регионам России в 2014 году
- Рисунок 21. Количество регионов с позитивной динамикой оборота розничной торговли в физическом выражении к аналог. периоду пред. года
- Рисунок 22. Динамика оборота розничной торговли по федеральным округам в 2004-2015 гг., млрд. руб.
- Рисунок 23. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам в I кв. 2014 года
- Рисунок 24. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам в I кв. 2015 года
- Рисунок 25. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам в 2004 году
- Рисунок 26. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам в 2014 году
- Рисунок 27. Индекс потребительских цен на конец периода в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., % к аналогичному периоду предыдущего года
- Рисунок 28. Структура вклада в инфляцию в 2007-I кв. 2015 гг., п.п.
- Рисунок 29. Индекс потребительских цен в 2011-2014 гг., в % к предыдущему месяцу
- Рисунок 30. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., %
- Рисунок 31. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2010-2015 гг., %
- Рисунок 32. Динамика номинальной начисленной зарплаты и среднедушевых доходов населения в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., тыс. руб.
- Рисунок 33. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2014 гг., %
- Рисунок 34. Динамика курса доллара и евро в 2005-2015 гг., руб.
- Рисунок 35. Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 2007-2014 гг., %
- Рисунок 36. Структура денежных доходов населения по источникам поступления в I кв. 2010-2015 гг., %
- Рисунок 37. Структура использования денежных доходов населения в 2007-2015 гг., %
- Рисунок 38. Структура использования денежных доходов населения в I кв. 2010-2015 гг., %
- Рисунок 39. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, % к предыдущему месяцу года
- Рисунок 40. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.
- Рисунок 41. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2007 года
- Рисунок 42. Доля респондентов, считающих экономическую ситуацию нестабильной или крайне нестабильной
- Рисунок 43. Основные поводы для беспокойства
- Рисунок 44. Мнение респондентов относительно динамики курса рубля
- Рисунок 45. Планы респондентов по приобретению иностранной валюты
- Рисунок 46. Насколько текущие экономические условия благоприятны для сбережений
- Рисунок 47. Сколько денег вы потратили вчера, руб.
- Рисунок 48. Ощутили ли вы какой-либо эффект недавней девальвации рубля?
- Рисунок 49. Мнение респондентов, о влиянии девальвации на структуру расходов
- Рисунок 50. Стали ли вы покупать более дешевые товары первой необходимости в последние два-три месяца
- Рисунок 51. Как бы вы описали изменения потребления товаров "не первой необходимости" в последние два-три месяца
- Рисунок 52. Соотношение доходов населения и отдельных статей расходов, %
- Рисунок 53. Темпы роста цен на продукты питания по оценкам респондентов по официальным данным
- Рисунок 54. Рост расходов Ивановых на продукты и динамика продаж продуктов питания по официальной статистике
- Рисунок 55. Рост цен на продукты питания в крупнейших продуктовых сетях по оценкам респондентов
- Рисунок 56. Индекс потребительского восприятия цен в продуктовых розничных сетях
- Рисунок 57. Инфляционный рост цен на отдельные продукты питания
- Рисунок 58. Каким образом вы пытаетесь сэкономить на продуктах питания?
- Рисунок 59. Факторы, влияющие на выбор магазина
- Рисунок 60. Индекс уверенности потребителей России 2007-2015 гг.
- Рисунок 61. Оценка экономической ситуации в России потребителями 2007-2015 гг.
- Рисунок 62. Оценка личного материального положения потребителями России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 63. Оценка текущего положения потребителями России в 2007-2015 гг.
- Рисунок 64. Доля современных форматов и ТОП-50 сетей FMCG в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 2004-2014 гг., %
- Рисунок 65. Продажи прод. товаров (с НДС) по видам торговых объектов в России в 2004-2014 гг., млрд. руб.
- Рисунок 66. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов (с НДС) в России в 2004-2014 гг., млрд. руб.
- Рисунок 67. Динамика прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2008-2014 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 68. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2008-2014 гг., %
- Рисунок 69. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2013 году, %
- Рисунок 70. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2014 году, %
- Рисунок 71. Динамика чистого прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России в 2012-2014 гг. по месяцам, тыс. кв. м.
- Рисунок 72. Динамика прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I кв. 2010-2015 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 73. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I кв. 2010-2015 гг., %
- Рисунок 74. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I кв. 2014 года, %
- Рисунок 75. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I кв. 2015 года, %



## *Раздел II. Рейтинги ТОП-100 ритейлеров FMCG*

Рисунок 76. Уровень централизации поставок крупнейших торговых сетей FMCG России в 2008-2014 гг. и прогноз до 2016 года, %

## *Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам*

Рисунок 77. Динамика количества и торговой площади гипермаркетов FMCG в России в 2005-2015 гг.

Рисунок 78. Количество и общая торговая площадь гипермаркетов сетей FMCG РФ по состоянию на 1 января 2015 года

Рисунок 79. Динамика прироста количества объектов 60 ритейлеров России, развивающих формат "гипермаркет" (без учета ритейлеров, сокративших количество объектов) в 2009-2014 гг., шт.

Рисунок 80. Динамика прироста торговых площадей 60 ритейлеров, развивающих формат "гипермаркет" (без учета сокративших площади) в 2009-2014 гг., тыс. кв. м.

Рисунок 81. Структура прироста торговых площадей 60 ритейлеров, развивающих формат "гипермаркет" (без учета сокративших площади) в 2009-2014 гг., %

Рисунок 82. Динамика прироста количества объектов 100 ритейлеров, развивающих формат "супермаркет" (без учета сокративших количество объектов) в 2009-2014 гг., шт.

Рисунок 83. Динамика прироста торговых площадей 100 ритейлеров, развивающих формат "супермаркет" (без учета сокративших площади) в 2009-2014 гг., тыс. кв. м.

Рисунок 84. Структура прироста торговых площадей 100 ритейлеров, развивающих формат "супермаркет" (без учета сокративших площади) в 2009-2014 гг., %

Рисунок 85. Динамика прироста количества объектов 30 ритейлеров, развивающих формат "дискаунтер" (без учета сокративших количество объектов) в 2009-2014 гг., шт.

Рисунок 86. Динамика прироста торговых площадей 30 ритейлеров, развивающих формат "дискаунтер" (без учета сокративших площади) в 2009-2014 гг., тыс. кв. м.

Рисунок 87. Структура прироста торговых площадей 30 ритейлеров, развивающих формат "дискаунтер" (без учета сокративших площади) в 2009-2014 гг., %



## Об информационных продуктах ИА "INFOLine"

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



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

### Исследование "Аналитическая база "700 торговых сетей FMCG России"

Аналитическая база "700 торговых сетей FMCG России" содержит:

#### Раздел I. Состояние рынка розничной торговли

- Основные макроэкономические показатели розничной торговли и показатели крупнейших розничных сетей
- Динамика спроса на потребительском рынке
- История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG

#### Раздел II. Рейтинг ТОП-100 ритейлеров FMCG

- Рейтинги сетей FMCG по операционным, финансовым показателям, логистике и форматам
- Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов
- Рейтинг сетей FMCG по общей торговой площади
- Рейтинг сетей FMCG по чистой выручке
- Рейтинг сетей FMCG по показателям эффективности продаж
- Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади распределительных центров
- Рейтинг по прямому импорту

#### Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

- Развитие сетей FMCG в формате "гипермаркет"
- Развитие сетей FMCG в формате "супермаркет"
- Развитие сетей FMCG в формате "дискаунтер"
- Развитие сетей FMCG в формате "магазин у дома"
- Развитие специализированных сетей FMCG

#### Раздел IV. База 700 торговых сетей и 550 складов сетей FMCG

- Федеральные и международные сети
- Сети Центрального ФО
- Сети Северо-Западного ФО
- Сети Южного ФО
- Сети Северо-Кавказского ФО
- Сети Приволжского ФО
- Сети Уральского ФО
- Сети Сибирского ФО
- Сети Дальневосточного ФО
- Сети АЗС
- Специализированные сети FMCG

#### Раздел V. Бизнес-справки по ТОП-50 ритейлерам FMCG России

**Стандартная и печатная версия Исследования "База 700 торговых сетей FMCG России" включает разделы I-IV. Расширенная версия Исследования включает также раздел V "Бизнес-справки", а также позволяет получить специальные опции для более удобной работы с информацией.**



Дата выхода:	Май 2015
Количество страниц:	800
Способ предоставления:	электронный
Цена, руб.	60 000

**Готовые исследования по розничной торговле и торговой недвижимости**

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

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

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

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



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

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

