

**АНАЛИТИЧЕСКАЯ БАЗА**

# 700 торговых сетей FMCG России – 2016

## Демо-версия

## 2016

- 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
- Бизнес-справки по ТОП-10 сетей FMCG

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

<b>Об Аналитической базе «700 торговых сетей FMCG России».....</b>	<b>3</b>
<b>Раздел I. Состояние рынка розничной торговли.....</b>	<b>5</b>
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG .....</i>	<i>5</i>
<i>Динамика спроса на потребительском рынке .....</i>	<i>34</i>
<i>История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG .....</i>	<i>47</i>
<b>Раздел II. Рейтинг ТОП-100 ритейлеров FMCG.....</b>	<b>63</b>
<i>Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов.....</i>	<i>64</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по общей торговой площади .....</i>	<i>66</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по чистой выручке .....</i>	<i>72</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по показателям эффективности продаж.....</i>	<i>78</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади распределительных центров.....</i>	<i>83</i>
<i>Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG по прямому импорту .....</i>	<i>90</i>
<b>Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам .....</b>	<b>92</b>
<i>Развитие сетей FMCG в формате «гипермаркет».....</i>	<i>92</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате «супермаркет».....</i>	<i>103</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате «дискаунтер».....</i>	<i>115</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате «магазин у дома» .....</i>	<i>122</i>
<i>Развитие формата «магазин при АЗС» .....</i>	<i>126</i>
<i>Развитие специализированных сетей FMCG.....</i>	<i>128</i>
<b>Раздел IV. База 700 торговых сетей и 600 складов сетей FMCG .....</b>	<b>132</b>
<i>Федеральные и международные сети .....</i>	<i>135</i>
<i>Сети Центрального ФО .....</i>	<i>148</i>
<i>Сети Северо-Западного ФО .....</i>	<i>189</i>
<i>Сети Южного ФО.....</i>	<i>210</i>
<i>Сети Северо-Кавказского ФО.....</i>	<i>217</i>
<i>Сети Приволжского ФО.....</i>	<i>220</i>
<i>Сети Уральского ФО.....</i>	<i>255</i>
<i>Сети Сибирского ФО .....</i>	<i>270</i>
<i>Сети Дальневосточного ФО .....</i>	<i>293</i>
<i>Сети Крымского ФО.....</i>	<i>302</i>
<i>Сети АЗС.....</i>	<i>304</i>
<i>Специализированные сети .....</i>	<i>314</i>
<b>Раздел V. Бизнес-справки по ТОП-10 ритейлерам FMCG России.....</b>	<b>341</b>
<i>Тандер, ЗАО (Магнит, ПАО) / Торговая сеть «Магнит», «Магнит Семейный», «Магнит-Косметик» .....</i>	<i>341</i>
<i>ТД Перекресток, ЗАО и др. (X5 Retail Group N.V.) / Торговые сети «Пятерочка», «Перекресток-экспресс», «Копейка», «Перекресток», «Карусель», «Перекресток Гипер».....</i>	<i>365</i>
<i>Auchan Retail Россия (Ашан, ООО) / Торговые сети «Ашан», «Ашан-сити», «Наша Радуга», «Каждый день» ..</i>	<i>401</i>
<i>Auchan Retail Россия (Атак, ООО) / Торговая сеть «Атак», «В шаге от Вас» .....</i>	<i>418</i>
<i>ДИКСИ Юг, АО (ГК «ДИКСИ») / Торговые сети «ДИКСИ», «Мегамарт», «Минимарт», «Виктория», «Квартал/Дешево», «КЭШ» .....</i>	<i>426</i>
<i>Лента, ООО / Торговая сеть «Лента».....</i>	<i>444</i>
<i>МЕТРО Кэш энд Керри, ООО (Metro Group) / Торговые сети METRO Cash&amp;Carry, METRO Punct, real, .....</i>	<i>465</i>
<i>ГК О'КЕЙ (О'КЕЙ Групп, ООО, Фреш Маркет, ООО) / Торговые сети «О'КЕЙ», «О'КЕЙ-Экспресс», «ДА!»)....</i>	<i>480</i>
<i>Торговая сеть SPAR, EUROSPAR, SPAR Express .....</i>	<i>499</i>
<i>Элемент-Трейд, ООО / Торговые сети «Монетка», «Монетка Супер», «Райт» .....</i>	<i>508</i>
<i>Гиперглобус, ООО / Торговая сеть Globus.....</i>	<i>518</i>
<b>Приложение 1. ФЗ от 03.07.2016 № 273-ФЗ о внесении изменений в ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» и Кодекс РФ об административных правонарушениях».....</b>	<b>526</b>
<b>Приложение 2. ФЗ от 03.07.2016 № 290-ФЗ «О внесении изменений в ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты РФ.....</b>	<b>531</b>
<b>Об информационных продуктах ИА INFOline .....</b>	<b>561</b>



**Информация об агентстве INFOLine**

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

**INFO**Line

информационное агентство information agency



Wincor-nixdorf).

Исследования и обзоры ИА INFOLine используют в работе **крупнейшие ритейлеры FMCG** («X5 Retail Group», «Магнит», «Auchan», «Metro cash&carry», ГК «Дикси», «Лента», «ОКЕЙ», 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,

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

## Об Аналитической базе «700 торговых сетей FMCG России»

**Цель исследования:** анализ состояния и прогноз развития розничной торговли и потребительского рынка России, структурированное описание, сравнительный анализ и ранжирование операционных и финансовых показателей более 700 крупнейших торговых сетей FMCG России, анализ логистики и описание 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 2015 году превысила 27,5 трлн. руб. (с учетом НДС), а объем продаж продовольственных товаров – 13,4 трлн. руб. (с учетом НДС). 700 торговых сетей FMCG (включая специализированные сети и магазины на АЗС), описанные в продукте, формируют 50% оборота розничной торговли продуктами питания в России, причем доля 10 крупнейших сетей FMCG составляет более 24%.

**Актуальность исследования:** потребительский рынок в 2015 году перешел к новой парадигме развития. В 2015 году оборот розничной торговли в РФ в физическом выражении снизился на 10%, а продажи продуктов питания (включая напитки) и табачных изделий – на 8,9%. В 2016 году динамика оборота розничной торговли в физическом выражении остаётся негативной, однако за счет опережающего роста цен на продовольственные товары продажи в рублевом выражении продолжают расти: так, в I полугодии 2016 года оборот розничной торговли в РФ снизился на 5,7%, а продажи продуктов питания, включая напитки, и табачных изделий – на 5,1% в физическом выражении. При этом в рублевом выражении оборот розничной торговли в целом по РФ за I полугодие 2016 года увеличился на 2,2%, а продажи продуктов питания, включая напитки, и табачных изделий увеличились на 2,7% в рублях.

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

**Временные рамки исследования:** Динамика с 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 2015 года, Тенденции 2016 года и Прогнозы на 2016-2017 гг. (динамика рынка розничной торговли, показатели форматов и сетей, доходы и расходы потребителей, стратегии и планы развития крупнейших сетей), **I пол. 2016** (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 (в т. ч. Крымский федеральный округ) 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 и бизнес-справки по ТОП-10 крупнейшим сетям FMCG.

### 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 состояния рынка **торговой недвижимости**, в том числе базы **«1800 торговых центров в 30 крупнейших городах России»**, реализации инвестиционных проектов, ввода объектов торговой недвижимости: **«Торговых центров и гипермаркетов FMCG и DIY Москвы и Московской области и Санкт-Петербурга и Ленинградской области»**, сравнительный анализ **«Рынка торговых центров в 27 городах и регионах РФ».**
- мониторинг более 2000 СМИ и выявление ключевых событий на рынке розничной торговли FMCG, которые ИА INFOLine осуществляет с 2002 года в рамках услуги **«Тематические новости: Розничная торговля продуктами питания и торговые сети FMCG РФ»**, **«Тематические новости: Пищевая промышленность и рынок продуктов питания РФ»** и **«Тематические новости: Розничная торговля РФ».**

Аналитическая база «700 торговых сетей FMCG России» включает следующие разделы:

- **Раздел I. Состояние рынка розничной торговли** Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших розничных сетей: динамика, структура и прогноз российского розничного рынка. Динамика спроса на потребительском рынке. История развития, состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG: этапы и количественные показатели развития торговли в России. **Расширенная версия**



исследования также **содержит** структуру оборота продовольственными товарами по каналам продаж, сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран, информацию о государственном регулировании розничной торговли в России.

- **Раздел II. Рейтинг ТОП-100 крупнейших ритейлеров FMCG** Рейтинги ТОП-100 крупнейших ритейлеров FMCG России (по операционным (количество магазинов, общая торговая площадь, количество и площади распределительных центров) показателям по итогам 1 полугодия 2016 года, финансовым (выручка) показателям и эффективности (выручка с кв.м.) по итогам 2015 года и 1 пол. 2016 года (публичные компании). В **расширенной версии** также представлен рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG по прямому импорту.

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

- **Раздел III. Описание основных форматов сетевой торговли FMCG** Анализ развития торговых сетей в разрезе основных форматов торговли (гипермаркет, супермаркет, дискаунтер, магазин у дома). Основные характеристики сетей в формате: количество, торговая площадь, региональная представленность на 1.1.2016. Характеристика крупнейших ритейлеров в формате: выручка ТОП-20 ритейлеров (**только для расширенной версии Исследования**), год появления формата, количество ассортиментных позиций, доля продовольственных товаров (% от количества SKU), средняя торговую площадь, диапазон торговых площадей, величина среднего чека. В **расширенной версии Исследования** также представлена динамика развития сетей формата в 2010-2015 гг.

**Расширенная версия Исследования «База 700 торговых сетей FMCG России» включает Рейтинг ТОП-20 спец. сетей и Рейтинг ТОП-20 в формате «магазин при АЗС»**

- **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 1.1.2016
  - Количество магазинов на 1.1.2016 по форматам (гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома)
  - Общая торговая площадь магазинов сети на 1.1. 2016
  - Чистая выручка (без учета НДС) торговой сети в 2014-2015 гг., млрд. руб.
  - Региональная представленность (в каких регионах размещены магазины сети с указанием их количества)
  - Количество РЦ/складов на 1.1. 2016
  - Общая площадь РЦ/складов на 1.1. 2016
  - Регионы присутствия РЦ/складов на 1.1. 2016
- **Раздел V. Бизнес-справки по ТОП-10<sup>1</sup> ритейлерам FMCG России** Бизнес-справки по 10 крупнейшим ритейлерам FMCG России. Бизнес-справки включают 13 разделов: контактные данные, история развития сети, структура компании и бенефициары (акционерный капитал), описание основных форматов, собственные торговые марки, операционные показатели, региональная представленность, девелоперские проекты, логистика, финансовые показатели, планы регионального развития, стратегия развития, отчетность по РСБУ (МСФО).

**Стандартная версия Исследования «База 700 торговых сетей FMCG России» включает разделы I-IV (с учетом описанных в разделах ограничений по некоторым подразделам).  
Расширенная версия Исследования включает также раздел V «Бизнес-справки».**

<sup>1</sup> Магнит, ПАО (Магнит, Магнит Семейный, Магнит-Косметик), X5 Retail Group N.V. (Пятерочка, Перекресток-экспресс, Копейка, Перекресток, Карусель, Перекресток Гипер), Ашан, ООО (Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга, Каждый день), Атак, ООО (Атак, В шаге от Вас), ГК ДИКСИ (ДИКСИ, Мегамарт, Минимарт, Виктория, Квартал/Дешево, КЭШ), Лента, ООО (Лента), МЕТРО Кэш энд Керри, ООО (METRO Cash&Carry, METRO Punct. real,-), ГК О'КЕЙ (О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс, ДА!), SPAR, Элемент-Трейд, ООО (Монетка, Монетка Супер, Райт), Гиперглобус, ООО (Globus).

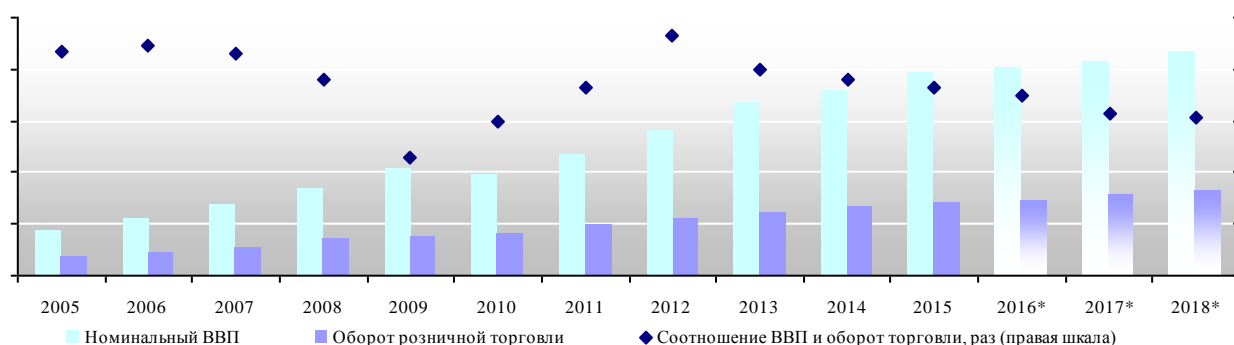
## Раздел I. Состояние рынка розничной торговли

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

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

Макроэкономическая ситуация в 2014-2015 гг. характеризовалась нарастанием кризисных явлений в промышленности, инвестиционной деятельности и на рынке труда. В 2015 году номинальный объем ВВП России сократился на \*% до \* трлн. руб. В 2015 году произошло резкое сокращение потребительского спроса. При этом большая часть населения в 2015 году придерживалась сберегательной модели поведения. Особенно данная тактика присуща малообеспеченным слоям населения. В результате в 2015-2016 гг. наблюдается снижение оборота розничной торговли и услуг.

Рисунок 1. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016-2018 гг., млрд. руб.

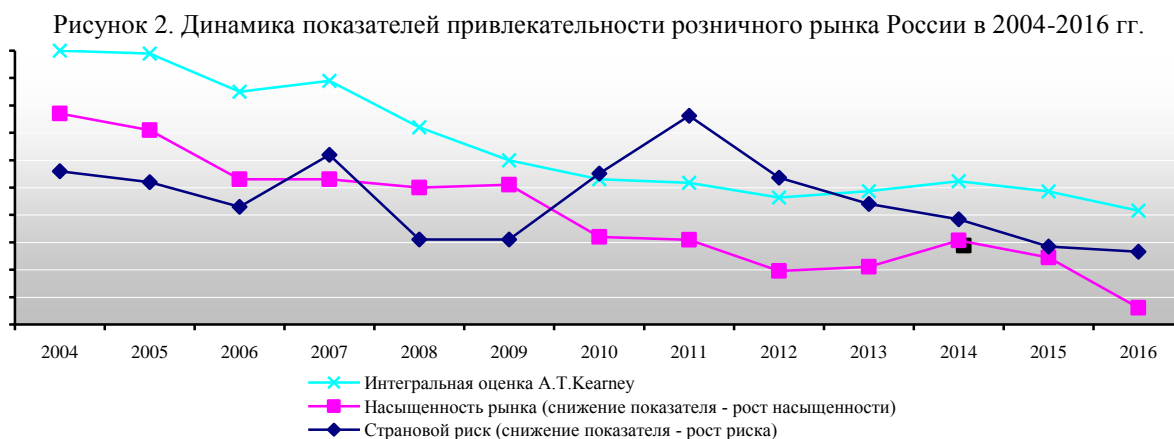


Источник: данные ФСГС, ИА INFOLine

<...>

#### Сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран

Ключевым фактором сохранения привлекательности российского рынка для международных ритейлеров остается то, что перспективы роста и фундаментальные показатели рынка вполне благоприятны: с точки зрения привлекательности розничного сектора (продажи на душу населения, численность населения, развитие инфраструктуры и т. д.) Россия входит в ТОП-5 стран. Однако в отличие от Бразилии, Чили, Уругвая и Китая, в России высокий уровень политических рисков, растёт и без того высокая стоимость качественной недвижимости и арендные ставки, а условия ведения бизнеса сложные из-за влияния бюрократии и коррупции. При этом российский рынок розничной торговли вошел в стадию зрелости, при которой высока конкуренция среди ритейлеров и для достижения высоких темпов роста необходимы масштабные инвестиции (с 2010 года международные сети Auchan и METRO значительно уступают по объемам инвестиций лидерам российского рынка FMCG X5 Retail Group и «Магнит», а с 2014 года и сети «Лента»).



Источник: Исследование А.Т. Kearney



Москва остается пятой в мире по уровню проникновения глобального ритейла, уступая Лондону, Дубаю, Шанхаю и Нью-Йорку. За весь 2015 год в России открылись магазины 52 глобальных розничных компаний, в том числе 40 – в Москве. 12 брендов выбрали для экспансии другие российские города. Интерес к регионам связан с более низкими арендными ставками, чем в Москве и Санкт-Петербурге, при хорошем уровне дистрибуции и покупательной способности. «К концу 2015 года арендаторы заметили более выгодные условия, чем до кризиса. Большая часть ритейлеров смогла изменить принципы расчета аренды, уйдя от фиксированных к привязанным к обороту платежам», – перечисляют консультанты CBRE. Кроме того, стал больше выбор доступных площадей для открытия магазинов, добавляют они.

Таблица 1. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2011-2016 гг.

Страна	Страновой риск (25%)	Привлекательность рынка (25%)	Насыщенность рынка (25%) <sup>2</sup>	Фактор времени (25%)	Общий балл <sup>3</sup>
Рейтинг 2011 года					
*	*	*	*	*	*
...	...	...	...	...	...
Рейтинг 2016 года					
1. Китай	*	*	*	*	*
2. Индия	*	*	*	*	*
3. Малайзия	*	*	*	*	*
<b>22. Россия</b>	*	*	*	*	*

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



**Структура оборота розничной торговли по видам товаров**

В структуре продажи основных видов продовольственных товаров в течение 2005-2015 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 2015 году все основные категории продовольственных товаров, кроме свежего картофеля продемонстрировали отрицательную динамику.



<sup>2</sup> 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%).

<sup>3</sup> 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.

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	I пол. 15	I пол. 16
Оборот розничной торговли	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
продовольственные товары	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
непродовольственные товары	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля продовольственных товаров, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля непродовольственных товаров, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные ФСТС

<...>

Таблица 4. Структура продаж основных продуктов питания в 2005-2015 гг.

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

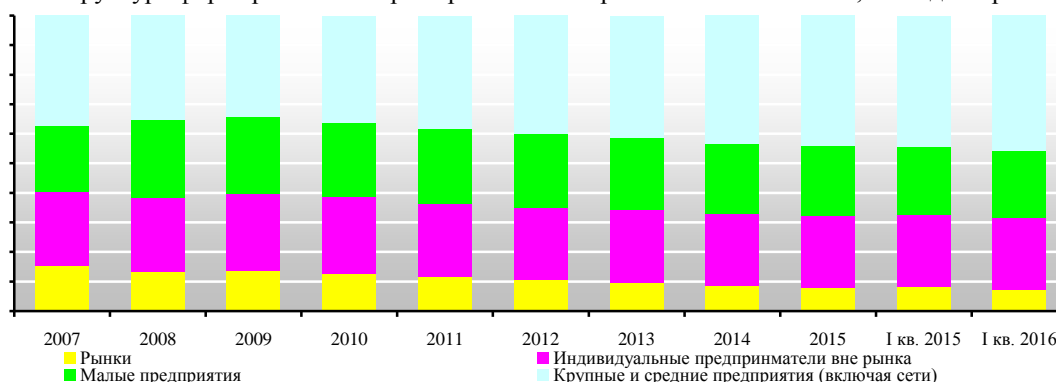
Источник: данные ФСТС

<...>

### Структура оборота розничной торговли по видам организаций

В структуре оборота розничной торговли по видам организаций в 2015 году сохранилась тенденция снижения доли рынков (на 0,8 п.п. к 2014 году) <...>

Рисунок 3. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2016 гг., по видам организаций, %



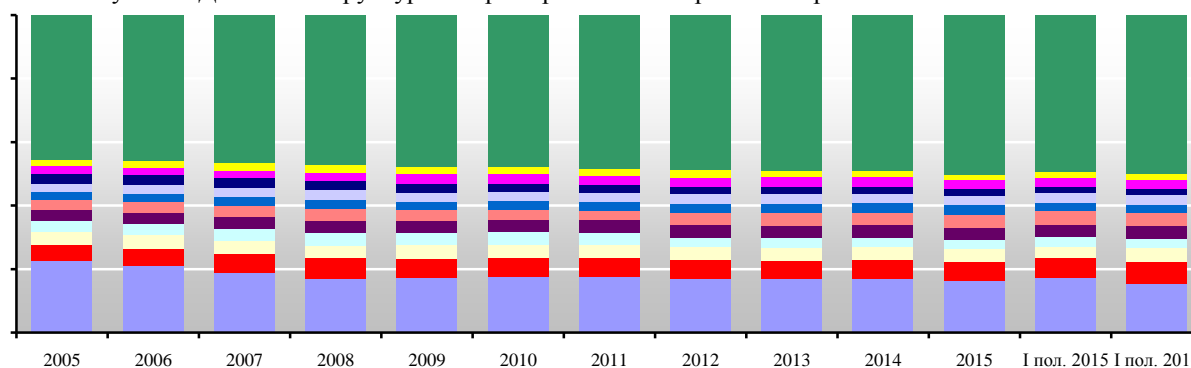
Источник: данные ФСТС

При этом в 2015 году на розничных рынках и ярмарках население покупает около \*% пищевых продуктов и табачных изделий и 10,1% непродовольственных товаров. <...>

### Региональная структура оборота розничной торговли

Региональная структура оборота розничной торговли России отличается неравномерностью: \*% оборота в 2015 году приходилось на 11 субъектов РФ.

Рисунок 4. Динамика структуры оборота розничной торговли по регионам России в 2005-2016 гг.



Источник: данные ФСТС

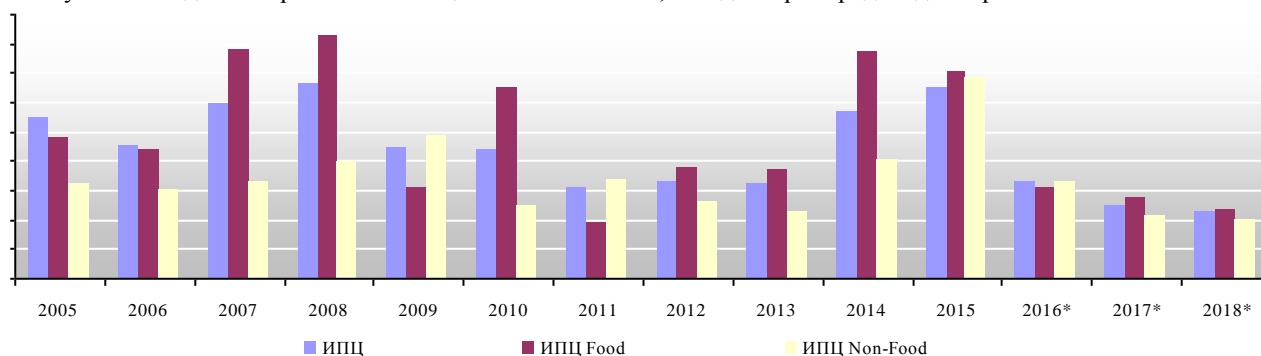




### Инфляция на рынке продовольственных товаров

<...> Согласно базовому прогнозу МЭР, который был опубликован в мае 2016 года, в 2016 году инфляция составит \*%, в 2017 году инфляция составит \*%, в 2018 – \*%, в 2019 году – \*%. <...>

Рисунок 5. Индекс потребительских цен в 2005-2015 гг., % к декабрю пред. года и прогноз на 2016-2018 гг.



Источник: данные ФСГС

<...>

### 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).

<...>

### Кодекс добросовестных практик

В связи со вступлением в силу Федерального 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» требуется внесение технических изменений в Кодекс добросовестных практик, рассказал ответственный секретарь Комиссии по применению Кодекса добросовестных практик Михаил Бурмистров. По его словам, это займет 1–2 недели, затем Комиссия вместе с ведущими отраслевыми союзами ритейлеров и поставщиков проведет работу по адаптации норм Кодекса добросовестных практик и утвержденных решениями Комиссии добросовестных практик к новым условиям регулирования.

### Стратегия развития торговли

25 декабря 2014 года Министр промышленности и торговли Денис Мантуров утвердил Стратегию развития торговли в РФ на 2014-2016 гг. и период до 2020 года. Целями стратегии являются развитие многоформатной торговли, снижение административных барьеров и стимулирование предпринимательской инициативы. «Должны быть созданы такие условия, чтобы у предпринимателей были равные возможности для беспрепятственного открытия, расширения и ведения бизнеса вне зависимости от торгового формата», – отметил заместитель министра промышленности и торговли Виктор Евтухов. При разработке стратегии учтены мнения федеральных органов исполнительной власти, экспертного, профессионального сообщества, замечания и предложения, поступавшие в ходе многочисленных публичных обсуждений проекта.

<...>

### ЕГАИС

С 1 января 2016 года организации, осуществляющие розничную продажу алкогольной продукции, в том числе при оказании услуг общественного питания (рестораны, кафе, бары), обязаны передавать информацию в ЕГАИС в части

подтверждения факта закупки такой продукции. Несмотря на то, что закон о государственном регулировании алкогольного рынка, согласно которому требования о фиксации розничной продажи алкоголя не распространяются на учет реализации спиртного в общепите, рестораторы не смогут приобретать алкогольную продукцию без фиксации факта закупки в ЕГАИС.

<...>

### ЕГАИС в опте

27 января 2016 года Союз пивоваров направил вице-премьеру Александру Хлопонину письмо с просьбой внедрить систему мониторинга работы серверов, на которых работает так называемый универсальный транспортный модуль, отвечающий за учет отгрузок алкогольной продукции в онлайн-режиме. Кроме того, союз просит Хлопонина внедрить систему оперативного информирования о сбоях, происходящих в ЕГАИС, а также об ускорении регистрации заявок на отгрузку в системе со стороны участников рынка до одного часа.

<...>

### Национальная система адресной продовольственной помощи

В сентябре 2015 года Минпромторг направил в правительство предложения по внедрению в стране Национальной системы адресной продовольственной помощи. Программу планируют запустить в 2017 году. Она предусматривает два направления. Первое: по программе дополнительного питания «Продуктовая карта» государство будет предоставлять нуждающимся целевые денежные средства в виде баллов и бонусов. Второе: программа социального (бесплатного или льготного) питания. Ею граждане смогут воспользоваться в общепите, столовых и кафе, в том числе при предприятии. Внедрять систему адресной продовольственной помощи будут в два этапа. Основной смысл программы - дать возможность социально приоритетным категориям граждан улучшить питание.

<...>

### Регулирование контрольно-кассовых операций

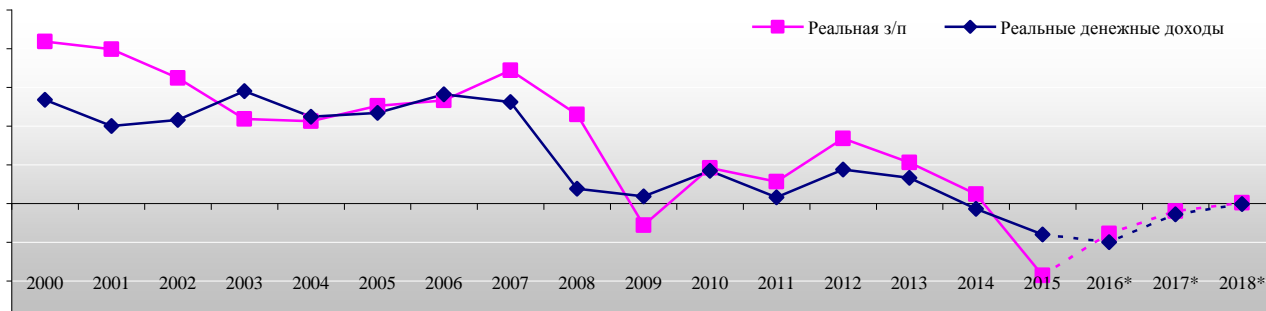
3 июля 2016 года Президент РФ подписал Федеральный закон № 290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты РФ» (Приложение 3 [Ошибка! Источник ссылки не найден.](#)). <...>

## Динамика спроса на потребительском рынке

### Динамика заработной платы и денежных доходов населения

В 2015 году темп роста реальных доходов населения оказался отрицательным и составил (-4%), при этом реальная заработная плата в 2015 году сократилась на 9,5%, против роста на 1,2% в 2014 году. <...>

Рисунок 6. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2016-2018 гг. (консервативный), %



Источник: данные ФСГС



Согласно прогнозу МЭР, по консервативному сценарию реальные доходы населения за 2016 год сократятся на 5%, в 2017 году – на 1,4%, в 2018 году – на 0,1%, в 2019 году увеличатся на 0,4%. Реальная заработная плата в 2016 году сократится на 3,9%, в 2017 году – на 1%, а в 2018 году увеличится на 0,1%, а в 2019 году – на 0,5%. <...>

Рисунок 7. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.

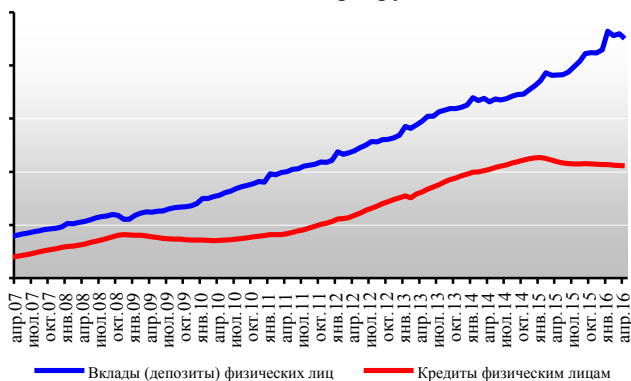
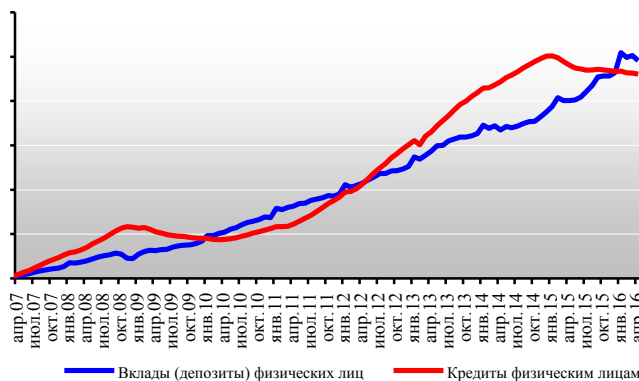


Рисунок 8. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2007 года



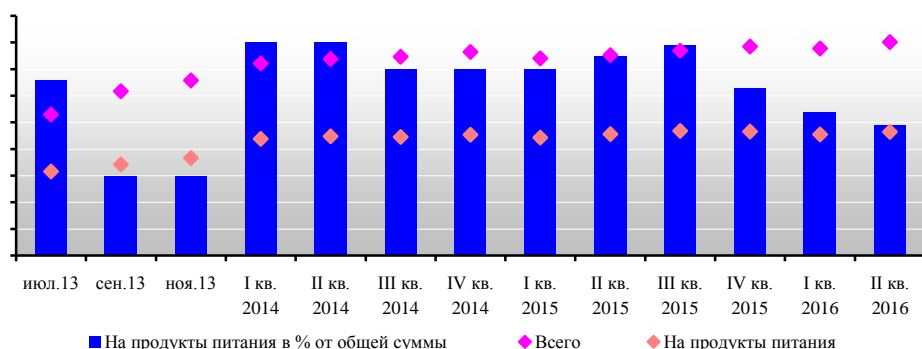
Источник: данные ЦБ РФ

В I полугодии 2016 года российские банки продолжали снижать ставки по потребительским кредитам населению и повышать максимальный размер кредита для некоторых категорий клиентов. Банки рассчитывают на рост спроса населения на кредиты начиная со II кв. 2016 года. Согласно утвержденному 21 апреля 2016 года макропрогнозу, розничное кредитование в 2016 году снизится на \*%. В прогнозе отмечается восстановление розничного кредитования в 2017 году, за 2018-2019 год его рост может составить \*%. <...>

**Потребительское поведение**

Индекс потребительской уверенности по итогам последнего опроса вырос и составил \*% во II кв. 2016 года против \*% в I кв. 2016 года. Доля тех, кто полагает, что экономика страны нестабильна, сократилась на \* п.п., но все еще остается высокой — \*%. Сохраняется высокая чувствительность к уровням цен и сильная тенденция к переходу на более дешевые товары, все же есть признаки дальнейшей нормализации потребительских привычек – возможно, это указывает на то, что восстановление приближается (даже если оно будет постепенным). <...>

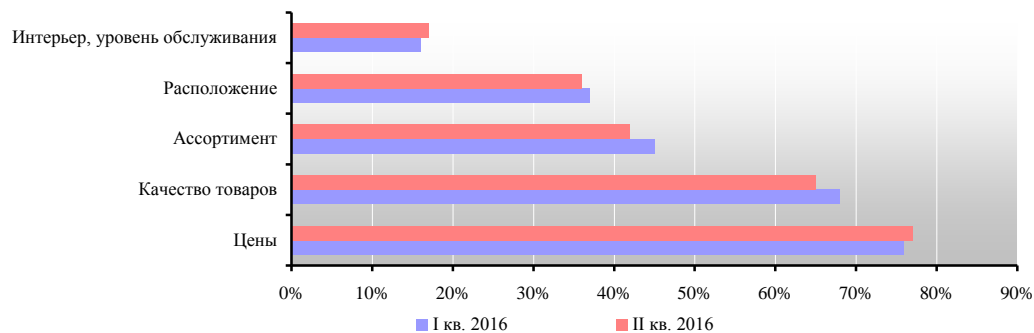
Рисунок 9. Сколько денег вы потратили вчера, руб.



Источник: данные Сбербанк СИБ

При росте числа гипермаркетов (на \*% за год) их целевая аудитория сокращается: \*% потребителей сократили частоту походов в гипермаркеты и посещают более маленькие магазины, чтобы избежать лишних трат на необязательные товары. <...>

Рисунок 10. Факторы, влияющие на выбор магазина

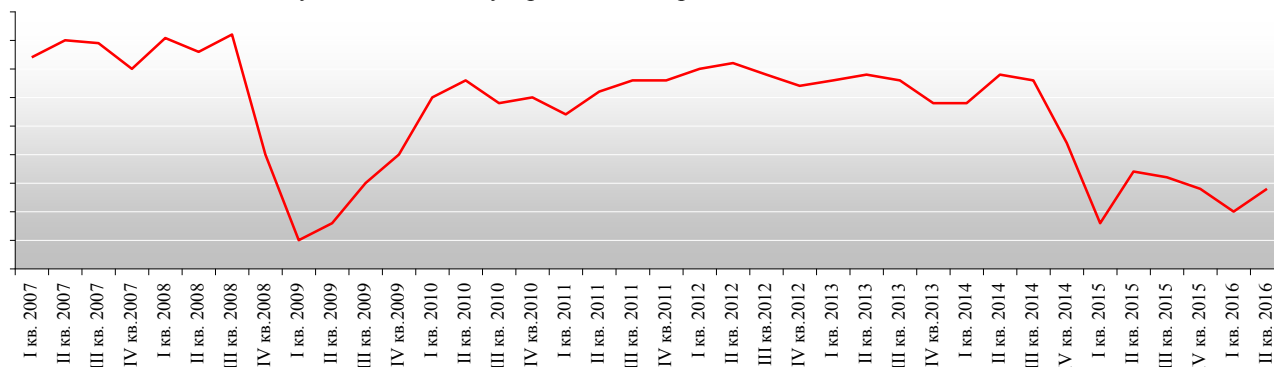


Источник: данные Сбербанк СИБ

### Потребительские ожидания и уверенность населения

Сохранение геополитической напряженности и ожидание возможных негативных последствий санкций и контрсанкций заставляет население отказываться от приобретения многих видов товаров и необязательных услуг или, в лучшем случае, к ограниченному пользованию ими.

Рисунок 11. Индекс уверенности потребителей России 2007-2016 гг.



Источник: данные ФСТС

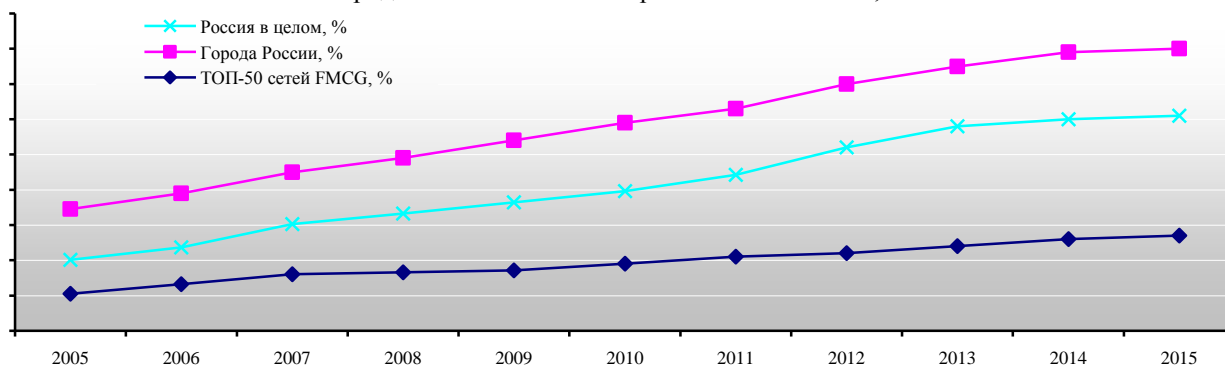


## История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG

### Основные этапы развития торговли в России

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

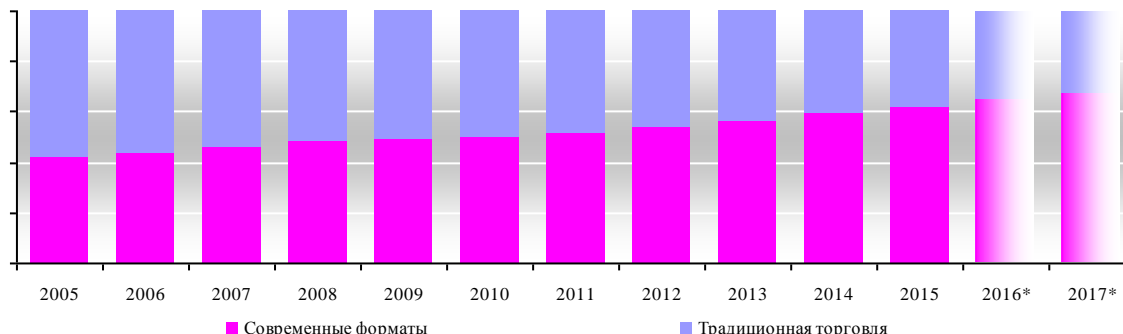
Рисунок 50. Доля современных форматов и ТОП-50 сетей FMCG в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 2005-2015 гг., %



**Основные количественные показатели развития торговли в России**

В структуре торговых площадей в 2005-2015 гг. доля современных форматов выросла с \*% до \*%, а в целом торговые площади современных форматов объектов увеличились более чем в \* раза – на \*млн. кв. м.

Рисунок 12. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., %



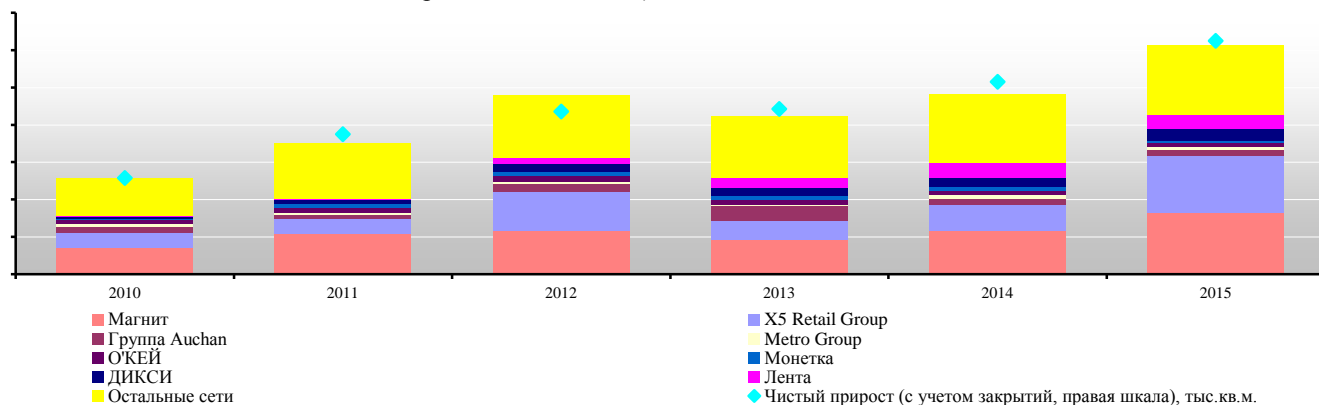
Источник: данные ИА INFOLine



**Динамика развития торговых сетей FMCG**

По итогам 2015 года прирост торговых площадей по 150 крупнейшим сетям составил более \* тыс. кв. м. (в 2014 году – \* тыс. кв. м., в 2013 году – \* тыс. кв. м., в 2012 году – \* тыс. кв. м., в 2011 году – \*тыс. кв. м) или 16,6% (в 2014 году – \*%, в 2013 году – \*%, в 2012 году – \*%, в 2011 году –\*%). Таким образом, по состоянию на 1 января 2016 года суммарные торговые площади ТОП-150 розничных сетей FMCG составили более \* млн. кв. м. <...>

Рисунок 13. Динамика прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2010-2015 гг., тыс. кв. м.

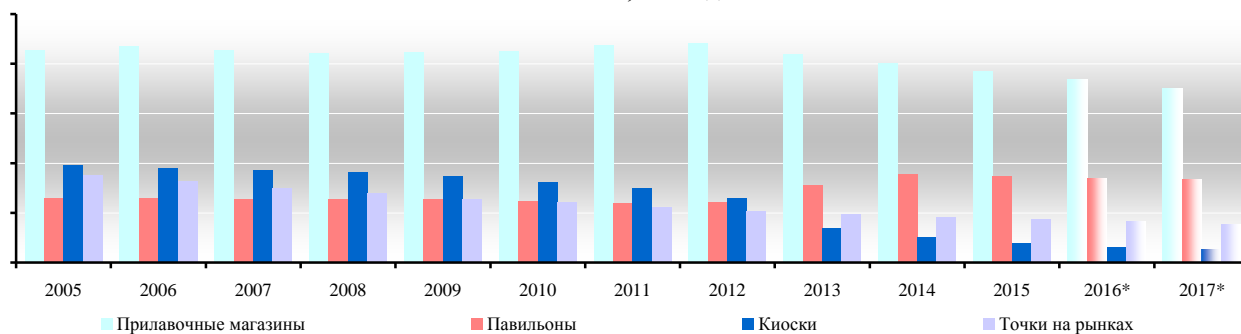


Источник данных: данные ИА INFOLine



В 2009-2012 гг. в условиях экономического кризиса количество прилавочных продовольственных магазинов несколько увеличилось в связи высокой привлекательностью розничной торговли FMCG для малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей (в том числе происходило переоборудование объектов Non-Food в FMCG) и распространением нелегальной торговли алкоголем.

Рисунок 14. Количество объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., тыс. ед.



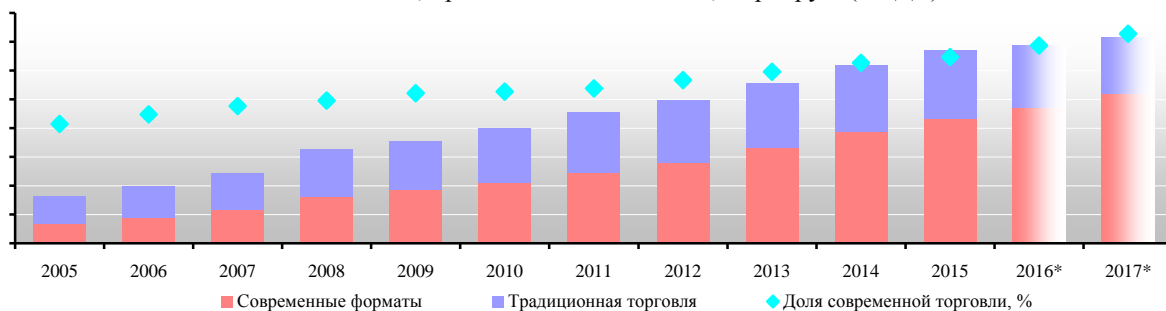
Источник: данные ИА INFOLine

<...>

### Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж

В структуре выручки от продажи продовольственных товаров доля современных форматов торговли в 2005-2015 гг. выросла почти в 4 раза и по итогам 2015 года составила 38%.

Рисунок 15. Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., млрд. руб. (с НДС)

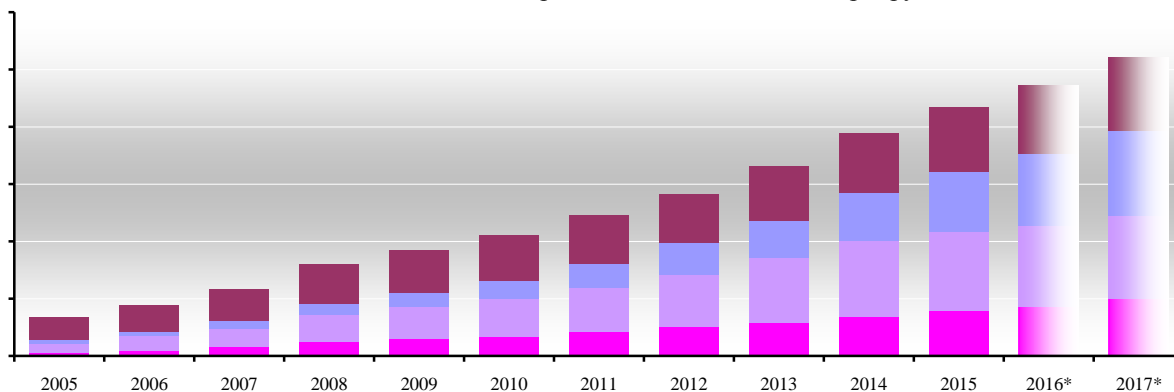


Источник: данные ИА INFOLine

<...>

Выручка от продажи продовольственных товаров (с НДС) по итогам 2015 года в формате «гипермаркет» составила более 1 трлн. руб., что составляет более 38% оборота розничной торговли продовольственными товарами.

Рисунок 16. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов (с НДС) в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., млрд. руб.



Источник: данные ИА INFOLine



## Раздел II. Рейтинг ТОП-100 ритейлеров FMCG

По итогам 2015 года в рейтинг ТОП-100 крупнейших сетей FMCG<sup>4</sup> вошли компании с выручкой более 4 млрд. руб., в рейтинг ТОП-50 крупнейших сетей FMCG<sup>5</sup> – с выручкой более 10,5 млрд. руб.

При этом ряд компаний входивших в ТОП-100 крупнейших компаний FMCG по итогам 2014 года, по итогам 2015 года в рейтинг не попали в связи с поглощением более крупными ритейлерами. Так, в апреле 2015 года X5 Retail Group приобрела 27 магазинов ГК «Универсал» в Республиках Марий Эл и Чувашия, оставшиеся магазины сети были закрыты. Также в апреле 2015 года X5 Retail Group приобрела 100% АО «Спар Ритэйл», управляющее на момент совершения сделки 26 супермаркетами SPAR в Москве, Московской и Владимирской областях. Кроме того, в июле 2015 года X5 Retail Group приобрела 100 магазинов сети «СосеДдушка» в Оренбургской области, общей торговой площадью 36,7 тыс. кв. м. <...>

### Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов

Информация о количестве магазинов крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10,5 млрд. руб. по итогам 2015 года) в 2009-2015 гг. и в I пол. 2015-2016 гг. приведена в таблице.

Таблица 2. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2009-2016 гг., по состоянию на конец периода, шт.

№ пп	Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 2015	I пол. 2016
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	3205	4002	5006	6046	7200	8344	*	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	24	51	93	126	161	190	*	*	*
		Магнит Семейный	С	0	0	0	20	46	97	*	*	*
		Магнит-Косметик	М	0	2	210	692	686	1080	*	*	*
		<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>3229</b>	<b>4055</b>	<b>5309</b>	<b>6884</b>	<b>8093</b>	<b>9711</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>*</b>
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	*	*	*

Источник: данные ИА INFOLine

### Рейтинг сетей FMCG по общей торговой площади

Информация об общей торговой площади крупнейших ритейлеров FMCG России в 2009-2015 гг. и в I пол. 2015-2016 гг. приведена в таблицах.

Таблица 3. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2009- 2016 гг., тыс. кв. м.

№ пп	Основное операционное юрид. лицо	Бренд	Основные форматы	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 2015	I пол. 2016
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	978,5	1256,8	1637,8	1977,5	2312,2	2673,3	*	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	81,4	165,1	282,2	387,6	482,9	559,1	*	*	*
		Магнит Семейный	С	0,0	0,0	0,0	24,4	53,3	109,1	*	*	*
		Магнит-Косметик	М	0,0	0,4	50,1	159,8	163,0	249,2	*	*	*
		<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>1059,9</b>	<b>1422,3</b>	<b>1970,2</b>	<b>2549,3</b>	<b>3011,4</b>	<b>3590,6</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>*</b>
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	*	*	*

Источник: данные ИА INFOLine

Динамика общей торговой площади крупнейших сетей FMCG России (с выручкой более 10,5 млрд. руб. в 2015 году) в 2010-2016 гг. приведена в таблице.

Таблица 4. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2010-2016 гг., %

№ пп	Основное операционное юрид. лицо	Бренд	Основные форматы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Среднегодовой 2010-2015 <sup>6</sup>	I пол. 2016/I пол. 2015
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	28,4	30,3	20,7	16,9	15,6	*	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	102,8	71,0	37,3	24,6	15,8	*	*	*
		Магнит Семейный	С	-	-	-	118,6	104,8	*	*	*
		Магнит-Косметик	М	-	-	219,1	2,0	52,8	*	*	*
		<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>34,2</b>	<b>38,5</b>	<b>29,4</b>	<b>18,1</b>	<b>19,2</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>*</b>
...	...	...	...	...	...	...	...	...	*	*	*

Источник: данные ИА INFOLine

<sup>4</sup> Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

<sup>5</sup> Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

<sup>6</sup> Представлен среднегодовой прирост торговой площади за период работы компании.

### Рейтинг сетей FMCG по чистой выручке

Информация о чистой выручке<sup>7</sup> крупнейших ритейлеров FMCG России в 2009-2015 гг. приведена в таблице.

Таблица 5. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2009-2015 гг., млрд. руб.

№ пп	Основное операционное юрид. лицо	Бренд	Основные форматы	Данные	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
					1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	МСФО	156,5	212,3
Гипермаркет Магнит	Г	13,1	23,8	46,2	75,4		106,2	139,7		*	
Магнит Семейный	С	0,0	0,0	0,8	3,1		10,7	25,5		*	
Магнит-Косметик	М	0,0	0,0	0,9	5,7		11,9	19,8		*	
<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>169,6</b>	<b>236,1</b>	<b>335,6</b>	<b>448,5</b>		<b>579,5</b>	<b>762,7</b>		*	
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	*

Источник: данные ИА INFOLine

Динамика чистой выручки крупнейших ритейлеров FMCG России в 2010-2015 гг. приведена в таблице.

Таблица 6. Динамика прироста выручки крупнейших сетей FMCG России в 2010-2015 гг., %

№ пп	Основное операционное юрид. лицо	Бренд	Основные форматы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Среднегодовой 2010-2015
				1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	35,6	35,5	
Гипермаркет Магнит	Г	82,2	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	*	*	
<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>39,2</b>	<b>42,1</b>	<b>33,6</b>		<b>29,2</b>	<b>31,6</b>	*	*	
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

Источник: данные ИА INFOLine

### Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади РЦ

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

Таблица 21. Характеристики РЦ крупнейших торговых сетей FMCG России на 1.1.2016 года

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

Источник: ИА INFOLine

### Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG по прямому импорту

В 2015 году после введения эмбарго на поставку товаров в 2014 году наблюдалось уменьшение объемов импортных поставок по всем как продовольственным, так и непродовольственным товарам. В 2015 году объем импорта товаров составил \* млрд. долл., сократившись на \*% относительно \* млрд. долл. в 2014 году. Импорт из стран дальнего зарубежья в 2015 году снизился на \*% по сравнению с 2014 годом и составил \*млрд. долл., из стран СНГ – на \*% до \*млрд. долл. В 2015 году крупнейшие сети FMCG значительно сократили прямой (самостоятельный) импорт товаров: на \*% в денежном выражении и на \*% в товарном выражении.

Таблица 7. Динамика прямого импорта крупнейших сетей FMCG в 2013-2016 гг. в денежном выражении, млн. долл.

Сеть	Юридическое лицо импортер	Прямой импорт, млн. долл.					Динамика, %		
		I пол. 2016	I пол. 2015	2015	2014	2013	I пол. 2016/I пол. 2015	2015/2014	2014/2013
Магнит	АО «Тандер»	*	*	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group	ЗАО «Арвий (Рашен Венчур инвестментс)»	*	*	*	*	*	*	*	*
Дикси	АО «ДИКСИ ЮГ»	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan	ООО «Ашан»	*	*	*	*	*	*	*	*
Metro C&C	ООО «МЕТРО Кэш энд Керри»	*	*	*	*	*	*	*	*
Лента	ООО «Лента»	*	*	*	*	*	*	*	*
О'КЕЙ	ООО «О'КЕЙ-Лоджистикс»	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>Общий итог</b>		*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: ИА INFOLine

<sup>7</sup> Данные приводятся по сети в целом.





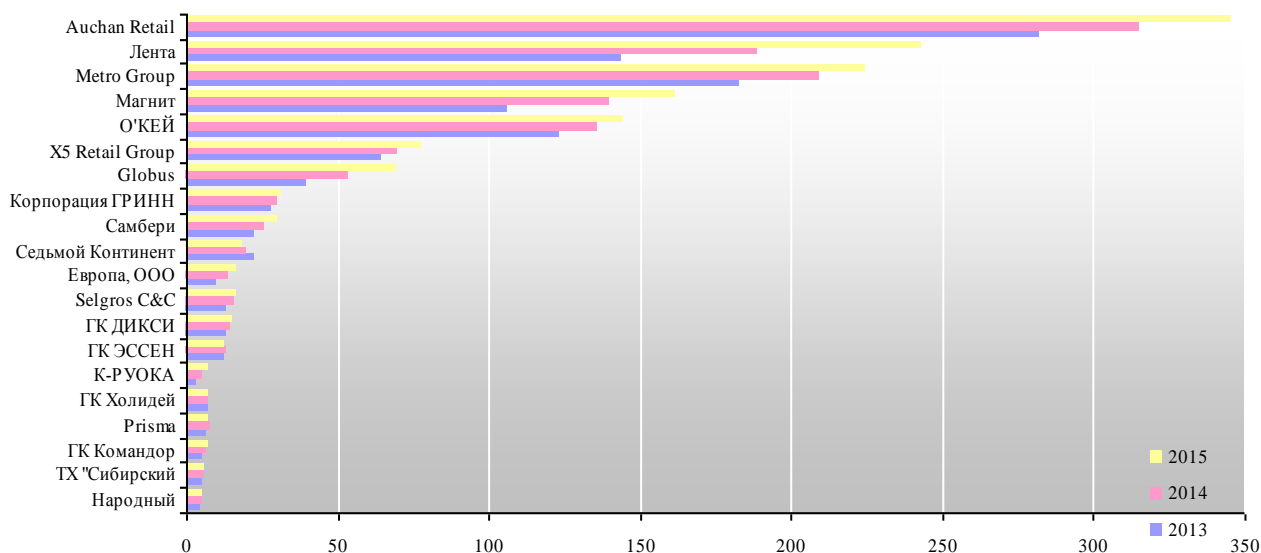
## Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

### Развитие сетей FMCG в формате «гипермаркет»

#### Основные параметры формата «гипермаркет»

По итогам 2015 года в ТОП-20 сетей в формате «гипермаркет» вошли компании, выручка которых составила более 5,3 млрд. руб. Крупнейшим по выручке ритейлером в формате «гипермаркет» является Auchan Retail Россия. В 2015 году произошли структурные изменения в рейтинге ТОП-20 ритейлеров в формате «гипермаркет»: <...>

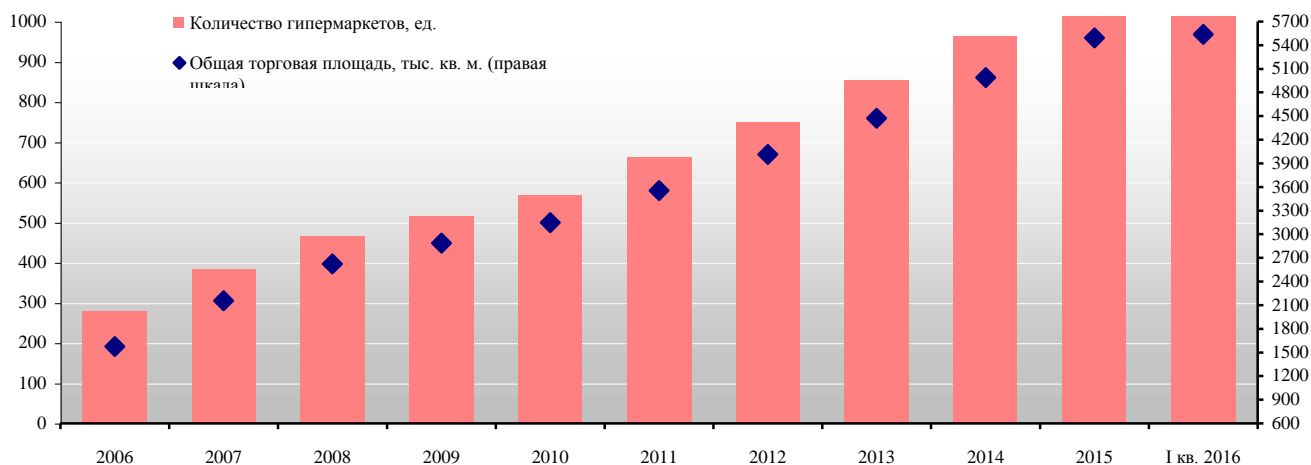
Рисунок 17. Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в формате «гипермаркет» в 2013-2015 гг., млрд. руб.



Источник: данные компаний, ИА INFOLine

На 1 января 2016 года на рынке гипермаркетов FMCG России было представлено 1067 объектов общей торговой площадью 5493 тыс. кв. м.

Рисунок 18. Динамика количества и торговой площади гипермаркетов FMCG в России в 2006-2016 гг.



Источник: данные ИА INFOLine

**Основные характеристики гипермаркетов России**


По итогам 2015 года в ТОП-20 сетей в формате «гипермаркет» вошли компании, выручка которых составила более \* млрд. руб. <...>

Таблица 26. Количество, торговая площадь и региональная представленность гипермаркетов крупнейших сетей на 1.1.2016

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

Источник: данные компаний, оценки ИА INFOLine

Таблица 27. Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года

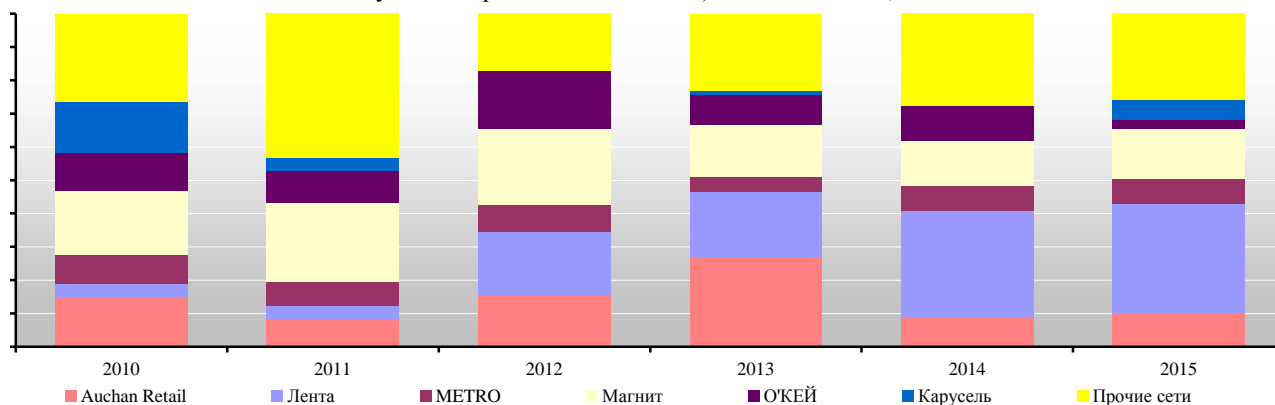
Ритейлер	Бренд	Логотип	Тип сети	Год появления формата	Количество ассортимента позиций, единиц	Доля продовольственных товаров, % от кол-ва SKU	Средняя торговая площадь объектов, кв. м.	Диапазон торговых площадей, кв. м	Средний чек, руб.
Ашан, ООО	Ашан		МН	2002	*	*	*	*	*
	Ашан-сити			2008	*	*	*	*	*
	Наша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

Источник: данные компаний, оценки ИА INFOLine

**Динамика развития сетей формата «гипермаркет» в 2010-2015 гг.**

По итогам 2015 года чистый прирост торговых площадей по 80 крупнейшим ритейлерам формата «гипермаркет» составил около \* тыс. кв. м (в 2014 году – \* тыс. кв. м, в 2013 году – \* тыс. кв. м, в 2012 году – \* тыс. кв. м, в 2011 году – \* тыс. кв. м, в 2010 году – \* тыс. кв. м).

Рисунок 19. Структура прироста торговых площадей 80 ритейлеров, развивающих формат «гипермаркет» (без учета сократившихся площади) в 2010-2015 гг., %



Источник: данные ИА INFOLine

<...>

**\*\*\*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 8. Операционные показатели крупнейших сетей магазинов при АЗС на 1 января 2016 года

Бренд	Компания	Количество торговых объектов	Суммарная торговая площадь, тыс. кв. м	Выручка в 2015 году, млрд. руб.	Региональная представленность
Роснефть, Подсолнух	АЗС НК Роснефть (с учетом франчайзинговых партнеров)	1545	123,5	32,7	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

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. <...>

Таблица 9. Количество, торговая площадь, выручка и региональная представленность ТОП-20 специализированных сетей FMCG России на 1 января 2016 года

Ритейлер	Бренд	Основное направление	Количество торговых объектов	Суммарная торговая площадь	Выручка в 2015 году, млрд. руб.	Региональная представленность
SPS Холдинг	Красное&Белое	алкоголь	2600	208	82,5	Башкортостан респ.-*; Белгородская обл.-*; Брянская обл.-*; Владимирская обл.-*; Воронежская обл.-*; Ивановская обл.-17; Калужская обл.-*; Кировская обл.-*; Костромская обл.-*; Курганская обл.-*; Курская обл.-*; Липецкая обл.-*; Марий Эл респ.-*; <...>
*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные компаний, ИА INFOLine

В таблице представлены данные по ТОП-20 специализированным сетям, выручка которых по итогам 2015 года составила более 2,9 млрд. руб.

Таблица 10. Характеристики ТОП-20 специализированных сетей FMCG России

Ритейлер	Бренд	Основное направление	Логотип	Тип сети <sup>8</sup>	Год появления формата	Количество ассортиментных позиций, единиц	Средняя торговая площадь объектов, кв. м
SPS Холдинг	Красное&Белое	алкоголь		Ф	2006	1000	80
*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные компаний, ИА INFOLine

<sup>8</sup> Представлен тип сети для всей компании в целом (независимо от количества регионов, в котором представлена сеть в данном формате). Все объекты сети SPAR отнесены к международным сетям, независимо от типа сети франчайзера. Условные обозначения: МН – международная сеть (развивается международной компанией), Ф – федеральная сеть (развивается в 2 и более федеральных округах РФ и не менее чем в 6 регионах), МЖРГ – межрегиональная сеть (развивается в 2 и более регионах РФ (за исключением Москвы и Московской области и Санкт-Петербурга и Ленинградской области – в этом случае сеть считается местной), М – местная сеть (развивается в 1 регионе РФ).

## Раздел IV. База 700 торговых сетей FMCG

База данных 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 2016 года;
- Количество магазинов на 1 января 2016 года по форматам (гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома);
- Общая торговая площадь магазинов сети на 1 января 2016 года;
- Чистая выручка (без учета НДС) торговой сети в 2014-2015 гг., млрд. руб.;
- Региональная представленность (в каких регионах размещены магазины сети с указанием их количества)
- Количество РЦ/складов на 1.1.2016 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 1.1.2016 года
- Регион присутствия РЦ/складов на 1.1.2016 года

Контактные данные по компаниям представлены по состоянию на начало 2016 года. Компании<sup>9</sup>, представленные в базе, разделены по федеральным округам в зависимости от места расположения головного офиса компании, в порядке убывания выручки (без НДС) за 2015 год. При этом компании, развивающие сеть в России только на территории Республики Крым, вне зависимости от местоположения головного офиса (на территории Республики Крым или Украины) отнесены к Крымскому федеральному округу. Федеральные и международные сети, сети в формате «магазины при АЗС», специализированные сети<sup>10</sup> (в разбивке по основной специализации торговых объектов) выделены в отдельные подразделы.

Таблица 11. 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 2015 году, млрд. руб.
		Г	С	М		
Федеральные <sup>11</sup> и международные сети	22 <sup>12</sup>	*	*	*	*	*
Центральный ФО	150	*	*	*	*	*
Северо-Западный ФО	77	*	*	*	*	*
Южный ФО	22	*	*	*	*	*
Северо-Кавказский ФО	11	*	*	*	*	*
Приволжский ФО	123	*	*	*	*	*
Уральский ФО	52	*	*	*	*	*
Сибирский ФО	79	*	*	*	*	*
Дальневосточный ФО	32	*	*	*	*	*
Крымский ФО	5	*	*	*	*	*
Сети магазинов на АЗС	35	*	*	*	*	*
Специализированные сети по направлениям: алкогольная продукция, мясная продукция, молочная продукция, хлебобулочные и кондитерские изделия	*	*	*	*	*	*

Источник: ИА INFOLine

<sup>9</sup> Одна компания может развивать несколько торговых сетей.

<sup>10</sup> В базе 700 торговых сетей FMCG представлены специализированные сети с расширенным ассортиментом (включает в себя ограниченный перечень товаров повседневного спроса).

<sup>11</sup> Федеральной считается сеть, присутствующая в 2 и более федеральных округах России и не в менее чем 6 регионах.

<sup>12</sup> Без учета Центрального Союза Потребительских Обществ РФ, включающего более 37 тыс. торговых объектов, ОАО «Железнодорожная торговая компания», включающего около 750 торговых объектов и ФГУП «Почта России», включающего более 41900 почтовых отделений.



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

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

- развивающие форматы «магазин у дома» и «дискаунтер», количество объектов которых составляет менее 5;
- общая торговая площадь которых составляет менее 500 кв. м.;
- выручка которых по итогам 2015 года составила менее 100 млн. руб.;
- специализированных магазинов в формате «магазин у дома», если количество объектов которых составляет менее 20;
- узкоспециализированные сети;
- магазинов на АЗС, если количество объектов составляет менее 20.

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

При этом в базе представлены сети, отвечающие условиям вхождения в базу, однако по состоянию на май 2016 года, прекратившие свою деятельность или находящиеся в стадии банкротства:

Таблица 12. 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
Райцентр, ООО	Райцентр, Рай цен, Точка	Нижегородская обл.
Рост, ООО	Рост, Молодежный	Тюменская обл.
Эконом, ООО	Эконом	Краснодарский край
Ассорти, ЗАО	Ассорти, Эконом, SPAR	Коми респ.
Синтез, ООО	7 Копеек, Матур	Башкортостан респ.

Источник: ИА INFOLine

Часть компаний, представленных в базе за 2014 год, не были представлены в базе по итогам 2015 года в связи с прекращением деятельности. Так, в 2015 году была реализована целая серия сделок M&A.

Таблица 13. Сделки M&A в FMCG ритейле в 2015 году, 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
Апрель 2015	30 магазинов SPAR	АО «Спар-Ритейл»	Москва, Владимир, Московская область	X5 Retail Group	***
Июль 2015	100 магазинов сети «СосеДушка»	ИП Пикалов А.А.; Соседушка, ООО	Оренбург, Оренбургская область	X5 Retail Group	***
Август 2015	104 магазина «Росинка», «Апельсин» и «Сберегайка»	ГК «Росинка»	Орловская область, Воронежская область, Липецкая область, Курская область, Тамбовская область	X5 Retail Group	***
Сентябрь 2015	12 объектов сети «Добрыня»	РС-Добрыня, ООО	Пермь	X5 Retail Group-	***
Октябрь 2015	19 объектов сети «Калинка»	Ронис, ООО	Хабаровский край	ГК «Невада»	***
Декабрь 2015	9 объектов сети «Сетка»	ООО «Сотка»	Санкт-Петербург	ООО «Торговый дом «Реаль»	***
***	***	***	***	***	***

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 14. Некоторые региональные торговые сети, прекратившие деятельность в 2015 году

Юридическое лицо	Бренды	Регионы присутствия сети, до закрытия
Вакторг, ООО	Манго	Москва, Московская обл.
Содружество 9, ООО; Содружество 10, ООО	Кир 24	Санкт-Петербург
ТКПФ Титан, ООО	Титан	Краснодарский край
Дворцовый ряд-МС, ООО	Дворцовый ряд	Ульяновская обл.
***	***	***

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

*Интернет-магазин:* нет

**Персонали:**

*Генеральный директор:* Ян Гезениус Дюннинг

*Директор по закупкам:* Герман Тинга, коммерческий директор

*Финансовый директор:* Яхо Лемменс

*IT-директор:* Всеволод Кузьмич

*Директор по логистике:* Йорн Арнхольд

*Директор по развитию:* Павел Ремезов, директор по развитию форматов

**Операционные показатели:**

*Общее количество магазинов на 1.1.2016:* 172

*Количество гипермаркетов на 1.1.2016:* 140

*Количество супермаркетов на 1.1.2016:* 32

*Общая торговая площадь на 1.1.2016:* 882,4 тыс. кв. м.

**Финансовые показатели:**

*Выручка в 2015 году:* 252,76 млрд. руб. без НДС

*Выручка в 2014 году:* 193,99 млрд. руб. без НДС

**Региональная представленность (столицы) на 1.1.2016:**

Астрахань-1; Барнаул-2; Белгород-2; Брянск-1; Великий Новгород-2; Владимир-1; Волгоград-3; Вологда-1; Воронеж-2; Иваново-3; Ижевск-1; Иркутск-1; Калуга-1; Кемерово-3; Краснодар-2; Красноярск-2; Липецк-1; Москва-13; Мурманск-1; Нижний Новгород-3; Новосибирск-7; Омск-3; Орел-1; Оренбург-2; Пенза-2; Пермь-1; Петрозаводск-1; Псков-1; Ростов-на-Дону-1; Рязань-2; Санкт-Петербург-22; Саранск-1; Саратов-2; Смоленск-1; Ставрополь-1; Сыктывкар-1; Тверь-1; Томск-1; Тула-1; Тюмень-5; Ульяновск-2; Уфа-2; Чебоксары-1; Челябинск-3; Ярославль-2

**Региональная представленность (субъекты) на 1.1.2016:**

Алтайский край-3; Астраханская обл.-1; Башкортостан респ.-2; Белгородская обл.-2; Брянская обл.-1; Владимирская обл.-1; Волгоградская обл.-4; Вологодская обл.-3; Воронежская обл.-2; Ивановская обл.-3; Иркутская обл.-1; Калужская обл.-2; Карелия респ.-1; Кемеровская обл.-10; Коми респ.-1; Краснодарский край-5; Красноярский край-2; Ленинградская обл.-2; Липецкая обл.-1; Марий Эл респ.-1; Мордовия респ.-1; Москва-13; Московская обл.-22; Мурманская обл.-1; Нижегородская обл.-3; Новгородская обл.-2; Новосибирская обл.-7; Омская обл.-4; Оренбургская обл.-2; Орловская обл.-1; Пензенская обл.-2; Пермский край-1; Псковская обл.-1; Ростовская обл.-4; Рязанская обл.-2; Самарская обл.-2; Санкт-Петербург-22; Саратовская обл.-4; Свердловская обл.-2; Смоленская обл.-1; Ставропольский

край-2; Татарстан респ.-3; Тверская обл.-1; Томская обл.-1; Тульская обл.-1; Тюменская обл.-8; Удмуртская респ.-1; Ульяновская обл.-3; Челябинская обл.-4; Чувашская респ.-1; Ярославская обл.-2

**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

### Сети Сибирского ФО

**Операционная компания:** Розница-1, ООО; Мария-Ра, ООО

**Бренды:** Мария-Ра

**Контактные данные:**

*Фактический адрес:* 656049, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Мерзликина, д. 5

*Телефон:* (3852) 223416, 223434

*Факс:* (3852) 238580

*E-mail:* partner@maria-ra.ru

*Сайт:* www.maria-ra.ru

*Интернет-магазин:* нет

**Персонали:**

*Генеральный директор:* Ракшин Александр Фёдорович

*Директор по закупкам:* Дьяков Денис Валерьевич

*Финансовый директор:* Ракшина Алла Александровна

*IT-директор:* Назаров Владимир Александрович

**Операционные показатели:**

*Общее количество магазинов на 1.1.2016:* 790

*Количество супермаркетов на 1.1.2016:* 115

*Количество магазинов у дома на 1.1.2016:* 675

*Общая торговая площадь на 1.1.2016:* 289,6 тыс. кв. м.

**Финансовые показатели:**

*Выручка в 2015 году:* 66,41 млрд. руб. без НДС

*Выручка в 2014 году:* 57,6 млрд. руб. без НДС

**Региональная представленность (столицы) на 1.1.2016:**

Барнаул-144; Горно-Алтайск-5; Кемерово-29; Новосибирск-79; Томск-42

**Региональная представленность (субъекты) на 1.1.2016:**

Алтайский край-333; Кемеровская обл.-223; Новосибирская обл.-134; Томская обл.-79; Алтай респ.-21

**Логистика:**

*Количество РЦ на 1.1.2016:* 1

*Общая площадь РЦ:* 32 тыс. кв. м.

*Региональная представленность РЦ на 1.1.2016:*

Алтайский край (Новоалтайск)-1

**Операционная компания:** Компания Холидей, ООО

**Бренды:** Холидей Классик, Холидей, Планета Холидей, Холди, Сибириада, Кора, Палата, Народная Плата, Турне, Эконом, Супермаркет



**Контактные данные:**

*Фактический адрес:* 630025, Новосибирская обл., г. Новосибирск, ш. Бердское, д. 61/1; 644052, Омская обл., г. Омск, ул. 22 Партсъезда, д. 97 А; 650070, Кемеровская обл., г. Кемерово, ул. Тухачевского, д. 58/1  
*Телефон:* (383) 3340290, 3340291, 3340292, 3340295, 3340296, 3340298, (3812) 683620, (3842) 777012  
*Факс:* (383) 3340290, доб. 200  
*E-mail:* fin@hclass.ru; info@kora-tk.ru  
*Сайт:* www.hclass.ru; www.kora-tk.ru  
*Интернет-магазин:* нет

**Персоналии:**

*Генеральный директор:* Скороходов Николай Александрович, председатель правления объединенной компании; Воронин Виталий Борисович, генеральный директор ООО «Компания Холидей»  
*Директор по закупкам:* Ковалевский Евгений Вячеславович  
*Финансовый директор:* Яблоков Роман Юрьевич  
*IT-директор:* Лехельт Владислав Владимирович, директор по инновациям; Анисимов Олег Геннадьевич, директор по инновациям в Омске

**Операционные показатели:**

*Общее количество магазинов на 1.1.2016:* 480

*Количество гипермаркетов на 1.1.2016:* 14  
*Количество супермаркетов на 1.1.2016:* 117  
*Количество магазинов у дома на 1.1.2016:* 349  
*Общая торговая площадь на 1.1.2016:* 272,2 тыс. кв. м.

**Финансовые показатели:**

*Выручка в 2015 году:* 55,8 млрд. руб. без НДС  
*Выручка в 2014 году:* 50,56 млрд. руб. без НДС

**Региональная представленность (столицы) на 1.1.2016:**

Барнаул-28; Кемерово-29; Новосибирск-70; Омск-118; Томск-13; Горно-Алтайск-1

**Региональная представленность (субъекты) на 1.1.2016:**

Алтайский край-84; Кемеровская обл.-122; Новосибирская обл.-125; Омская обл.-125; Томская обл.-21; Тюменская обл.-1; Алтай респ.-2

**Логистика:**

*Количество РЦ на 1.1.2016:* 3  
*Общая площадь РЦ:* 51,7 тыс. кв. м.  
*Региональная представленность РЦ на 1.1.2016:* Кемеровская обл.-1; Омская обл.-1; Новосибирская обл.-1

## Специализированные сети<sup>13</sup>

### 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  
*Интернет-магазин:* нет

**Персоналии:**

*Генеральный директор:* Соколов Дмитрий Александрович, директор ТД «Ариант»  
*Директор по закупкам:* Соколов Дмитрий Александрович, директор ТД «Ариант»  
*Директор по логистике:* Нигдайло Евгений Вениаминович, руководитель складского комплекса

**Операционные показатели:**

*Общее количество магазинов на 1.1.2016:* 611  
*Количество магазинов у дома на 1.1.2016:* 611  
*Общая торговая площадь на 1.1.2016:* 30,6 тыс. кв. м.

**Финансовые показатели:**

*Выручка в 2015 году:* 6,9 млрд. руб. без НДС  
*Выручка в 2014 году:* 6,53 млрд. руб. без НДС


**Региональная представленность (столицы) на 1.1.2016:** Екатеринбург-92; Челябинск-146

**Региональная представленность (субъекты) на 1.1.2016:** Башкортостан респ.-9; Кемеровская обл.-12; Свердловская обл.-232; Челябинская обл.-358

<sup>13</sup> Специализированные 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.

## Раздел V. Бизнес-справки по ТОП-10<sup>14</sup> ритейлерам FMCG России

### Гиперглобус, ООО / Торговая сеть Globus

Логотип	Бренд	Основные форматы	Год основания сети в России
	<b>Globus</b>	<b>Гипермаркет</b>	<b>2006</b>
	Выручка, млрд. руб.	Количество магазинов, шт.	Общая торговая площадь, тыс. кв. м.
	***	***	***
	Динамика выручки, %	Динамика количества магазинов, ед.	Динамика общей торговой площади, %
	↑***%	↑***	↑***%
Франчайзинг	Интернет-магазин	Количество субъектов РФ, где представлены магазины	
×	×	*	

#### Контактные данные

Название компании: *Гиперглобус, ООО (Торговая сеть «Глобус»)* Адрес: 125445, Москва, ул. Смольная, д. 14 ИНН: 7743543761 ОКПО: 75524689 Телефоны: (495)2237500 Факсы: (495)2237502 E-Mail: [info@globus.ru](mailto:info@globus.ru) Web: [www.globus.ru](http://www.globus.ru)

#### Руководство:

*Фолькер Шаар, генеральный директор.*  
*Смирнова Наталья, директор по закупкам.*  
*Анна Ракина, финансовый директор.*  
*Брилева Евгения, IT директор.*  
*Анджей Бальд, директор по логистике.*  
*Алешечкин Юрий Иванович, директор по развитию*

#### История развития сети

Globus – международная сеть гипермаркетов, магазины которой представлены в Германии, Чехии и России. Основана в 1828 году Францом Брухом. Первый гипермаркет компании был открыт в России, в городе Щёлково, в 2006 году. В 2007 году открыт второй гипермаркет в Климовске. В 2008 году открылись гипермаркеты во Владимире, Рязани и Ярославле. В 2009 году открыты 3 гипермаркета за пределами Московского региона. В апреле 2012 года Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР) предоставил долгосрочный кредит на 10 лет для ООО «Гиперглобус» из средств ЕБРР и синдицированного в коммерческих банках на сумму 117,5<sup>15</sup> млн. евро, на реализацию проекта по вводу 10 гипермаркетов в Московской области. По состоянию на 1 сентября 2014 года в рамках данной программы было введено в эксплуатацию 2 гипермаркета в Московской области в г. Королев (торговая площадь 12,5 тыс. кв. м.) и в г. Красногорск (торговая площадь 12,6 тыс. кв. м.). <...>.

#### Структура компании и бенефициары

По состоянию на 1 июля 2016 года бенефициарами компании ООО «Гиперглобус» являются «Альфа Хандельс-Унд Маркетинг ГМБХ» и «Глобус Грундшт. юксфервертунг унд Лизинг Москау Гешефтсфюрунгс ГМБХ».

<sup>14</sup> Магнит, ПАО (Магнит, Магнит Семейный, Магнит-Косметик), X5 Retail Group N.V. (Пятерочка, Перекресток-экспресс, Копейка, Перекресток, Карусель, Перекресток Гипер), Ашан, ООО (Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга, Каждый день), Атак, ООО (Атак, В шаге от Вас), ГК ДИКСИ (ДИКСИ, Мегамарт, Минимарт, Виктория, Квартал/Дешево, КЭШ), Лента, ООО (Лента), МЕТРО Кэш энд Керри, ООО (METRO Cash&Carry, METRO Punct, real,-), ГК О'КЕЙ (О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс, ДА!), SPAR, Элемент-Трейд, ООО (Монетка, Монетка Супер, Райт), Гиперглобус, ООО (Globus).

<sup>15</sup> Общая стоимость проекта по расширению сети Globus составляет 233 млн. евро.



Таблица 15. Структура уставного капитала ООО «Гиперглобус» по состоянию на 1 июля 2016 года



Наименование	Местонахождение	Доля в УК, %
Альфа Хандельс-Унд Маркетинг ГмбХ	66606 Санкт Вендель, Лейпцигер штрассе 8, Федеративная Республика Германия	99,61
Глобус Грундшт. юксфервертунг унд Лизинг Москау Гешефтсфюрунгс - ГмбХ»	66606 Санкт Вендель, Лейпцигер штрассе 8, Федеративная Республика Германия	0,39

Источник: данные ЕГРЮЛ

<...>

### Описание основных форматов

Таблица 16. Основные показатели форматов магазинов сети Globus по состоянию на 1 июля 2016 года

Показатель	Globus
Логотип	
Формат	гипермаркет
Количество магазинов на 1.7.2016	*
Внешний вид магазина	
Минимальная торговая площадь, кв. м	*
Максимальная торговая площадь, кв. м	*
Средняя торговая площадь, кв. м	*
Количество ассортиментных позиций	*
Доля food / non food, %	*
Время работы	7:00-1.00 (24.00), 8:00-23:00, Круглосуточно

Источник: данные компании, ИА INFOLine

<...>

### Собственные торговые марки

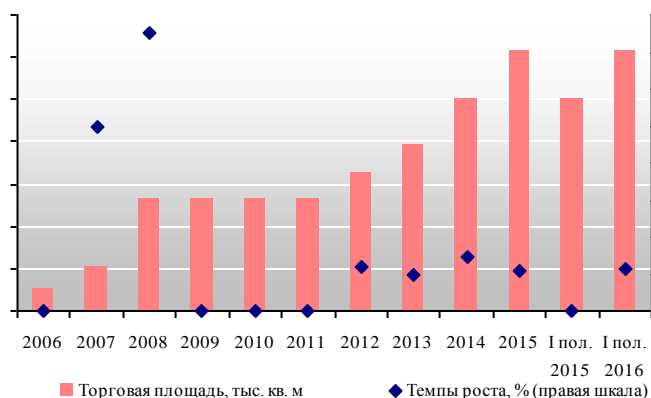
Ассортимент товаров под собственными торговыми марками сети составляет более 1000 артикулов, из них продукция под брендом «Глобус» насчитывает около 500 наименований, «Ваш выбор» - 300 и «Ромашкин луг» - более 50 наименований. Каждый год ассортимент товаров СТМ увеличивается более чем на 300 наименований.

<...>

### Операционные показатели

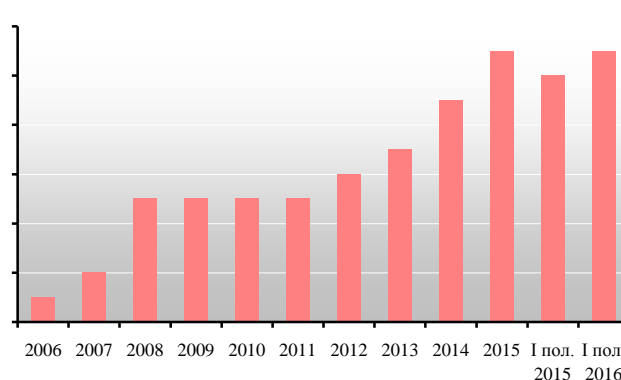
По состоянию на 1 января 2016 года торговая компания «Гиперглобус» управляет \* гипермаркетами. Общая торговая площадь сети составляла \* тыс. кв. м.

Рисунок 20. Динамика торговой площади сети Globus в 2006- I пол. 2016 гг.



Источник: данные компании, ИА INFOLine

Рисунок 21. Динамика количества магазинов сети Globus в 2006- I пол. 2016 гг.



Источник: данные компании, ИА INFOLine



<...>

## Региональная представленность

По состоянию на 1 января 2016 года сеть Globus управляла \* гипермаркетами общей торговой площадью \* тыс.кв.м.

<...>

## Логистика

Сеть Globus управляет \* распределительными центрами. Первый распределительный центр был запущен в 2010 в Московской области на территории складского комплекса «Trilogy Park Tomilino» по адресу: Люберецкий р-н, пос. Томилино, мкрн. Птицефабрика, склад №1. Поставки осуществляются на условиях «кросс-докинга». Площадь РЦ составляет 23,35 тыс. кв. м.

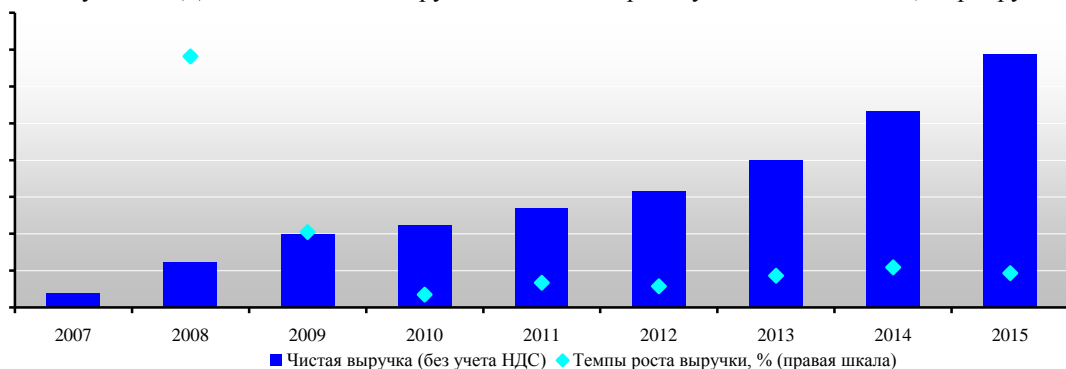
<...>

## Финансовые показатели

<...>

Динамика чистой выручки торговой сети Globus (ООО «Гиперглобус») в 2007- 2015 гг. представлены на диаграмме.

Рисунок 22. Динамика чистой выручки ООО «Гиперглобус» в 2007- 2015 гг., млрд. руб.



Источник: данные компании, ИА INFOLine

<...>

## Планы регионального развития

<...>

## Стратегия развития

В 2016 году планируется открытие гипермаркета Globus в Жуковском, в 2017 году – в Коломне. Общий объем инвестиций компании в Московскую область в ближайшие три года составит более 18 млрд. руб. До 2017 года будет создано около 4000 новых рабочих мест. Ежегодные налоговые отчисления в бюджет региона от каждого гипермаркета составят примерно 250 млн. руб. Кроме того, в течение нескольких лет торговая сеть Globus планирует реализацию проектов по строительству гипермаркетов сети в Твери (мкрн. «Южный»), Туле (мкрн. «Гульская Ривьера»), Калуге (на пересечении ул. Генерала Попова и автодороги на г. Тула), Ярославле (Ленинградский пр. в сторону г. Рыбинск и Тутаев), общей площадью по 20 тыс. кв. м. каждый. Планируется, что за 5 лет инвестиции в развитие сети в России составят 30 млрд. руб.

<...>

## Отчетность по РСБУ/МСФО

<...>

## Перечень таблиц и графиков

### Таблицы

#### Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

- Таблица 1. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2004-2010 гг.
- Таблица 2. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2011-2016 гг.
- Таблица 3. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2004-2016 гг.
- Таблица 4. Структура продаж основных продуктов питания в 2005-2015 гг.
- Таблица 5. Динамика продажи основных видов продовольственных товаров в 2004-2015 гг., индекс %
- Таблица 6. Структура продаж основных непродовольственных товаров в 2005-2015 гг.
- Таблица 7. Динамика продажи основных видов непродовольственных товаров в 2005-2015 гг., индекс %
- Таблица 8. Оборот торгующих организаций и рынков в 2005-2016 гг., млрд. руб.
- Таблица 9. Региональная структура оборота розничной торговли РФ в 2005-2016 гг., %
- Таблица 10. Индекс потребительской уверенности россиян со средним уровнем доходов
- Таблица 11. Основные этапы развития российского ритейла FMCG в 1994-2016 гг.
- Таблица 12. Динамика прироста торговых площадей по ТОП-150 российских ритейлеров в 2011-2015 гг.

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

- Таблица 13. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2009-2016 гг., по состоянию на конец периода, шт.
- Таблица 14. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2009-2016 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м.
- Таблица 15. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2010-2016 гг., %
- Таблица 16. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2009-2015 гг., млрд. руб.
- Таблица 17. Динамика прироста выручки крупнейших сетей FMCG России в 2010-2015 гг., %
- Таблица 18. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2015-2016 гг.
- Таблица 19. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2015-2016 гг.
- Таблица 20. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2009-2015 гг., тыс. руб. в год
- Таблица 21. Динамика прироста чистой выручки (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2010-2015 гг., %
- Таблица 22. Характеристики РЦ и складов торговых сетей FMCG России по состоянию на 1.1.2016 года
- Таблица 23. Характеристики РЦ крупнейших торговых сетей FMCG России на 1.1.2016
- Таблица 24. Динамика прямого импорта крупнейших сетей FMCG в 2013-2016 гг. в денежном выражении, млн. долл.
- Таблица 25. Динамика объемов прямого импорта крупнейших сетей FMCG в 2013-2015 гг. по кварталам
- Таблица 26. Количество, торговая площадь и региональная представленность гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года
- Таблица 27. Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года

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

- Таблица 28. Количество, торговая площадь и региональная представленность супермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года
- Таблица 29. Характеристики супермаркетов крупнейших ритейлеров России по состоянию на 1 января 2016 года
- Таблица 30. Франчайзинговые партнеры SPAR Russia B.V., развивающие сеть SPAR в регионах по состоянию на 1 июля 2016 года
- Таблица 31. Количество, торговая площадь и региональная представленность магазинов у дома (дискаунтеров) крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года
- Таблица 32. Характеристики магазинов у дома (дискаунтеров) крупнейших ритейлеров России
- Таблица 33. Количество, торговая площадь и региональная представленность магазинов у дома некоторых крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года
- Таблица 34. Характеристики магазинов у дома некоторых крупнейших ритейлеров FMCG России
- Таблица 35. Операционные показатели крупнейших сетей магазинов при АЗС на 1 января 2016 года
- Таблица 36. Количество, торговая площадь, выручка и региональная представленность ТОП-20 специализированных сетей FMCG России на 1 января 2016 года
- Таблица 37. Характеристики ТОП-20 специализированных сетей FMCG России

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

- Таблица 38. Региональная структура торговых сетей из базы 700 сетей FMCG
- Таблица 39. Компании, представленные в базе и прекратившие свою деятельность или находящиеся в стадии банкротства или продажи бизнеса
- Таблица 40. Наиболее значимые сделки M&A в FMCG ритейле России в 2015 году, повлиявшие на состав базы 700 торговых сетей FMCG
- Таблица 41. Некоторые региональные торговые сети, прекратившие деятельность в 2015 году

### Рисунки

#### Раздел I. Состояние рынка розничной торговли FMCG России

- Рисунок 1. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016-2018 гг., млрд. руб.
- Рисунок 2. Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016-2018 гг., %

- Рисунок 3. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007-2016 гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 4. Динамика РТО food 2011-2016 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 5. Динамика РТО non-food 2011-2016 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 6. Динамика оборота розничной торговли и денежной массы в 2007-2016 гг., млрд. руб.
- Рисунок 7. Привлекательность рынка (согласно исследованию 2016 А.Т. Kearney GRDI)
- Рисунок 8. Динамика показателей привлекательности розничного рынка России в 2004-2016 гг.
- Рисунок 9. Большая торговая десятка
- Рисунок 10. Анализ реализации благоприятных рыночных возможностей согласно GRDI
- Рисунок 11. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2005-I пол.2016 гг., %
- Рисунок 12. Динамика доли продовольственных товаров в обороте розничной торговли в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 13. Динамика оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2016 гг. (по месяцам), млрд. руб.
- Рисунок 14. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2016 гг. (по месяцам), %
- Рисунок 15. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2016 гг., по видам организаций, %
- Рисунок 16. Динамика оборота торгующих организаций и рынков в 2011-2016 гг. (по месяцам), трлн. руб.
- Рисунок 17. Структура оборота розничной торговли в 2011-2016 гг. (по месяцам), %
- Рисунок 18. Динамика количества рынков в РФ и их доли в обороте розничной торговли в 2003-2016 гг.
- Рисунок 19. Динамика структуры оборота розничной торговли по регионам России в 2005-2016 гг.
- Рисунок 20. Динамика оборота розничной торговли по округам в 2010-2016 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года, в сопоставимых ценах
- Рисунок 21. Динамика оборота розничной торговли по регионам России в 2005-2016 гг., млрд. руб.
- Рисунок 22. Динамика доли 69 регионов России (кроме 11 крупнейших) в обороте розничной торговли в 2003-2016 гг., %
- Рисунок 23. Количество регионов с позитивной динамикой оборота розничной торговли в физическом выражении к аналог. периоду пред. года
- Рисунок 24. Динамика оборота розничной торговли по федеральным округам в 2005-2016 гг., млрд. руб.
- Рисунок 25. Индекс потребительских цен на конец периода в 2005-2015 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз на 2016-2018 (консервативный) гг.
- Рисунок 26. Структура вклада в инфляцию в 2007-2015 гг., проц. пунктов
- Рисунок 27. Индекс потребительских цен в 2011-2016 гг., в % к предыдущему месяцу
- Рисунок 28. Функциональная схема ЕГАИС в розничной торговле
- Рисунок 29. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2016-2018 гг. (консервативный), %
- Рисунок 30. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 31. Динамика номинальной начисленной зарплаты и среднедушевых доходов населения в 2000-2016 гг. и прогноз на 2016-2018 гг., тыс. руб.
- Рисунок 32. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2016 гг., %
- Рисунок 33. Динамика курса доллара и евро в 2005-2016 гг., руб.
- Рисунок 34. Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 35. Структура использования денежных доходов населения в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 36. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, % к предыдущему месяцу года
- Рисунок 37. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.
- Рисунок 38. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2007 года
- Рисунок 39. Доля просроченной задолженности (90+ дней) по кредитам, предоставленным физическим лицам, в общем объеме накопленной задолженности в 2013-2015 гг., %
- Рисунок 40. Структура розничного кредитного портфеля на 1.1.2016
- Рисунок 41. Основные поводы для беспокойства у россиян
- Рисунок 42. Доля россиян, считающих экономическую ситуацию нестабильной
- Рисунок 43. Насколько текущие экономические условия благоприятны для сбережений
- Рисунок 44. Сколько денег вы потратили вчера, руб.
- Рисунок 45. Стали ли вы покупать более дешевые товары первой необходимости в последние два-три месяца
- Рисунок 46. Структура расходов россиян, доля от дохода
- Рисунок 47. Темпы роста цен на продукты питания по оценкам респондентов по официальным данным
- Рисунок 48. Рост расходов на продукты и инфляция по данным официальной статистики
- Рисунок 49. Готовы ли респонденты покупать часть продуктов в одном магазине, а часть в другом из-за лучшего промо-предложения
- Рисунок 50. Доля охотников за промо в базах клиентов различных розничных сетей
- Рисунок 51. Процент клиентов сетей, которые посещают их исключительно для того, чтобы купить продукцию по распродаже заметив большое количество промоакций
- Рисунок 52. Доля клиентов магазинов «Дикси» и «Магнит», приходящая только за тем, чтобы приобрести товары по промо-акциям
- Рисунок 53. Рост цен на продукты в крупнейших сетях по оценкам респондентов
- Рисунок 54. Факторы, влияющие на выбор магазина
- Рисунок 55. Индекс потребительского восприятия цен в продуктовых розничных сетях
- Рисунок 56. Расходы на продукты россиян в различных сетях, % год к году
- Рисунок 57. Причины, почему россияне не тратят больше в сети Магнит
- Рисунок 58. Распределение миграции трафика/чека из «Магнита», «Пятерочки» и «Дикси»
- Рисунок 59. Наиболее продаваемые продукты в магазинах «Магнит»: % от покупок россиянами обязательных категорий продуктов
- Рисунок 60. Улучшения, необходимые для того, чтобы россияне посещали магазины «Магнит» чаще
- Рисунок 61. Возрастет ли частота посещений магазинов сети «Магнит» если недостатки исправятся?
- Рисунок 62. Индекс уверенности потребителей России 2007-2016 гг.
- Рисунок 63. Оценка экономической ситуации в России потребителями 2007-2016 гг.
- Рисунок 64. Оценка личного материального положения потребителями России в 2007-2016 гг.

- Рисунок 65. Оценка текущего положения потребителями России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 66. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., млн. кв. м
- Рисунок 67. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., %
- Рисунок 68. Площади торговых объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., млн. кв. м
- Рисунок 69. Темпы роста площадей объектов FMCG современных форматов в России в 2006-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., %
- Рисунок 70. Площади торговых объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2015 гг., млн. кв. м
- Рисунок 71. Темпы роста площадей объектов FMCG традиционных форматов в России в 2006-2015 гг., %
- Рисунок 72. Динамика прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2010-2015 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 73. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2010-2015 гг., %
- Рисунок 74. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2014 году, %
- Рисунок 75. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2015 году, %
- Рисунок 76. Динамика чистого прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России в 2013-2015 гг. по месяцам (данные – за месяц предшествующий отчетному, чтобы учесть публичные компании), тыс. кв. м.
- Рисунок 77. Структура розничного рынка food в 2015 году, %
- Рисунок 78. Крупнейшие по выручке FMCG ритейлеры России в 2015 году (\*- оценка), млрд. руб. (без НДС)
- Рисунок 79. Динамика прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2010-2016 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 80. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) во I пол. 2010-2016 гг., %
- Рисунок 81. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2015 года, %
- Рисунок 82. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2016 года, %
- Рисунок 83. Темпы роста площадей торговых объектов FMCG в России в 2005-2015 гг. (среднегодовые) и в 2015 г., %
- Рисунок 84. Количество объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., ед.
- Рисунок 85. Темпы роста количества объектов FMCG современных форматов в России в 2006-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., ед.
- Рисунок 86. Количество объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., тыс. ед.
- Рисунок 87. Темпы роста количества объектов FMCG традиционных форматов в России в 2006-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., ед.
- Рисунок 88. Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., млрд. руб. (с НДС)
- Рисунок 89. Структура продаж прод. товаров (с НДС) по видам торговли в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., %
- Рисунок 90. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов (с НДС) в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., млрд. руб.
- Рисунок 91. Темпы роста выручки от продажи прод. товаров (с НДС) объектов FMCG современных форматов в России в 2006-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., %
- Рисунок 92. Темпы роста выручки от продажи прод. товаров (с НДС) объектов FMCG в России в 2005-2015 гг. (среднегодовые в рублевом выражении) и в 2015 г., %
- Рисунок 93. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG традиционной торговли (с НДС) в России в 2005-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., млрд. руб.
- Рисунок 94. Темпы роста выручки (с НДС) объектов FMCG традиционных форматов в России в 2006-2015 гг., прогноз на 2016-2017 гг., %

## Раздел II. Рейтинги ТОП-100 ритейлеров FMCG

- Рисунок 95. Уровень централизации поставок крупнейших торговых сетей FMCG России в 2008-2015 гг., %
- Рисунок 96. Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в формате «гипермаркет» в 2013-2015 гг., млрд. руб.
- Рисунок 97. Динамика количества и торговой площади гипермаркетов FMCG в России в 2006-2016 гг.
- Рисунок 98. Количество и общая торговая площадь гипермаркетов сетей FMCG РФ по состоянию на 1 января 2016 года
- Рисунок 99. Динамика прироста количества объектов 80 ритейлеров России, развивающих формат «гипермаркет» (без учета ритейлеров, сокративших количество объектов) в 2010-2015 гг., шт.
- Рисунок 100. Динамика прироста торговых площадей 80 ритейлеров, развивающих формат «гипермаркет» (без учета сокративших площади) в 2010-2015 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 101. Структура прироста торговых площадей 80 ритейлеров, развивающих формат «гипермаркет» (без учета сокративших площади) в 2010-2015 гг., %

## Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

- Рисунок 102. Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в формате «супермаркет» в 2013-2015 гг., млрд. руб.
- Рисунок 103. Динамика прироста количества объектов 110 ритейлеров, развивающих формат «супермаркет» (без учета сокративших количество объектов) в 2010-2015 гг., шт.
- Рисунок 104. Динамика прироста торговых площадей 110 ритейлеров, развивающих формат «супермаркет» (без учета сокративших площади) в 2010-2015 гг., тыс. кв. м.

- Рисунок 105. Структура прироста торговых площадей 110 ритейлеров, развивающих формат «супермаркет» (без учета сокративших площади) в 2010-2015 гг., %
- Рисунок 106. Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в формате «дискаунтер» в 2013-2015 гг., млрд. руб.
- Рисунок 107. Динамика прироста количества объектов 35 ритейлеров, развивающих формат «дискаунтер» (без учета сокративших количество объектов) в 2010-2015 гг., шт.
- Рисунок 108. Динамика прироста торговых площадей 35 ритейлеров, развивающих формат «дискаунтер» (без учета сокративших площади) в 2010-2015 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 109. Структура прироста торговых площадей 35 ритейлеров, развивающих формат «дискаунтер» (без учета сокративших площади) в 2010-2015 гг., %
- Рисунок 110. Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в формате «магазин у дома» в 2013-2015 гг., млрд. руб.

#### Раздел V. Бизнес-справки по ТОП-10 ритейлерам FMCG России

**В каждой бизнес-справке по ТОП-10 компаниям приведены следующие таблицы (перечень в различных компаниях может незначительно отличаться)**

- Структура уставного (акционерного) капитала компании
- Основные показатели форматов магазинов сети
- Собственные торговые марки компании
- Распределительные центры компании

**В каждой бизнес-справке по ТОП-10 компаниям приведены следующие рисунки (перечень в различных компаниях может незначительно отличаться):**

- Развернутая структура компании
- Динамика торговой площади сети
- Динамика количества магазинов сети по форматам
- Динамика чистой выручки с кв. м. в магазинах сети
- Динамика развития торговых объектов по регионам присутствия
- Динамика развития торговых объектов по столицам регионов присутствия
- Количество магазинов сети по регионам присутствия
- Структура торговых площадей сети по регионам присутствия
- Динамика прироста объектов сети по регионам, поквартально
- Динамика прироста торговых площадей объектов сети, поквартально
- Динамика чистой выручки сети
- Динамику ключевых показателей эффективности финансовой деятельности

## 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

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

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

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

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

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

#### Раздел IV. База 700 торговых сетей и 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

#### Раздел V. Бизнес-справки по ТОП-10 ритейлерам FMCG России

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



Дата выхода:	<b>Июль 2016</b>
Количество страниц:	<b>600</b>
Способ предоставления:	<b>электронный</b>
Цена, руб.	<b>70 000</b>



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

Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена <sup>16</sup>
Аналитическая база «700 торговых сетей FMCG РФ». Стандартная версия / Расширенная версия	Расширенная База содержит разделы: Состояние рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, а также структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручки торговых объектов по форматам); Рейтинги ТОП-100 торговых сетей FMCG России по количеству, торговой площади, выручке и эффективности продаж, логистике, а также рейтинг ТОП-7 компаний по прямому импорту; Бизнес-справки по ТОП-10 ритейлерам; 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.	Июнь 2016 / Июль 2016	50 000 / 70 000 руб.
Рынок гипермаркетов FMCG России», база «1000 гипермаркетов FMCG РФ»	Состояние рынка розничной торговли FMCG России, история и перспективы развития форматов и формата «гипермаркет», бизнес-справки по 30 ритейлерам, развивающим формат «гипермаркет», база данных 1000 действующих гипермаркетов сетей FMCG.	Декабрь 2015	от 40 000 руб.
Рынок Household РФ. Тенденции 2016 г., прогноз до 2018 г. База «ТОП-100 сетей Household»	Анализ состояния и прогноз развития розничной торговли товарами для дома, сада (рынка Household), описание и рейтинг торговых сетей и форматов торговли Household&DIY и информация о потребительских предпочтениях покупателей товаров для дома, сада и строительного-отделочных материалов. База данных 100 крупнейших сетей Household.	Апрель 2016	70 000 руб.
Рынок DIY России. Тенденции 2016 года. Прогноз до 2018 года	Содержит информацию о текущем состоянии рынка розничной торговли строительными и отделочными материалами России и прогноз развития на период до 2018 года, а также описание крупнейших розничных и оптово-розничных операторов рынка DIY.	Апрель 2016	от 50 000 руб.
Аналитическая база «600 универсальных и специализированных сетей РФ»	Структурированное описание крупнейших игроков рынка DIY, Рейтинг ТОП-50 крупнейших операторов DIY России, который включает показатели чистой выручки, выручки на единицу площади, количества торговых объектов и совокупной торговой площади. Операционные и финансовые показатели, а также контактные данные и ТОП-менеджмент по 300 универсальным и 300 специализированным торговым сетям DIY	Июнь 2016	35 000 руб.
Геоатлас «Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы и Московской обл.; Санкт-Петербурга и Ленинградской обл.»	Геоатлас Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Санкт-Петербурга и Ленинградской области состоит из 2-х частей: Аналитической и Картографической. Аналитическая содержит описание макроэкономической ситуации в Москве и Санкт-Петербурге, характеристику их инвестиционных потенциалов, а также анализ ситуации на рынке гипермаркетов FMCG и DIY. Геоатлас также содержит набор карт-схем и картограмм, отражающих как социально-экономическую ситуацию в Москве и Санкт-Петербурге, так и показатели рынка торговых центров и гипермаркетов FMCG и DIY.	III кв. 2016	от 30 000 руб.

**Готовые реестры производителей продуктов питания**

Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена
Реестры производителей РФ: <b>Мясной продукции</b>	Реестры содержат структурированное подробное описание компаний, сравнительный анализ и ранжирование показателей, контактные данные компаний, а также марки, виды и объём производства продукции. Ежегодно выходят реестры по различным направлениям. Готовятся к выходу в 2016 году реестры: птицефабрик, тепличных комплексов, овоще- и фруктохранилищ, зернопроизводителей.	II кв. 2016	20 000 руб.
<b>Фруктово-ягодной продукции</b>		Октябрь 2015	15 000 руб.
<b>Овощной продукции откр. типа</b>		II кв. 2016	15 000 руб.
<b>Животновод. предприятий</b>		II кв. 2016	15 000 руб.
База «215 крупнейших проектов строительства агрокомплексов РФ. Проекты 2016–2019 годов»	220 проектов строительства и реконструкции агрокомплексов РФ, анализ инвестиционной деятельности крупнейших компаний, структурированное описание инвестиционных проектов с указанием контактных данных участников реализации проекта (инвестора, застройщика, генподрядчика, проектировщика, поставщиков оборудования и других участников проекта). Проекты представлены по регионам и по отраслям: Агропромышленный комплекс, Птицеводство, Мясное животноводство, Молочное животноводство, Промышленное растениеводство, Рыбоводство	II кв. 2016	35 000 руб.

**Периодические продукты по продовольственному рынку и розничной торговле:**

Название продукта	Описание продукта	Периодичность	Цена в месяц
Периодический ежемесячный обзор «Макроэкономика России и состояние обрабатывающих отраслей»	Макроэкономический обзор ситуации в различных отраслях РФ.	1 раз в месяц	5 000 руб.
Тематические новости «Розничная торговля РФ»		Ежедневно	5 000 руб.
Тематические новости «Логистическая и складская деятельность»		1 раз в неделю	5 000 руб.
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 руб.
Тематические новости «Рекламная и маркетинговая деятельность»		1 раз в неделю	4 000 руб.
Ежемесячный обзор «Банк новинок на рынке пищевой промышленности»	Обзор новой продукции рынке продуктов питания	1 раз в месяц	12 500 руб.

**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](mailto:retail@infoline.spb.ru)**

<sup>16</sup> Здесь и далее все цены приведены без учета НДС

