

ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР

ДЕМОВЕРСИЯ

РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ

Тенденции 2023 года. Текущее состояние
Перспективы развития

INFO *Line*

информационное агентство

information agency

- ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ
- NEW ▪ ДЕМОГРАФИЯ. ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ
- NEW ▪ РЫНОК ТРУДА В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ
- NEW ▪ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С АРЕНДОДАТЕЛЯМИ
- NEW ▪ РАЗВИТИЕ ОСНОВНЫХ ФОРМАТОВ
- NEW ▪ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
- БИЗНЕС-СПРАВКИ

КОМПЛЕКС ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ INFOLine: "РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ"



**Мониторинг событий –
услуга "Тематические
новости"**



**База "600 сетей
общественного питания
России 2023 года"**



**Отраслевой обзор "Рынок
общественного питания России
2023 года"**

Отраслевой обзор "Рынок общественного питания России 2023 года"



*Содержание Обзора на каждом этапе включает данные предыдущего этапа

СОДЕРЖАНИЕ

- ★ **NEW** **Введение: Экономический кризис в России на фоне спецоперации и санкций**
- **Часть I. Текущее состояние общественного питания в России**
 - ★ 1.1. Основные показатели рынка общественного питания
 - ★ 1.2. Структура рынка общественного питания по сегментам
 - 1.3. Региональная структура рынка общественного питания
 - NEW** 1.4. Демография и миграция
 - NEW** 1.5. Рынок труда в общественном питании
 - 1.6. Взаимодействие с арендодателями
- **Часть II. Ключевые события отрасли**
 - NEW** 2.1. Компании, приостановившие деятельность в России
 - ★ 2.2. Крупнейшие сделки M&A: общепит
 - 2.3. Крупнейшие сделки M&A: поставщики
- **Часть III. Потребительское поведение**
 - ★ 3.1. Динамика доходов и расходов населения
 - 3.2. Потребительские расходы
 - 3.3. Динамика цен в заведениях общественного питания
 - 3.4. Средний чек в общепите и продовольственных магазинах
- **Часть IV. Омниканальность**
 - ★ 4.1. Омниканальность в общественном питании
 - 4.2. Мультиформатность
 - 4.3. Фудтраки
 - 4.4. Готовая еда
 - 4.5. Партнерство сетей FMCG и ресторанов
- Используемая INFOLine классификация сетей общественного питания
- Список сокращений
- Соглашение об использовании информации
- Об авторе – информационно-аналитическом агентстве INFOLine



- раздел представлен в краткой версии
- раздел частично представлен в демоверсии

NEW - Новый или дополненный раздел

ВВЕДЕНИЕ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС В РОССИИ НА ФОНЕ СПЕЦОПЕРАЦИИ И САНКЦИЙ

Динамика курса доллара и евро к рублю



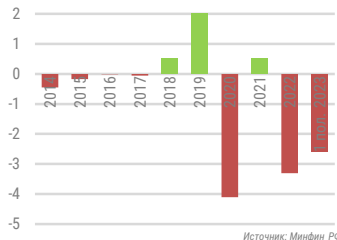
Девальвация рубля в марте 2022 г. стала самой сильной за всю современную историю. Фондовый рынок 24 февраля упал на **39%**, а с 28 февраля по 24 марта торги были приостановлены. Курс доллара вырос на **40%**, а курс евро вырос на **36%**. Обвал импорта, отмена бюджетного правила, ограничения на оборот валюты и работу нерезидентов привели к сокращению оттока капитала и укреплению рубля к середине 2022 г. на **20-25%** относительно уровня начала года.

Летом 2023 г. рубль снизился более чем **70%** относительно лета 2022 г. в связи с сокращением положительного сальдо платежного баланса.

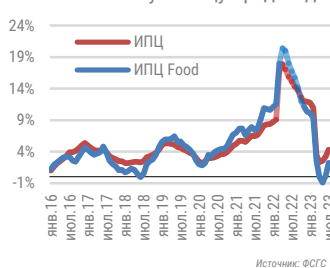
Рекордный за всю историю дефицит федерального бюджета в декабре 2022 г. составил **3,9 трлн руб.**, а в целом за 2022 г. – **2,3% ВВП** или **3,3 трлн руб.**

В I пол. 2023 г. дефицит федерального бюджета составил **2,6 трлн руб.**, в том числе за счет сокращения нефтегазовых доходов на **47%** до **3,38 трлн руб.** (это связано с введением ограничений на цену российской нефти и сокращением экспорта газа). Правительство РФ объясняет рост дефицита в том числе эффектом от авансирования расходов (госзакупки выросли на **1,2 трлн руб.** или **50,6%**) и по итогам года ожидает дефицит на уровне **2% ВВП** (в I пол. 2023 г. составил **1,8% ВВП**).

Дефицит и профицит федерального бюджета РФ, трлн. руб.



Индекс потребительских цен, % к аналогичному месяцу пред. года

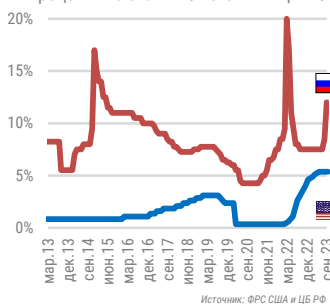


Инфляция весной 2022 г. установила АНТИРекорд за последние 20 лет, что было связано девальвацией рубля и нарушением производственно-логистических цепочек из-за санкций. В 2022 г., по данным ФСГС, инфляция составила **13,75%**, в том числе продукты питания – **14,91%**, непродовольственные товары – **15,2%**. В связи с эффектом высокой базы во II кв. 2023 г. инфляция замедлилась примерно до **2,5%**, причем по некоторым группам потребительских товаров наблюдалась дефляция. В июле 2023 года резко усилились проинфляционные тренды, связанные в первую очередь с эффектом от ослабления рубля.

Ужесточение денежно-кредитной политики (ДКП) в мире. Во время пандемии 2020-2021 гг. регуляторы в разных странах применяли сверхмягкую ДКП для поддержки экономики, что привело к максимальной инфляции за 40 лет в США, ЕС и других странах. Для сдерживания инфляции ФРС США за 2022 год подняла ставку с 0,25% до 4,75%, а в июле 2023 г. повысила до максимального с 2006 г. знач. – **5,5%**, а ЕЦБ до **4,25%**.

ЦБ РФ 28 февраля 2022 г. повысил ключевую ставку до рекордно высоких 20%, с апреля 2022 г. ставка была снижена до 7,5%. 21 июля 2023 г. ЦБ вернулся к циклу повышения, подняв ставку до **8,5%**, а 15 августа 2023 г. увеличил ее сразу на **350 б.п.** до **12%**.

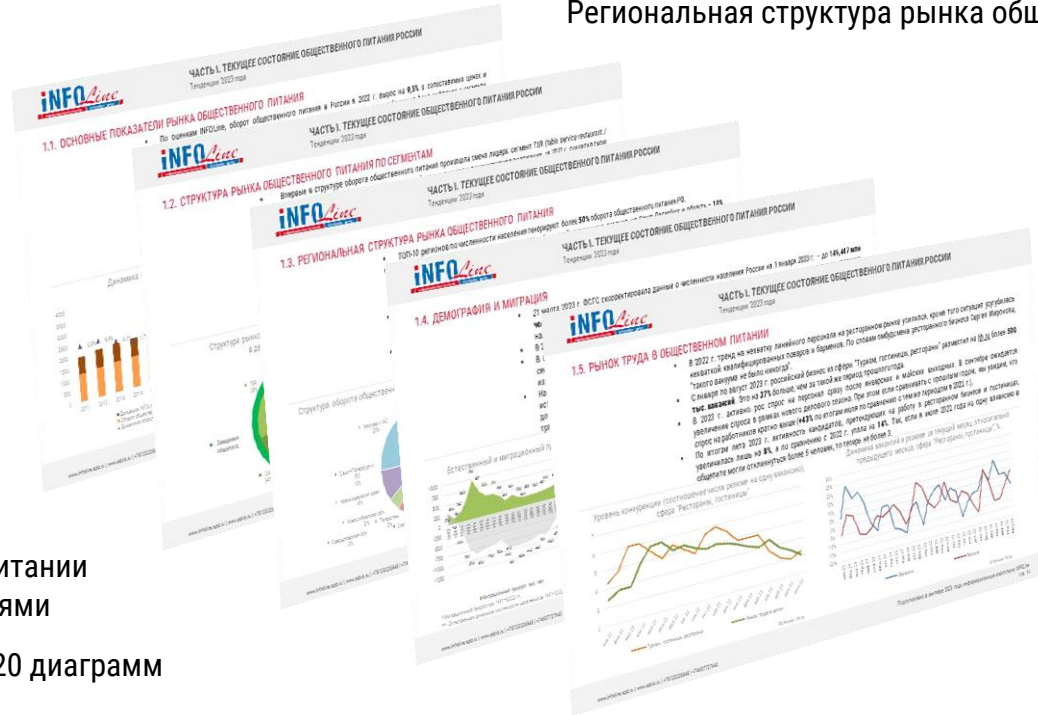
Процентные ставки ФРС США и ЦБ РФ



ЧАСТЬ I. ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ

В полной версии исследования **"РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2023 года"**

Основные показатели рынка общественного питания
Структура рынка общественного питания по сегментам
Региональная структура рынка общественного питания



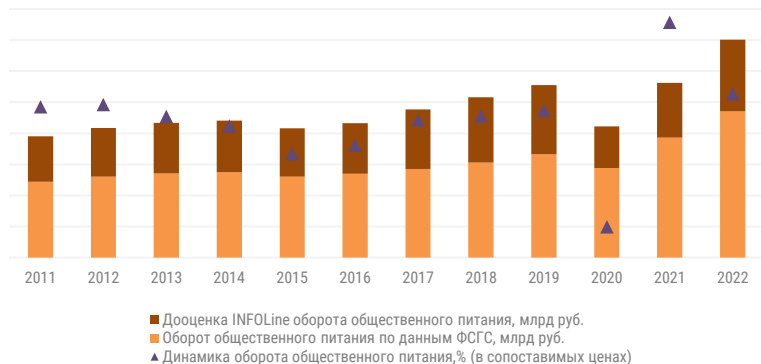
Демография и миграция
Рынок труда в общественном питании
Взаимодействие с арендодателями

В полной версии – 10 слайдов, 20 диаграмм

1.1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

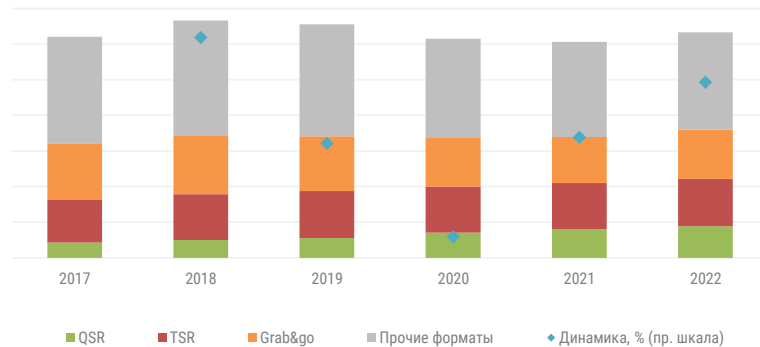
- По оценкам INFOLine, оборот общественного питания в России в 2022 г. вырос на *****%** в сопоставимых ценах и составил ***** трлн руб.** Рост рынка обусловлен в основном повышением цен на блюда на фоне инфляции в сегменте продуктов питания на *****%**. Отметим, что ФСГС оценило оборот общепита лишь в *****трлн руб.**
- С 2022 г. власти освободили от уплаты НДС услуги общественного питания в ресторанах, кафе, столовых, а также кейтеринг. В 2023 г. Минфин в ходе предварительного анализа эффективности льготы по обнулению НДС для объектов общественного питания выявил тенденцию к "обелению" рынка.
- На начало 2023 г. специализированных заведений общепита в России больше ***** тыс.**, а с учетом столовых на предприятиях, в образовательных учреждениях и в сфере развлечений и т.д. общее число заведений питания более ***** тыс.** и их количество выросло на *****%** преимущественно за счет открытий в крупных городах.
- Смена поставщиков после ухода зарубежных брендов и модель сберегательного поведения потребителей вынуждают рестораторов оптимизировать меню, сокращать запуск новых объектов и развивать концепции "эконом-сегмента".

Динамика оборота общественного питания



Источник: ФСГС, оценка INFOLine

Общее количество объектов общественного питания в РФ, тыс. шт.



Источник: INFOLine по данным "ЗГИС" без учета объектов в образовательных учреждениях

1.2. СТРУКТУРА РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ПО СЕГМЕНТАМ

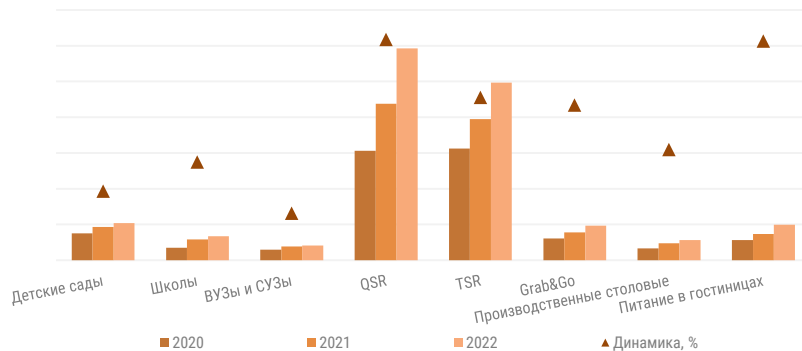
- Впервые в структуре оборота общественного питания произошла смена лидера: сегмент TSR (table service restaurant / рестораны полного обслуживания), занимавший в прошлые годы доминирующее положение, за 2022 г. сократил свою с ***% долю до ***% на фоне закрытия несетевых проектов, перемещение потребителей в более экономичные заведения (fast food, пиццерии). QSR (быстрого обслуживания) за 2022 г. вырос с ***% до ***%.
- На долю столовых в социальных объектах (образовательные и производственные) пришлось ***%. Количественно данный сегмент не рос в прошлом году, прирост данной сегменты был связан с ростом цен.
- На ***% вырос оборот сегмента питания в гостиницах, что обусловлено ростом внутреннего туризма (+***% рост количества туристов, остававшихся с ночевкой), а также увеличением кол-ва мест размещения на ***%. Наиболее значительный прирост объектов данного сегмента в Московском р-не (+***%) и в Северо-Западном регионе (+***%).
- Рынок общепита в России слабо консолидирован, в 2022 г. на ТОП-50 игроков отрасли приходится около ***% рынка и чуть больше *** тыс. объектов., причем из-за ухода иностранных компаний доля ТОП игроков сократилась в 2022 г.

Структура рынка общественного питания 2022 г. в денежном выражении



Источник: оценка INFOline

Сегменты общественного питания, млрд руб.



Источник: INFOline по данным "2ГИС"

ЧАСТЬ II. КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ОТРАСЛИ




В полной версии исследования "РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2023 ГОДА"

Компании, приостановившие деятельность в России
Крупнейшие сделки M&A: общепит
Крупнейшие сделки M&A: поставщики



В полной версии – 13 слайдов

2.3. КРУПНЕЙШИЕ СДЕЛКИ M&A: ОБЩЕПИТ

Участники	Актив	Стоимость, млрд руб.	Дата завершения	Формат и описание
<p>ООО "Ной-М"</p> 	 <p>Сеть ресторанов Pizza Hut</p>	0,3*	Март 2022	<p>Владелец мастер-франшизы Pizza Hut (70 пиццерий в России) в России польская Amrest с согласия владельца бренда – американской Yum! Brands продал ее российской компании "Ной-М". ООО "Ной-М" принадлежит генеральному директору этой компании и совладельцу сети One Price Coffee Алексею Чайке и генеральному директору ООО "Корпэстейт" (подконтрольно ресторанному холдингу "Ростик") Светлане Берсневой, 80% – у старшего вице-президента "Ростика" Владимира Мехришвили. В июле пиццерии сменили название на "Пицца Н".</p>
<p>ООО "Клуб Отель"</p> 	<p>Сеть ресторанов McDonald's</p>	нет данных	Май 2022	<p>ООО "Клуб Отель", принадлежащее бизнесмену Александру Говору (также владеет ООО "Гид", развивавшим 25 франчайзинговых ресторанов McDonald's в Сибири), выкупило все рестораны сети McDonald's в России. McDonald's в РФ развивал 850 ресторанов, их которых 130 управлялось франчайзи. Сеть перезапустилась в июне 2022 г. под брендом "Вкусно – и точка".</p>

ДОСТУПНО В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОБЗОРА

*По оценкам INFOLine

ЧАСТЬ III. ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

В полной версии исследования **"РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2023 ГОДА"**

Динамика доходов и расходов населения

Потребительские расходы

Динамика цен в заведениях общественного питания

Средний чек в общепите и продовольственных магазинах



В полной версии – 4 слайда, 9 диаграмм

3.1. ДИНАМИКА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

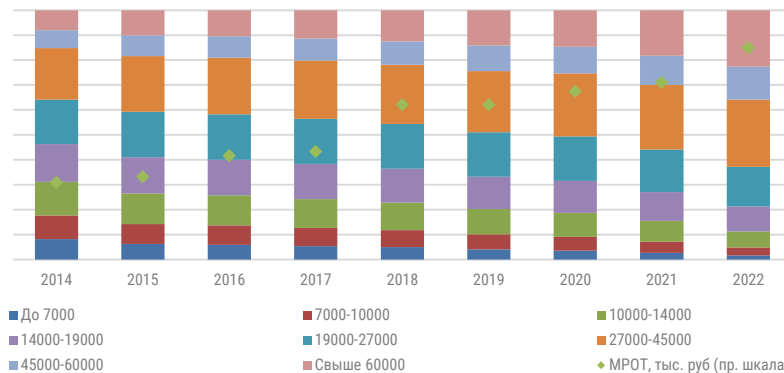
- По данным ФСГС, за 2022 г. объем денежных доходов населения вырос на ****% до *** трлн руб., а расходы – на ****% до *** трлн руб. Сбережения населения увеличились почти на *** трлн руб. (за 2021 г. – на *** трлн руб.).
- За 2022 г. реальные денежные доходы сократились на ****%, реальные располагаемые доходы – на ****%, а среднедушевые доходы выросли на ****%. В IV кв. 2022 г. реальные денежные доходы увеличились на ****%, реальные располагаемые денежные доходы – на ****%, а среднедушевые денежные доходы – на ****%.
- За 2022 г. среднемесячная номинальная начисленная заработная плата выросла на ****% до *** руб., а реальная заработная плата сократилась на ****%. С 1 января 2023 г. МРОТ установлен на уровне *** руб. (+****%), а прожиточный минимум для трудоспособного населения – *** руб., для пенсионеров – *** руб.
- В начале 2023 г. сохранились тренды, связанные с режимом жесткой экономии. После роста расходов в период "новогодних каникул" во второй половине января рост расходов в продовольственном сегменте замедлился на фоне сокращения потребления в физическом выражении.

Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения, %



Источник: ФСГС (оценка по реальной з/п за II кв. 2022 г. по среднему показателю за апрель и май)

Распределение населения по величине среднедушевых доходов, %



Источник: ФСГС (новая методика)

ЧАСТЬ IV. ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

В полной версии исследования **"РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2023 ГОДА"**

Омниканальность в общественном питании
Мультиформатность
Фудтраки
Готовая еда
Партнерство сетей FMCG и ресторанов

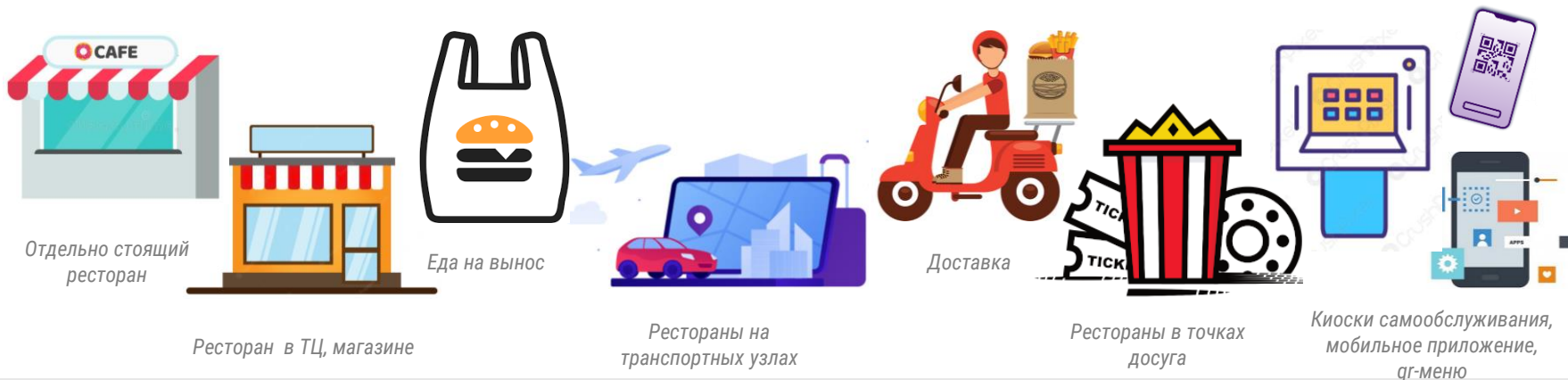


В полной версии – 5 слайдов

4.1. ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

- INFOLine считает, что омниканальность остается ключевым фактором развития участников рынка общественного питания в России. Потребители хотят заказывать еду в любом месте и в любое время, и омниканальность обеспечивает разнообразие каналов продаж, их совместную работу и поддерживает единый имидж бренда. Омниканальность также расширяет аудиторию ресторана: у потребителя есть возможность заказать еду в зале, в киоске, на вынос, в приложении как самого ресторана, так и агрегаторов доставки и т.д.
- К омниканальности INFOLine относит не только прием заказов ресторанов в интернете и организацию доставки, но и мультиформатность заведений, коммуникацию с потребителем через мобильное приложение, агрегаторы, соцсети, киоски самообслуживания, функции click&collect, qr-меню и др.
- Сокращение покупательской способности россиян вынуждает как крупные, так и малые и средние рестораны выходить в новые для себя каналы продаж: выход на полки крупнейших ритейлеров FMCG брендовой продукции, открытие кафе на территории магазинов, банков и др., установка вендинговых аппаратов и др.

Омниканальные стратегии в общественном питании



ИСПОЛЬЗУЕМАЯ INFOLINE КЛАССИФИКАЦИЯ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ



#FARШ



ЛЮДИ ЛЮБЯТ

- Fast food** – формат предполагает наличие торгового зала для посетителей, где покупатель делает заказ, оплачивает его и потом его получает, в том числе упакованным на вынос. Часто заведения специализируются на монопродукте, например, бургеры, хот-доги и т.д. Кроме того, как правило, используются готовые ингредиенты массового производства (замороженные булочки и приправы, замороженные котлеты, предварительно вымытые / нарезанные овощи и т. д.). Используется только одноразовая посуда.

Хотя особенностью формата является обслуживания за прилавком, некоторые сети стали проводить эксперимент по обслуживанию посетителей за столиками.
- Fast casual** – "быстрый и демократичный". Этот формат находится между Fast food и Casual dining и является наиболее быстро растущим сегментом в индустрии общественного питания. Fast casual отличают демократичные цены и быстрая подача блюд.

Часто рестораны этого формата позиционируются как заведения со здоровой кухней. В формате используется многоразовая посуда (хотя в последнее время рестораны начинают использовать картонную и даже пластиковую посуду).
- Столовая** – формат подразумевает свободное перемещение гостей по залу с возможностью самостоятельного выбора блюд. Заведения специализируются на заранее приготовленных блюдах "домашней кухни".
- Кафе при АЗС** – формат встроен в автозаправочные станции. Кафе при АЗС развиваются как под брендом АЗС, так и с привлечением готовой концепции "под ключ". Например, концепция Sibylla "Shop in shop", которая помимо блюд предлагает оборудование, поддержку, обучение персонала и широкий набор маркетинговых инструментов.
- Пекарня** – формат, специализирующийся на хлебобулочных и кондитерских изделиях. Формат кафе-пекарни подразумевает наличие торгового зала со столиками, стульями и прилавком с витринами, а также возможность забрать продукцию с собой. Пекарни могут производить продукцию как из полуфабрикатов, так и иметь полный цикл производства и различаться по ценовым сегментам.

ИСПОЛЬЗУЕМАЯ INFOLINE КЛАССИФИКАЦИЯ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ



Шоколадница

- **Кофейня** – заведения, специализирующиеся на кофе и кофейных напитках. Помимо главного пункта в меню – кофе, в кофейне представлены кондитерские изделия, холодные и горячие закуски.



COFIX

- **Grab&Go** – сеть быстрого питания, где напитки и готовая еда в индивидуальной упаковке ограниченным ассортиментом продаются навынос. Для формата свойственна политика фиксированной цены, например, все по 60 руб. и т.д.



- **Суши-шоп** – сеть быстрого обслуживания, представляет собой магазин-кафе азиатской кухни. Формат предполагает покупку еды на вынос, в заведениях обычно есть пара столов и барная стойка. Формат особо популярен в спальных районах, рядом с жилыми домами.



- **Пиццерия** – сеть быстрого обслуживания, специализирующаяся на блюдах итальянской кухни. Представляет собой одну из самых демократичных и распространённых на ресторанном рынке концепций. Формат находится между Fast food и Casual dining. В связи с ростом популярности доставки наблюдается развитие формата dark kitchen (локальные фабрики-кухни, где повара готовят только для служб доставки).



Маркетинг

- **Casual dining** – формат, который по ценовой политике является демократичным, а по ресторанному дизайну, качеству сервиса и уровню и подаче блюд находится в сегменте премиум-класса. Часто позиционируется как семейные рестораны.



NOVIKOV
GROUP OF COMPANIES
SINCE 1991

- **Fine dining** – рестораны премиум класса, отличаются дорогим интерьером, профессиональным персоналом, кухней от шеф-поваров, продуманной концепцией, большим ассортиментом напитков.
- Большинство ресторанов формата Fine dining в России фактически не являются сетью, а развиваются управляющей компанией. УК развивает несколько концепций, различающиеся кухней, названием, ценовой политикой.

ИСПОЛЬЗУЕМАЯ INFOLINE КЛАССИФИКАЦИЯ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Формат	Средний чек	Уровень цен	Площадь зала, кв. м	Система обслуживания	Доставка
Fast food	около 450	низкий	от 55	от прилавка	через агрегаторы
Fast casual	около 700	средний	от 200	смешанная	смешанная
Столовая	около 350	низкий	от 180	от прилавка	нет
Кафе при АЗС	около 500	средний	от 20	смешанная	нет
Пекарня	около 130	низкий	от 50	от прилавка	смешанная
Кофейня	около 650	средний	от 120	смешанная	через агрегаторы
Grab & Go	около 220	низкий	от 5	от прилавка	через агрегаторы
Пиццерия	около 650	средний	от 100	смешанная	смешанная
Суши-шоп	около 450	низкий	от 15	от прилавка	смешанная
Casual dining	около 3500	средний+	от 200	за столиками	смешанная
Fine dining	около 5500	высокий	от 250	за столиками	смешанная

Источник: База INFOLine "600 сетей общественного питания России 2021 года"

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

- FMCG (Fast Moving Consumer Goods) – товары повседневного спроса
- Food – продовольственные товары
- HoReCa - (рус. Хóрeкá) – термин, обозначающий сегмент сферы услуг индустрии гостеприимства (общественного питания и гостиничного хозяйства) и канал сбыта товаров с непосредственным потреблением продукции в месте продажи.
- QSR (quick service restaurant) - рестораны быстрого обслуживания
- TSR table service restaurant) - рестораны полного обслуживания
- USDA - The United States Department of Agriculture (Министерство сельского хозяйства США)
- Агрегаторы (интернет-платформы) доставки готовой еды расширяют выбор и удобство, позволяющее клиентам заказывать у множества ресторанов с помощью как мобильного телефона так и компьютера (и других устройств).
- АКОРТ – Ассоциация компаний розничной торговли
- ВОЗ - Всемирная организация здравоохранения
- ВЦИОМ - Всероссийский центр изучения общественного мнения
- ГК – Группа компаний
- ЕГАИС - Единая государственная автоматизированная информационная система
- ЗОЖ – Здоровый образ жизни
- ИПЦ - Индекс потребительских цен
- МСП - Малое и среднее предпринимательство
- ФАО/ВОЗ по внедрению кодекса стандартов и правил по пищевым продуктам
- ОАО – открытое акционерное общество
- Продэмбарго - российское продовольственное эмбарго
- РТО – розничный товарооборот
- РФ - Российская Федерация
- СТМ – Собственные торговые марки (Private label)
- Суперфуд - условное обозначение питательных и полезных для здоровья продуктов
- США - Соединенные Штаты Америки
- ТР/ТС – Технический регламент Таможенного союза
- ФАО (FAO, Food and Agriculture Organization of the United Nations) – Продовольственная и сельскохозяйственная Организация Объединенных Наций
- ФОМ – Фонд "Общественное мнение"
- ФОТ – Фонд оплаты труда
- ФСГС – Федеральная служба государственной статистики
- ФТС – Федеральная таможенная служба
- ЦБ РФ – Центральный банк Российской Федерации

СОГЛАШЕНИЕ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИНФОРМАЦИИ

- Подписчик (клиент, покупатель) имеет право хранить и обрабатывать предоставляемую информацию.
- Дальнейшее распространение, перепродажа, копирование и публикация информации запрещены.
- Ни одна из информационных частей или вся предоставляемая информация полностью не может распространяться в локальной сети, транслироваться и передаваться в любом виде и любыми средствами, включая электронные, механические, фотокопировальные, записывающие или другие, без предварительного согласия с INFOLine.
- Запрещается передача информации любым другим организациям: дочерним, предприятиям с долевым участием, любым другим юридическим лицам, а также передача информации структурным подразделениям без образования юридического лица, расположенным по другому физическому адресу, в том числе филиалам, отделениям и любым иным структурным подразделениям в коммерческих или некоммерческих целях.
- Срок исполнения своих обязанностей по настоящему соглашению 10 лет с момента предоставления информации.
- Подписчик не может передавать или иным образом уступать, полностью или частично, свои права и обязанности по данному Соглашению без предварительного письменного согласия с INFOLine.
- Подписчик несет полную имущественную ответственность за невыполнение своих обязательств по Соглашению в соответствии законодательства Российской Федерации.

Предоставляемая информация является сообщениями и материалами информационного агентства INFOLine (зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) за номером ИА № ФС 77 – 37500).

ОБ АВТОРЕ - ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО INFOLINE



В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и общеэкономических событий в РФ и мире. Решение данной задачи не представляется возможным без профессионального и высокоэффективного информационного отдела.

Агентство INFOLine — это **ваш информационный отдел**, который будет работать на пользу и развитие вашего бизнеса, услугами которого смогут воспользоваться все сотрудники вашей фирмы.

Агентство INFOLine является независимой компанией и работает на рынке исследований различных отраслей РФ с 2001 г. Проведенные в 2001–2022 гг. исследования инвестиционных процессов в различных отраслях промышленности **специалистами агентства INFOLine являются лучшими на рынке**, что признано многочисленными клиентами и партнерами.

199155, Санкт-Петербург, пр. КИМа, 28

www.infoline.spb.ru | www.advis.ru | +78123226848 | +74957727640

mail@advis.ru

Спасибо за внимание!