

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



## Аналитический отчет

по материалам II ежегодной конференции

### «Проблемы и перспективы рынка строительно-отделочных материалов»



организаторы



primexpo

в рамках выставки



аналитический партнер  
деловой программы



Россия, г. Санкт-Петербург, Ленэкспо  
13 сентября 2013 года



*«Агентство INFOLine более 10 лет занимается мониторингом строительной отрасли, отрасли производства строительных материалов и торговли DIY. Ежегодно специалисты INFOLine выпускают исследование «Рынок DIY&Household России», которое в 2012 году стало наиболее популярным и востребованным как среди торговых сетей, так и среди производителей и поставщиков строительных материалов. Мы активно участвуем в подготовке и проведении деловых конференций по рынку строительных и отделочных материалов и проблемам развития строительного комплекса и приглашаем Вас принимать участие в них».*

Федяков Иван,  
генеральный директор ИА INFOLine

## О КОНФЕРЕНЦИИ

**Международная строительная выставка BalticBuild** — ведущий осенний выставочный проект Северо-Западного региона с 17-тилетней историей. С 11 по 13 сентября 2013 года выставка собрала на площади свыше **5 000** кв. м более **300** экспонентов из 11 стран: России, Китая, Финляндии, Германии, Турции, Италии, Малайзии, Ирана, Кореи, Португалии, Республики Беларусь.

INFOLine больше 10 лет анализирует развитие российской розничной торговли и с 2005 года занимается исследованиями различных сегментов строительной отрасли и рынка строительных и отделочных материалов. В 2012 году агентство INFOLine впервые выступило в качестве аналитического информационного партнера деловой программы выставки BalticBuild, и уже со следующего года стратегическое партнерство INFOLine и организаторов выставки стало ежегодным.

В конференции «Проблемы и перспективы рынка строительного-отделочных материалов» принимают участие топ-менеджмент крупнейших российских и международных сетей и производителей рынка строительного-отделочных материалов, члены профильных отраслевых ассоциаций и представители аналитических агентств. Участники форума обсуждают основные вопросы, с которыми сегодня сталкивается отрасль строительного-отделочных материалов и розничная торговля DIY: конкуренция в крупных городах и стратегия регионального развития, сотрудничество торговых сетей и поставщиков, портрет потребителя, маркетинговая стратегия, брендинг и развитие СТМ, прямой импорт и оптимизация логистики, персонал и лидерство, и многое другое.

Традиционно в рамках мероприятия были представлены итоги уникального для России по охвату и детализации исследования INFOLine «Рынок DIY России. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2016 года», в ходе которого наши специалисты проанализировали финансовые и операционные показатели более **250 сетей DIY&Household**, охарактеризовали развитие отрасли, провели сравнительный анализ и представили структурированное описание крупнейших игроков рынка DIY&HH.

Подведение итогов общероссийского исследования INFOLine, оглашение и обсуждение самых свежих цифр по рынку призваны обеспечить участников форума уникальными данными для анализа конкурентной среды, собственных позиций на рынке и эффективного стратегического планирования деятельности игроков рынка строительного-отделочных материалов и торговли DIY. В сочетании со специальной площадкой для обсуждения итогов, тенденций, сложностей и перспектив развития отрасли в целом и представления результатов деятельности крупнейших компаний мероприятие формирует уникальные возможности для повышения эффективности всех участников рынка и позиционирования организаций — участников форума.

*Подробную информацию об исследованиях INFOLine в рамках тематики строительства и торговли DIY Вы можете получить по тел. (812)322-6848 или (495) 772-7640 у наших менеджеров Ирины Барановой доб.132, Камилы Гафурова доб.137 и Анны Седых доб.156.*

**Мы благодарим организаторов выставки BalticBuild,  
всех участников конференции и партнеров проекта!**

## Информация об агентстве INFOline

Информационное агентство **INFOline** было создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира. Агентство "INFOline" ежедневно проводит мониторинг публикации в более 5000 СМИ и ежедневно ведет аналитическую работу по 80 тематикам экономики РФ. Начиная с 2003 года агентство "INFOline" по заказу клиентов и по собственной инициативе проводит различные кабинетные исследования рынков. При подготовке маркетингового исследования специалисты агентства используют уникальное информационное обеспечение и опираются на многолетний опыт работы с различными новостными потоками. Исследования и периодические обзоры ИА "INFOline" используют в работе **крупнейшие ритейлеры FMCG** ("X5 RetailGroup", "Магнит", "Auchan", "Metrocash&carry", "Лента", "О'Кей" и т. д.), **DIY** ("ЛеруаМерлен", "Касторама" и т. д.) и других сегментов торговли ("Глория Джинс", "Кей" и т. д.), **производители** (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars и т. д.), **дистрибуторы** (ГК "Мегаполис"), **финансовые** ("ВТБ-Капитал", ФК "Уралсиб", "МДМ-Банк" и т. д.) и **сервисные** компании (ГК "Сервис-плюс", Wincor-nixdorf).



информационное агентство information agency



## Информационные продукты INFOline по тематике строительства, строительных материалов и товаров для дома:

- "Рынок DIY РФ. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2016 года"
- "Аналитическая база торговых сетей DIY РФ"
- Геоатлас "Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Санкт-Петербурга. Итоги 2012 года. Прогноз на 2013 год"
- "Рынок торговых центров в 32 городах и регионах РФ. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2016 года"
- "Строительная отрасль России. Жилищное, гражданское, инфраструктурное строительство. II квартал 2013 года"
- "180 проектов строительства гостиничных объектов РФ. Проекты 2013-2016 годов"

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

## Информация о группе компаний ITE

Группа компаний ITE является лидером российского выставочного рынка с долей более 20% и офисами в четырех городах: Москве, Санкт Петербурге, Новосибирске и Краснодаре.

Увеличение количества выставочных проектов в динамично развивающихся отраслях, расширение сети региональных офисов и непрерывное повышение качества услуг для клиентов и партнеров – таковы слагаемые успешного развития Группы компаний ITE в России.



Дополнительную информацию Вы можете получить на [www.ite-expo.ru](http://www.ite-expo.ru)

## Информация об ООО «Примэкспо»

«Примэкспо» входит в тройку лидеров выставочного бизнеса на Северо-Западе. В портфеле компании более 20 выставок в Санкт-Петербурге, Москве и других крупных российских городах, а также более 200 сопутствующих деловых мероприятий.

Компания активно сотрудничает с ведущими выставочными комплексами - Ленэкспо, Крокус Экспо, Олимпийский и др., а также с крупнейшими российскими выставочными операторами.



Дополнительную информацию Вы можете получить на [www.primexpo.ru](http://www.primexpo.ru)



## ДОКЛАД ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА INFOLINE ИВАНА ФЕДЯКОВА

### «ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА СТРОИТЕЛЬНО-ОТДЕЛОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ТОРГОВЛИ DIY»

**Иван Федяков**, генеральный директор агентства INFOLine:

Мой доклад называется «Проблемы и перспективы развития рынка строительных материалов и торговли в формате DIY». Агентство INFOLine работает в этой сфере уже более 12 лет, занимается исследованиями рынков в области розничной торговли, промышленности и других областях экономической деятельности. В первом полугодии 2013 г. мы провели масштабное исследование сегмента DIY, торговли строительно-отделочными материалами, в рамках которого был проанализирован большой объем информации по всем регионам нашей страны.



2012 год закончился неплохо с точки зрения роста оборота розничной торговли - 6,3% по итогам года. Что особенно приятно для рынка строительно-отделочных материалов, сегмент non-food вырос на 8,6% в товарной массе, без учета инфляции. В деньгах рост оборота составил чуть больше. В принципе, это очень хорошие показатели. В какой-то степени даже неожиданно хорошие показатели.

### ...в сегменте продуктов питания наблюдается стагнация...

На графике вы видите ежемесячную динамику роста розничного товарооборота от месяца к месяцу годом ранее. Вы видите, что с середины 2012 г. наблюдается устойчивая тенденция к замедлению темпов роста розничного товарооборота. Фактически в первом полугодии 2013 г. эта тенденция сохраняется. Летние месяцы показывают темпы роста менее 5%, в районе 3%. Более того, мы ожидаем, что в осенние месяцы динамика будет нулевой или отрицательной, то есть произойдет снижение розничного товарооборота. В первую очередь это происходит в сегменте продуктов питания. Вы видите, что по итогам первого полугодия 2013 г. рост составил всего 1,8%. Для справки: 2% - это предел статистической погрешности для данного показателя. Можно сказать, что в сегменте продуктов питания наблюдается стагнация, что на самом деле очень прискорбно, потому что, по оценкам, 30-40% продуктов питания

население выращивает на своих загородных участках, и говорить о насыщении нашего населения продуктами питания и замедлении потребления не приходится. Мы явно нащупали экономический показатель, который называется предел покупательской способности населения, и, упираясь в этот предел, мы видим, что розничная торговля начала стагнировать. Крайне важно разобраться в этой ситуации, потому что она будет влиять на все сферы деятельности, не только на торговлю строительными материалами.

## ...замедление темпов роста доходов населения...

Попробуем разобраться, с чем это связано. В первую очередь с замедлением темпов роста доходов населения. В предыдущие годы благодаря стимулирующим мерам доходы населения росли на 10-15-20% в год, и это отражалось на темпах роста розничного товарооборота. Проходили активные индексации пенсий, повышение довольствия военнослужащим, зарплат чиновникам. Это все не могло не сказаться на повышении розничного товарооборота. К сожалению, сейчас мы имеем дефицитный государственный бюджет, дефицитный бюджет Пенсионного фонда. Не далее как вчера премьер-министр Д.А. Медведев заявил о том, что в ближайшие три года наш бюджет будет секвестрирован на 10-15% по основным статьям. То есть государство начнет снижать вложения даже в виде бюджетных ассигнований. Это отразится на доходах населения, потому что где-то это будет сказываться на сокращениях в госсекторе, где-то это будет сказываться на снижении инвестиционной активности. В то же время, несмотря на то, что в 2011 - 2012 гг. было замедление, 2012 г. продемонстрировал хорошие показатели по темпам роста потребления.



Здесь начинает играть свою роль квази-составляющая доходов населения - назовем это общим словом финансовое состояние домохозяйств. В период кризиса 2008 - 2009 гг. сработала кризисная модель накопления средств. На графике отображена динамика вкладов населения в российских банках. К середине 2013 г. мы выходим на показатель 15 трлн. руб. - это накопления физических лиц в банках РФ. По справке, только половину своих сбережений население хранит в банках: еще примерно половина хранится в кубышках, в стеклянных банках, под подушкой. Таким образом, сумма накоплений россиян - порядка 20-30 трлн. руб. Это достаточно серьезная сумма. Это сопоставимо с годовым розничным товарооборотом, сумма которого примерно 20 трлн. руб. Для других стран это не всегда характерно, а в России традиционно срабатывает кризисная модель «отложить деньги на черный день». Эти деньги уже не накапливаются так стремительно, как в 2008-2009 гг., когда за два года мы выросли с 5 до 10 трлн. руб. Сейчас темпы накопления значительно более умеренные - сказывается большая база и то, что ставки по депозитам снизились, и населению уже не интересно. Часть этих денег пошла на совершение покупок, в том числе - в сегменте non-food. Это первая составляющая.



## **...существенная часть денег, которые пришли в розничную торговлю, - это кредитные деньги...**

Вторая составляющая - кредитование населения. Именно после кризиса мы ощутили очень серьезный приток денег населению со стороны банков, причем приток агрессивный: буквально за прошлый год кредитный портфель банков РФ был увеличен на 2 млрд. руб., на 40%. Повторюсь: 20 трлн. руб. - общий розничный товарооборот в нашей стране, а банки только кредитный портфель населения увеличили на 2 млрд руб. - это не коммерческие кредиты, не кредиты юридическим лицам. Поэтому существенная часть денег, которая пришла в розничную торговлю, - это кредитные деньги. Слава богу, мы не берем кредит на покупку продуктов питания, так что это отразилось на росте оборота в сегменте non-food. По нашим оценкам каждый третий рубль, потраченный в сетях бытовой техники и электроники, - это заемные средства. В каких-то сегментах это менее заметно, хотя интересная история начинается, когда Центробувь продает обувь в кредит. Такие схемы стали применять абсолютно все сети non-food, понимая, что у большей части населения сейчас нет средств для совершения покупок, и стимулируя эти покупки заемными средствами.

## **...в течение ближайших 3-х лет от 15 до 20% доходов населения будет идти на погашение уже полученных кредитов...**

Это все было бы неплохо, тем более что те же банкиры говорят: накопления населения 15 трлн. руб., а кредитов населению выдано всего на 8,5 трлн. руб. То есть сальдо пока положительное: у населения денег в банках лежит больше, чем те же банки выдали кредитов населению. Но они лукавят в том смысле, что качество этих кредитов очень низкое, процентные ставки по ним очень высокие. До 70% этого кредитного портфеля - кредиты сроком до 3-х лет. Это означает, что в течение ближайших 3-х лет нужно будет не только обсуживать кредит в банке, но и погашать тело кредита, то есть возвращать деньги в финансовую систему. Это означает, что от 15 до 20% доходов населения будет идти на погашение уже полученных кредитов. И это - по всей стране. Безусловно, это негативно скажется на рознице, потому что население будет тратить существенную часть своих денег на погашение ранее полученных кредитов.

## **...расслоение населения усиливается: на 10% россиян приходится 30% всей совокупности доходов...**

На мой взгляд, здесь на развитие розничной торговли начинает влиять еще один очень интересный фактор. Мы видим, что часть населения имеет возможность накапливать средства, и делать накопления достаточно серьезные. Другая часть, не имея такой возможности, накапливает свой долг. Фактически происходит расслоение населения, причем расслоение это сейчас ускоряется. Того, что происходит сегодня, не было в предыдущие годы. В 2012 - середине 2013 гг. 27% населения живет в достаточно комфортной зоне со среднедушевым доходом свыше 27 тыс. руб. Среднедушевой доход считается с учетом детей, пенсионеров и т.д.; это не зарплата, но зарплата, поделенная на всех членов семьи. Согласитесь, достаточно комфортный уровень даже для стран Восточной Европы и развитых стран. При этом, однако, 10% населения живет ниже черты бедности, ниже прожиточного минимума.

Расслоение усиливается: буквально за один год небольшая часть населения стала аккумулировать значительную часть доходов. На 10% россиян приходится 30% всей совокупности доходов, а 27% аккумулирует свыше половины всего дохода. Этот фактор необходимо учитывать. Очевидно, что существует расслоение по региональному признаку. Мы знаем, что в Москве среднедушевой доход значительно выше, чем в регионах, и есть регионы-аутсайдеры с низкими доходами. Важно учитывать, что в крупных мегаполисах, в той же Москве, уровень дохода 32 тыс. руб. - это как средняя температура по больнице. То есть часть населения имеет очень хорошие доходы, и мы видим, как на десятки процентов год от года растет объем продаж дорогих автомобилей и премиальных автомобилей. А другая часть населения

сокращает объемы потребления, потому что она закредитована, и на 20% снижается объем продаж «АвтоВАЗа», на 10-15% год от года снижается объем продаж иномарок эконом-класса. То есть происходит расслоение, которое очень серьезно будет влиять в дальнейшем и на торговлю, и, в нашем понимании, на производство, потому что вы должны четко понимать, кто ваш потребитель и на кого вы ориентированы.

Мы выделяем три сегмента - бюджетный, средний и верхний ценовой сегмент. Если вы попытаетесь размазать ваше позиционирование по всем трем сегментам, то в конечном итоге вы рискуете сесть между двух стульев. Потребитель, у которого нет денег, будет думать, что ваш товар слишком дорог, и не будет его приобретать, а потребитель, у которого есть деньги, будет считать, что это не достойно его, и также не будет приобретать. Сейчас очень важно учитывать этот момент в своей маркетинговой деятельности и в дальнейшем разрабатывать товары, разрабатывать позиционирование, исходя из четкого понимания того, на какую аудиторию вы ориентированы.

**...в совокупном портфеле банков для населения ипотека составляет менее 2 трлн. руб., 5,5 трлн. руб. - это потребительские кредиты на 1-3 года на совершение покупок - в лучшем случае, автомобилей, в худшем - телефонов и компьютеров...**

От закредитованности населения перехожу ко второй части своего доклада, посвященной непосредственно строительному рынку. На него серьезное влияние оказывает ипотека. Это одна из классических форм кредитования населения, и, на мой взгляд, наиболее положительная форма, потому что очевидно, что остальные кредиты не всегда целесообразны. Тратить средства на покупку квартир, на улучшение жилищных условий - абсолютно здравая модель потребления, тем более что, покупая квартиру, человек покупает бытовую технику и, скорее всего, увеличивает семью. Те 8 трлн. руб., которые были показаны на предыдущем графике, я разложил на две части. Красная линия - это доля ипотеки. В совокупном портфеле банков для населения она меньше 2 трлн. руб., 5,5 трлн. руб. приходится на потребительские кредиты на 1-3 года на совершение покупок - в лучшем случае, автомобилей, в худшем случае - телефонов и компьютеров. Ипотека пока крайне неразвита в нашей стране. Более того, за этот год, учитывая стремительный рост потребительских кредитов, доля ипотеки опустилась ниже 24%. По совокупности за 2012 г. было зарегистрировано свыше 5,5 млн. сделок с недвижимостью, из которых только 1 млн. сделок имели обременение по ипотеке.



В то же время мы видим, что строительный рынок растет несмотря ни на что. В 2012 г. был установлен рекорд по вводу жилья в России - 826 тыс. м<sup>2</sup>. Это рекордный показатель за всю современную историю нашей страны. Более того, первое полугодие 2013 г. демонстрирует продолжение этого роста. В моем понимании, с одной стороны, мы не должны сгущать краски: это те квартиры, которые так или иначе достанутся покупателям, так или иначе будут реализованы. Низкую долю проникновения ипотеки можно воспринимать как негативный показатель того, насколько неразвита у нас эта система, но также как

позитивный показатель, потому что подавляющее большинство населения нашей страны не охвачено этим инструментом финансирования покупок, а значит, если этот инструмент станет более доступным, они смогут совершить эти приобретения, улучшить свои жилищные условия и реализовать свои желания по улучшению качества жизни, связанные с приобретением квартир.

## **...рост ипотечного кредитования позволит в течение нескольких лет поддерживать строительный рынок...**

В начале 2013 г. объем строительства увеличивается. Традиционно пик сдачи квартир приходится на четвертый квартал, поэтому сейчас сложно судить о динамике всего 2013 г. На строительном рынке уже ощущается определенная затоваренность. Сейчас в Петербурге для реализации предложено 3 млн. м<sup>2</sup> жилья. Такого не было, и ощущается, что квартирный рынок начинает стагнировать - то есть покупателей не хватает, и в принципе сейчас идет активное торпедирование банков на предмет того, чтобы они развивали ипотеку. В моем понимании, сейчас со стороны бизнес-сообщества, со стороны государства, со стороны финансовых структур, которые понимают, что им сейчас будут закручивать гайки с потребительским кредитованием, ипотека начнет расти, и это явление позволит в течение нескольких лет поддерживать строительный рынок даже на фоне общей экономической стагнации в нашей стране, которая, нас все-таки ожидает.

Исходя из этого предположения, мы даем достаточно оптимистичный прогноз динамики роста рынка строительно-отделочных материалов. По итогам 2012 г. мы подошли к порогу 900 млрд. руб. для этого рынка в нашей стране. По этому показателю мы вышли на ведущий уровень в Европе. По уровню потребления мы пока чуть-чуть уступаем Германии, но уже вплотную конкурируем по объему рынка с Францией. У нас есть потенциал для роста, причем этот рост в нашем понимании будет опережать темпы роста розничной торговли в целом. То есть, это один из немногих сегментов, которые будут показывать положительную динамику, более высокие темпы роста. По крайней мере, мы так предполагаем. Многие факторы способствуют тому, чтобы это произошло.

## **...более 24% рынка DIY-розницы приходится на ТОП-10 игроков...**

Пару слов о тех, кто является бенефициарами этого роста. Конечно, хотим мы того или нет, этим начинают пользоваться торговые сети. Здесь вы видите рейтинг по итогам 2012 г. лидеров DIY ритейла - торговли, которая занимается строительно-отделочными материалами. Я специально показал темпы роста по каждой компании за 4 года. Посмотрите, как «Leroy Merlin» увеличил оборот с 2009 г. более чем в 2 раза. Я не думаю, что тем, кто занимается производством, удалось за эти четыре года так увеличить объем производства. Мы прекрасно видим, что в торговлю, в строительство торговых центров идет большой объем инвестиций. За последние годы открылось большое количество современных магазинов, в первую очередь гипермаркетов, особенно в Санкт-Петербурге (позже я это проиллюстрирую). Эти лидеры уже представляют более 24% рынка DIY розницы. Все идет к тому, что в ближайшие годы их доля будет только увеличиваться. Только на эти 10 игроков приходится свыше 200 млрд. руб. розничного товарооборота. Вы их знаете, поэтому сейчас я на каждой отдельной компании останавливаться не буду.



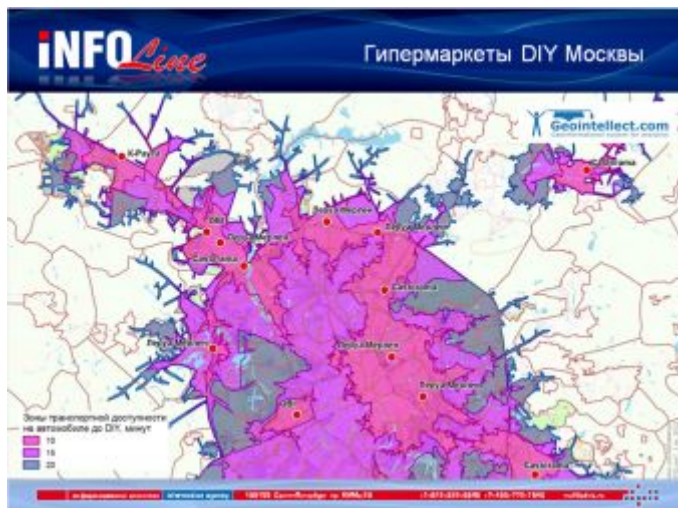


Что интересно: неожиданно для нас, несмотря на то, что я пропел дифирамбы этому рынку, в 2012 г. произошло замедление темпов роста экстенсивного развития сетей. Если в 2010 - 2011 гг. мы подходили к цифре почти 300 тыс. м<sup>2</sup> открытых магазинов, то в 2012 г. чуть-чуть перекрыли показатель 200 тыс. м<sup>2</sup> по стране. Некоторые компании из лидеров не открыли ни одного магазина за год, что, на самом деле, не характерно для розницы, которая растет, как на дрожжах. Лидером роста стал «Leroy Merlin», открыв несколько торговых комплексов, затем «Метрика» за счет своей концепции открытия небольших региональных магазинов. Далее вы видите показатели относительно небольших региональных торговых сетей и «Castorama» с открытием всего одного магазина.

Здесь не нужно драматизировать ситуацию. 2012 г. - это отголосок 2009 - 2010 гг., кризиса, когда закладывались планы по открытию магазинов. Многие компании именно в тот момент притормозили свои планы, притормозили договоры о покупке земель и инвестиционные мероприятия. У многих из тех компаний, кто не открыл магазины, есть серьезные планы по экспансии. Они в ближайшие годы будут построены, поэтому мы ожидаем, что вернемся обратно, к уровню 300 тыс. м<sup>2</sup> в год по открытиям новых торговых площадей этими компаниями элиты. На сегодняшний момент рейтинг INFOLine DIY Retail Russia TOP, которым мы охватываем более 200 торговых сетей в формате DIY, уже описывает 1200 магазинов совокупной торговой площадью 3 млн. м<sup>2</sup>.

## ...сегодня у московских потребителей на рынке DIY ритейла меняется модель поведения...

Как это представлено в жизни? В прошлом году мы сделали очень интересный информационный анализ размещения магазинов. Здесь вы видите карту с размещением гипермаркетов в Москве. Мы постарались проанализировать с точки зрения локации и возможных свободных мест для открытия новых магазинов. Москва традиционно не очень хорошо воспринимает гипермаркеты - очень высокая земля, очень дорогие ставки аренды, и поэтому в тех местах, где потенциально мог быть открыт гипермаркет, есть потенциал для строительства крупноформатного торгового центра, поэтому DIY-торговля находится в жесткой конкуренции. Количество магазинов небольшое, но в принципе все магазины находятся в пятнадцати-двадцатиминутной доступности на автомобиле. Интересно, что это начинает влиять на привычки покупателей. В Москве принято было ездить за строительными-отделочными материалами на рынки, например, на «Каширский двор». За счет достаточно неплохого покрытия магазинами сегодня у потребителей меняется модель поведения, и они начинают все больше и больше внимания уделять современным магазинам. Им это нравится, и они этим активно пользуются.



Посмотрите, как отличается ситуация в Москве от ситуации в Петербурге. Если в Москве вы еще видели серые зоны, то в Петербурге этих серых зон практически нет. Петербург - лидер нашей страны по количеству гипермаркетов в формате DIY. Такой жесточайшей конкуренции нет ни в одном регионе. Гипермаркеты находятся не то что в автомобильной - в шаговой доступности, что нетрадиционно как для нашей страны, так и для Европы, для развитых стран. Поэтому Петербург абсолютно не похож на другие города. Поверьте, многие вещи, которые мы с точки зрения технологий обкатываем в Санкт-Петербурге, потом очень хорошо развиваются в регионах. Петербург как Спарта: кто выжил здесь, будет эффективен в любом регионе. Поэтому мы видим такие сети как «Петрович», который выбился в лидеры и сейчас планирует экспансию, открывает центры в Твери и потихоньку планирует заходить в Москву, такие сети как «Метрика», у которой более 100 магазинов и которая активно развивается в регионах, такие сети как «К-Раута», которая сейчас открылась в Подмосковье и т.д. Я уже не говорю про старейшего оператора в формате DIY - компанию «Максидом», которая хоть и замедлила свою экспансию, сейчас уже объявила о планах строительства в Екатеринбурге и планирует активно развиваться в других городах.

Я перехожу к заключению своего доклада. Очень интересное исследование провел ВЦИОМ в начале 2013 г. Он спросил у россиян: «Какие траты вы планировали в начале 2012 г. и на что вы в реальности потратили деньги?». Интересно, что ремонт квартир планировали 18% россиян, потратили на это деньги чуть меньше - 12-13%. Тем не менее, ремонт в квартире был лидирующим по планированию трат. Не автомобили, не туризм, а именно ремонт квартир. В 2013 г. планируют ремонт в квартире 20% россиян. Это говорит о том, что наши соотечественники будут улучшать свои жилищные условия. Пропаганда на телевидении в форме «Квартирных вопросов» и т.д. дала свои плоды. Мы видим, что россияне хотят принципиально другого качества жизни. В какой-то степени они уже насытились автомобилями, потому что понимают, что автомобиль в семье - скорее обременение, чем благо. Они зачастую не очень хотят заниматься обучением, к сожалению. Туризм в нашей стране, конечно, будет оставаться одним из лидеров, но то, что ремонт занимает первое место, очень радует, потому что показатели деятельности ваших компаний во многом будут связаны с объемом продаж стройматериалов, поставок стройматериалов, необходимых для осуществления ремонта. Чего вам и желаю в заключение своего доклада: пускай ваши показатели растут, как растут траты населения на совершение ремонта и покупку стройматериалов.

**Спасибо за внимание. Наши специалисты будут рады Вам ответить на вопросы по услугам, по исследованиям рынка.**



## КОРОТКО О САМОМ ИНТЕРЕСНОМ

### 20% РОССИЙСКОГО РЫНКА DIY ПРИХОДИТСЯ НА 5 ЗАРУБЕЖНЫХ РОЗНИЧНЫХ КОМПАНИЙ

По данным исследования ведущего аналитического агентства INFOLine «Рынок DIY России. Итоги 2012 года. Прогноз до 2016 года», на начало 2013 года доля крупнейших международных игроков рынка розничной торговли DIY, представленных на территории РФ, составляет почти 20%. При этом доля России в общей выручке большинства крупнейших международных сетей остается незначительной. По мнению генерального директора INFOLine Ивана Федякова, мировые лидеры DIY ритейла недооценивают потенциал работы на российском рынке в связи со сложностью адаптации их бизнес-процессов к особенностям российского рынка.

Емкость мирового рынка DIY превышает 1 трлн. долл., причем порядка 280 млрд. долл. приходится на Северную Америку, около 260 млрд. долл. на страны Европы и не менее 170 млрд. долл. на Китай.

Наиболее крупными рынками DIY являются рынки США, Китая, Индии, Германии, Великобритании, Франции и России, на долю которых в совокупности приходится более 63% от общемирового оборота торговли DIY. В России в 2012 году оборот розничной торговли DIY составил 28,6 млрд. долл. (в 2011 году – 26,2 млрд. долл.), причем темпы роста рынка в долларовом выражении замедлились (в том числе в связи с ослаблением курса рубля) до 9,2% (22,4% в 2011 году к уровню 2010 года).

Доля 50 крупнейших сетей в 2012 году превысила 43% розничного рынка DIY России, а доля 250 сетей DIY – 52%, подсчитали в INFOLine. Среди крупнейших международных ритейлеров DIY в России представлены 4 компании: Groupe Adeo SA (Leroy Merlin), Kingfisher plc (Castorama), Tengelmann Warenhandel (OBI) и Kesko Corporation (K-rauta). По результатам 2012 года лидер рынка DIY России – французская "Leroy Merlin" - занимает долю более 10%, а ее ближайший конкурент – сеть "OBI" – 4,6%. В общей сложности более 4,5% российского рынка занимают "Castorama", "K-rauta" и "Хоум центр".

ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ 10 РОЗНИЧНЫХ И ОПТОВО-РОЗНИЧНЫХ ОПЕРАТОРОВ РОССИИ					
НА РЫНКЕ DIY В 2011-2012 ГГ.					
Основное операционное юридическое лицо (группа компаний)	Бренд	Основные форматы <sup>1</sup>	Ассортимент	Доля сетей, %	Прирост доли
				2012	2012/2011
Леруа Мерлен Восток, ООО	Leroy Merlin	Г	Soft	10,21	1,71
ОБИ Россия	OBI	Г	Soft	4,59	0,25
Касторама Рус, ООО	Castorama	Г	Soft	2,80	0,48
Максидом, ООО	Максидом	Г	Soft	2,09	-0,03
СТД Петрович, ООО	Петрович, Уровень	СБ	Hard	1,90	0,27
Роса, ООО (ГК "Строительный Двор")	Строительный Двор, Теплоотдача, Половик	СБ, С, М	Hard	1,62	0,06
СтройМастер, ЗАО	К-раута	Г	Soft/Hard	1,50	0,02
Стройформат, ООО	Метрика	Г, СБ, С	Soft/Hard	1,41	0,28
Арсенал Трейд, ООО (ГК "Трест СКМ")	СуперСтрой, СтройАрсенал	Г, С	Soft	1,27	-0,07
Бауцентр Рус, ООО (ГК "Бауцентр")	Бауцентр	Г	Soft	1,11	0,14

Источник: INFOLine

В ТОП-50 сетей розничной торговли строительными материалами и товарами для дома по версии ежегодного рейтинга INFOLine «DIY Retail Russia TOP» вошли 6 иностранных игроков. На них приходится почти половина совокупного оборота участников рейтинга. Более того, международные сети растут быстрее отечественных. Если выручка местных сетей, представленных в рейтинге, по итогам 2012 года

<sup>1</sup> Условные обозначения: Г – Гипермаркет, СБ – Строительная База, С – Супермаркет, М – Магазин.

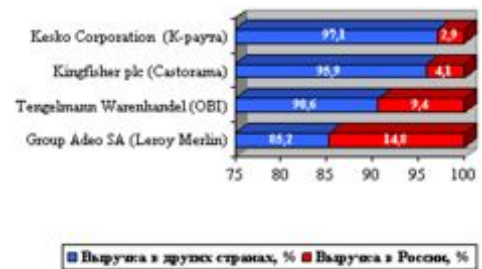
увеличилась всего на 10%, межрегиональные игроки приросли на 21%, а федеральные на 27%, то зарубежные ритейлеры смогли обеспечить прирост выручки на 32,3%.

Российские подразделения международных сетей, имеющие в среднем более высокий, чем местные ритейлеры, уровень эффективности бизнес-процессов, компетенций в категорийном менеджменте, доступ к международному портфелю собственных торговых марок, демонстрируют на рынке России более высокие темпы роста выручки, чем по сети в целом и чем местные розничные сети. Таким образом, международным ритейлерам удастся эффективно использовать текущую ситуацию в России, где рынок DIY существенно менее насыщен (сравнительно высокий уровень обеспеченности магазинами и площадями в некоторых городах компенсируется низкой эффективностью большинства российских ритейлеров и низким уровнем привлекательности их магазинов по сравнению с гипермаркетами международных ритейлеров) и консолидирован. В связи с этим Россия является для международных сетей одной из ключевых стран с точки зрения объемов инвестиций в развитие бизнеса и открытие новых магазинов.

Тем не менее, в течение 2010-2012 гг. международные ритейлеры несколько снизили инвестиционную активность в России: так, в 2010 году прирост торговых площадей 6 международных ритейлеров составил 17%, в 2011 году – 14%, а в 2012 году – всего 8,4%. В условиях, когда российский рынок DIY является одним из наиболее привлекательным в Европе, снижение инвестиционной активности можно объяснить сокращением инвестиционных бюджетов в связи с ухудшением экономических показателей из-за кризисных явлений в Европе, а также недостаточной готовностью ТОП-менеджмента к реализации проектов органического развития в России.

Исключением является "Leroy Merlin" (входит в состав ГК "Adeo Group"), которая с 2002 года инвестировала в российский рынок 630 млн. евро и продолжает активное развитие на территории России. В результате именно быстрый рост выручки российского подразделения позволил ГК "Groupe Adeo" по итогам 2012 финансового года сравняться по величине чистой выручки с лидером Европейского рынка DIY – ГК "Kingfisher plc", а в I квартале 2013 года – стать лидером рынка.

Структура выручки крупнейших международных сетей DIY, представленных на российском рынке, 2012 г.



Комментирует генеральный директор INFOLine Иван Федяков: «В текущий момент крупнейшие международные игроки не до конца реализуют потенциал на российском рынке. Рынок DIY РФ, по нашим прогнозам, в ближайшие годы продолжит рост, и для иностранных сетей он один из наиболее привлекательных в Европе. Однако зарубежные ритейлеры сталкиваются с тем, что многие практики, успешно реализуемые на Западе, оказываются неприменимы в условиях российского рынка. Так, если в Европе, например, у OBI 90% логистических расходов берут на себя поставщики, то в России логистика ложится обычно на сети. Кроме того, та же OBI активно использует франчайзинг на Западе - в России же в текущий момент ни один магазин компании не работает по схеме франчайзинга. Также не стоит забывать о серьезных сложностях с персоналом в России, о которых часто говорят международные игроки».

**70% РЫНКА DIY РОССИИ ПРИХОДИТСЯ НА СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМАТЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

На современные форматы розничной торговли сегодня приходится до 70% рынка DIY России, подсчитали аналитики INFOLine в исследовании «Рынок DIY России». Генеральный директор INFOLine Иван Федяков подчеркивает, что для страны, где люди привыкли приобретать строительные товары преимущественно на рынках, это высочайший показатель. По словам Федякова, в крупных городах рынок насыщен современными сетями и наблюдается по сути новая парадигма развития DIY ритейла, когда сети конкурируют уже не с рынками, а с сетями. Лидером по представленности DIY ритейлеров в России сегодня является Северо-Западный Федеральный Округ.

Доля 50 крупнейших сетей DIY по итогам 2012 года превысила 43% розничного рынка DIY России, а доля 250 сетей DIY, представленных в исследовании агентства INFOLine «Рынок DIY России», – 52%. Кроме

того, специализированные сети занимают более 10% рынка, а гипермаркеты FMCG – до 5%, подсчитали аналитики. Таким образом, в целом на современные форматы розничной торговли с учетом шоу-румов, специализированных торговых центров и Интернет-торговли приходится до 70% рынка DIY.

По итогам анализа развития розничной и мелкооптовой торговли строительными материалами в 75 регионах России специалисты INFOLine выявили, что лидером по представленности торговых сетей сегмента DIY является Северо-Западный Федеральный Округ. В 2012 году на него пришлось порядка 23% торговых площадей 250 крупнейших сетей DIY, сообщается в аналитическом обзоре. Однако удельный вес данного ФО от года к году снижается. Так, в 2008 году на него приходилось 27% торговых площадей крупнейших операторов DIY. Данная тенденция свидетельствует о развитии рынка розничной торговли строительно-отделочными товарами в других регионах.



Северо-Западный федеральный округ по состоянию на 01.01.2013 г. представлен на рынке DIY 47 торговыми операторами, причем 30 компаний являются местными, т.е. осуществляют свою деятельность лишь в Петербурге и Ленинградской области. Всего в СЗФО функционирует 384 торговых объекта суммарной торговой площадью около 890 тыс. кв. м.

Наиболее динамично растет доля операторов DIY по площадям в Центральном федеральном округе: в период с 2008 по 2012 доля ЦФО увеличилась на 3%. Также рост за аналогичный период более чем на 1% показали Приволжский и Сибирский федеральные округа. Уральский федеральный округ также ежегодно демонстрирует рост доли торговых площадей, причем с каждым годом темпы прироста незначительно увеличиваются. В южной части России, а именно в Северо-Кавказском и Южном федеральных округах доля ритейлеров DIY постоянно снижается, однако с каждым годом это происходит все медленнее.

В столице по состоянию на начало текущего года осуществляют свою деятельность 20 компаний, управляющих 82 торговыми объектами. В целом же Центральный федеральный округ на 01.01.2013 г. представлен на рынке DIY 55 торговыми операторами, которые управляют 323 торговыми объектами совокупной торговой площадью более 733 тыс. кв.м. Примечательно, что на местные торговые сети приходится лишь 18% площадей.

В 2012 году ЦФО продемонстрировал прирост торговой площади 9,7%. Международная сеть "К-раута" продолжила свою экспансию в ЦФО, открыв гипермаркет в Московской области торговой площадью 10,6 тыс. кв. м. Лидером по приросту торговой площади в 2012 году стала межрегиональная сеть "Метрика", увеличившая свое торговое пространство в ЦФО более чем на 17 тыс. кв.м. - более чем в 3 раза.

**Генеральный директор INFOLine Иван Федяков комментирует:** «В отличие, например, от США, где люди традиционно покупали строительные материалы в «бигбоксах» – магазинах-складах, которые позднее трансформировались в гипермаркеты, россияне приобретали строительно-отделочные товары на рынках – для нас современные форматы DIY ритейла гораздо более непривычны. Поэтому столь высокий показатель проникновения сетевой розницы в сегменте DIY в России – 70% - говорит о том, что российский потребитель действительно отдает предпочтение современным форматам, и что торговля строительными материалами в нашей стране эволюционирует достаточно быстро».



## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОДУКТЫ INFOLINE ДЛЯ КОМПАНИЙ РЫНКА СТРОИТЕЛЬНО-ОТДЕЛОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ТОРГОВЛИ DIY:

Информационное агентство **INFOline** было 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.



Агентство **INFOline** является независимой компанией и работает на рынке Исследований отраслей строительного комплекса России с 2001 года. Проведенные в 2005-2012 гг. исследования инвестиционных процессов в различных



отраслях промышленности, состояния строительного рынка и розничной торговли FMCG, DIY и Household России специалистами агентства **INFOline** являются лучшими на рынке, что признано клиентами и партнерами, среди которых крупнейшие ритейлеры и международные и российские производители и поставщики.

Исследования и периодические обзоры ИА **INFOline** используют в работе **крупнейшие ритейлеры FMCG** ("X5 RetailGroup", "Магнит", "Auchan", "Metrocash&carry", "Лента", "О'Кей" и т. д.), **DIY** ("ЛеруаМерлен", "Касторама" и т. д.) и других сегментов торговли ("Глория Джинс", "Кей" и т. д.), **производители** (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars и т. д.), **дистрибуторы** (ГК "Мегаполис"), **финансовые** ("ВТБ-Капитал", ФК "Уралсиб", "МДМ-Банк" и т. д.) и **сервисные** компании (ГК "Сервис-плюс", Wincor-nixdorf).

Специально для компаний строительной отрасли, а также поставщиков и ритейлеров, работающих на рынке строительных и отделочных материалов и товаров для дома специалисты **INFOline** реализуют комплекс информационных продуктов:

### ИССЛЕДОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЯМ «ТОРГОВЛЯ»: «DIY», «HOUSEHOLD» и «NON-FOOD»

#### Исследование «Рынок DIY России. Итоги 2012 года. Прогноз до 2016 года»

Исследование содержит:

- Рейтинг крупнейших розничных и оптово-розничных сетей DIY по финансовой эффективности (валовой марже и рентабельности по чистой прибыли), численности персонала, по развитию логистики (распределительным центрам) и среднему чеку;
- Рейтинг операторов DIY России по величине торговых/приведенных площадей, количеству магазинов (по состоянию на 01.01.2013 г.), выручке с квадратного метра торговой/приведенной площади;
- Региональное развитие крупнейших розничных и оптово-розничных операторов DIY;
- Развитие интернет-торговли на рынке DIY;
- Текущее состояние и перспективы развития форматов торговли DIY;
- Бизнес-справки по ТОП-50 операторам DIY;
- Состояние строительного комплекса России.



Кол-во страниц: 560. Дата выхода: 30.04.2013. Цена: 50 000 руб.

Русская версия / Печатная и Электронная версия

#### Исследование «Аналитическая база торговых сетей DIY России»

В «Аналитической базе данных сетей DIY России» приведены операционные и финансовые показатели, а также контактные данные и информация по ТОП-менеджменту по 250 торговым сетям DIY России.

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

- Юридическое название
- Бренд сети
- Менеджмент сети
- Фактический адрес
- Телефон, Факс
- E-mail



- Web-сайт
- Развиваемые форматы; Общее количество магазинов сети на 1 января 2013 года
- Количество магазинов на 1 января 2013 года по форматам
- Торговая/приведенная площадь
- Выручка (без учета НДС) торговой сети в 2011-2012 гг., млрд. руб.
- Региональная представленность
- Количество РЦ на 01.01.2013 года

*Кол-во страниц: 290. Дата выхода: 15.05.2013. Цена: 35 000 руб.  
Русская версия / Печатная и Электронная версия*

## **□ Геоатлас «Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы / Санкт-Петербурга. Итоги 2012 года. Прогноз на 2013 год»**

Геоатлас включает в себя аналитические разделы, в которых приведены результаты анализа ситуации в Москве и Санкт-Петербурге, а также ВПЕРВЫЕ! картосхемы, отражающие ключевые показатели розничного рынка Москвы и Санкт-Петербурга. Картосхемы предоставляются в печатном виде, в формате А3.

*Кол-во страниц (Москва/Санкт-Петербург): 24/22.  
Дата выхода: 02.04.2013  
Цена (Москва/Санкт-Петербург): 40 000/30 000 руб.  
Русская и Английская версия / Печатная версия*



## **□ База данных «Торговые сети Украины 2013 год. Сегменты FMCG и DIY»**

База данных «Торговые сети Украины 2013 год» включает в себя контактные данные по более чем 100 крупнейшим торговым сетям Украины работающих в сегментах FMCG (более 100 сетей) и DIY (более 10 сетей). База включает в себя сети общее количество магазинов, которых превышает 3000 с общей торговой площадью более 2,8 млн. кв. метра.

База данных «Торговые сети Украины 2013 год» является уникальным продуктом на рынке Украины и предназначена для оптимизации взаимодействия с торговыми сетями и включает следующие поля:

- Операционное юридическое лицо
- Бренд
- Количество торговых точек на 1.04.13
- Торговая площадь на 1.04.13
- Регионы покрытия
- Формат
- Контактные лица (Генеральный директор, Финансовый директор, Коммерческий директор)
- Фактический адрес
- Телефон
- Факс
- E-mail
- Сайт

*Кол-во страниц: 100. Дата выхода: 03.06.2013. Цена: 15 000 руб.  
Русская версия / Печатная и Электронная версия*



## **□ Исследование «Рынок торговых центров в 32 городах и регионах РФ. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2016 года»**

В Исследовании охарактеризовано состояние рынка торговой недвижимости России в 32 городах и регионах России, проведен сравнительный анализ рынка торговых центров 32 городов и регионов России, разработан прогноз развития российского рынка торговых центров до 2015 года и охарактеризовано ключевые тренды 2012-2013 гг.

Также специалистами ИА INFOline были проранжированы города России по общей величине общих и арендопригодных площадей в торговых центрах, а также по уровню насыщенности общими площадями в ТЦ на душу населения. Информационной базой Исследования стала уникальная база действующих и строящихся торговых центров России, включающая более 2500 объектов.

*Кол-во страниц: 272. Дата выхода: 26.07.2013. Цена: 30 000 руб.  
Русская и Английская версия / Печатная и Электронная версия*





## □ Исследование «Аналитическая база «600 торговых сетей FMCG РФ»

База содержит следующие разделы:

- Состояние рынка розничной торговли FMCG России

Основные макроэкономические показатели розничной торговли и показатели крупнейших розничных сетей.

- Бизнес-справки по ТОП-70 ритейлерам FMCG России с указанием: (НЕ предоставляется в сокращенной версии). Контактные данные, История развития, Собственники сети и акционерный капитал, Структура компании, Описание форматов, Логистика, Операционные показатели, Региональная представленность, Финансовые показатели.

- База данных 600 сетей и 500 РЦ сетей FMCG России с указанием: Оператор розничной сети, Бренды, Контактные данные, Менеджмент сети (Генеральный директор, Директор по закупкам, Финансовый директор, IT директор (если есть), Общее количество магазинов, Количество гипермаркетов, Количество супермаркетов, Количество магазинов у дома, Общая торговая площадь, Выручка, Региональная представленность, Количество распределительных центров, региональная представленность РЦ, площади РЦ.

*Кол-во страниц: 611. Дата выхода: 30.09.2013. Цена: 50 000 руб.  
Русская версия / Печатная и Электронная версия*



## □ Исследование «Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2012 г. Прогноз до 2015 г.»

В Исследовании проанализирована макроэкономическое состояние рынка розничной торговли FMCG России, история и перспективы развития формата «гипермаркет», сделки M&A на рынке гипермаркетов FMCG России, приведены бизнес-справки по 70 ритейлерам, развивающим формат «гипермаркет», проанализировано общее состояние рынка гипермаркетов в 27 городах и регионах России. Кроме того приведен анализ рынка гипермаркетов в более чем 240 нестоличных городов по 6 федеральным округам РФ и по 27 регионам Исследования, описаны более 730 действующих гипермаркетов.

*Кол-во страниц: 600. Дата выхода: 02.04.2013. Цена: 40 000 руб.  
Русская и Английская версия / Печатная и Электронная версия*



## ИССЛЕДОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «СТРОИТЕЛЬСТВО»

### □ Ежеквартальный обзор «Строительная отрасль России. Жилищное, гражданское, инфраструктурное строительство». Итоги I полугодия 2013 г.

Цель ежеквартального обзора «Строительная отрасль России» – демонстрация основных тенденций развития строительной отрасли России: в том числе динамики и географической структуры объемов работ в жилищном, торговом и административном, инфраструктурном и дорожном строительстве.

Обзор состоит из 3 основных частей:

**Первая часть.** Состояние и перспективы строительного рынка России. В ней раскрываются и анализируются показатели деловой активности строительных организации, анализ инвестиционной деятельности, структура гос. вложений и пр. в основные направления строительства – жилищное, нежилое, дорожное.

**Вторая часть.** Рейтинг крупнейших участников строительного рынка. По объемам ввода недвижимости и объему строительных работ, размеру девелоперского пакета.

**Третья часть.** Основные события крупнейших участников отрасли:

- строительная деятельность,
- промышленность строительных материалов, техника и технологии,
- финансовая деятельность,
- корпоративные события,
- взаимодействие с покупателями.







Наименование исследования	Описание продукта	Дата выхода	Цена, руб.
«Производство и рынок силикатного и керамического кирпича РФ. Итоги 2012 года. Прогноз до 2016 года»	Анализ динамики и географической структуры производства и потребления керамического и силикатного кирпича в России, в том числе и анализ операционной деятельности крупнейших производителей и поставщиков кирпича, анализ структуры и динамики цен на рынке кирпича, анализ экспорта и импорта кирпича в разрезе стран и поставщиков и прогноз до 2016 года, а также прогнозирование объемов производства и потребления лицевого и строительного кирпича в России и ключевых регионах до 2016 года.	Март 2013 г.	60 000 руб.
«Цементная отрасль РФ 2012-2016 гг. Инвестиционный климат. Логистика и структура потребления цемента»	Анализ динамики и географической структуры производства, отраслевой структуры потребления цемента в России, характеристика инвестиционных процессов в отрасли, анализ структуры перевозок цемента, анализ динамики цен на рынке цемента, анализ внешнеторгового оборота цемента и клинкера, а также прогнозирование объемов производства и потребления цемента на территории России до 2015 года.	Апрель 2013 г.	55 000 руб.
NEW! «Производство и потребление щебня в РФ».	Анализ динамики и географической структуры производства и потребления нерудных строительных материалов, и щебня в частности, на территории России, характеристика состояния инвестиционного климата рынка, обзор оборудования для производства нерудных строительных материалов, представленного на российском рынке, анализ объема запасов и характеристика крупнейших месторождений нерудных строительных материалов, анализ структуры и динамики цен на рынке щебня, анализ логистики, а также прогнозирование объемов производства и потребления щебня на территории России до 2015 гг.	Сентябрь 2013 г.	55 000 руб.
ХИТ ПРОДАЖ! «Рынок металлоконструкций РФ».	Анализ рынка производства и потребления МК, описание 60 крупнейших предприятий и холдингов, база 330 производителей металлоконструкций и металлоизделий	Октябрь 2013	От 50 000 руб.
ХИТ ПРОДАЖ! «Рынок сэндвич-панелей РФ. Прогноз до 2015 года»	Глубокий ретроспективный анализ динамики производственных мощностей, а также производства и потребления сэндвич-панелей с 2004 года, прогноз производства и потребления сэндвич-панелей до 2015 года	Октябрь 2013	От 50 000 руб.
СКОРО! «180 проектов строительства торговых центров РФ»	Структурированное описание 180 инвестиционных проектов по строительству и реконструкции торговых центров, с указанием контактных данных заказчика, девелопера, застройщика, генподрядчика и других участников проекта.	Октябрь 2013	35 000 руб.
СКОРО! «240 проектов строительства спортивных объектов РФ»	Структурированное описание более 240 инвестиционных проектов по строительству и реконструкции объектов спортивной инфраструктуры с указанием контактных данных заказчика, девелопера, застройщика, генподрядчика и других участников проекта, а также характеристика текущего состояния спортивной инфраструктуры России	Ноябрь 2013	35 000 руб.



## БАЗЫ СТРОЯЩИХСЯ ОБЪЕКТОВ

В описание каждого объекта включены актуализированные контактные данные участников проекта (*застройщик, инвестор, подрядчик, поставщик*). Большинство описанных проектов находится на начальной стадии строительства. Ежемесячно по каждому направлению Вы можете получать актуализированное описание около 110 проектов.

Тема	Период-ть	Стоимость, в мес.
«Инвестиционные проекты в ГРАЖДАНСКОМ строительстве РФ»	2 раза в месяц	10 000 руб.
«Инвестиционные проекты в ПРОМЫШЛЕННОМ строительстве РФ»	2 раза в месяц	10 000 руб.
«Инвестиционные проекты в ТРАНСПОРТНОЙ инфраструктуре РФ»	2 раз в месяц	10 000 руб.
«Инвестиционные проекты в ИНЖЕНЕРНОЙ инфраструктуре РФ»	2 раз в месяц	10 000 руб.

## ОТРАСЛЕВЫЕ БАЗЫ СТРОЯЩИХСЯ ОБЪЕКТОВ

Отраслевая база инвестиционных проектов - это информационный продукт, в рамках которого специалисты агентства INFO Line готовят структурированное описание инвестиционных проектов по строительству и реконструкции определенной отрасли, с указанием контактных данных застройщика, генподрядчика и других участников проекта, а также характеризуют текущее состояние отрасли.

**180 проектов строительства гостиничных объектов России. Проекты 2013-2016 годов.** Представляет собой структурированное описание 180 инвестиционных проектов по строительству и реконструкции объектов размещения, а также многофункциональных комплексов, в состав которых входят гостиницы, с указанием контактных данных застройщика, генподрядчика и других участников проекта.



**120 проектов строительства медицинских объектов России. Проекты 2013-2016 годов.** Представляет собой структурированное описание 120 инвестиционных проектов по строительству и реконструкции медицинских объектов (больниц, поликлиник, диспансеров, перинатальных центров и т.д.) с указанием контактных данных застройщика, генподрядчика и других участников проекта.



**130 проектов строительства фармацевтических и медицинских производств России. Проекты 2013-2020 годов.** Представляет собой структурированное описание 130 инвестиционных проектов по строительству и реконструкции производств фармацевтических и медицинских товаров, а также бизнес-справки по ТОП 10 производителям фармацевтической продукции.

Отрасль	Дата выхода	Цена, без учета НДС
«180 проектов строительства ГОСТИНИЧНЫХ объектов России. Проекты 2013-2016 годов»	Июнь 2013	35 000 руб.
«120 проектов строительства МЕДИЦИНСКИХ объектов России»	Март 2013	35 000 руб.
«130 проектов строительства ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ производств России»	Февраль 2013	35 000 руб.



## ТЕМАТИЧЕСКИЕ НОВОСТИ

«Тематические новости» - это оперативная и периодическая информация об интересующей вас отрасли экономики РФ, подготовленная путем мониторинга деятельности российских и зарубежных компаний, тысяч деловых и отраслевых СМИ, информационных агентств, федеральных министерств и местных органов власти.

Тема	Периодичность	Цена в месяц, без НДС
Промышленное строительство РФ	Ежедневно	7 000,00
Дорожное строительство РФ	Ежедневно	6 000,00
Торговое и административное строительство РФ	Ежедневно	7 000,00
Жилищное строительство РФ	Ежедневно	6 000,00
Рынок отделочных материалов и сети товаров для дома	1 раз в неделю	6 000,00
Розничная торговля товарами для дома и торговые сети DIY	1 раз в неделю	5 000,00
Рынок ЛКМ	1 раз в неделю	4 000,00
Рынок ТИМ	1 раз в неделю	4 000,00
Рынок плитки и керамогранита	1 раз в неделю	6 000,00
Рынок кирпича	2 раза в месяц	3 000,00

**Получить демо-версии и презентации, а также заказать Обзоры Вы можете по тел. +7 (812) 322 68 48, +7 (495) 772 76 40 или почте: [retail@infoline.spb.ru](mailto:retail@infoline.spb.ru), [mail@infoline.spb.ru](mailto:mail@infoline.spb.ru).**