

АНАЛИТИЧЕСКАЯ БАЗА

700 торговых сетей FMCG России – 2017

Демо-версия

2017

- Макроэкономические показатели розничной торговли FMCG
- Рейтинг крупнейших ТОП-100 крупнейших сетей FMCG по операционным и финансовым показателям
- Анализ развития и рейтинги ТОП-20 сетей FMCG по форматам
- База данных 700 торговых сетей и 600 складов сетей FMCG России

Агентство INFOline занимается разработкой и реализацией информационных и аналитических продуктов, консультированием и поддержкой деловых форумов и мероприятий в сфере строительства и инвестиций, ритейла и потребительского рынка, топливно-энергетического комплекса, транспорта, машиностроения и др. На постоянной основе мы оказываем поддержку более 3000 компаний России и мира. В соответствии с правилами ассоциации ESOMAR все продукты агентства INFOline сертифицируются по общеевропейским стандартам.

Содержание

Об Аналитической базе «700 торговых сетей FMCG России».....	4
Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России.....	6
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG</i>	<i>6</i>
Макроэкономические показатели розничной торговли	6
Сравнительный анализ розничного рынка России и других стран.....	8
Государственное регулирование розничной торговли.....	11
Опережающие индикаторы развития розничной торговли	38
Динамика и структура оборота розничного рынка России	40
Структура оборота розничной торговли по видам организаций.....	43
Региональная структура оборота розничной торговли	45
Инфляция на рынке потребительских товаров	48
<i>Доходы, расходы и потребительское поведение населения</i>	<i>53</i>
Доходы и расходы населения	53
Кредиты и депозиты населения	57
Расходы домохозяйств на продовольственные и сопутствующие товары.....	60
Потребительские ожидания и уверенность населения.....	63
<i>Потребительское поведение населения.....</i>	<i>65</i>
<i>Тенденции и прогноз развития сетевой розничной торговли FMCG.....</i>	<i>73</i>
<i>Актуальные вызовы для российских ритейлеров и поставщиков</i>	<i>87</i>
<i>Планы и прогнозы развития крупнейших сетей FMCG России</i>	<i>93</i>
<i>Конъюнктурный опрос: ожидания динамики потребительского рынка в 2017 году.....</i>	<i>96</i>
Раздел II. Рейтинг ТОП-100 ритейлеров FMCG.....	99
<i>Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов.....</i>	<i>100</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по общей торговой площади.....</i>	<i>102</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по чистой выручке</i>	<i>107</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по эффективности продаж.....</i>	<i>112</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади распределительных центров.....</i>	<i>116</i>
Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам	123
<i>Развитие сетей FMCG в формате «гипермаркет».....</i>	<i>123</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате «супермаркет».....</i>	<i>129</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате «дискаунтер».....</i>	<i>133</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате «магазин у дома»</i>	<i>138</i>
<i>Развитие формата «магазин при АЗС»</i>	<i>141</i>
<i>Развитие специализированных сетей FMCG.....</i>	<i>143</i>
Раздел IV. База 700 торговых сетей и 600 складов сетей FMCG.....	147
<i>Федеральные и международные сети</i>	<i>151</i>
<i>Сети Центрального ФО</i>	<i>164</i>
<i>Сети Северо-Западного ФО</i>	<i>199</i>
<i>Сети Южного ФО.....</i>	<i>217</i>
<i>Сети Северо-Кавказского ФО.....</i>	<i>224</i>
<i>Сети Приволжского ФО.....</i>	<i>226</i>
<i>Сети Уральского ФО.....</i>	<i>258</i>
<i>Сети Сибирского ФО</i>	<i>269</i>
<i>Сети Дальневосточного ФО</i>	<i>292</i>
<i>Сети Крыма</i>	<i>300</i>
<i>Сети АЗС.....</i>	<i>302</i>
<i>Специализированные сети</i>	<i>312</i>
Об информационных продуктах ИА INFOLine.....	340



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 исследований специалисты агентства используют уникальное информационное обеспечение, опираются на многолетний опыт работы и эксклюзивные данные.

INFOLine

информационное агентство information agency



Исследования и обзоры ИА INFOline используют в работе **крупнейшие ритейлеры FMCG** («X5 Retail Group», «Магнит», «Auchan», «Metro cash&carry», ГК «Дикси», «Лента», «О'КЕЙ», 7 Континент»), **производители** (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars, JTI), **дистрибуторы** (ГК «Мегаполис»), **финансовые** («Сбербанк», «ВТБ», «ВЭБ», «МДМ-Банк») и **сервисные компании** (Microsoft, SAP, Wincor-nixdorf).

Дополнительную информацию Вы можете получить на сайтах www.infoline.spb.ru и 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 600 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 2016 году превысила **28,1** трлн руб. (с учетом НДС), а объем продаж продовольственных товаров – **13,7** трлн руб. (с учетом НДС). **700** торговых сетей FMCG (включая специализированные сети и магазины на АЗС), описанные в продукте, формируют более **53%** оборота розничной торговли продуктами питания, причем доля 10 крупнейших сетей FMCG – более **28%**.

Актуальность исследования: как и прогнозировали специалисты INFOLine, потребительский рынок в 2015-2016 гг. достиг зрелости и перешел к новой парадигме развития, которая характеризуется низкими темпами роста в рублевом выражении, усилением ценовой конкуренции между ритейлерами, а также консолидацией рынка в сочетании с ускорением роста современных и инновационных форматов (онлайн, сочетание ритейла и общепита и т. д.). В I полугодии 2017 года оборот розничной торговли в РФ в физическом выражении снизился на 0,5% (во II кв. 2017 – рост на 0,7%), а продажи продуктов питания (включая напитки) и табачных изделий – на 1,8% (во II кв. 2017 – снижение на 0,6%). При этом с марта 2017 года, после более чем двухлетнего перерыва, возобновился рост продаж непродовольственных товаров в сопоставимых ценах. С апреля 2017 года специалисты INFOLine наблюдают переход к росту продаж в сопоставимых ценах и на рынке продовольственных товаров (методология оценки инфляции Росстатом не учитывает краткосрочные промоакции, поэтому завышает дефлятор и, соответственно, занижает динамику оборота розничной торговли в сопоставимых ценах, в связи с чем рост оборота розничной торговли продовольственными товарами в сопоставимых ценах по данным Росстата будет заметен только в III квартале 2017 года).

Направления использования результатов исследования: бенчмаркинг, анализ конкурентов (для ритейлеров) и партнеров (для поставщиков, банков, факторинговых компаний), маркетинговое и стратегическое планирование, поиск клиентов и партнеров, подготовка к переговорам с торговыми сетями.

Временные рамки исследования: Динамика с 2005 года (ВВП, емкость и динамика рынка), с 2009 года (операционные и финансовые итоги крупнейших сетей FMCG, структура и динамика сетевой торговли и рынка FMCG), Итоги 2016 года, Тенденции 2017 года и Прогнозы на 2017-2019 гг. (динамика рынка розничной торговли, показатели форматов и сетей, доходы и расходы потребителей, стратегии и планы развития крупнейших сетей), **I пол. 2017** (операционные итоги ТОП-100 сетей FMCG, динамика структуры рынка).

Преимущества исследования: 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», аналитическое исследование и рейтинг ТОП-100 сетей FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности продаж, глубокий анализ и прогноз развития форматов торговли и региональной представленности в России. Также исследование содержит базу 600 распределительных центров торговых сетей FMCG России, структурированное описание потребительского рынка России.

Методы исследования и источники информации:

- регулярные ежемесячные экспертные опросы и интервью с представителями более 200 торговых сетей FMCG России;
- анализ развития и характеристика событий в розничной торговле и на потребительском рынке России: **«Состояние потребительского рынка России и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ»;**
- ежемесячное обновление уникальной базы «1000 гипермаркетов FMCG России», которая осуществляется в рамках подготовки Исследования **«Рынок гипермаркетов FMCG РФ»;**
- мониторинг 2000 СМИ и 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) показателям по итогам 1 квартала 2017 года, финансовым

(выручка) показателям и эффективности (выручка с кв.м.) по итогам 2015 года и 1 пол. 2016 года (публичные компании).

Стандартная версия Исследования «База 700 торговых сетей FMCG России» включает Рейтинги ТОП-50 крупнейших ритейлеров FMCG России, расширенная версия Исследования – Рейтинги 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). Основные характеристики сетей в формате: количество, торговая площадь, региональная представленность на 1 января 2017 года. 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 торговая площадь, диапазон торговых площадей, величина среднего чека. В расширенной версии Исследования также представлена динамика развития сетей формата в 2010-2016 гг.
- **Раздел IV. База данных «700 сетей и 600 складов сетей FMCG России»** База контактных данных, операционных и финансовых показателей по 700 сетям FMCG России:
 - Бренд сети
 - Основное операционное юридическое лицо
 - Менеджмент сети:
 - Генеральный директор
 - Финансовый директор
 - Директор по закупкам
 - Директор по IT
 - Директор по логистике
 - Директор по развитию
 - Фактический адрес
 - Телефон
 - Факс
 - E-mail
 - Web-сайт
 - Интернет-магазин
 - Общее количество магазинов сети на 1.1.2017
 - Количество магазинов на 1.1.2017 по форматам (гипермаркет, супермаркет, магазин у дома, дискаунтер)
 - Общая торговая площадь магазинов сети на 1.1.2017
 - Чистая выручка (без учета НДС) торговой сети в 2015-2016 гг., млрд. руб.
 - Региональная представленность (в каких регионах размещены магазины сети с указанием их количества)
 - Количество РЦ/складов на 1.1.2017
 - Общая площадь РЦ/складов на 1.1.2017
 - Регионы присутствия РЦ/складов на 1.1.2017
- **Расширенная версия Исследования «База 700¹ торговых сетей FMCG России» включает Рейтинги ТОП-20 спецсетей и Рейтинги ТОП-20 в формате «магазин при АЗС»**

¹ Магнит, ПАО (Магнит, Магнит Семейный, Гипермаркет Магнит, Магнит Косметик); X5 Retail Group (Пятерочка, Перекресток, Зеленый Перекресток, Карусель, Перекресток Гипер, Перекресток Экспресс, Копейка); Ашан, ООО (Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга, Каждый день, Мой Ашан, Каждый день Гипермаркет); Атак, ООО (Атак, В шаге от Вас); ДИКСИ Юг, АО (Дикси, Мегамарт, Минимарт, Виктория, Дешево, Квартал, КЭШ); Лента, ООО (Лента); Метро Кэш энд Керри, ООО (METRO C&C, METRO Punct, real,-); Ритейл Проперти 5, ООО (METRO C&C); О'КЕЙ, ООО (О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс); Фреш маркет, ООО (ДА!); ЦентрСоюз РФ, ООО (Центросоюз); Гиперглобус, ООО (Globus); Элемент-Трейд, ООО (Монетка, Монетка Супер, Райт); ТД Интерторг, ООО (Народная 7Я, Идея, Норма, SPAR, SPAR Express); Бэст Прайс, ООО (Fix Price); Торгсервис 124, ООО и др. (Светофор); Билла, ООО (Billa); Седьмой Континент, ОАО (НАШ, Седьмой Континент); Союз Святого Иоанна Воина, ООО (Верный); Зельгрос, ООО (Selgros Cash & Carry); Призма, ООО (Prisma); Заодно, ООО (Заодно); Почта России, ФГУП (Почта России (торговые точки в почтовых отделениях)); Евроторг-Запад, ООО (Евроопт); Железнодорожная торговая компания, АО (Железнодорожная торговая компания); Стокманн, АО (Стокманн); Городской супермаркет, ООО (Азбука Вкуса, SPAR, Энотека, АВ МАРКЕТ, АВ Daily); Корпорация Гринн, АО (Линия); Ритм-2000, ООО (Тверской купец, Вольный купец, Тележка, Разница, Апельсин, 4 сезона); Т и К Продукты, ЗАО (Магнолия); Европа, ООО (Европа); ТГ Высшая Лига, ООО; Некоммерческое партнерство Розничная кооперативная сеть «Высшая Лига» (Высшая Лига, Лига-Маркт, Ценорез, Апельсин, Экстра-Эконом); Авоська-два, ООО (Авоська, А Маркет); Инвестпроект, ООО (Монетка (франчайзинг), Свеж&fresh); Спар Тула, ООО (SPAR, SPAR Express); Амагус, ЗАО (Я-Любимый, Я-Любимый Перекресток); Новый Импульс-50, ООО (Утконос); Супермаркет Алые Паруса, ООО (Алые Паруса, Елисеевский); Пятю пять, АО (Пятю-пять); Центрторг, ПАО (Центрторг); Ритейл, ООО; Фабрика Кухня, ОАО (Журавли, Калита, Свенская ярмарка, Атлас, Калита Град); Кротекс, АО (Твой Дом); Андора, ООО; Эконом, ООО (Эконом, Огонек); Смарт Велью Ритейл, ЗАО (Оливье); Барс-Ритейл, ООО (Барс, Барс-Экспресс, У Иванныча, Точка); Продовольственный магазин 103, ООО (Дружба); ГК Торгсервис, ООО (Покупай-ка); Торговый Дом Холдинг-Центр, ОАО (ХЦ); нет единого (Фасоль, Фасоль-экспресс); Экстра, ЗАО; Экстра-Премиум, ООО (Главмаг, Экстра); Вегат Плюс, ЗАО (АБК); Гарант-Трейд М, ООО (Мой магазин); Фирма ОРТ Универсал, ОАО (Универсал); АПХ Мираторг; ПродМир, ООО; ТК Мираторг, ООО (Мираторг); ВДК, ООО (Your Park Express, Your Park (ранее сеть Алми)); Столичная Торговая Компания, ООО (Глобус Гурмэ, Глобус Гурмэ Экспресс, Смартори); Новый свет, ООО (Простор); Бегемот, ООО (Бегемот); Котэкс-Торг, ООО (Покупай, Еда); Амбитус, ООО (Квартал, Амби); Праздничный, ООО (Праздничный); ТК Доброном, ООО (Доброном, Деликат); Кнакер-продукт Т, ООО (Кнакер); Торг-Инвест, ООО; Торгимпульс, ООО; Домашняя кухня, ООО; Трейд Инвест, ООО; Каспий, ООО (Домашний и др.); ПК Лаваш, ООО (Лаваш); Эконом, ООО; Проектторг, ООО; ИП

Павлов А.А. (Адмирал, Десяточка, Оптовик); ТС Диксика, ООО (Диксика); Санторг, ООО (Станем Друзьями); Минерал Транс Компани, ООО (Микей); Асти, ООО (Пролетарский); Фортуна-2007, ООО; Баланс, ООО; Аккорд, ООО; и др. (Фортуна, BV5); Альфа продукт, ООО; ИП Цаплина М.Б. (Как Раз); Гранд, ООО (Тарелочка); Метатр, ООО; Большая медведица, ООО (Метатр, Ковчег, Большая Медведица); Продснаб, ООО (Елена, Сказка); Каскад плюс, ООО; ТК Центр, ООО; Бриз, ООО (Каскад плюс); Дом Еды, АО (Дом Еды); Продтовары, ЗАО (Продтовары, Продовольственный мир); Март, ООО; Вояж, ООО и др. (Посылторг); Победа, ООО; Старт, ООО; Ордынка, ООО; Магазин Густо, ООО (Густо); Вегеток, ООО; Валз, ООО; ТФ 5 Звезд, ООО; ИП Козлова; ПС Самоцветы, ООО; ИП Зернова (5 Звезд); Липка, ООО (Липка); Вендор, ООО (Мир Вкуса); Мега-Торг, ООО и др. (WellStore); Валькор, ООО; АльфаМаркет, ООО и др. (Альбатрос); ТД Московский-РВ, ООО; Винегрет, ООО; Винегрет-1, ООО (Винегрет); Рось, ООО (Рось); Атрус, ЗАО (Атрус); КК Торговый дом, ООО (Крестовский); Гастромир, ООО (Гастромир); Мичуринская оптовая компания, ООО (Любимые продукты, МодернЪ); Сити, ООО (Сити); Оптовичок, ООО (Оптовичок); Герма, ООО (Герма); Фермер Торг, ООО (Фермер); Интер МТД, ЗАО (Экспошоп Cash&Carry); Первая Логистическая Компания, ООО (Эконом); ИП Кузнецова Наталья Александровна (Айсберг); ИП Вольпер Л.В.; Варяг, ООО (Варяг); ИП Изотова А.В., Агротес, ООО (Агротес); Синторг, ООО (Синторг); Южный двор-164, ООО и др. (Эконом-маркет 24 часа); Продукты, ООО (Риат-Маркет); Л-Т, ООО; ТК Каравай-Л, ООО; Горячий Хлеб, ООО; Торговый Центр, ООО; Колосок, ООО (Продукты, Каравай, Лимак, Хлеб да Соль); Лазурит, ООО (Кормилец); ТД Ассорти, ООО (Ассорти); Лотос М, ООО (Лотос); Альфа +, ООО; Альфа Маркет, ООО (Альфа); АПК Орловская нива, АО (Родное село); Владимир Плюс, ООО; Агроопт-2016, ООО (Купец); Северное сияние, ООО; Фирма Панин и Ко, ООО (Северное сияние); ТК Веста-СА, ООО (Веста); ТД ГУМ, ПАО (Гастроном №1); КЦ Меркурий, ОАО; Меркурий-плюс, ООО (Меркурий (Брянск)); Снежка, ПАО (Снежка); Румянцев, ООО; ИП Румянцев В.М. (Универсам 24 часа, Маркет у дома, универсам, супермаркет, универсам на Чистякова); СорокаМаркет, ООО (Сорока); Фирма БиМ, ООО (Бим); Новый стандарт-21, ООО (Полярная звезда); Центрум, ООО (Центрум); Торговая компания Мегацентр Италия, ООО (Мегацентр Италия); Океаник, ООО (Лабиринт); Тесей, ООО (Торнадо); СФ Сапсан, ЗАО (НЕБО); Универсам плюс, ООО (Универсам, Кружка); Продукты Торговая лига, ЗАО(Торговая лига); Лик Сервис, ООО (Супермаркет №1, Минимаркет №1); Парус, ООО (Парус); Универсам ФЕЯ-2002, ООО (Фея); БУМ-маркет, ООО (БУМ маркет); Спутник+, ООО и др. (Спутник); ЛавкаЛавка, ООО (LavkaLavka); РБ Комбинат Питания, ООО (Будь как дома); Комфорт, ООО (Удачный, Трамплин); Держава, ООО (Хомяк); ПРОД-М, ООО; Ост-Ареал, ООО (Ближний); Виктория, ООО (Виктория); Галактион, ООО (Галактион); Торговый дом Московский, ООО (Шатер); Микромаркет, ООО (Микромаркет); Универсам Борисовский, ООО (Универсам Борисовский); СМ-7, ООО; СМ-Нахабино, ООО; СМ-Брехово, ООО (СитиМаркет); ИП Лебедев Иван Николаевич и др. (Гулливер); Эдита, ООО (ЭдитА); Универсам Подсолнух, ООО (Универсам Подсолнух); Актив, ООО; Продукт-опт, ООО (Молодежный); Меркадо, ООО (Мартин Маркет); Аллегри, ООО (Вита-Маркет); СГС Групп, ООО (Лар (бывш. Георгий)); Новый век, ООО (Продукты); Домашний, ООО (Домашний); ТД Покоторг, ООО (Покоторг); Ольга, ООО (Брат); Реванш, ООО (Фрегат); ТК Зодиак, ООО (Зодиак); Прогресс, ООО (Прогресс); Ушаков П, ООО (Вишенка); Потапыч, ООО (Потапыч); ИП Тихонович А.Н. (Лидер); Ремикс-2000, ООО (Универсам Пионерский); Калинка Клин, ООО (Круста, Дом Виски); Фэзтон, ООО (Фэзтон); Лидер-Макс, ООО (Ассортимент); ТД Саввино, ООО (Гастроном); Эльдорадо Трейд, ООО (Емеля); ТД Семиречье, ООО (Семиречье, Русь, Елена, Петросоветский гастроном, Гривань); Россошанский торг, ООО (Россошанский торг); ТД Птичий мир, ООО; ТД ТД Империял, ООО (Птичий мир); Ридмаркет, ООО (Алёкма); ТД ЕвроНорд, ООО (Евроворс, Твой, Яблочко); Любавушка Ритейл Групп, ООО (Полушка, Е-да!, Лайм, Всеяродный, Лайм Дисконт); Торговый дом Семья, ОАО (Семья, SPAR); АТП "Панорама Ритейл" Диска, Пять шагов, Сигма); Вестер Маркет, ООО (Вестер, Вестер Premium, Вестер Гипер, Бомба, Сосед); Нордик-Нева, ООО (Нетто, Смарт); Макси, ООО; Мини, ООО (Макси, Мини); ТД Реаль, ООО (Реаль Свежие продукты); ТК Триумф и др. (Семишагофф); ТК Лэнд, ООО (Лэнд, Стокман); Век, ООО (ТК Народный); Морион, ООО (Петровский, Петромост, Сезон Покупок, Маманя); Петроторг, ООО (Пловдив); Империял, ООО (Пчелка, Империял); Традиционная розница, ООО (Естный); Биг Бокс, ООО (Опклуб Ряды); Гарант XXI век, ООО (Гарант XXI); Стайл, ООО (Сезон); Городок, ООО; Фортуна, ООО (Фортуна, Городок); Кошелёк, ООО (Кошелёк); Квартал, ООО (Квартал); РиоМаркет, ООО (РиОМАГ); ТД Менахем, ООО (Сезон); Торговый холдинг Лотос, ООО (Лотос, Сигма, Лотос Гурман); Золотой Ключик, ООО (Золотой Ключик); Чикаго, ООО (Чикаго); Молочный магазин, ООО; ПК Гермес, ООО; Рустам, ООО; Фагот, ООО; ИП Лукьяненко А.В. и др. (Плати Меньше!, Кошелек); Сити, ООО; много ИП (Удачный); Денисов, ИП (Петрович); Юпитер, ООО; Меркурий, ООО; Калисто, ООО; Аладья, ООО; Сатурн, ООО; Олонский молочный завод, ООО (Ленторг); Бриз, ООО (Бриз); БУ ВО Вологодский информационно-консультационный центр агропромышленного комплекса (Настоящий вологодский продукт); ОРТП 2010, ООО; Фуд Стор, ООО; Новый Амбар, ООО; Кауфхолл, ООО (Бородинский, Петровский); Грейп Маркет-Сити, ООО; Грейп Маркет-Регион, ООО; Грейп Маркет, ООО (Эконом, Три бочки); ТД 811, ООО (Гастроном 811, Смайл); Вест, ООО (Мера Маркет); ИП Жуков Александр Борисович (Осень); ИП Гаврилов Сергей Николаевич и др. (Афанасий); ГК ПродКотлас (Лукошко, Супермаркет ЛЕТО); Вега, ООО (Вега); ТД Хороший, ООО (Хороший); ИП Терешкина Светлана Викторовна (Аллея); Гранд Трейд, ООО (Сити Гурмэ); Северо-Западная Торговая Группа, ООО (Лукошко); Мельница, ООО (Мельница); ТД Аркуда, ООО (Аркуда); Провиант, ООО (Корзинка Вологодская); Союз, ООО (Колбаскин и Огурчиков); ТК Альянс Групп, ООО (Первая Премия); Приморское, ООО (Сезон); Универсам Пулковский, ООО (Пулковский); Шарурский, ООО (Санта); Супер-БАБИЛОН Санкт-Петербург, ООО; Супер-Бабилон, ООО (Super Babylon); ТФ Невский, ООО (Универсам Невский); Мидель, ООО (Матвеев и партнеры); ПАМ-Лимитед, ООО (Продукты); К-Инвест, ООО (Колхоз); ИП Румянцев М.Е. (Технолог); Импульс, ООО (Чайка); Как сыр в масле, ООО (Как сыр в масле); Опторг, ООО; Бондарь С.Е., ИП (Кардинал); Каравай, ОАО (Каравай); Березка, ООО; ИП Кузнецова Е.В. (Березка); Рассвет, ЗАО (Рассвет); ТК Продукты, ООО; Продукты, ООО и др. (Ромашка и др.); Компания ТВ, ООО (Экономь); Лиман, ООО (Лиман); ИП Григорьев В.Л.; ИП Дубрава Е. Н.; ООО Химекс (Хороший); Кредит-Сервис, ООО (Минимаркет); ИП Дудова Т.В. (Ассорти); Кооператор, ООО; Балтийский кооператор, ООО; Зеленоградский кооператор, ООО (Кооператор); Минута маркет, ООО (Минута-Маркет); Юнион, ООО (Беларусачка); Тамерлан, ООО (Покупочка); Радеж, ООО (Радеж, Эконом); Росток, ООО; Ассорти Трейдинг ,ООО; Ассорти Альянс, ООО; Ассорти, ООО (Ассорти продукты); Фирма Агрокомплекс им. Н.И.Ткачева, АО (Фирма Агрокомплекс); ТВК-Р, ООО (Табрис); МАН, ООО (МАН, ГурМАН, МиниМАН, ПШОС, СуперМАН); ТГ Солнечный круг, ООО; Солнечный круг, ООО (Солнечный круг); Каспий ритейл, ООО (Городок, Погребок); Фирма Три Богатыря, ООО и др. (Три Богатыря, Очаково); Альмади, ООО; Серпантино, ООО; Мега-Росторг, ООО; Альбион, ООО (Империя продуктов); Апекс плюс, ООО (Апекс-плюс); Кредо, ООО (Кредо); Луч, ООО (Сюрприз); Алкопрофи, ООО (Золотая Нива, Алко-профи); Магазины, ООО (Шаг, Лавина); Тройка, ООО (Тройка); Продукт, ООО; Маркет, ООО; Лайм, ООО (Экстра маркет); Фирма Каспий, ООО (Каспий); Универсальная фирма Даир, ООО и др. (Даир); Михайловский торговый дом, ООО (Михайловский); Копейка,ООО; Вымпел,ООО (Копейка, Вымпел); ГК Европея (Деревня); Крафт, ООО (Крафт); Изобилие, ООО (Изобилие); Закрома, ООО и др. (Закрома, Копейкин дом); ТД Караван, ООО(Караван); Артмарк, ООО (Жемчужина); Максим, ООО (Максим); Стэйтон, ООО (Стэйтон); Русэлит 2015, ООО (Пушкинский); Гастрономчик-КМВ, ООО (Гастрономчикь); Садко, ООО (Садко); ИП Айриян О.Г. (НАШ); Лидер, ООО; Розничная торговая сеть Титан, ООО (Алика); Экономика, ООО (Экономка); Продукт сервис, ООО и др. (SPAR, EUROSPAR, SPAR Express); Оптовик, ООО; ТД Камилла, ООО (ЭССЕН, ЭССЕН Экспресс, Табыш, Эссен Green, Камилла); Форвард, ЗАО (Полушка, Йомарт); Центр Реструктуризации, ООО (Гроздь); Гулливер, АО (Гулливер, Гурман); Салот-Торг, ООО; ТоргМастер, ООО (Байрам, Сабантуй, Байрам-икмэк, АЮ, Продукт Башкортостана); Современные торговые технологии, ООО; Виват-Трейд, ООО (Виват); Бахетле-1, ООО и др. (Бахетле); Ижтрейдинг, ООО (Ижтрейдинг, Три Банана, Миндаль, Экстра, SPAR); Семья, ООО (Диско, Семья); Универсал-Трейдинг, ООО (Матрица, Любимые продукты); Волготорг, ООО (Универсам Семейный); Неотрейд, ООО (Пеликан); ТД Челны-Хлеб, ООО (Челны-Хлеб, Fresh market, Продслава); Караван, ООО (Караван, Точка, Скидкино, Дьюти фри); ТК Эдельвейс, ЗАО (Эдельвейс, 901); Вкусный дом, ООО (Вкусный дом, Пушкинский, Славянский, Столичный, Солнечный); Лион-Трейд, ООО, (Берег, Лион); Элит, ООО; Карамель, ООО; Фреш маркет, ООО (Пчелка, Находка, Карамель); ГК Дуэт (АПЕЛЬСИН-СИТИ); Натуральные продукты, ООО; Карлугас, ООО (Ярмарка); Сахарок, ООО; Сахарок плюс, ООО; Продмаркет, ООО; ИП Мешкова А.О.; ИП Тихонов С.Г. (Сахарок); Роксэт-С, ООО (Система Глобус); ТД Агат, ООО (Агат Cash&Carry); ИП Вдовин В.Л.; Торговый дом Ермак, ООО (Ермак); ТС Элина, ООО; ЭлинаСервис, ООО; ЭкономСервис, ООО (Арыш Мае); Вега, ООО (Время простора); Шифа-8, ООО; Шифа-Торг, ООО; Реал-Сервис, ООО и др. (Шифа); Торговый Дом Дуслык, ООО (Эком, Тэмле);

ТД Миндаль, ООО (Миндаль); Глобус Торг, ООО (Глобус (Ульяновск)); Магазин Моего Района, ООО (Проспект, Слава, Южный, Восток, Два гуся, Василек, Зима, Весна, Маяк, Ахуны); Ринг, ООО (Ринг, SPAR); Милена, ООО (Милена); Дружба-15, ООО (Новый век, Народный, Ладья, Сказка, Слобода); Августина, ООО; Арслан, ООО; ИП Прохоренко Г.Н. (Августина); Домашний гастроном, ООО (Гастроном); Еврошоп Руссланд, ООО (Euroshop); Торговая Сеть Захоти, ООО (Захоти); Елисейский-магазины, ООО (Елисейский, Елисеич); ТК Маркет НН, ООО; ТД Калинка ННН, ООО (Калинка, Малинка); Продтовары, ОАО (Семерочка, Темле, Народная Цена, Заря); Смак-Гурмэ, ООО (Смак-Гурмэ); ИП (Продуктовая Лавка, Буревестник, Лавка); Корзинка Плюс, ООО (Корзинка); Альтаир, ООО (Лайм); Нива, ООО (Ермак); ТД Красногорский, ООО, Гузаиров Р.Р., ИП и др. (Вятские рассветы, Красногорский); Азык, ОАО (Пестречинка (будут переименовываться в 365 вкусов)); Юнинос, ООО; Экзито, ООО и др. (Город'ОК); ТКП Жемчуг, ООО (Кувшинка, Сахарок); Розас, ООО (Колобок, Теремок и др.); Фактория, ООО; Первый доступный, ООО (Фактория, Первый доступный); Аксарлак, ООО; Торговый центр, ООО (Аксарлак); Ярмарка, ООО (Сорока, Ярмарка); Любимый вкус, ООО (Любимый магазин); Вавилон, ООО (Вавилон); Совхоз Алексеевский Республики Башкортостан, ГУСП (Алексеевский); Глория-Маркет, ООО (Глория); ТПФ БМК и К, ООО (БМК и К); Горизонт, ООО (Окрошка (ранее Макаровский)); ИП Марьин Вадим Геннадьевич (Самобранка); ПКФ Вектор, ООО (Вектор); Ансатпродукт, ООО; Абсолют, ООО; Реал, ООО; Арбат, ООО (Ансат); ИП Ключин Алексей Владимирович (Птица); ТФ Индустриальная, ЗАО (Универсам, Италмас); Продпроттовары, ООО (Продпроттовары (ППТ)); ПКФ Ангор, ООО (АнГор); Ассорти-НН, ООО (Ассорти (Нижний Новгород)); ИП Шаров Сергей Сергеевич (Лакшми); Сеть магазинов ФОН, ООО (ФОН и др.); Эверест, ООО, Эконом-плюс, ООО и др. (Оазис); Арго, ООО и др. (Арго); Алита, ООО; Март, ООО; Ирма, ООО; Оливия, ООО (7 Дней); Стар Плюс, ООО; Глобус, ООО; Старик, ООО (Любимый город (нет единого названия у магазинов)); ИП Лысаковская О. А., ИП Лысаковская О. А. ИП Назарова Л. В., ИП Бирюкова В. А. и др. (Ботевград); Алко-Трейд, ООО (Дворик, Абрикос); Тико, ООО; С-Логистик, ООО (Everyday); Ак Барс Торг, ООО (Чак-чак, Наша марка); ИП Ходорев; ИП Чарушников; ИП Бондарева Г.А. (Континент, Впрок); Каравай, ООО; Колос, ООО (Каравай-Хлеб, Колос, Нива-Хлеб); Катюша, ООО (Катюша); Надежда, ЗАО (Надежда); Эдельвейс-2, ООО; Русский вкус, ООО (Эдельвейс); МетроМаркет, ООО (Центральный Гастроном); Фирма ЮСА, ООО (Добрый день +); Меридиан, ООО; ИП Габитов Р.З. (Меридиан); ИП Тощая Л. П. (Планета Земля); Лукошко +, ООО (Лукошко); Колобок, ООО (Колобок); Союз, ООО (Светлячок); Акварель, ООО, Ближний, ООО (Ближний); Инвестком, ООО (Наш, Экспресс, Гурман); Стэй, ООО (Малинка); Репешок, ООО; Гравилат, ООО (Fresco (бывш. Славный)); Регион Трейдинг, ООО (Продукты); Встреча, ООО (По-пути); Гермес, ООО (Главпродукт); Алтын Иген, ООО и др. (Алтын Иген); Трейд, ООО (Меркурий (Самара)); Эдем, ООО (Эдем); Сельпо, ООО (Сельпо); Славянка, ООО (Славянка); ИП Костюков И.В. (Альдо); Рива, ООО (Рива); ПКФ Символ, ООО (ПКФ Символ); ТД Арктика, ООО (Арктика); АРС, ООО (Хороший); Памир, ООО и др. (Эверест); ИП Косолов Владимир Григорьевич (Салям); Кстовские Дворики, ООО (Кстовские Дворики); ТД «Вкусный адрес», ООО; Аппетория, ООО; Винберри, ООО (Вкусный адрес); Солнышко, ООО (Солнышко); Свияга, ООО (Свияга); Союзный, ООО (Союзный); Торговый Дом «Шахунское Молоко», ООО, Виноград, ООО; Северная долина, ООО (Северная Долина); Ляды, ОАО (Ляды); Волжанка ТД, ООО; ИП Сергеева Г.М. (Купец); СПК им. Н.К. Крупской (Русь, Росток, Раздолье, Росинка и др.); Наш дворик, ООО (Наш дворик); Торгпрофи, ООО (Сытый папа); Семафор, ООО (Семафор); АИФ, ООО (АИФ); Супермаркет Кировский, ЗАО (Кировский); Молл, ООО (Молния, Молния-экспресс, SPAR, SPAR Express); Компания Метрополис, ООО (Метрополис); Альфа омега, ООО (Проспект); Торговый дом-СИТНО, ООО (Ситно); Универсам Звездный, ООО (Звездный, Звездный Дар); Мост, ООО (Мост); ГК Пикник (Пикник, Вيني); ИП Иванова Елена Николаевна (Любимый); Анкор, ООО и др. (Анкор, SPAR); ФудТрейд, ООО (Гипербола); Флагман, ООО (Флагман); Елисей, ООО (Елисей, Елисейский Гастроном); Оптторгсервис, ООО (Кристалл, Дискаунтер №1); ИП Дьяков Андрей Викторович (Копеечка); Барс, ООО (Яблоко); Катран, ООО (Катран); ХК Фонд, ЗАО (Тамара); Полуфабрикаты Класс, ООО (Класс); СПМ-Плюс, ООО (Славтек); ТК Смаيلي, ООО (Андреевский Гастроном); Унион, ЗАО (Унион); Элект, ООО (Элект); Союз-Ласточка, ООО и др. (Союз, Чечеринский и др.); Компания "Крым", ООО (Пушкинский); ИП Жидко Валерий Федорович (Меридиан); Трал-2, ООО; Союз, ООО (Капитал и др.); Азимут-Экспресс, ООО; Азимут+, ООО (Три Богатыря); Птицепром, ООО (Курико); Стомак плюс, ООО и др. (Стомак); Алиса, ООО (Алиса); Чарка, ООО (Чарка, Дело); Беркут, ООО (Теорема); ИП Толстов Сергей Александрович (Тритол); ИП Середкин В.В.; ТД Стрелец, ООО (Стрелец); ТС Смак, ООО (Смак); Капитал, ООО (Союз и др.); ТС Ларец, ООО (Ларец); ТД Абсолют, ООО (Абсолют); Альфа, ООО (Негоциант); ИП Симонова Алевтина Максимовна (Союз Трех); 7семерка, ООО и др. (7Семерка); Парус, ООО; ИП Шубин Ю.В. (Парус); Вьюна, ООО (Вьюна); Мираж, ООО (Мираж); Сигма, ООО (Noto); Гефест, ООО (Доброцен); Мария-Ра, ООО (Мария-Ра); Компания Холидей, ООО; Кора-ТК, ООО и др. (Кора, Палата, Народная Палата, Сибириада, Холидей Классик, Холди Дискаунтер, Планета Холидей, Турне, Специалист и др.); Элита-98, ООО; Русь-27, ООО (Командор, Аллея, Хороший); Абсолют, ООО и др. (Абсолют Cash & Carry); Камелот-А, ООО (Ярче!); Торговый холдинг Сибирский Гигант, ООО (Горожанка, Мегас, Гигант); Слата, ООО; Маяк, ООО и др. (Славный, Слата, Хлеб-Соль); Лама Плюс, ООО; Томритейл, ООО; Спар-Томск, ООО (Абрикос, Лама, Фуд-Сити, Ближний, SPAR); Смарт, ООО; Фреш Ритейл, ООО (Красный Яр, Батон); Ритэйл Центр, ООО (Универсам удачных покупок, Лидер Экономии), Русская традиционная кухня, ООО (Бахетле) и др. (Универсам удачных покупок, Лидер Экономии, Супермаркет, Столичный, Бахетле, Правильное пиво, Мелисса); ТС Аникс, ООО (Аникс, Браво); Формат, ООО (Еда, Наш магазин, Победа!); Продгамма, ООО и др. (Все будет ОК, SPAR); ТД Шкуренок, ООО; Холлифуд, ООО (Низкоцен, Продукты 24 часа); ИП Бажин Юрий Викторович (Привоз, ДОМ, Хороший); Мегатитан, ООО; Розничная торговая сеть Титан, ООО (Титан, Титан Парк, Титан-Гастроном, Титан Маркет Свежие продукты); Мегаторг, ООО (Быстроном, Сантимо); Бин, ООО; МП Бин, ООО (Николаевский, Спутник); Лидер 2, ООО (Быстроном); Форне, ООО; Форне Плюс, ООО; Форне Центр, ООО (Форне); Десятка, ООО; Система, ООО (Биг Си, Гипер Светофор); Центрпродсервис, АО (Центрпродсервис, Универсам, Ближний, Европейские продукты, Универсам 33, Апелсин); Прайс Лидер, ООО (Охапка); Система универсамов Бегемот, ООО (Бегемот); Авента, ООО (ROSA (Русич)); Прогресс, ООО и др. (Удача); ПК ПРОДСИБ, ЗАО; ПК Холдинг Продсиб, ООО (Продсиб); Производственно-коммерческое предприятие ОНИКС, ООО (Оникс); Янтарь, ООО (Янта, Янта у дома); Прайд-А, ООО (Корзинка, Корзинка-мини); Счастье есть, ООО; Розница маркет, ООО (Радуга Вкуса); Читинка, ООО и др. (Читинка); Компания ВСК, ООО (Продукты ВСК); НоваТор, ООО (Новатор); Баргузин, ООО и др. (Экономия); Стайер, ООО и др. (О'Кей); ИП Салапина Елена Викторовна (Караван); Триумф-плаза, ООО (Гипермаркет низких цен); ТД Эскадра, ООО (Эскадра); Мир продовольствия, ООО (Мир продовольствия); Эверест, ООО (Вулкан); СДС-Маркет, ООО (СДС-Маркет); ИП Леонов Александр Николаевич (Снегири); Проспект, ООО (Сетка в клетку, Вкус и градус); Радость, ООО (Радость); Гастроном № 1, ООО (Холодильник); ИП Гахиев Ширван Сардар оглы (Океан); Алые паруса, ООО (Алые паруса); ТК Альварт, ООО (Алладин); Сибирь-Алко, ООО; Тулим, ООО (Радуга); ИП Гиль Любовь Эдуардовна (Привет+); ВПКФ "Димитрий", ООО (Любимые продукты, Корзинка); Проднар, ООО; Вкусмаг, ООО (Петро'ль, Проднар, Продмаг); ГК Мегаторг, ООО (Гастрономчик); ТД Надежда, ООО; Пищевая компания, ООО; ТД плюс, ООО; ТД на Проспекте, ООО (Надежда); Русич Маркет, ООО (Русич); Визит, ООО; ИП Моторин Б.А. и др. (Енисей, Заря, Октябрьский, Родина, Рассвет, Садко, Сибирский, Визит, Ермак, Борга); Импульс, ООО (Импульс); Компания ТБГ, ООО (Супермаркет); Власта, ООО (Власта); Хорошее Настроение, ООО; ТД Бостон 3, ООО (Хорошее настроение); Ниагара, ООО; Ниагара Плюс, ООО (Белоречье); Либерти-2, ООО; ТДЛ, ООО (Либерти); ИП Михоношина Анастасия Игоревна (Чистые Луга); ТД Триада, ООО; ТД Алко-Макс, ООО; Риф-Инвест, ООО (Карина); Возьми все сразу, ООО (Возьми все сразу); ТД Плющихинский, ООО (Супермаркет); Авангард, ООО (Универсам); Рамос-1, ООО и др. (Рамос); ТД Михайлова, ООО (Балтийский); Хорал, ООО (Хорал); Деревенский дворик, ООО (Натуральные продукты (Деревенский домик)); Компания Флорин, ООО; Золотой Флорин, ООО, Златник, ООО (Корочка); Брудер, ООО; ИП Редих В. Э. (Брудер); Лоза, ООО; Лоза Плюс, ООО (Лоза); Дельфин, ООО (Дельфин); Исток-Байкал, ООО; У Истока, ООО (У Истока); Алют, ООО (Монополия); Лик, ООО (Подсолнух); Радомир, ООО (Наш гастроном); ПК Мичуринское сельпо (Центральный); Рема, ООО; ИП Вишневыский С. Э. (Прозапас); ИП Доценко А.И.; ИП Сергеев (Выгодный); Мир, ООО; ИП Миралиев М.М. (Мир); ПродуктА, ООО (ГУД); Мир покупок, ООО; Фирма Анюта, ООО (Мир покупок, Анюта, Погребок); Самбери, ООО; (Самбери, Самбери-экспресс); Розница, ООО (Раз Два); Три Кота, ООО (Три Кота); ТД Фреш-25, ООО и др. (Фреш-25, Радиус); Десяточка, ООО; ПКФ Дис, ООО; ИП Дубинин В.Г. и др. (Десяточка, Амба); Крет, ООО; Тирий, ООО; Элда, ООО (Кэш&Кэрри); Севторг, ООО и др. (Реми, Экономыч); Бридер, ООО; Супер-Бридер, ООО (Бридер, Пенсионер); ИП Базыкина Любовь Викторовна, ИП Зайцева (Серьшевские); Продлайн, ООО (Наш Универсам); Айгуль, ООО (Айгуль, Армада); ИП Маглакелидзе О. В.; ТС 24 часа, ООО; Зеленый крокодил, ООО (МегаМаг, 24 часа); Арт-

маркет опт, ООО (Fresh market, Авоська); ДВ-Торг, ООО (Парус, Островной); В-Лазер Гипермаркет, ООО (ВЛ-Март); ИП Генцель Ада Александровна; ИП Генцель Артур Александрович (Bitte); Тихоокеанское, ООО (Тихоокеанская ТПК, ОК!); Зеленый остров, ООО (Зеленый остров); Первая Розничная компания, ООО (Первый Семейный, Первый); ТД Новоторг, ООО; Новоторг-ДВ, ООО и др. (Бонус, Максим, Гастроном); Прима, ООО (Прима); Розничные технологии 25, ООО; Розничные технологии 27, ООО (Амбар); Мега Трейд, ООО; ИП Абрамзон С.Б. (ВирА, Норма-М); Рост, ООО (Седьмая Столица); Торг ДВ, ООО (Стик); Продсервис, ООО и др. (Пеликан); Дальведа, ООО (Михайловский); Южное, ООО и др. (Её); Торговый Союз, ООО (Токко); ИП Борисова С. И.; ИП Шпартеева Л.Г. (Лакомка, Свежий Хлебушек, Минимаркет); МК Торг, ООО (Пятачок); Фрегат, ООО (Гастромод, Эконом); ИП Большедворская Е.В. (Колобок +, Колобок, Два гурмана); Виджа, ООО (Наш район); ПУД, ООО (ПУД); Крымторг-С, ООО (Сильпо, Фоззи); Планета Спорт, ООО (NOVUS); Делишес, ООО; Декоста, ООО и др. (Яблоко, Fresh (Евпатория, Керчь)); Бизнес Юг, ООО (Фуршет); КЦ Медоборы, ООО (Медоборы); ИП Володин А.Н.; Сомелье, ООО; Соседи, ООО; ИП Солодников А.А.; ИП Овчеренко Н.А. (Соседи, Сомелье, Изюминка); Опт-Маркет-Крым, ООО (Дикий мед, Дринк маркет); Меркурий Элит Трейд, ООО (Точка); НК «Роснефть»; ПАО (Роснефть, Подсолнух); Газпром нефть, ПАО (Газпромнефть); Компания Трасса, ООО (Трасса); ГЭС розница, ООО (Газпром); ЛУКОЙЛ-Нижевожскнефтепродукт, ООО (Лукойл); ЛУКОЙЛ-Югнефтепродукт, ООО (Лукойл); Башнефть-розница, ООО (Башнефть); Татнефтепродукт ХК, ОАО (Татнефтепродукт); ЛУКОЙЛ-Уралнефтепродукт, ООО (Лукойл); ЛУКОЙЛ-Северо-Западнефтепродукт, ООО (Лукойл); ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт, ООО (Лукойл); ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт, ООО (Лукойл); ЛТК (Липецкая топливная компания); Предприятие Управляющая Компания, ООО (ЛТК (Липецкая топливная компания)); Шелл Нефть, ООО (Shell); ТН-АЗС-Запад, ООО (Татнефть); ПТК-Сервис, ООО; Петербургская топливная компания, ООО (ПТК); ЛУКОЙЛ-Центрнефтепродукт, ООО (Лукойл); Торговый Дом Нефтьмагистраль, ООО (Нефтьмагистраль); ЛУКОЙЛ-Черноземнефтепродукт, ООО (Лукойл); Несте Санкт-Петербург, ООО (Neste Oil); Псковнефтепродукт, ООО (Сургутнефтегаз); Киришиавтосервис, ООО (Сургутнефтегаз); Фазтон – топливная сеть номер 1, ООО (Фазтон, Аеро); ЕКА-АЗС, ООО и др. (Ека); Новгороднефтепродукт, ООО (Сургутнефтегаз); ННК-Амурнефтепродукт, АО (Альянс); РЦ Крайснефть, ООО; ИП Канолич (Крайнефть); СО Тверьнефтепродукт, ООО (Сургутнефтегаз); Валар, ООО (Astra); ННК-Приморнефтепродукт, АО (Альянс); Омни-Сервис, ООО (ОМНИ); Сёркл Кей Россия ООО (Statoil); Топ лайн, ООО (Топлайн); ВТК, ООО (ВТК); ТК ТранзитСити, ООО (IRBIS, Сибнефть (не Транзит Сити)); Прайс, ООО (Прайс); Агрофирма Ариант, ООО; ТД Ариант (Ариант); Торгоград, ООО и др. (Великолуцкий мясокомбинат); Мясокомбинат "Звениговский", ООО; Звениговский, ООО (Звениговский); Компания Мясное, ООО (Мясное); Первый Одинцовский мясокомбинат, ООО; Мясницкий ряд плюс, ООО (Мясницкий ряд); Розничная сеть Динские колбасы, ООО (ЕСТЬ, Маг-Мак); Торговый Дом Рублёвский, ООО (Рублевский); Равис - птицефабрика Сосновская, ООО (Равис); ПЗП Элика, ООО (Элика); Управляющая компания Русское поле, ООО; ИП Александров, ИП Романов; Романов, ООО; Гребешок, ООО; Золотое поле, ООО и др. (Павловская курочка); много ИП (Куриный дом); Йошкар-Олинский мясокомбинат, ЗАО (ЙОЛА-маркет); Агрохолдинг Юрма, ООО (Юрма); МД, ООО (Тавровские мясные лавки); ТД Агро-Белогорье, ООО (Агро-Белогорье); Ближние Горки, ООО, Ближние горки Таганка, ООО; Ближние горки Покровка, ООО; Тверские горки, ООО и др. (Дмитрогорский продукт, Ближние Горки); нет данных (Правильная корзинка, Правильный цыпленок); Рамфуд, ООО (Рамфуд); Торговая площадь, ООО (Торговая площадь); ИП Данилкин А. С.; ИП Данилкин Т.А.; ИП Токарев Д.А.; ИП Шрабер С.А. и др. (Фермерское мясо, Фермер); Мясная торговая компания, ООО и др. (Индюшский); Пицца орлов, ООО; Оптторг, ЗАО; Сельские зори, ООО; Элит Ритейл, ООО; Ясные Зори Липецк, ООО; ИП Палесика М. Е. и др. (Мясная лавка «Ясные Зори»); Колбасовь, ООО (Классный колбасный, Мясо & молоко); Челны-Бройлер, ООО (Челны-Бройлер); Новая столица, АО (Егорьевская колбасно – гастрономическая фабрика); Премьер-Мясная Лавка 1, ООО и др. (Премьер, Мясная Лавка); Мясной дворик, ООО; ИП Желудков В.А. (Мясной дворик); Сибирские мясопродукты, ООО; ТК Развитие, ООО; Фабрика кухни, ООО (Мясной ряд); ИП Белоус Ирина Вячеславовна (Рациональ); Здоровье, ООО; Царь-продукт, ООО (Волгоградский Мясокомбинат (Царь Продукт)); Противinsky мяскокомбинат, ОАО (Противinsky мяскокомбинат); Мясная компания, ООО (Мяско); Вегус, ЗАО (Вегус); Живи вкусно, ООО (Мясной Дворик, Дороники); ИП Самородова Т.А.; Обуховский мяскокомбинат, ООО и др. (Мясная лавка); УК Сгомонь, ООО и др. (Сгомонь); Мясоперерабатывающий завод РЕМИТ, ООО (Ремит); МарФинИнвест, ООО (Акашево); Агротек Маркет-СВ, ООО; Агротек Маркет, ООО (Агротек Маркет, Сероглазка); ПХ Лазаревское, ООО (Лазаревская лавка); ИП Печура С.Н. (ТД ВИК); Бурятиямяспром, ООО (Бурятиямяспром); Спецсервис, ООО; Мяскокомбинат Раменский, ОАО (Раменский деликатес); Регионэкспорт-Поволжье, ООО (Фамильные колбасы); Мясные лавки, ООО и др. (Мясная лавка «Сибирские колбасы»); Комбинат пищевой Хороший вкус, ЗАО (Хороший вкус); Птицефабрика Свердловская, ОАО (Свердловская птицефабрика); SPS Холдинг (Красное&Белое); Альбион-2002, ООО (Бристоль, Бристоль-экспресс); Фирма Тансу, ООО; Фирма Тансу+, ООО и др. (Арыш Мае); Розница-Оренбург 1, ООО и др. (Горилка); Арома Маркет, ООО; Арома Трейд, ООО (Ароматный Мир); Норман, ООО; Норман-Нева, ООО (Норман); Настоящие вина от Сомелье, ООО (Отдохни); Торговый дом Дилан, ООО (Дилан); Клевер Групп, ООО (Телега); Фирма Фаланга, ООО; Винолей, ООО; ТС Фаланга, ООО (Пять звезд, Корзина); Маркет, ООО; ТД ЭкстраСиб, ООО (Маркет); Пестеревское, ООО и др. (Багира, Виноград, Бордо); Февраль, ООО (Алкотека); ТД Башспирт, ООО (Башспирт); Премиум, ООО и др. (Градусы); РосАл, ООО (Росал 24); Каравай, ООО; Виком, ООО; Ресурс, ООО (Стоп.ка, Каравай); Мировые вина, ООО, МВГ, ООО и др. (МАВТ Винотека); АлкоМаркет, ООО; Апельсин, ООО; Игнат, ООО и др. (ВИНАГОРСНАБ); Зеленая марка, ООО; Стимул, ООО (Арин-Берд); Торговая компания Прованс, ООО (Винник); Добролюбово, ООО; Рук, ООО, Гриада-Сити, ООО, Атлас-Сити, ООО и др. (Кристалл); Фанагория-Розничная Сеть, ООО (Фанагория); Генри и К, ООО (Тамада); Таркос, ООО (Бир мир); Калейдоскоп, ООО; УК Напитки мира, ООО; Северная ладья, ООО; АтласПак, ООО (Калейдоскоп напитков); Ерофей, ООО; Ариент, ЗАО (Винлаб); Септима-Ритейл Кузбасс, ООО и др. (Септима, Виноград); Барнаульский пивоваренный завод, ОАО (Заправка); Империя вин, ООО (Империя вин); Светогор, ООО; Виноград, ООО (Виноград, Стандарт); ТД Стрижамент, ООО (Стрижамент- Винотека); Нск Групп Северо-Запад, ООО (Лит.ра); нет данных (Вино и Ко); Дионис, ООО (Баско); Виниссимо СПб, ООО, Виниссимо-М, ООО, Виниссимо, ООО (Vinissimo); ИП Михайлюк Алексей Александрович (Пивстоп); более 14 различных ИП (Пиворыба); Луг да поле, ООО; Вкусвилл, ООО (Избенка, ВкусВилл); Торговый дом Лосево, ООО (Лосево); Тогучинское молоко, ООО (Зеленый луг); Мясомолпродторг, ООО (Мясомолочный мир); АККОНД, АО (Акконд); Компания у Пальча, ООО и др. (У Пальча, Вкусный); Торговый Дом Славянки, ООО (Славянка); Объединенные кондитеры, АО (Любимые с детства, Аленка и др.); Комбинат мучнисто-кондитерских изделий Добрынинский, ЗАО (Добрынинский, Народное хозяйство, Добрынинский и партнеры); Стерлитамакский хлебокомбинат, ОАО (Стер-х); ТД Махаон, ООО (Хлебозавод №1); Невские Берега, АО (Невские берега); ИП Бухнин Алексей Иванович (Конфетный рай); Агрокомплекс Чурилово, ООО (Витамины с грядки); Наталья, ООО; Вероника, ООО (Народный фермер); нет данных (Белорусский дворик); Фрутаминка, ООО (Фрутаминка); ИП Чернейкина Ольга Леонидовна (УРЦ Медведь); Праймстарс Ресторанте Групп, ООО (Прайм).



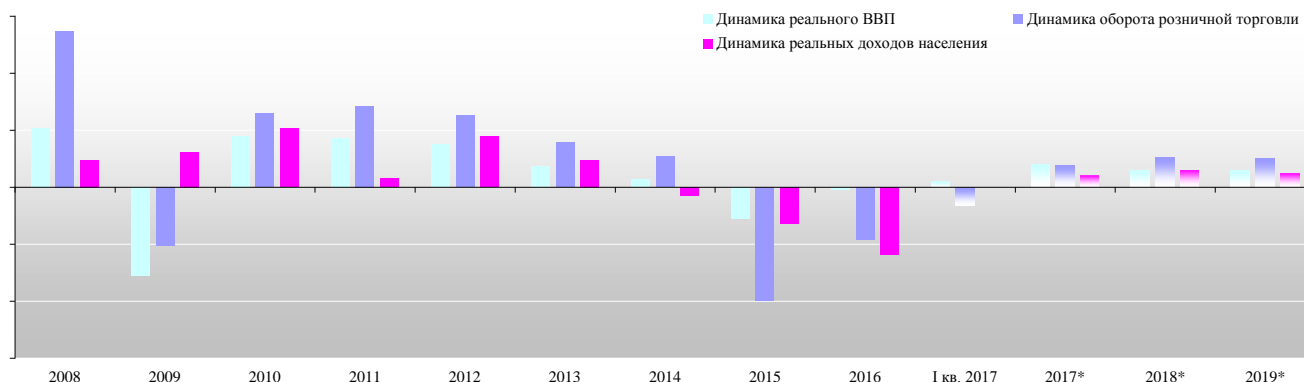
Раздел I. Состояние рынка розничной торговли

Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG

Макроэкономические показатели розничной торговли

В 2016 году ВВП России в реальном выражении замедлил сокращение до -0,2% (в текущих ценах номинальный ВВП увеличился на 3,4% до 86,04 трлн руб.), в то время как в 2015 году снижение реального ВВП составляло -2,8%² (в текущих ценах номинальный ВВП в 2015 году в связи с более высокими темпами инфляции продемонстрировал рост на 5,1%), а в I кв. 2017 года ВВП России продемонстрировал рост в реальном выражении на 0,5%. При этом продолжалось сокращение реальных доходов населения, потребительского спроса и продаж в денежном выражении в ряде сегментов розничного рынка. В условиях продолжающегося укрепления рубля во II пол. 2016 года и I пол. 2017 года резко замедлилась инфляция, причем в торговых сетях с высоким уровнем промoактивности в I полугодии 2017 года цены практически не изменились (темп роста цен не превысил 1%), а по товарам с высокой импортной составляющей и по прямому импорту наблюдалась дефляция. <...>

Рисунок 1. Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2008-2016 гг. и прогноз на 2017-2019 гг., %



Источник: данные ФСГС, прогноз МЭР от апреля 2017 года, расчеты ИА INFOLine

<...>

Сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран

Согласно Global Retail Development Index (GRDI), публикуемому А.Т. Kearney, в 2017 году Индия обогнала Китай в рейтинге привлекательности розничных рынков для международных розничных компаний. В 2015 и 2016 гг. Китай занимал первое место в рейтинге. Падение рейтинга Китая обусловлено замедлением общего экономического роста страны.

<...>

Таблица 1. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2011-2017 гг.

Страна	Страновой риск (25%)	Привлекательность рынка (25%)	Насыщенность рынка (25%) ³	Фактор времени (25%)	Общий балл ⁴
Рейтинг 2011 года					
*	*	*	*	*	*
...
Рейтинг 2016 года					
1. Китай	*	*	*	*	*

² Со II квартала 2014 г. в ВВП России включены показатели по Республике Крым и Севастополю.

³ Насыщенность рынка определяется следующими факторами: доля розничных сетей (7,5%), число международных розничных сетей (7,5%), розничные продажи магазинов современных форматов на душу населения (5%) и доля на рынке ведущих торговых сетей (5%).

⁴ Общий балл определяется суммированием произведений значений факторов на их уровень значимости и затем делится на наибольший показатель среди всех стран, входящих в индекс, и выражается в % к значению индекса для страны-лидера.

2. Индия	*	*	*	*	*
3. Малайзия	*	*	*	*	*
22. Россия	*	*	*	*	*

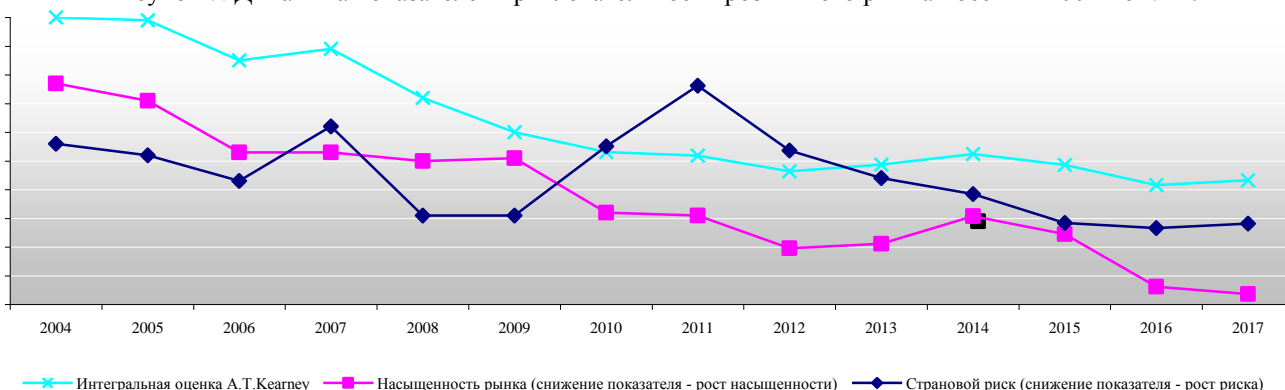
0=рискованно 0=низкая 0=насыщен 0=нет спешки
 100=безопасно 100=высокая 100=не насыщен 100=быстрый выход
 привлекательность

Источник: Исследование А.Т. Kearney

<...>

Продолжительные санкции против России обусловили снижение иностранных инвестиций и кредитов, усугубив экономический кризис и ограничивая потенциал восстановления экономики, однако потребительский спрос на основные виды товаров сохранился и в 2017 г. начал расти, несмотря на снижение реальных доходов и покупательской способности населения. 2016 год оказался благоприятным для иностранного ритейла в России с точки зрения приобретения недвижимости для открытия новых точек, так как рубль хотя и несколько укрепился, но всё ещё находился на уровне в 1,5-2 раза ниже докризисных значений. В условиях экономического кризиса произошла рационализация структуры потребительских расходов, что привело к ускорению роста доли современных форматов торговли и торговых сетей. В сегменте Non-Food основной потенциал роста бизнеса связан с реализацией omni-канальной модели бизнеса. Кроме того, в 2016-2017 гг. происходило восстановление продаж товаров luxury: ряд крупных мировых fashion ритейлеров открыли свои бутики в Москве и Санкт-Петербурге (Fendi, Valentino, Bulgari, Victoria Secret и т.д.). Их продажи были поддержаны ростом числа иностранных туристов (в первую очередь китайских) в России, желающих приобрести данные товары по более низким ценам, чем в домашнем регионе. Динамика привлекательности розничного рынка России на диаграмме.

Рисунок 7. Динамика показателей привлекательности розничного рынка России в 2004-2017 гг.



Источник: Исследование А.Т. Kearney

<...>

Государственное регулирование розничной торговли

Основным законом, регулирующим торговую деятельность на территории Российской Федерации является Федеральный закон № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее Закон «О торговле»). Закон был принят в 2009 году, основные положения закона вступили в силу с 1 февраля 2010 года (полностью все положения закона вступили в силу с 1 августа 2010 года).

<...>

1 января 2017 года завершился переходный период по переходу на новые условия, принятые в Поправках к Закону о торговле. Напомним, 3 июля 2016 Президент подписал Федеральный закон от 3.7.2016 №273-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» и Кодекс РФ об административных правонарушениях». Закон вступил в силу 15 июля 2016 года.





9 июня 2017 года ФАС подготовила разъяснения об определении условий о цене товара и скидкам. Согласно действующему законодательству, совокупная сумма всех выплат по вознаграждению и по плате за оказание услуг не должна превышать 5% от цены приобретенных продовольственных товаров. «Мы обеспокоены сложившейся ситуацией на рынке, когда торговые сети требуют от поставщиков дополнительные скидки к товарам, не предусмотренные договором поставки.

<...>

ЕГАИС

Для производителей спиртного ЕГАИС заработала в 2006 году. С 1 января 2016 года к ЕГАИС подключено оптовое звено. К 1 июля 2016 года к системе были подключены большинство кассовых аппаратов в магазинах, торгующих алкоголем (для маленьких населенных пунктов предусмотрена годичная отсрочка – до 1 сентября 2017 года). Тех, кто не успел подключиться, ждали штрафы: в соответствии со ст.15.13 КоАП РФ за искажение информации и (или) нарушение порядка и сроков представление деклараций предусмотрено наложение административного штрафа в размере от 5 000 до 10 000 руб. на должностных лиц, от 50 000 до 100 000 руб. на юридических лиц. Предусмотрен двойной контроль: сверяются ежеквартальные декларации и информация, зафиксированная в ЕГАИС.

<...>

Регулирование контрольно-кассовых операций

3 июля 2016 года Президент РФ подписал Федеральный закон № 290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты РФ». С 1 июля 2017 года для всех владельцев кассовых аппаратов стала обязательной передача данных в режиме онлайн. Старый порядок работы ККТ аннулируется. По состоянию на 28 июня 2017 года 850 тыс. касс зарегистрировано в ККТ. ФНС обрабатывает около 70 млн онлайн-чеков в сутки. Ожидается, что окончательно спрос на новые ККТ – еще около 300 тыс. – будет закрыт в ближайшее время. Каждый день на новый порядок работы переходит порядка 10-15 тыс. касс.

<...>

Национальная система адресной продовольственной помощи

Минпромторг внес в правительство концепцию по введению продовольственных карточек для малоимущих граждан ещё в сентябре 2015 года. Предполагается, что ими могут воспользоваться люди, имеющие право на федеральные субсидии. Программа предусматривает два направления. 1): по программе дополнительного питания «Продуктовая карта» государство будет предоставлять нуждающимся целевые денежные средства в виде баллов и бонусов; 2): программа социального (бесплатного или льготного) питания. Все продукты можно будет купить в любом соотношении и количестве, в любом продуктовом крупном и мелком магазине, на рынке, в автолавке. Единственное требование – ритейлеры, которыми могут быть только отечественные компании, должны быть подключены к центральной процессинговой системе и размещать на видном месте информацию о своем участии в программе.

<...>

Опережающие индикаторы развития розничной торговли⁵

Предпринимательские оценки фактического и ожидаемого изменения экономической ситуации свидетельствуют о серьезной отраслевой дестабилизации. По данным опросов ФСГС, во II кв. 2017 года индекс предпринимательской уверенности составил 3 п.п.

Рисунок 2. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007-2017 гг.

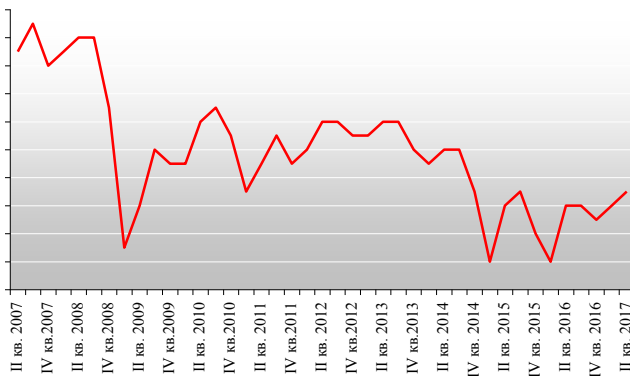
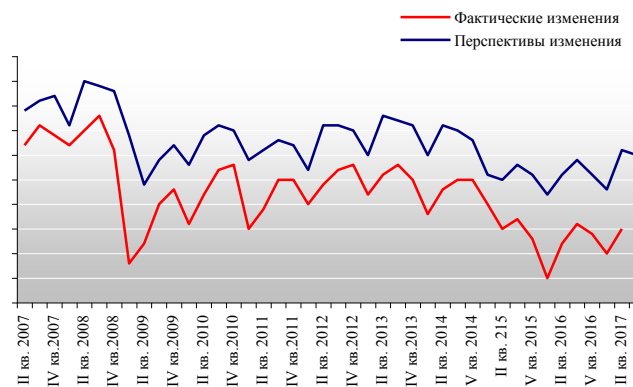


Рисунок 3. Оценка экономической ситуации в России в 2007-2017 гг.



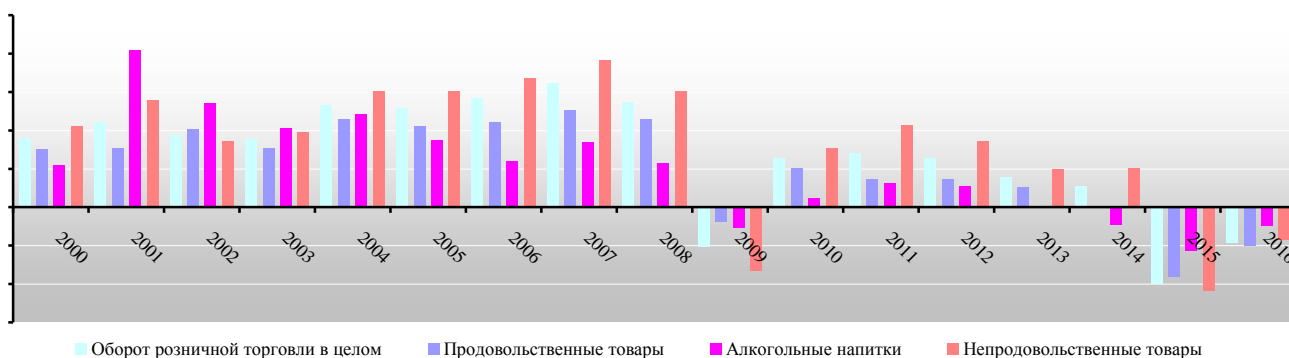
Источник данных: данные ФСГС

Динамика и структура оборота розничного рынка России

За 2016 год оборот розничной торговли составил 28317,3 млрд руб. и в товарной массе снизился на 4,6% к 2015 году (в 2015 году – снижение на 10%). Оборот розничной торговли продовольственными товарами за 2016 год снизился на 5% к 2015 году, а непродовольственными – на 4,2%. Следует отметить, что по оценкам Банка России, методология Росстата в части оценки инфляции несовершенна и даёт завышенные показатели, так как предполагает исключение из рассмотрения краткосрочных (менее недели) промоакций, которые в условиях усиления ценовой конкуренции активно используют торговые сети (особенно сети FMCG). <...>

Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по группам товаров в 2000-2016 гг. на диаграмме.

Рисунок 4. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2016 гг., %



Источник данных: данные ФСГС

<...>

⁵ Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок уровня складских запасов (с обратным знаком), изменения экономического положения в текущем квартале по сравнению с предыдущим и ожидаемого изменения экономического положения в следующем квартале (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателя не исключена.

Баланс оценок изменения значения показателей (фактические изменения оборота розничной торговли; фактические изменения средней численности работников; уровень складских запасов, фактические изменения ассортимента товаров; цены реализации; средний сложившийся уровень торговой наценки; фактические изменения инвестирования в расширение деятельности, ремонт и модернизацию; перспективные изменения складских площадей; фактические изменения обеспеченности предприятий розничной торговли собственными финансовыми ресурсами; прибыль предприятий розничной торговли), определяемых как разность долей респондентов, отметивших «улучшение» и «ухудшение» показателя по сравнению с предыдущим кварталом (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателей не исключена.



Структура оборота розничной торговли по видам товаров

В структуре продажи основных видов продовольственных товаров в течение 2005-2016 гг. произошли значительные изменения, наиболее важными из которых стало сокращение доли алкогольных напитков, мяса и продуктов из мяса, а также сахара, жирных сыров и хлебобулочных изделий. При этом 2016 году все основные категории продовольственных товаров, кроме свежего картофеля продемонстрировали отрицательную динамику.

<...>

Таблица 3. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2005-2016 гг.

Показатель	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Оборот розничной торговли	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
продовольственные товары	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
непродовольственные товары	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля продовольственных товаров, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля непродовольственных товаров, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные ФСГС

<...>

Таблица 4. Структура продаж основных продуктов питания в 2005-2016 гг.

Группа товаров	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Мясо животных и домашней птицы	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Продукты из мяса	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Консервы из мяса	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Рыба и морепродукты	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

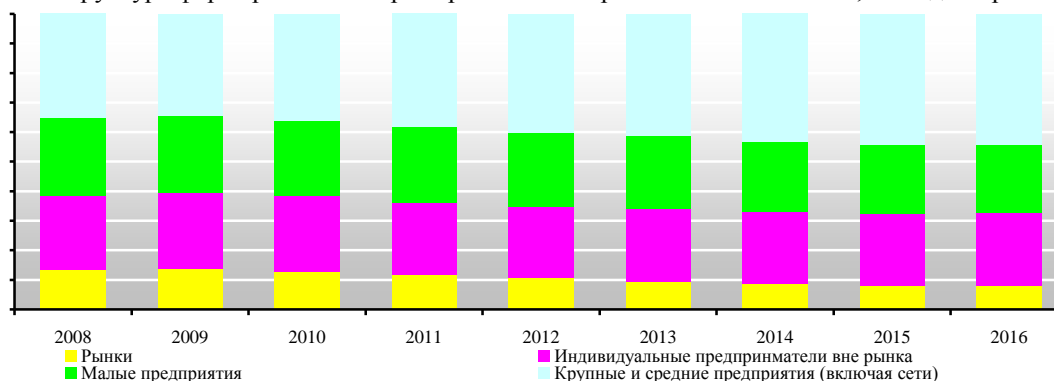
Источник: данные ФСГС

<...>

Структура оборота розничной торговли по видам организаций

В структуре оборота розничной торговли по видам организаций в 2016 году сохранилась тенденция снижения доли рынков (на * п.п. к 2015 году) <...>

Рисунок 5. Структура формирования оборота розничной торговли в 2008-2016 гг., по видам организаций, %



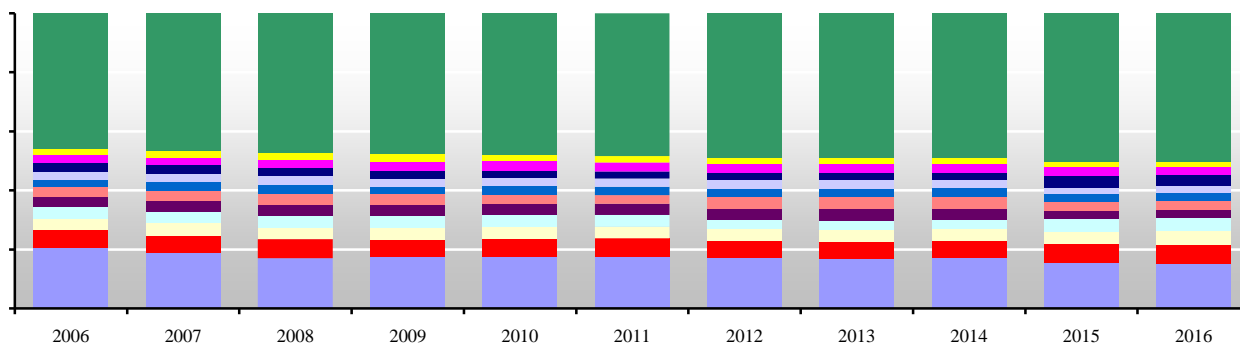
Источник: данные ФСГС

В 2016 году на розничных рынках и ярмарках население покупает около *% пищевых продуктов и табачных изделий и *% непродовольственных товаров. <...>

Региональная структура оборота розничной торговли

Региональная структура оборота розничной торговли России характеризуется неравномерностью: в 2016 году и I полугодии 2017 г. почти *% оборота приходилось на 11 субъектов. <...>

Рисунок 34. Динамика структуры оборота розничной торговли по регионам России в 2006-2016 гг.

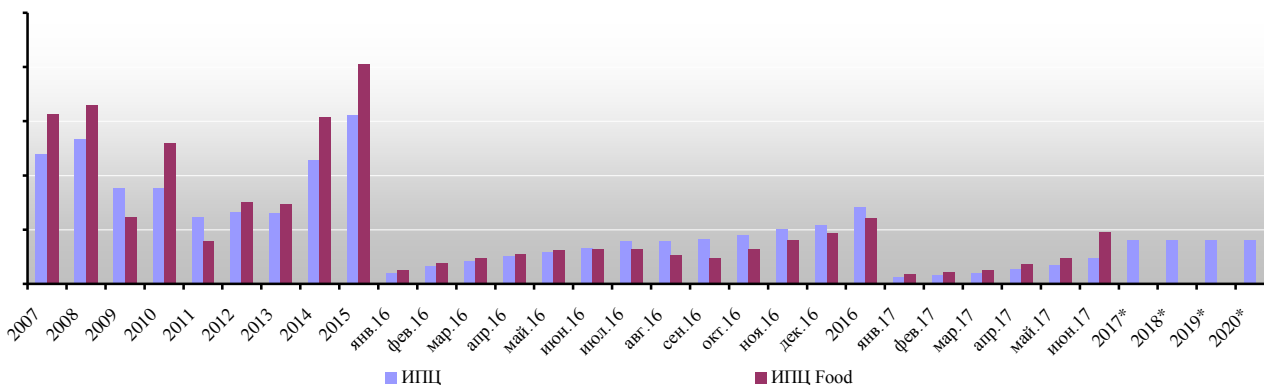


Источник: данные ФСТС

Инфляция на рынке продовольственных товаров

<...> Согласно обновленному базовому прогнозу МЭР на 2017-2020 гг., одобренному Правительством 13 апреля 2017 года, в 2017 году инфляция составит *%, в 2018 – *%, в 2019 году – *%. <...>

Рисунок 38. Индекс потребительских цен в 2007-2017 гг., % к декабрю пред. года и прогноз на 2017-2020 (базовый) гг.



Источник: данные ФСТС

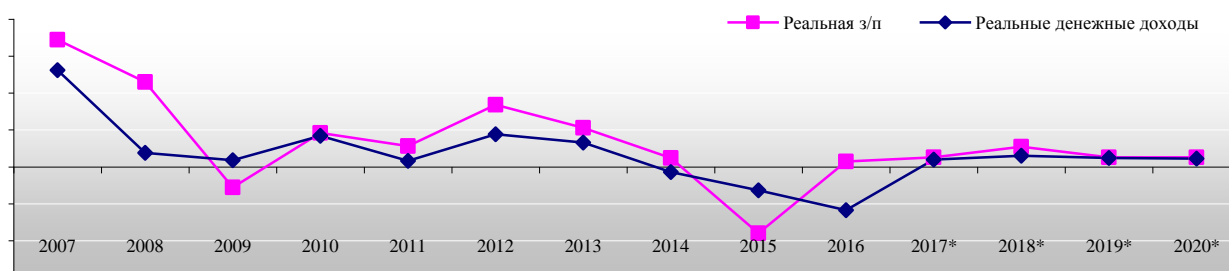
<...>

Доходы, расходы и потребительское поведение населения

Доходы и расходы населения

Снижение оборота розничной торговли в период 2014-2016 гг. в первую очередь связано с сокращением реальной заработной платы и реальных доходов населения в условиях стагнации экономики и в сочетании со снижением объемов потребительского кредитования, а также увеличением доли расходов потребителей на обслуживание и погашение банковских кредитов. <...>

Рисунок 6. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2016 гг. и прогноз на 2017-2020 гг. (базовый), %



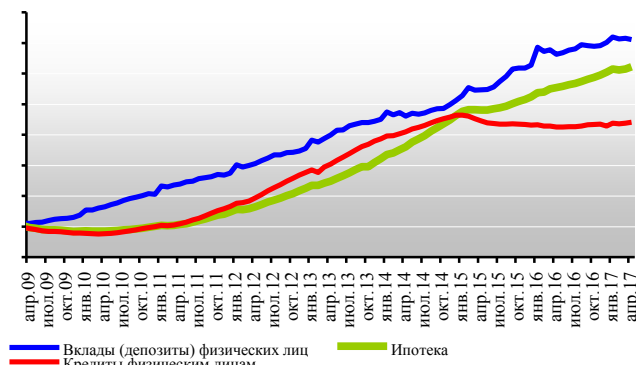
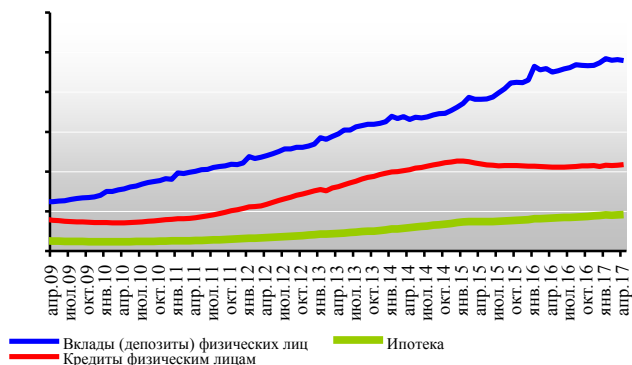
Источник: данные ФСТС



Кредиты и депозиты населения

16 июня 2017 года ЦБ РФ принял решение снизить ключевую ставку до *%. При этом ЦБ РФ отметил, что краткосрочные инфляционные риски снизились, в то же время на среднесрочном горизонте они сохраняются. Для поддержания инфляции вблизи целевого значения *% Банк России продолжит проведение умеренно жесткой денежно-кредитной политики. <...>

Рисунок 7. Вклады и кредиты физических лиц в 2009-2017 гг. в рублях и в валюте, млрд руб. Рисунок 8. Вклады и кредиты физических лиц в 2009-2017 гг., % к янв. 2009 года



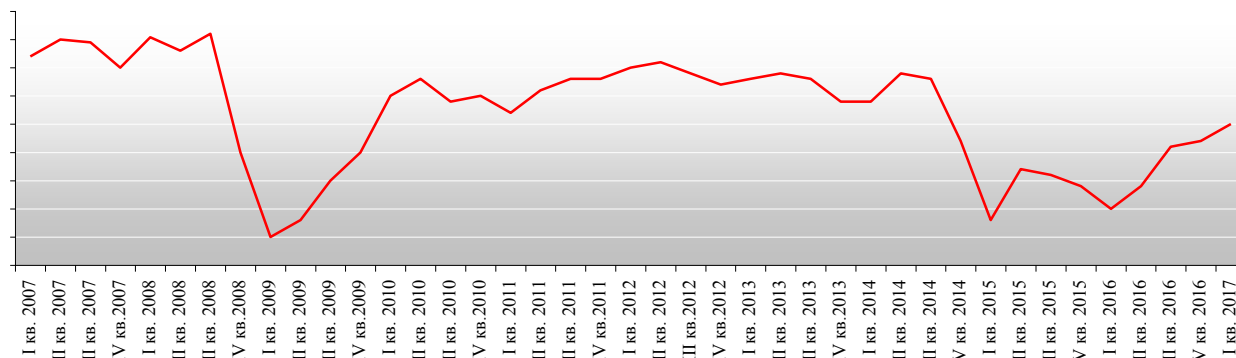
Источник: данные ЦБ РФ

<...>

Потребительские ожидания и уверенность населения

Несмотря на сохранение сложной ситуации в экономике, население демонстрирует восстановление спроса. По данным опросов ФСГС 5000 человек в возрасте от 16 лет, проживающих во всех субъектах РФ, в течение 12-ти месяцев положительных изменений в экономике страны ожидают *% опрошенных как и в IV кв. 2016года.

Рисунок 9. Индекс уверенности потребителей России 2007-2017 гг.



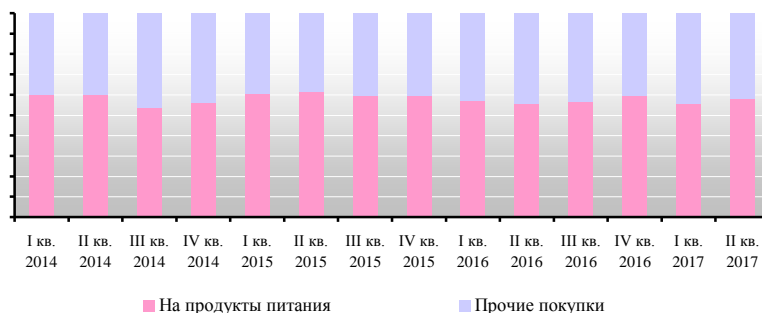
Источник: данные ФСГС

<...>

Потребительское поведение населения

В июле 2017 года Sberbank CIB опубликовал исследование потребительского поведения и настроений российских граждан со средним уровнем доходов. Индекс потребительских настроений, который повышался с IV кв. 2015 года, во II квартале 2017 снизился до *%. <...>

Рисунок 10. Структура расходов потребителей, %



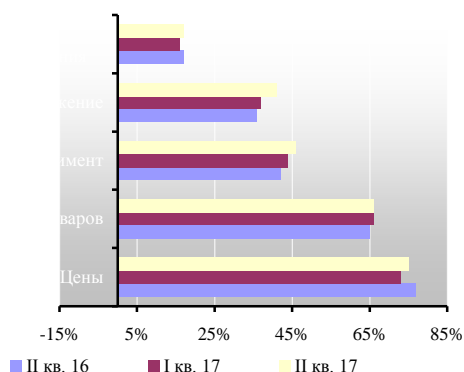
Источник: CINT, Sberbank Investment Research

<...>

В следующие 12 месяцев *% респондентов (в чистом выражении) планирует увеличить расходы на питание (против *% в I кв. 2017 года). Между тем необязательные затраты будут оставаться под давлением: большинство потребителей планирует и дальше снижать расходы на рестораны и электронику, и доля таких респондентов увеличилась по сравнению с предыдущим кварталом.

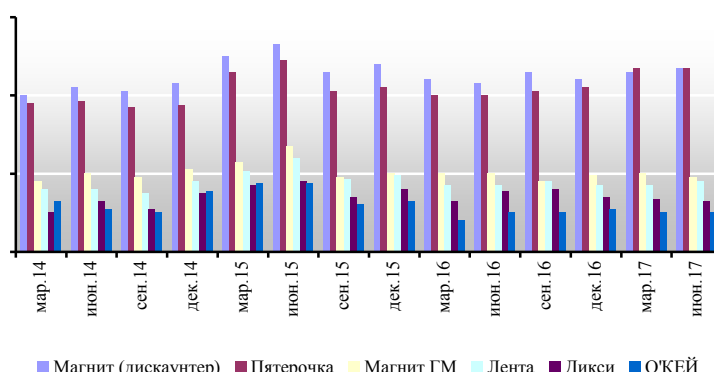
<...>

Рисунок 11. Факторы, влияющие на выбор магазина



Источник: CINT, Sberbank Investment Research

Рисунок 12. Магазины, в которых покупатели покупают продукты питания



Источник: CINT, Sberbank Investment Research

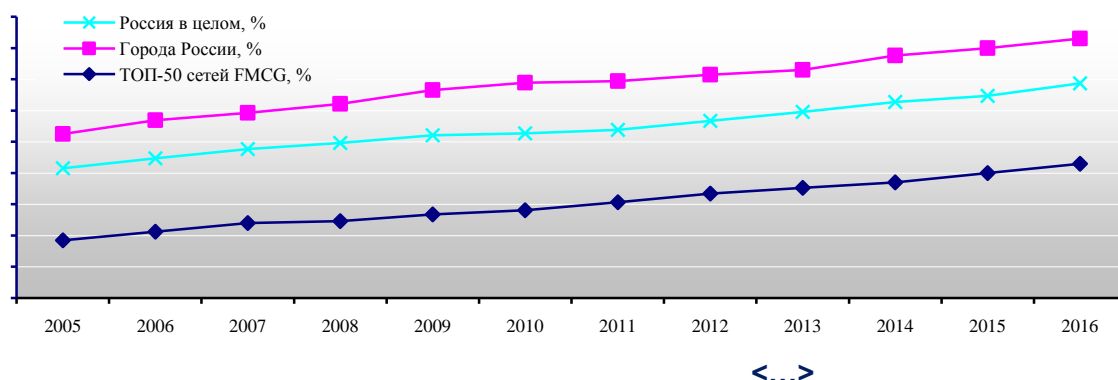
Тенденции и прогноз развития сетевой розничной торговли FMCG

Основные этапы развития торговли в России

<...> Несмотря на то, что в целом доля современных форматов в России составляет *%, наиболее значимым для развития розничного сектора является состояние бизнеса 50 крупнейших ритейлеров, на которые приходится около *% 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 2006-2016 гг., %

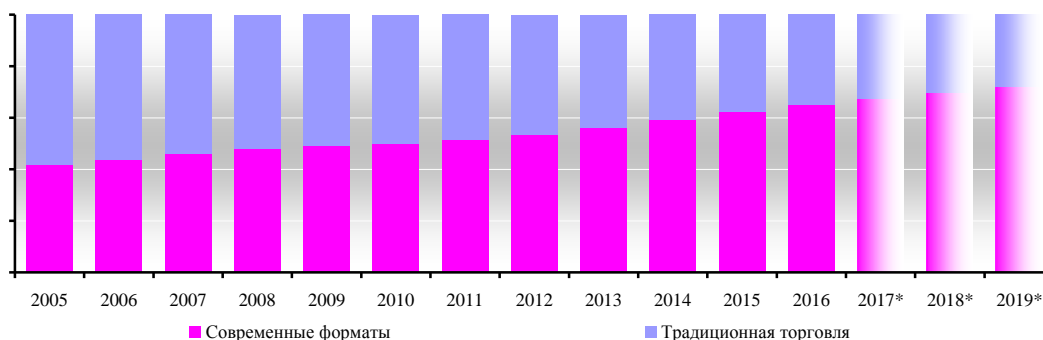


Основные количественные показатели развития торговли в России

Специалисты ИА INFOLine используют следующую классификацию торговых объектов FMCG современных форматов:

- Гипермаркет – объекты, торговая площадь которых превышает 2,5 тыс. кв. м.; ассортимент от 7 тыс. наименований (гипермаркет-дискаунтер) до 35-60 тыс. наименований (крупноформатный гипермаркет).

Рисунок 9713. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., %

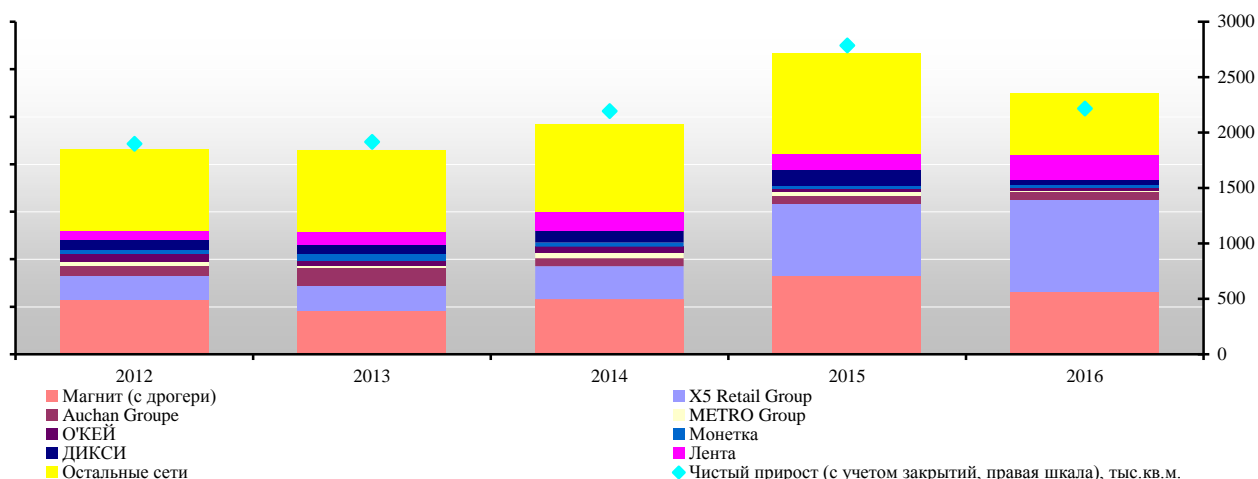


Источник: данные ИА INFOLine

Динамика развития торговых сетей FMCG

По итогам 2016 года прирост торговых площадей по 190 крупнейшим сетям составил более * тыс. кв. м. (в 2015 году – * тыс. кв. м., в 2014 году – * тыс. кв. м., в 2013 году – * тыс. кв. м., в 2012 году – * тыс. кв. м) или *% (в 2015 году – *% в 2014 году – *%, в 2013 году – *%, в 2012 году – *%). Таким образом, по состоянию на 1 января 2017 года суммарные торговые площади ТОП-190 розничных сетей FMCG составили более *млн кв. м. <...>

Рисунок 102. Динамика прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2012-2016 гг., тыс. кв. м.



Источник данных: данные ИА INFOLine

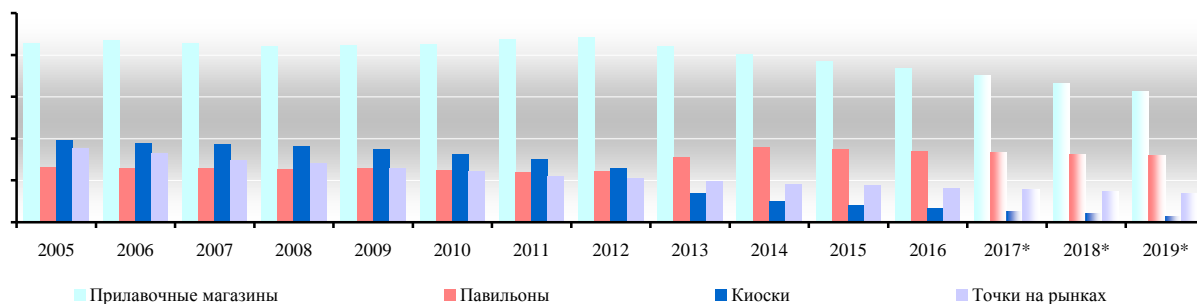
<...>

Прогноз развития современных форматов и торговых сетей FMCG

В 2017-2019 гг. наиболее динамичный рост демонстрируют сети дискаунтеров, ритейлеры, развивающие формат гипермаркет, несмотря на ухудшение показателя сопоставимых продаж, продолжают открывать новые объекты (в первую очередь «Магнит» и «Лента»), а сети супермаркетов – стагнируют.

<...>

Рисунок 14. Количество объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., тыс. ед.



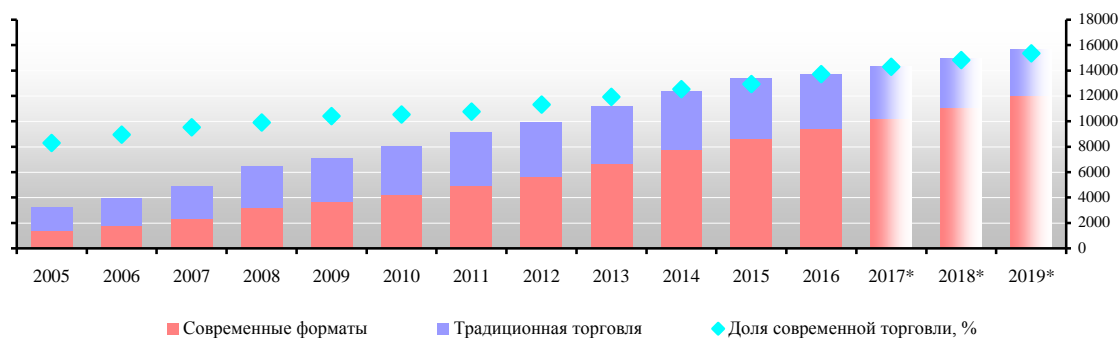
Источник: данные ИА INFOLine

<...>

Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж

В структуре выручки от продажи продовольственных товаров доля современных форматов торговли в 2005-2016 гг. выросла почти в * раза и по итогам 2016 года составила *%.

Рисунок 117. Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., млрд. руб. (с НДС)

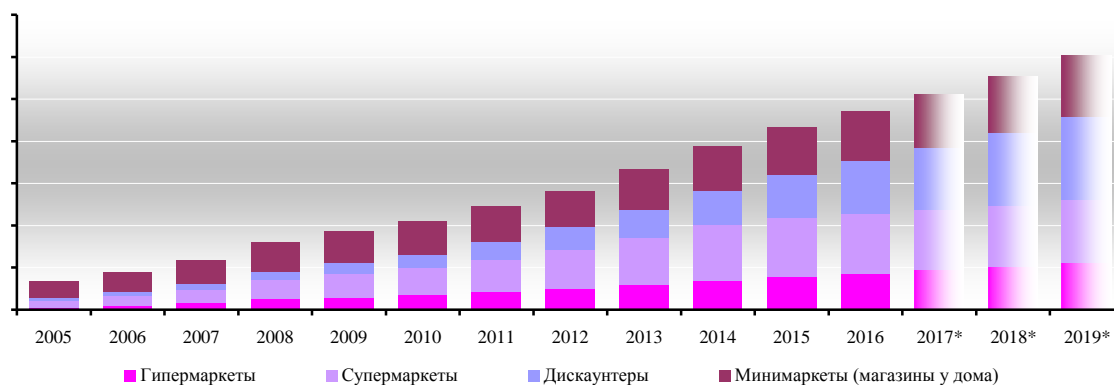


Источник: данные ИА INFOLine



Выручка от продажи продовольственных товаров (с НДС) по итогам 2016 года в формате «гипермаркет» составила более *трлн. руб., что составляет более *% оборота розничной торговли продовольственными товарами.

Рисунок 11915. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов (с НДС) в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., млрд. руб.



Источник: данные ИА INFOLine

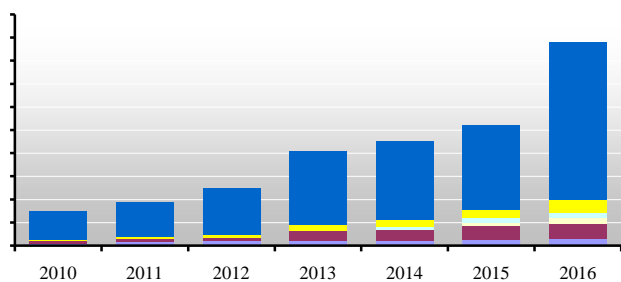


Актуальные вызовы для российских ритейлеров и поставщиков

Чувствительность потребителя к цене и промоактивность

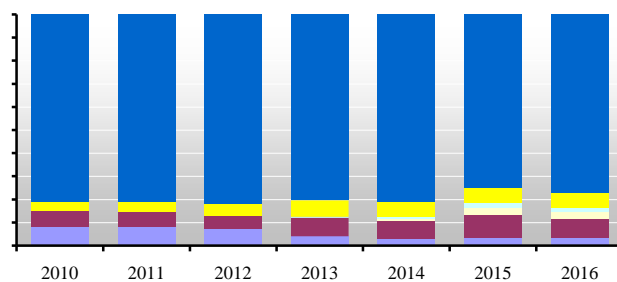
В 2017 году российский потребитель стал более чувствителен к цене, и промокампании оказались для ритейлеров одним из основных способов поддержки продаж. У лидеров продовольственной розницы доля продаж по промоакциям на высоком уровне. У X5 Retail Group (сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») она оставалась на уровне около 30% в течение более чем 12 месяцев. У «Ленты» в I кв. 2017 года по сравнению с концом 2016 года доля промо стабилизировалась, но остается выше 30%. Доля промопродаж «Ашана» не изменилась. У «Дикси» в I кв. 2017 года доля промовыручки выросла в 1,5 раза год к году. <...>

Рисунок 16. Динамика промо-акций в 2010-2016 гг. в супермаркетах



■ Billa ■ Виктория ■ Лента (супер) ■ ОКЕЙ-Экспресс ■ Перекресток ■ Другие супермаркеты

Рисунок 17. Динамика доли промо в 2010-2016 гг. в супермаркетах



■ Billa ■ Виктория ■ Лента (супер) ■ ОКЕЙ-Экспресс ■ Перекресток ■ Другие супермаркеты

Источник: данные Hipercomrussia

<...>

Планы и прогнозы развития крупнейших сетей FMCG России

В 2017 году «Магнит» планирует открыть не менее 15 гипермаркетов, не менее 25 супермаркетов «Магнит Семейный», 2000 магазинов у дома (в том числе 250 в СЗФО) и 1000 магазинов «дрогери», то есть количество открытий в формате «магазин у дома» вырастет по сравнению с 2016 годом, а в остальных форматах – сократится. В связи с плановым закрытием убыточных крупноформатных магазинов, прирост объектов составит 13 гипермаркетов и 15 «Магнит Семейный». <...>

Таблица 2. Динамика выручки ТОП-7 сетей FMCG России (без учета НДС) в 2015-2016 и план на 2017-2019 гг.

Юридическое название	Бренды	Основные форматы ⁹	Выручка без НДС, млрд руб.				Динамика выручки, %					
			2015	2016	2017 (план)	2018 (план)	2019 (план)	2015	2016	2017 (план)	2018 (план)	2019 (план)
Магнит, ПАО (Тандер, АО) ⁷	Магнит, Магнит Семейный, Магнит-Косметик	Г, С, М, Д	947,8	*	*	*	*	24,3%	*	*	*	*
X5 Retail Group N.V. (ТД Перекресток, ЗАО) ⁸	Пятерочка, Перекресток, Карусель, Перекресток Экспресс	Г, С, М, Д	804,1	*	*	*	*	27,3%	*	*	*	*
Auchan Retail Россия	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга, Атак, В шаге от Вас	Г, С, М	415,5	*	*	*	*	11,5%	*	*	*	*
ДИКСИ Юг, АО ⁹	Дикси, Мегамаг, Минимарт, Виктория, КЭШ, Квартал/Дешево	Г, С, М, Д	270,5	*	*	*	*	19,1%	*	*	*	*
Лента, ООО	Лента	Г, С	252,8	*	*	*	*	30,3%	*	*	*	*
Метро Кэш энд Керри, ООО	МЕТРО, МЕТРО Punct, real,-	Г, С	225	*	*	*	*	7,4%	*	*	*	*
ОКЕЙ, ООО ¹⁰	ОКЕЙ, ОКЕЙ-Экспресс	Г, С	160,3	*	*	*	*	6,9%	*	*	*	*

Источник: данные и прогнозы компаний, оценка ИА INFOLine

Конъюнктурный опрос: ожидания динамики потребительского рынка в 2017 году

В начале 2017 года ИА INFOLine провело опрос более 200 крупнейших поставщиков продуктов питания и товаров народного потребления в России, большинство из которых имеют объем продаж, превышающий 1 млрд руб. в год.

Целью опроса стала оценка перспектив развития рынка, эффективности взаимодействия поставщиков с сетевым ритейлом и прогнозы работы в 2017 году.

Ключевыми вопросами в рамках опроса были следующие:

- Итоги динамики продаж крупнейших поставщиков в 2016 году и прогноз на 2017 год.
- Доля продаж крупнейших поставщиков через сети.
- Развитие компаний и государственное регулирование.



каунтер, Г – Гипермаркет, С – Супермаркет, М – Магазин у дома

⁷ Billa

⁸ Виктория

⁹ Розничная выручка компании.

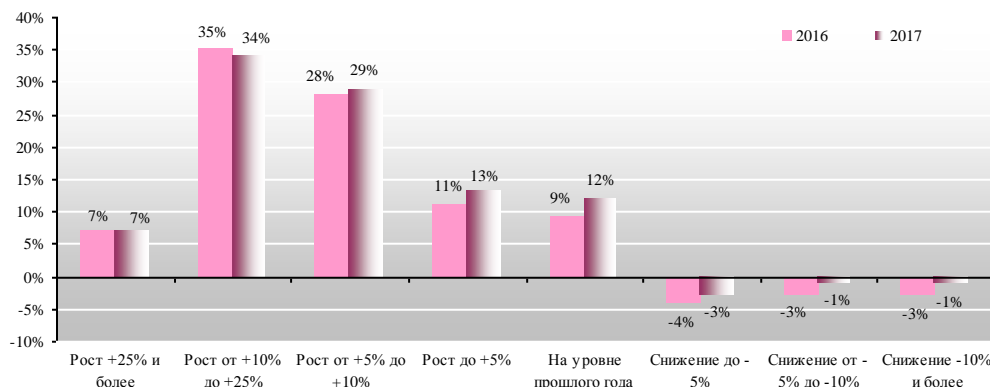
¹⁰ Розничная выручка компании.



■ Взаимодействие ведущих поставщиков с сетями.



Рисунок 18. Продажи крупнейших поставщиков сегмента FMCG в 2016 году (в рублях) и прогноз на 2017 год



Источник: результаты опроса и оценки ИА INFOLine



Раздел II. Рейтинг ТОП-100 ритейлеров FMCG

По итогам 2016 года в рейтинг ТОП-100 крупнейших сетей FMCG¹¹ вошли компании с выручкой более 4,6 млрд. руб., в рейтинг ТОП-50 крупнейших сетей FMCG¹² – с выручкой более 10,4 млрд. руб.



Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов

Информация о количестве магазинов крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 4,6 млрд. руб. по итогам 2016 года) в 2010-2016 гг. и в I пол. 2016-2017 гг. приведена в таблице.

Таблица 3. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2010-2017 гг., по состоянию на конец периода, шт.

№ пп	Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	I пол. 2016	I пол. 2017
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	4002	5006	6046	7200	8344	*	*	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	51	93	126	161	190	*	*	*	*
		Магнит Семейный	С	0	0	20	46	97	*	*	*	*
		Магнит-Косметик	М	2	210	692	686	1080	*	*	*	*
		все форматы	все форматы	4055	5309	6884	8093	9711	*	*	*	*
...	*	*	*	*

Источник: данные ИА INFOLine

Рейтинг сетей FMCG по общей торговой площади

Информация об общей торговой площади крупнейших ритейлеров FMCG России в 2010-2016 гг. и в I пол. 2016-2017 гг. приведена в таблицах.

Таблица 4. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2010-2017 гг., тыс. кв. м.

№ пп	Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	I пол. 2016	I пол. 2017
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	1256,8	1637,8	1977,5	2312,2	2673,3	*	*	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	165,1	282,2	387,6	482,9	559,1	*	*	*	*
		Магнит Семейный	С	0,0	0,0	24,4	53,3	109,1	*	*	*	*
		Магнит-Косметик	М	0,4	50,1	159,8	163,0	249,2	*	*	*	*
		все форматы	все форматы	1422,3	1970,2	2549,3	3011,4	3590,6	*	*	*	*
...	*	*	*	*

Источник: данные ИА INFOLine

Динамика общей торговой площади крупнейших сетей FMCG России (с выручкой более 4,6 млрд. руб. в 2016 году) в 2011-2017 гг. приведена в таблице.

Таблица 5. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2011-2017 гг., %

№ пп	Основное операционное юрид. лицо	Бренд	Основные форматы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Среднегодовой 2011-2016 ¹³	I пол. 2017/I пол. 2016
------	----------------------------------	-------	------------------	------	------	------	------	------	------	---------------------------------------	-------------------------

¹¹ Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

¹² Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

¹³ Представлен среднегодовой прирост торговой площади за период работы компании.

№ пп	Основное операционное юрид. лицо	Бренд	Основные форматы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Среднегодовой 2011-2016 ¹³	I пол. 2017/I пол. 2016
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	30,3	20,7	16,9	15,6	*	*	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	71,0	37,3	24,6	15,8	*	*	*	*
		Магнит Семейный	С	-	-	118,6	104,8	*	*	*	*
		Магнит-Косметик	М	-	219,1	2,0	52,8	*	*	*	*
		все форматы	все форматы	38,5	29,4	18,1	19,2	*	*	*	*
...	*	*	*	*

Источник: данные ИА INFOLine

Рейтинг сетей FMCG по чистой выручке

Информация о чистой выручке¹⁴ крупнейших ритейлеров FMCG России в 2010-2016 гг. приведена в таблице.

Таблица 6. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2010-2016 гг., млрд. руб.

№ пп	Основное операционное юрид. лицо	Бренд	Основные форматы	Данные	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	МСФО	212,3	287,7	364,2	450,8	577,8	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г		23,8	46,2	75,4	106,2	139,7	*	*
		Магнит Семейный	С		0,0	0,8	3,1	10,7	25,5	*	*
		Магнит-Косметик	М		0,0	0,9	5,7	11,9	19,8	*	*
		все форматы	все форматы		236,1	335,6	448,5	579,5	762,7	*	*
...	*	*	

Источник: данные ИА INFOLine

Динамика чистой выручки крупнейших ритейлеров FMCG России в 2011-2016 гг. приведена в таблице.

Таблица 7. Динамика прироста выручки крупнейших сетей FMCG России в 2011-2016 гг., %

№ пп	Основное операционное юрид. лицо	Бренд	Основные форматы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Среднегодовой 2011-2016
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	35,5	26,6	23,8	28,2	*	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	93,9	63,3	40,8	31,5	*	*	*
		Магнит Семейный	С	-	288,4	244,6	139,1	*	*	*
		Магнит-Косметик	М	-	542,1	107,1	66,4	*	*	*
		все форматы	все форматы	42,1	33,6	29,2	31,6	*	*	*
...	

Источник: данные ИА INFOLine

Рейтинг сетей FMCG по эффективности продаж¹⁵

Информация о выручке с квадратного метра торговой площади¹⁶ крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 4,1 млрд. руб.¹⁷) в рублевом выражении в 2012-2016 гг. приведена в таблице.

Таблица 8. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2012-2016 гг., тыс. руб. в год

№ пп	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы ¹⁸	2012	2013	2014	2015	2016
1	Магнит, ПАО (Тандер, АО)	Гипермаркет Магнит	Г	*	*	*	*	*
		Магнит	Д	*	*	*	*	*
		Магнит Семейный	С	*	*	*	*	*
		Магнит-Косметик ¹⁹	М	*	*	*	*	*
		все бренды	все форматы	*	*	*	*	*
...	

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.

<...>

¹⁴ Данные приводятся по сети в целом.

¹⁵ Плотность продаж на единицу торговой площади

¹⁶ Методика расчета выручки с кв. м ИА INFOLine предполагает вычисления на основе отношения выручки за год к средней величине торговой площади за год и может отличаться от аналогичных показателей рассчитанных непосредственно самими компаниями.

¹⁷ Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

¹⁸ Г – гипермаркет, С – супермаркет, Д – дискаунтер, М – магазин у дома, ИМ – интернет-магазин.

¹⁹ Формат «дрогери».



Таблица 22. Характеристики РЦ крупнейших торговых сетей FMCG России на 1.1.2017 года

Юридическое название	Бренд	Кол-во, шт.	Площадь, тыс. кв. м.	Региональная представленность	Планы развития РЦ
...
Лента, ООО	Лента	6	195	*	*

Источник: ИА INFOLine

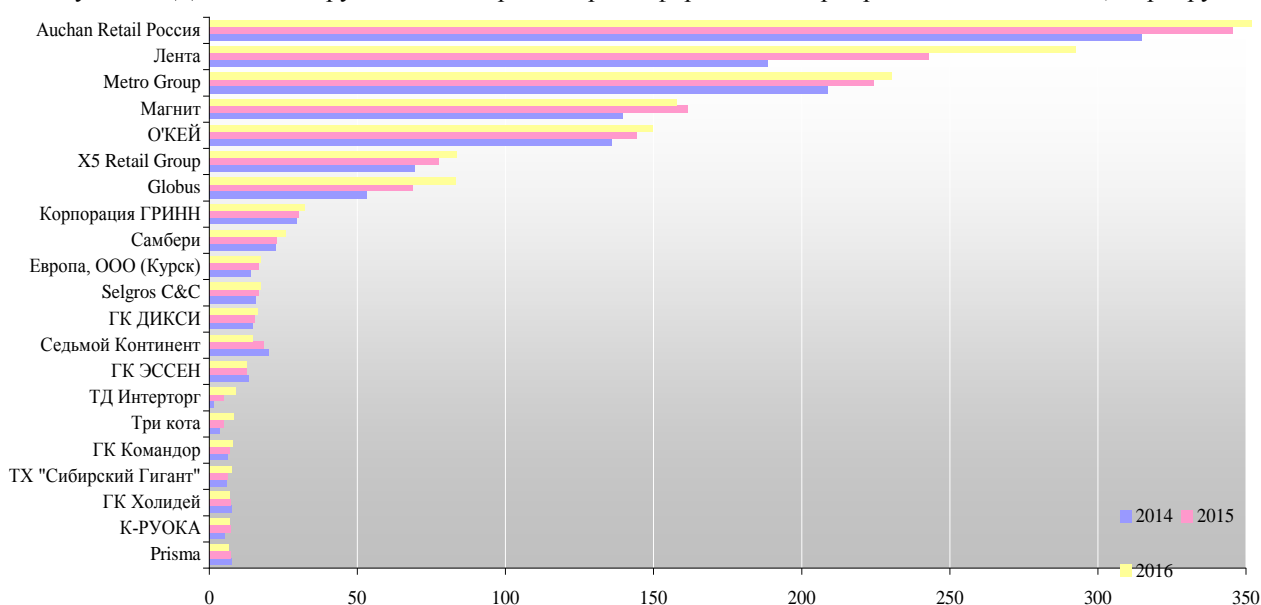
Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

Развитие сетей FMCG в формате «гипермаркет»

Основные параметры формата «гипермаркет»

По итогам 2016 года в ТОП-20 сетей в формате «гипермаркет» вошли компании, выручка которых составила более * млрд. руб. <...>

Рисунок 19. Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в формате «гипермаркет» в 2014-2016 гг., млрд. руб.



Источник: данные компаний, ИА INFOLine

<...>

По итогам 2016 года в ТОП-20 сетей в формате «гипермаркет» вошли компании, выручка которых составила более * млрд. руб. <...>

Таблица 23. Количество, торговая площадь и региональная представленность гипермаркетов крупнейших сетей на 1.1.2017

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 24. Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 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

Тенденции, проблемы и перспективы развития формата «гипермаркет»

Формат «гипермаркет» остается важным направлением развития крупных федеральных и международных ритейлеров. Однако в 2016 году целевая

аудитория данного формата начала сокращаться, в связи с желанием потребителей избежать лишних трат на необязательные товары (некоторые покупатели считают, что покупки в гипермаркетах приводят к более высоким расходам на покупку продуктов питания, потому что цены на самом деле выше, чем в дискаунтерах, хотя покупки в гипермаркетах более удобны). <...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст подраздела содержит рейтинги и характеристики форматов «супермаркет», «дискаунтер», «магазин у дома»

ДЕМО-ВЕРСИЯ

<...>

Развитие формата «магазин при АЗС»

В последнее время активное развитие получил новый формат торговли FMCG – магазины при АЗС. Особенностью магазинов при АЗС является небольшая торговая площадь, а также зачастую наличие кафе на территории магазина <...>

Таблица 9. Операционные показатели крупнейших сетей магазинов при АЗС на 1 января 2017 года

Бренд	Компания	Количество торговых объектов	Суммарная торговая площадь, тыс. кв. м	Выручка в 2016 году, млрд. руб.	Региональная представленность
Роснефть, Подсолнух	АЗС НК Роснефть (с учетом франчайзинговых партнеров)	1560	124,7	*	Москва-*; Московская обл.-*; Белгородская обл.-*; Брянская обл.-*; Воронежская обл.-*; Калужская обл.-*; Костромская обл.-*; Курская обл.-*; Липецкая обл.-*; <...>
*	*	*	*	*	*

Источник: данные компаний, ИА INFOLine

Развитие специализированных сетей FMCG

Общие тенденции развития специализированных магазинов

Специализированные розничные сети реализуют одну группу товаров или часть товарной группы. Основными направлениями специализации сетей в продовольственном ритейле в России являются мясная и алкогольная продукция. Большинство специализированных сетей открываются крупными производителями и дистрибьюторами той или иной категории товаров. <...>

Сети специализированных магазинов алкогольной продукции

Таблица 10. Количество, торговая площадь, выручка и региональная представленность ТОП-10 сетей алкомаркетов России на 1 января 2017 года

Ритейлер	Бренд	Количество торговых объектов	Суммарная торговая площадь	Выручка в 2016 году, млрд. руб.	Региональная представленность
SPS Холдинг	Красное&Белое	3930	314,4	*	Башкортостан респ.-*0; Белгородская область-*; Брянская область-*; Владимирская область-*; <...>
...

Сети специализированных магазинов мясной продукции

Таблица 11. Количество, торговая площадь, выручка и региональная представленность ТОП-10 сетей мясных продуктов России на 1 января 2017 года

Ритейлер	Бренд	Количество торговых объектов	Суммарная торговая площадь	Выручка в 2016 году, млрд. руб.	Региональная представленность
ТД Ариант	Ариант	706	35,3	*	Кемеровская обл.-*; Курганская обл.-*; Новосибирская обл.-*; Свердловская обл.-*; Тюменская обл.-*; Челябинская обл.-*; Башкортостан респ.-*
...



Раздел IV. База 700 торговых сетей FMCG

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

- Бренд сети;
- Основное операционное юридическое лицо;
- Менеджмент сети: генеральный директор, директор по закупкам (коммерческий директор), финансовый директор, IT директор, директор по логистике, директор по развитию;
- Фактический адрес;
- Телефон;
- Факс;
- E-mail;
- Web-сайт;
- Интернет-магазин;
- Общее количество магазинов сети на 1 января 2017 года;
- Количество магазинов на 1 января 2017 года по форматам (гипермаркет, супермаркет, магазин у дома, дискаунтер);
- Общая торговая площадь магазинов сети на 1 января 2017 года;
- Чистая выручка (без учета НДС) торговой сети в 2015-2016 гг., млрд. руб.;
- Региональная представленность (в каких регионах размещены магазины сети с указанием их количества)
- Количество РЦ/складов на 1.1.2017 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 1.1.2017 года
- Регион присутствия РЦ/складов на 1.1.2017 года

Контактные данные по компаниям представлены по состоянию на I квартал 2017 года.

Компании²⁰, представленные в базе, разделены по федеральным округам в зависимости от места расположения головного офиса компании, в порядке убывания выручки (без НДС) за 2016 год. Федеральные и международные сети, сети в формате «магазины при АЗС», специализированные сети²¹ (в разбивке по основной специализации торговых объектов), а также сети расположенные, развивающиеся исключительно на территории Республики Крым выделены в отдельные подразделы.

Таблица 12. 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 2016 году, млрд. руб.
		Г	С	М		
Федеральные ²² и международные сети	23 ²³	*	*	*	*	*
Центральный ФО	142	*	*	*	*	*
Северо-Западный ФО	73	*	*	*	*	*
Южный ФО	23	*	*	*	*	*
Северо-Кавказский ФО	11	*	*	*	*	*
Приволжский ФО	123	*	*	*	*	*
Уральский ФО	47	*	*	*	*	*
Сибирский ФО	86	*	*	*	*	*
Дальневосточный ФО	34	*	*	*	*	*
Крым респ. и г. Севастополь ²⁴	9	*	*	*	*	*
АЗС	36	*	*	*	*	*
Специализированные сети по направлениям: алкогольная продукция, мясная продукция, молочная продукция, хлебобулочные и кондитерские изделия, фермерские продукты, фаст- фуд	*	*	*	*	*	*

Источник: ИА INFOLine

²⁰ Одна компания может развивать несколько торговых сетей.

²¹ В базе 700 торговых сетей FMCG представлены специализированные сети с расширенным ассортиментом (включает в себя ограниченный перечень товаров повседневного спроса).

²² Федеральной считается сеть, присутствующая в 2 и более федеральных округах России и не в менее чем 6 регионах.

²³ Без учета Центрального Союза Потребительских Обществ РФ, включающего более 38 тыс. торговых объектов, ОАО «Железнодорожная торговая компания», включающего около 750 торговых объектов и ФГУП «Почта России», включающего более 41900 почтовых отделений.

²⁴ Сети развивающиеся в России только на территории г. Севастополь и Республики Крым.

В базе также представлен Центральный Союз Потребительских Обществ РФ, объединяющий потребсоюзы на всей территории РФ и включающий более 38 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 на сети железных дорог России, а также «Почта России», включающая торговые точки в почтовых отделениях. Данные компании отнесены к разделу «Федеральные и международные сети».

Для базы 700 торговых сетей FMCG ИА INFOLine использует следующую классификацию торговых объектов современных форматов:

- **Гипермаркет** – объекты, торговая площадь которых превышает 2,5 тыс. кв. м.; ассортимент от 7 тыс. наименований (гипермаркет-дискаунтер) до 35-60 тыс. наименований (крупноформатный гипермаркет). ИА INFOLine не относит к формату «гипермаркет» сеть «Магнит Семейный», позиционирующуюся ЗАО «Тандер» как сеть в формате «гипермаркет», т.к. торговая площадь данных торговых объектов не превышает 2 тыс. кв. м. (данные объекты отнесены к формату «супермаркет»);
- **Супермаркет** – объекты, торговой площадью от 500 до 2500 кв. м.; ассортимент от 5 тыс. наименований (супермаркет) до 30 тыс. наименований (крупноформатный супермаркет). К формату «супермаркет» ИА INFOLine также относит объекты сети «Магнит Семейный» («Магнит») относит к формату «гипермаркет») и «Атак» («Ашан-супермаркет») (позиционируются как объекты формата «супермаркет-дискаунтер»);
- **Дискаунтер** – объекты, торговой площадью менее 500 кв. м., магазин самообслуживания с незначительной (менее 15%) долей непродовольственных товаров в ассортименте; ассортимент 2-7 тыс. наименований. К формату «мягкий дискаунтер» ИА INFOLine относит ряд крупнейших российских игроков, таких как «Пятерочка», «Дикси», «Магнит», «Монетка», «Копейка», «Мария-ра», «Народная 7Я», «Верный», и др., а к формату жесткий дискаунтер – «Светофор» и некоторые аналогичные проекты региональных сетей;
- **Магазин у дома (Минимаркет)** – объекты, торговой площадью от 100 до 500 кв. м.; магазин самообслуживания или с существенным превалированием самообслуживания. Ассортимент находится в диапазоне от 2 до 13 тыс. наименований. К формату «минимаркет» также относятся специализированные сети FMCG по продаже различных видов продовольственных товаров, например алкогольной продукции, мясопродуктов, молочных продуктов («Бристоль», «Красное&Белое», «Великолукский мясокомбинат», «ИЗбенка» и др.), сети магазинов фиксированной цены (Fix Price, «Заодно» и др.). Кроме того, к формату «минимаркет» относятся магазины при АЗС, которыми управляют розничные компании, в составе которых более 5 магазинов на АЗС.

В базу 700 торговых сетей FMCG России включены все работающие на 1.1.2017 компании и операционные и финансовые показатели которых удовлетворяют следующим условиям:

- Компании, развивающие объекты в формате «гипермаркет» (площадь от 2500 кв. м), в том числе если у них в управлении находится 1 объект, но в формате «гипермаркет».
- Компании, развивающие объекты в формате «супермаркет» (площадь от 500 кв. м) и выручка которых по итогам 2016 года составила более 100 млн. руб.
- Компании, развивающие форматы «дискаунтер» и «жесткий дискаунтер», суммарная торговая площадь объектов которых превышает 500 кв. м и выручка которых по итогам 2016 года составила более 100 млн. руб.
- Компании, развивающие объекты в формате «магазин у дома», количество объектов которых составляет не менее 5, в случае развития только данного формата, суммарная торговая площадь превышает 500 кв. м и выручка по итогам 2016 года составила более 100 млн. руб.
- Специализированные сети по направлениям алкогольная продукция, мясная продукция, молочная продукция, хлебобулочные и кондитерские изделия, фермерские продукты, имеющие расширенный ассортимент. Количество объектов сети составляет не менее 20, суммарная торговая площадь превышает 500 кв. м и выручка по итогам 2016 года составила более 100 млн. руб. Узкоспециализированные сети не включены в базу.
- Сети в формате «магазин при АЗС», количество объектов которых составляет не менее 20, суммарная торговая площадь превышает 500 кв. м и выручка по итогам 2016 года составила более 100 млн. руб.
- Сети объектов быстрого питания, осуществляющих розничную торговлю продуктами питания, обладающих широким ассортиментом товаров повседневного спроса.

В Республике Дагестан, Чукотском и Ненецком автономном округах нет значимых торговых сетей, в связи с чем сети, расположенные в данных регионах, в базе 700 торговых сетей FMCG не представлены. На территории Республик Тыва, Адыгея, Карачаево-Черкессия, Чечня, Ингушетия, Калмыкия, представлены крупные международные, федеральные, межрегиональные ритейлеры, в то время как значимых местных сетей INFOLine не выявлено.

При этом в базе представлены сети, отвечающие условиям вхождения в базу, однако по состоянию на июль 2017 года, прекратившие свою деятельность или находящиеся в стадии банкротства:

Таблица 37. Компании, представленные в базе и прекратившие свою деятельность или находящиеся в стадии банкротства или продажи бизнеса

Основное операционное юридическое лицо	Бренды	Регионы присутствия сети, до закрытия
Герма, ООО	Герма	Московская обл.
***	***	***
***	***	***

Источник: ИА INFOLine

Часть компаний, представленных в базе за 2015 год, не были представлены в базе по итогам 2016 года в связи с прекращением деятельности. Так, в 2016 году была реализована целая серия сделок M&A.

Таблица 38. Наиболее значимые сделки M&A в FMCG ритейле России в 2015-2017 гг., повлиявшие на состав базы 700 торговых сетей FMCG

Дата	Предмет и объект сделки	Основное операционное юридическое лицо	Место нахождения торговых объектов	Компания-покупатель	Описание сделки
***	***	***	***	***	***

Источник: ИА INFOLine

Кроме того, прекратили свою деятельность целый ряд мелких региональных розничных торговых сетей, которые не выдержали конкуренцию с «Магнитом» и «Пятерочкой», а также крупнейшими региональными ритейлерами.

Таблица 39. Некоторые региональные торговые сети, прекратившие деятельность в 2016 году

Юридическое лицо	Бренды	Регионы присутствия сети, до закрытия
***	***	***

Источник: ИА INFOLine

Внешний вид представления торговых сетей в Базе «700 сетей и 600 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

Персоналии:

Генеральный директор: Ян Гезенюс Дюннин
Директор по закупкам: Герман Тинга, коммерческий директор
Финансовый директор: Яхо Лемменс
IT-директор: Кузьмич Всеволод
Директор по логистике: Йорн Арнхольд
Директор по развитию: Сергеев Павел, директор по развитию и строительству

Операционные показатели:

Общее количество магазинов на 1.1.2017: 240
Количество гипермаркетов на 1.1.2017: 191
Количество супермаркетов на 1.1.2017: 49
Общая торговая площадь на 1.1.2017: 1146,1 тыс. кв. м.

Финансовые показатели:

Выручка в 2016 году: 306,36 млрд. руб. без НДС
Выручка в 2015 году: 252,76 млрд. руб. без НДС

Региональная представленность (столицы) на 1.1.2017:

Астрахань-*, Барнаул-*, <...>

Региональная представленность (субъекты) на 1.1.2017:

Алтайский край-3; Астраханская обл.-*; Башкортостан респ.-*; <...>

Логистика:

Количество РЦ на 1.1.2016: 6
Общая площадь РЦ: 195 тыс. кв. м.
Региональная представленность РЦ на 1.1.2016: Санкт-Петербург (п. Шушары)-1; Новосибирская обл. (п. Толмачево)-1; Московская обл. (Чехов)-1; Самарская обл. (Тольятти)-1; Ростов-на-Дону-1; Екатеринбург-1

Специализированные сети²⁵

Мясная продукция

Операционная компания: Агрофирма Ариант, ООО;
ТД Ариант

Бренды: Ариант

Контактные данные:

Фактический адрес: 454084, Челябинская обл., г.

Челябинск, ул. Каслинская, д. 64

Телефон: (351) 2450345, 2450347

Факс: (351) 2450346

E-mail: michevaka@ariant.ru

Сайт: www.ariant-agro.ru

Персонали:

Генеральный директор: Соколов Дмитрий Александрович,
директор ТД «Ариант»

Директор по логистике: Нигдайло Евгений Вениаминович,
руководитель складского комплекса

Операционные показатели:

Общее количество магазинов на 1.1.2017: 706

Количество магазинов у дома на 1.1.2017: 706

Общая торговая площадь на 1.1.2017: 35,3 тыс. кв.
м.

Финансовые показатели:

Выручка в 2016 году: 8 млрд. руб. без НДС

Выручка в 2015 году: 6,9 млрд. руб. без НДС

Региональная представленность (столицы) на 1.1.2017:

Екатеринбург-*; Челябинск-*

Региональная представленность (субъекты) на 1.1.2017:

Башкортостан респ.-*; Кемеровская обл.-*; Свердловская
обл.-*; Челябинская обл.-*

²⁵Специализированные сети разделены по типу основной специализации сети: мясная продукция, алкогольная продукция, молочная продукция, хлебобулочные и кондитерские изделия. Следует отметить, что ассортимент данных сетей является не узкоспециализированным и включает в себя ограниченный перечень товаров повседневного спроса.



Перечень таблиц и графиков

Таблицы

Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

- Таблица 1. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2011-2017 гг.
- Таблица 2. Особые ситуации подключения к ЕГАИС
- Таблица 3. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2017 гг.
- Таблица 4. Динамика продажи основных видов продовольственных товаров в I кв. 2017 года, %
- Таблица 5. Продажа продовольственных товаров в 2015-2017 гг., % в сопоставимых ценах к предыдущему месяцу
- Таблица 6. Структура продажи товаров на розничных рынках и ярмарках в фактических ценах за I кв. 2017 года, %
- Таблица 7. Региональная структура оборота розничной торговли РФ в 2007-2017 гг., %
- Таблица 8. Индекс потребительской уверенности россиян со средним уровнем доходов
- Таблица 9. Основные этапы развития российского ритейла FMCG в 1994-2017 гг.
- Таблица 10. Динамика прироста торговых площадей по ТОП-200 российских ритейлеров в 2012-2016 гг.
- Таблица 11. Динамика выручки ТОП-7 сетей FMCG России (без учета НДС) в 2015-2016 и план на 2017-2019 гг.

Раздел II. Рейтинг ТОП-100 ритейлеров FMCG

- Таблица 12. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2012-2017 гг., по состоянию на конец периода, шт.
- Таблица 13. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2012-2017 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м.
- Таблица 14. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2010-2017 гг., %
- Таблица 15. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2010-2016 гг., млрд. руб.
- Таблица 16. Динамика прироста выручки крупнейших сетей FMCG России в 2011-2016 гг., %
- Таблица 17. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2015-2017 гг.
- Таблица 18. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2015-2017 гг.
- Таблица 19. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2010-2016 гг., тыс. руб. в год
- Таблица 20. Динамика прироста чистой выручки (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2011-2016 гг., %
- Таблица 21. Характеристики РЦ и складов торговых сетей FMCG России по состоянию на 1.1.2017 года
- Таблица 22. Характеристики РЦ крупнейших торговых сетей FMCG России на 1.1.2017

Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

- Таблица 23. Количество, торговая площадь и региональная представленность супермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2017 года
- Таблица 24. Характеристики супермаркетов крупнейших ритейлеров России по состоянию на 1 января 2017 года
- Таблица 25. Количество, торговая площадь и региональная представленность супермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2017 года
- Таблица 26. Характеристики супермаркетов крупнейших ритейлеров России по состоянию на 1 января 2017 года
- Таблица 27. Количество, торговая площадь и региональная представленность магазинов у дома (дискаунтеров) крупнейших ритейлеров России на 1 января 2017 года
- Таблица 28. Характеристики магазинов у дома (дискаунтеров) крупнейших ритейлеров России
- Таблица 29. Количество, торговая площадь и региональная представленность магазинов у дома некоторых крупнейших ритейлеров России на 1 января 2017 года
- Таблица 30. Характеристики магазинов у дома некоторых крупнейших ритейлеров FMCG России
- Таблица 31. Операционные показатели крупнейших сетей магазинов при АЗС на 1 января 2017 года
- Таблица 32. Количество, торговая площадь, выручка и региональная представленность ТОП-10 сетей алкомаркетов России на 1 января 2017 года
- Таблица 33. Характеристики ТОП-10 сетей алкомаркетов России
- Таблица 34. Количество, торговая площадь, выручка и региональная представленность ТОП-10 сетей мясных продуктов России на 1 января 2017 года
- Таблица 35. Характеристики ТОП-10 мясных магазинов России

Раздел IV. База 700 торговых сетей и 600 складов сетей FMCG

- Таблица 36. Региональная структура торговых сетей из базы 700 сетей FMCG
- Таблица 37. Компании, представленные в базе и прекратившие свою деятельность или находящиеся в стадии банкротства или продажи бизнеса
- Таблица 38. Наиболее значимые сделки M&A в FMCG ритейле России в 2015-2017 гг., повлиявшие на состав базы 700 торговых сетей FMCG
- Таблица 39. Некоторые региональные торговые сети, прекратившие деятельность в 2016 году

Рисунки

Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

- Рисунок 1. Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2008-2016 гг. и прогноз на 2017-2019 гг., %
- Рисунок 2. Динамика курса доллара и евро в 2007-2017 гг., руб.
- Рисунок 3. Годовая динамика розничного товарооборота в физическом и денежном выражении в 2005-2016 и прогноз (базовый) на 2017-2019 гг., %
- Рисунок 4. Динамика РТО food 2011-2017 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года

- Рисунок 5. Динамика РТО non-food 2011-2017 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 6. Привлекательность рынка (согласно исследованию 2017 А.Т. Kearney GRDI)
- Рисунок 7. Динамика показателей привлекательности розничного рынка России в 2004-2017 гг.
- Рисунок 8. Анализ реализации благоприятных рыночных возможностей согласно GRDI
- Рисунок 9. Сборы и количество зарегистрированных автомобилей в системе "Платон" в 2016-2017 гг.
- Рисунок 10. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007-2017 гг.
- Рисунок 11. Оценка экономической ситуации в России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 12. Оборот розничной торговли в России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 13. Средняя численность работников розничной торговли в России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 14. Уровень складских запасов в 2007- 2017 гг.
- Рисунок 15. Ассортимент товаров в России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 16. Цены реализации товаров в России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 17. Средний сложившийся уровень торговой наценки в России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 18. Инвестиции на расширение, ремонт и модернизацию предпр. розничной торговли в 2007-2017 гг.
- Рисунок 19. Складские площади предприятий розничной торговли в России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 20. Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами предприятий розничной торговли в России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 21. Прибыль предприятий розничной торговли в России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 22. Ключевые факторы, ограничивающие деятельность торговых организаций России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 23. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2008-2017 гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 24. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2016 гг., %
- Рисунок 25. Доля импорта в объеме товарных ресурсов розничной торговли РФ, %
- Рисунок 26. Структура формирования оборота розничной торговли в 2008-2016 гг., по видам организаций, %
- Рисунок 27. Динамика количества рынков в РФ и их доли в обороте розничной торговли в 2007-2017 гг.
- Рисунок 28. Динамика доли прочих регионов России (кроме 11 крупнейших) в обороте розничной торговли в 2007-2017 гг., %
- Рисунок 29. Количество регионов с позитивной динамикой оборота розничной торговли в физическом выражении к аналог. периоду пред. Года
- Рисунок 30. Динамика оборота розничной торговли по федеральным округам в 2006-2016 гг., млрд руб.
- Рисунок 31. Динамика оборота розничной торговли по округам в 2010-2016 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года, в сопоставимых ценах
- Рисунок 32. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-мае 2016 г., %
- Рисунок 33. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-мае 2017, %
- Рисунок 34. Структура оборота розничной торговли по регионам России в 2006-2016 гг.
- Рисунок 35. Динамика оборота розничной торговли по регионам России в 2006-2016 гг., млрд руб.
- Рисунок 36. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в январе-мае 2016 года, %
- Рисунок 37. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в январе-мае 2017 года, %
- Рисунок 38. Индекс потребительских цен на конец периода в 2007-2017 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз на 2017-2020 (базовый) гг.
- Рисунок 39. Структура вклада в инфляцию в 2007-2016 гг., проц. Пунктов
- Рисунок 40. Индекс потребительских цен в 2011-2017 гг., в % к предыдущему месяцу
- Рисунок 41. Темпы изменения цен на продовольственные товары в 2011-2017 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 42. Индекс «Пятерочки» для Санкт-Петербурга
- Рисунок 43. Индекс «Пятерочки» для Москвы
- Рисунок 44. Индекс «Пятерочки» для европейской части России и Урала
- Рисунок 45. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2007-2016 гг. и прогноз на 2017-2020 гг. (базовый), %
- Рисунок 46. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2007-2017 гг., %
- Рисунок 47. Динамика номинальной начисленной зарплаты и среднедушевых доходов населения в 2007-2017 гг. и прогноз на 2017-2019 гг., тыс. руб.
- Рисунок 48. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2017 гг., %
- Рисунок 49. Темпы изменения реальных доходов населения в 2007-2017 гг., % к аналогичному периоду пред. года
- Рисунок 50. Темпы роста реальной заработной платы в 2007-2017 гг., % к аналогичному периоду пред. года
- Рисунок 51. Динамика прожиточного минимума на душу населения в целом по РФ, тыс. руб.
- Рисунок 52. Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 2008-2017 гг., %
- Рисунок 53. Структура использования денежных доходов населения в 2008-2017 гг., %
- Рисунок 54. Отношение кредитов на жилую недвижимость к кредитам и займам, %
- Рисунок 55. Основные группы россиян, чаще всего берущих кредиты, %
- Рисунок 56. Сколько составляют ежемесячные выплаты по банковским кредитам в 2015 году, % заемщиков
- Рисунок 57. Сколько составляют ежемесячные выплаты по банковским кредитам в 2016 году, % заемщиков
- Рисунок 58. Соотношение объема всех непогашенных кредитов домохозяйств к ВВП по странам, %
- Рисунок 59. Отношение задолженности по кредитам к располагаемым денежным доходам населения за год, %
- Рисунок 60. Доля месячного располагаемого дохода, расходуемая на погашение кредитов, %
- Рисунок 61. Оценка респондентами благоприятности ситуации для кредитования, % опрошенных
- Рисунок 62. Основные виды кредитов у россиян в 2015-2017 г., %
- Рисунок 63. Вклады и кредиты физических лиц в 2009-2017 гг. в рублях и в валюте, млрд руб.
- Рисунок 64. Вклады и кредиты физических лиц в 2009-2017 гг., % к янв. 2009 года
- Рисунок 65. Динамика номинальных повседневных расходов жителей городов РФ с населением от 100 тыс. жителей. 2012–2017 гг.
- Рисунок 66. Динамика реальных повседневных расходов жителей городов с РФ населением от 100 тыс. жителей. 2012–2017 гг.
- Рисунок 67. Региональный средний чек среднестатистического горожанина за один поход в магазин в мае 2017 года
- Рисунок 68. Динамика среднего чека в рублях



- Рисунок 69. Индекс уверенности потребителей России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 70. Оценка экономической ситуации в России потребителями в 2007-2017 гг.
- Рисунок 71. Оценка личного материального положения потребителями России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 72. Оценка текущего положения потребителями России в 2007-2017 гг.
- Рисунок 73. Доля респондентов, считающих экономическую ситуацию нестабильной
- Рисунок 74. Основные поводы для беспокойства
- Рисунок 75. Насколько текущие экономические условия благоприятны для сбережений
- Рисунок 76. Сколько денег вы потратили вчера, руб.
- Рисунок 77. Структура расходов потребителей, %
- Рисунок 78. Изменение сберегательного поведения населения России за последние два года, % от числа опрошенных
- Рисунок 79. Стали ли вы покупать более дешевые товары первой необходимости за последние 2-3 месяца
- Рисунок 80. Структура фактических расходов россиян за последние 12 мес. против планируемых расходов на ближайшие 12 мес.
- Рисунок 81. Структура расходов россиян, доля от дохода (в II кв. 2016-2017 гг.)
- Рисунок 82. Темпы роста цен на продукты питания в восприятии потребителей и по данным Росстата, к аналогичному периоду предыдущего года
- Рисунок 83. Рост расходов на продукты питания и динамика продаж продуктов питания по официальной статистике, к аналогичному периоду предыдущего года
- Рисунок 84. Рост цен на продукты питания в крупнейших продуктовых сетях в восприятии потребителей
- Рисунок 85. Индекс потребительского восприятия цен в продуктовых розничных сетях
- Рисунок 86. Факторы, влияющие на выбор магазина
- Рисунок 87. Магазины, в которых покупатели покупают продукты питания
- Рисунок 88. Доля покупателей, приходящих в магазины ради промо-товаров
- Рисунок 89. Доля охотников за промо в базах различных торговых сетей
- Рисунок 90. Количество сетей, где россияне в основном совершают покупки
- Рисунок 91. Количество посещений магазинов в неделю
- Рисунок 92. Заметили ли Вы уже обновленные магазины Магнит?
- Рисунок 93. Будете ли Вы больше тратить в обновленных магазинах Магнит?
- Рисунок 94. Что нужно изменить в магазинах «Магнит», чтобы привлечь больше покупателей?
- Рисунок 95. Заметили ли Вы какие-либо изменения в продуктовом ассортименте в магазинах Магнит «у дома»?
- Рисунок 96. Доля современных форматов и ТОП-50 сетей FMCG в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 2006-2016 гг., %
- Рисунок 97. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., млн. кв. м
- Рисунок 98. Площади торговых объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., млн. кв. м
- Рисунок 99. Площади торговых объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., млн. кв. м
- Рисунок 100. Площади торговых объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., млн. кв. м
- Рисунок 101. Темпы роста площадей объектов FMCG традиционных форматов в России в 2006-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., %
- Рисунок 102. Динамика прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) за 2012-2016 гг., тыс. кв. м
- Рисунок 103. Структура прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) за 2012-2016 гг., %
- Рисунок 104. Структура прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) за 2015 год, %
- Рисунок 105. Структура прироста торговых площадей 190 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) за 2016 год, %
- Рисунок 106. Структура розничного рынка Food в 2015 году, %
- Рисунок 107. Структура розничного рынка Food в 2016 году, %
- Рисунок 108. Динамика прироста торговых площадей 200 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2012-2017 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 109. Структура прироста торговых площадей 200 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) во I пол. 2012-2017 гг., %
- Рисунок 110. Структура прироста торговых площадей 200 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2016 года, %
- Рисунок 111. Структура прироста торговых площадей 200 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2017 года, %
- Рисунок 112. Динамика чистого прироста торговых площадей 200 крупнейших ритейлеров России в 2014-2017 гг. по месяцам (данные – за месяц предшествующий отчетному, чтобы учесть публичные компании), тыс. кв. м.
- Рисунок 113. Количество объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., ед.
- Рисунок 114. Динамика количества объектов FMCG современных форматов в России в 2006-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., ед.
- Рисунок 115. Количество объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., тыс. ед.
- Рисунок 116. Изменение количества объектов FMCG традиционных форматов в России в 2006-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., ед.
- Рисунок 117. Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., млрд. руб. (с НДС)
- Рисунок 118. Структура продаж прод. товаров (с НДС) по видам торговли в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., %

- Рисунок 119. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов (с НДС) в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., млрд. руб.
- Рисунок 120. Динамика выручки от продажи прод. товаров (с НДС) объектов FMCG современных форматов в России в 2006-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., %
- Рисунок 121. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG традиционной торговли (с НДС) в России в 2005-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., млрд. руб.
- Рисунок 122. Динамика выручки (с НДС) объектов FMCG традиционных форматов в России в 2006-2016 гг., прогноз на 2017-2019 гг., %
- Рисунок 123. Динамика количества промо-акций в гипермаркетах и Cash&Carry, в % к предыдущему году
- Рисунок 124. Динамика количества промо-акций в гипермаркетах и Cash&Carry, в % к 2010 году
- Рисунок 125. Динамика количества промо-акций в супермаркетах, в % к предыдущему году
- Рисунок 126. Динамика количества промо-акций в супермаркетах, в % к 2010 году
- Рисунок 127. Динамика промо-акций в 2010-2016 гг. в гипермаркетах и Cash&Carry
- Рисунок 128. Динамика доли промо в 2010-2016 гг. в гипермаркетах и Cash&Carry
- Рисунок 129. Динамика промо-акций в 2010-2016 гг. в супермаркетах
- Рисунок 130. Динамика доли промо в 2010-2016 гг. в супермаркетах
- Рисунок 131. Количество промоакций в 2010-2016 гг. в гипермаркетах и Cash&Carry
- Рисунок 132. Доля национальных промоакций в 2010-2016 гг. по сетям гипермаркетов
- Рисунок 133. Количество промоакций в 2010-2016 гг. в супермаркетах
- Рисунок 134. Доля национальных промоакций в 2010-2016 гг. по сетям супермаркетов
- Рисунок 135. Доля СТМ на рынке региона, %
- Рисунок 136. Продажа СТМ по регионам в денежном выражении
- Рисунок 137. Продажи крупнейших поставщиков сегмента FMCG в 2016 году (в рублях) и прогноз на 2017 год
- Рисунок 138. Планы по изменению объема продаж поставщиков сегмента FMCG в 2017 году, %
- Рисунок 139. Доля продаж крупнейших поставщиков через сети FMCG в 2016 году (в рублях) и прогноз на 2017 год, %
- Рисунок 140. Планы по изменению доли сетей FMCG в общих объемах продаж в 2017 году, %
- Рисунок 141. Факторы, препятствующие развитию вашей компании в 2017 году, %
- Рисунок 142. Планы по изменению доли сетей FMCG в общих объемах продаж в 2017 году, %
- Рисунок 143. Сети, упомянутые без наведения
- Рисунок 144. Количество сетей, с которыми работают поставщики в 2016-2017 гг., %
- Рисунок 145. Сети FMCG, с которыми работают ведущие поставщики в 2016-2017 гг.

Раздел II. Рейтинг ТОП-100 ритейлеров FMCG

- Рисунок 146. Уровень централизации поставок крупнейших торговых сетей FMCG России в 2008-2016 гг., %

Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

- Рисунок 147. Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в формате «гипермаркет» в 2014-2016 гг., млрд. руб.
- Рисунок 148. Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в формате «супермаркет» в 2014-2016 гг., млрд. руб.
- Рисунок 149. Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в формате «дискаунтер» в 2014-2016 гг., млрд. руб.
- Рисунок 150. Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в формате «магазин у дома» в 2014-2016 гг., млрд. руб.



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 2005-2015 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

- Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG
- Доходы, расходы и потребительское поведение населения
- Потребительское поведение населения
- Тенденции и прогноз развития сетевой розничной торговли FMCG
- Актуальные вызовы для российских ритейлеров и поставщиков
- Планы и прогнозы развития крупнейших сетей FMCG России
- Конъюнктурный опрос: ожидания динамики потребительского рынка в 2017 году



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 эффективности продаж
- Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади распределительных центров

Дата выхода:

Июль 2017

Количество страниц:

342

Способ предоставления:

электронный

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 формата «магазин при АЗС»
- Развитие специализированных сетей FMCG

Раздел IV. База 700 торговых сетей и 600 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

Стандартная и печатная версия Исследования «База 700 сетей FMCG России» включает разделы I-IV. Расширенная версия позволяет получить специальные опции для более удобной работы с информацией.

Исследования отрасли розничной торговли

Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена, руб.
ХИТ! Аналитическая база «700 торговых сетей FMCG России – 2016»	Расширенная База содержит разделы: Состояние рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, а также структуру и динамику, количество, площади и выручку торговых объектов по форматам торговли); Рейтинги ТОП-100 торговых сетей FMCG России по количеству, общей торговой площади, выручке, показателям эффективности деятельности компании, логистике; База данных 700 сетей и 600 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.	II кв. 2016/ Обновление июль 2017	60 000/ 80 000 руб.
Исследование «Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2016 года. Прогноз до 2019 года» Стандартная версия / Расширенная версия	В Исследовании представлен анализ состояния рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручки торговых объектов по каналам продаж); описана история развития и ключевые особенности формата «гипермаркет»; дан прогноз развития формата на 2017-2019 гг.; приведен анализ регионального развития формата в разрезе федеральных округов; приведены рейтинги по ТОП-50 ритейлерам, развивающим формат «гипермаркет». Представлена база 1100 действующих гипермаркетов и бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG в формате «гипермаркет»	Март 2017 г.	50 000/ 75 000 руб.
Исследование «INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2016. Прогноз до 2019»	Динамика ключевых показателей розничной торговли РФ, динамика ключевых показателей в совокупности ТОП-100 игроков, обзор рынков FMCG, БТЭ, DIY и товаров для дома, мобильных телефонов, аптечных товаров, парфюмерии и косметики, fashion и детских товаров.	Обновление II пол. 2017 г.	100 000 руб.
Аналитическая база «600 торговых сетей DIY РФ»	Представлено структурированное описание крупнейших игроков рынка DIY, составлен Рейтинг ТОП-50 крупнейших операторов DIY России, который включает показатели чистой выручки, выручки на единицу площади, среднего чека, финансовые показатели, показатели динамики EBITDA и долговой нагрузки, количества торговых объектов и совокупной торговой площади. Включает в себя две базы: «База 300 универсальных торговых сетей DIY» и «База 300 специализированных торговых сетей DIY», которые содержат контактную информацию по ТОП-менеджменту, финансовые показатели, операционные показатели, региональную представленность и количество распределительных центров.	Июнь/ Июль 2017 г.	35 000 / 60 000 руб.
Исследование «Рынок DIY. Анализ регионов, тенденции 2017 года. Прогноз до 2019 года»	Анализ состояния и прогноз развития розничной торговли строительными и отделочными материалами (рынка DIY), структурированное описание, сравнительный анализ и ранжирование операционных и финансовых показателей, а также основных форматов торговых сетей DIY, анализ и прогноз факторов, определяющих динамику потребления строительных и отделочных материалов (рынка DIY) в России: состояния строительного комплекса России и рынка ипотечного кредитования, изменения потребительских предпочтений и спроса на строительные и отделочные материалы, сравнительный анализ регионального развития розничной и оптово-розничной торговли DIY России по 60 регионам.	Июнь 2017	80 000 руб.
Исследование «Рынок Household РФ. Итоги 2016 года, прогноз до 2019 года»	Анализ состояния и прогноз развития розничной торговли товарами для дома, сада (рынка Household), описание и рейтинг торговых сетей и форматов торговли Household&DIY, информация о потребительских предпочтениях покупателей товаров для дома, сада и строительно-отделочных материалов.	Июль 2017 г.	70 000 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»		1 раз в неделю	5 000
Тематические новости «Пищевая промышленность и рынок продуктов питания» (более 15 направлений пищевой промышленности!)	Оперативная и периодическая информация об интересующей вас отрасли экономики РФ	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 менеджерам по тел. +7 (812) 322 68 48, +7 (495) 772 76 40 или почте: retail@infoline.spb.ru. Также на infoline.spb.ru доступен чат-сервис в правой части экрана.

