

ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР**Состояние потребительского
рынка России и Рейтинг
торговых сетей FMCG РФ****Демо-версия****Ноябрь 2016**

- Статистические данные по розничной торговле России и регионов
- Изменение основных показателей розничной торговли России
- Обзор событий на розничном рынке РФ, произошедших в ноябре 2016 года
- Рейтинг торговых сетей FMCG по количеству магазинов, торговой площади за ноябрь 2016 года и выручке по итогам 2013-2015 гг.

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 отраслевого обзора «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ»

Обращение к получателям отраслевого обзора «Состояние потребительского рынка и Рейтинг сетей FMCG РФ».....	7
Об обзоре «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ»	8
Рейтинг торговых сетей FMCG России.....	10
<i>Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG</i>	10
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по количеству магазинов</i>	15
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по величине торговых площадей</i>	17
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по чистой выручке</i>	27
Раздел I. Развитие розничной торговли в России	30
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли</i>	30
<i>Опережающие индикаторы развития розничной торговли</i>	34
<i>Государственное регулирование розничной торговли</i>	37
<i>Структура оборота розничной торговли по видам товаров</i>	73
<i>Структура оборота розничной торговли по видам организаций</i>	77
<i>Региональная структура оборота розничной торговли</i>	80
<i>Инфляция на рынке продовольственных товаров</i>	83
<i>Доходы и расходы населения</i>	88
<i>Потребительские ожидания и уверенность населения</i>	102
Раздел II. Основные события в розничной торговле FMCG	105
<i>О продлении контрсанкций, ограничивающих поставки продовольственных товаров из ЕС, США и некоторых других стран</i>	105
<i>Значимые события января-ноября 2016 года</i>	107
<i>Важнейшие события, способные оказать влияние на розничную торговлю FMCG России</i>	113
<i>Деятельность АНО «Роскачество»</i>	118
<i>Деятельность специалистов ИА INFOLine</i>	124
<i>Кейс «Потребительское поведение»</i>	126
<i>Кейс «Накопительные и импульсные программы лояльности»</i>	130
<i>Кейс «Первые результаты внедрения платежных систем»</i>	132
Раздел III. События и планы развития торговых сетей FMCG	134
<i>«Магнит», ПАО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный», «Магнит Косметик»</i>	134
<i>«Магнит», ПАО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный»</i>	134
<i>«Магнит», ПАО / Торговая сеть «Магнит Косметик»</i>	142
<i>X5 Retail Group N. V. (ТД «Перекресток», ЗАО) / Торговые сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель», «Копейка» и «Перекресток Экспресс», «Перекресток Гипер»</i>	143
<i>X5 Retail Group N. V. / Торговая сеть «Пятерочка»</i>	152
<i>X5 Retail Group N. V. (ТД «Перекресток», ЗАО) / Торговая сеть «Перекресток»</i>	163
<i>X5 Retail Group N. V. («Экспресс-ритейл», ООО) / Торговая сеть «Перекресток Экспресс»</i>	169
<i>X5 Retail Group N. V. (ТД «Перекресток», ЗАО) / Торговые сети «Карусель», «Перекресток Гипер»</i>	170
<i>Auchan Retail Россия / Торговая сеть «Ашан», «Ашан Супермаркет», «Ашан-Сити», «Наша Радуга», «Каждый день», «Атак», «В шаге от Вас», «Мой ашан»</i>	173
<i>«Ашан», ООО / Торговые сети «Ашан», «Ашан-Сити», «Наша Радуга», «Каждый день», «Ашан Супермаркет», «Мой ашан»</i>	173
<i>«Ашан», ООО / Торговая сеть «Наша Радуга»</i>	182
<i>«Атак», ООО / Торговые сети «Атак», «В шаге от Вас»</i>	183
<i>Metro Group / Торговые сети METRO, METRO Punct, real,-</i>	184
<i>«METRO Кэш энд Керри», ООО / Торговые сети METRO, METRO Punct</i>	184
<i>«METRO Кэш энд Керри», ООО / Франчайзинговая торговая сеть «Фасоль», «Фасоль-экспресс»</i>	189
<i>«ГК «ДИКСИ» / Торговые сети «Дикси», «Мегамарт», «Минимарт», «Квартал», «Виктория», «КЭШ»</i> ... 191	
<i>ГК «ДИКСИ» («Дикси Юг», АО) / Торговая сеть «Дикси», «Мегамарт», «Минимарт»</i>	191
<i>ГК «ДИКСИ» («Виктория-Балтия», ООО) / Торговые сети «Виктория», «Квартал», «Дешево»</i>	197
<i>«Лента», ООО / Торговая сеть «Лента Cash&Carry»</i>	199
<i>Kesko Food (Кеско Фуд Рус, ООО) / Торговая сеть «К-РУОКА»</i>	212
<i>ГК «О'КЕЙ» / Торговые сети «О'КЕЙ», «О'КЕЙ-Экспресс», «ДА!»</i>	213
<i>«О'КЕЙ», ООО / Торговые сети «О'КЕЙ», «О'КЕЙ-Экспресс»</i>	213
<i>«Фреш Маркет», ООО / Торговая сеть «ДА!»</i>	216
<i>«Седьмой Континент», ОАО / Торговая сеть «Седьмой Континент», «НАШ»</i>	217
<i>«Спар РФ» / Торговая сеть SPAR</i>	219
<i>Франчайзинговые партнеры SPAR Russia B. V. (сеть SPAR)</i>	221
<i>ГК «Спар Миддл Волга» / Торговая сеть SPAR, EUROSPAR, SPAR-Express</i>	223
<i>«Спар Тула», ООО и др. / Торговая сеть SPAR, SPAR-Express</i>	225
<i>«ТД Интерторг», ООО / Торговая сеть «Народная 7Я», «Идея», SPAR</i>	226
<i>ТД «Интерторг», ООО / Торговая сеть «Норма»</i>	227
<i>«Городской супермаркет», ООО / Торговая сеть «Азбука вкуса», АВ Daily, «АВ Маркет», SPAR</i>	228

«Молл», ООО / Торговая сеть «Молния», «Молния-Экспресс», SPAR.....	234
ГК «Кентавр» (Продгамма, ООО и др.) / Торговые сети «Всё будет ОК», «Цезарь», SPAR.....	235
«Лама Плюс», ООО; «Томритейл», ООО; Спар-Томск, ООО / Торговая сеть «ЛАМА», «Фуд-Сити», «Абрикос», «Близкий», SPAR.....	236
«Торговый дом Семья», ОАО («Тетрис-Калининград, ООО) / Торговые сети «СеМья», «Экспресс СеМь», SPAR.....	236
«Ижтрейдинг», ООО / Торговая сеть «Ижтрейдинг», «Три Банана», SPAR.....	237
Анкор, ООО и др. / Торговая сеть «Анкор», SPAR.....	238
«Ринг», ООО / Торговая сеть «Ринг», BigPack, SPAR.....	238
«Елисей», ООО / Торговые сети «Елисей», «Гастроном», SPAR.....	239
ГК «Монетка» («Элемент-Трейд», ООО; «Инвестпроект», ООО) / Торговые сети «Монетка», «Монетка Супер», «Райт».....	240
«Элемент-Трейд», ООО / Торговые сети «Монетка», «Монетка Супер», «Райт».....	240
«Инвестпроект», ООО / Торговые сети «Монетка» (франчайзинг), Свеж&fresh.....	241
«Мария-Ра», ООО («Розница-1», ООО и др.) / Торговая сеть «Мария-Ра».....	241
«Компания Холидей», ООО / Торговая сеть «Холидей-Классик», «Сибириада», «Турне», «Кора», «Палата», «Народная Палата», «Специалист».....	243
«ТД Интерторг», ООО / Торговая сеть «Народная 7Я», «Идея», SPAR.....	245
«Гиперглобус», ООО / Торговая сеть «Globus».....	245
REWE Group (Билла, ООО) / Торговая сеть «Billa».....	248
«Зельгрос», ООО / Торговая сеть «Selgros Cash & Carry».....	249
«Корпорация Гринн», АО / Торговая сеть «Линия».....	251
«Бэст Прайс», ООО / Торговая сеть Fix Price.....	252
SPS Холдинг / Торговые сети «Красное&Белое», «Красное&Белое плюс».....	254
«Ритм-2000», ООО / Торговая сеть «Тверской купец», «Вольный купец», «Тележка», «4 Сезона», «Апельсин», «Экономика», «Разница».....	255
ГК Кировский (Лев, ООО) / Торговая сеть «Супермаркет Кировский».....	256
«Т и К Продукты», ЗАО («МПМ Магнолия», ООО) / Торговая сеть «Магнолия».....	257
ГК «Полушка» («Любавушка», ООО и др.) / Торговая сеть «Полушка», «Лайм», «Е-да!», «Всенародный».....	258
Холдинг «Евророс» (ТД «ЕвроНорд», ООО; Яблочко, ООО) / Торговые сети «Евророс», «Твой», «Яблочко».....	259
«Тамерлан», ООО / торговая сеть «Покупочка».....	260
ГК «ЭССЕН» / Торговые сети «ЭССЕН», «ЭССЕН Экспресс», «Камилла», «ЭССЕН Green».....	261
ГК «Командор» («Элита-98», ООО, «Русь-27», ООО) / Торговая сеть «Командор», «Аллея», «Хороший».....	263
«Европа», ООО (ГК «Промресурс») / Торговая сеть «Европа».....	264
ГК «Норман-Виват» («Виват-Трейд», ООО, «Норман», ООО) / Торговые сети «Виват», «НормаН».....	265
«Виват-Трейд», ООО / Торговые сети «Виват».....	265
«Торговая сеть Норман», ООО / Торговая сеть «НормаН».....	266
«Авоська-два», ООО / Торговая сеть «Авоська», «А Маркет».....	267
«Центр Реструктуризации», ООО / Торговая сеть «Гроздь».....	268
«Форвард», ЗАО / Торговая сеть «Полушка» (Уфа).....	268
ГК «Невада» / Торговые сети «Самбери», «Раз Два», «Калинка».....	269
ГК «Великолукский агропромышленный холдинг» / Торговая сеть «Великолукский мясокомбинат».....	270
«Сеть универсамов Алые Паруса», ООО / Торговая сеть «Алые паруса», «Елисейевский».....	271
ГК «Новые торговые сети» / Торговые сети «Универсам удачных покупок», «Супермаркет», «Лидер экономики», «Столичный», «Бахетле», «Добрянка», «Санберри», «Плюс», «ПравильПиво», «Мелисса».....	272
ТГ Высшая Лига, ООО; НП Розничная кооперативная сеть «Высшая Лига, ООО» / Торговые сети «Высшая Лига», «Экстра-эконом», «Лига Гранд» и др.	273
ГК «Кентавр» / Торговые сети «Всё будет ОК», «Цезарь».....	274
«Молл», ООО / Торговая сеть «Молния», «Молния-Экспресс», SPAR.....	274
«МАН», ООО / Торговая сеть «МАН», «ГурМАН», «МиниМАН», «ПЛЮС», «СуперМАН».....	274
ГК «Торгсервис» ООО и др. / Торговая сеть «Светофор».....	274
«Призма», ООО / Торговая сеть «Призма».....	276
«Сибирский гигант», ХК (Торговый холдинг Сибирский Гигант, ООО) / Торговая сеть «Гигант», «Мегас», «Горожанка».....	276
«Бахетле-1», ООО; «Розторг-ЛМ», ООО / Торговая сеть «Бахетле», «Продуктовая лавка».....	278
«Ижтрейдинг», ООО / Торговая сеть «Ижтрейдинг», «Миндаль», «Три Банана», «Экстра», «Карлутка».....	279
«Радеж», ООО / Торговая сеть «Радеж», «Эконом».....	279
Лама Плюс, ООО; «Томритейл», ООО; Спар-Томск, ООО / Торговые сети «Лама», «Фуд-Сити», «Абрикос», SPAR.....	280
ГК Батыр («ТоргМастер», ООО; «Салют-торг», ООО) / Торговые сети «Байрам», «Сабантуй», «АЮ», «Байрам-икмэк».....	280
ТГ «Победа!» / Торговые сети «ЕДА!», «Наш магазин», «Победа!».....	282
«Альбион-2002», ООО / Торговая сеть «Бристоль».....	283
Татспиртпром, АО / Торговая сеть «Арыш Мае».....	284
«КВД-Групп» (ООО «Камелот-А») / Торговая сеть «Ярче!».....	285
ТГ «Абсолют» / Торговая сеть «Абсолют Cash&Carry».....	286



Регион-Продукт», ООО; «РегионПродукт», ООО; «Паллада торг», ЗАО / Торговые сети «Росинка», «Сберегайка», «Апельсин», «Бон Аппетит», «Седьмое небо», «Седьмое Небо Оптовик», «Москва»	286
«Семья», ООО / Торговая сеть «Семья», «Диско»	287
«Торговый союз», ООО и др.(ранее «Енисейская торговая компания», ОАО) / Торговые сети «Красный Яр», «Батон»	289
«ТД Челны-Хлеб», ООО / Торговые сети «Челны-Хлеб», Fresh market, «Продслава»	290
Союз Святого Иоанна Воина, ООО / Торговая сеть «Верный»	292
«Гулливвер», АО / Торговые сети «Гулливвер», «Гурман», «Победа»	293
АТП «Панорама Ритейл» / Торговые сети «Сигма», «Пять шагов», «Дисма»	294
«Слата», ООО; «Маяк», ООО / Торговые сети «Слата», «Славный», «Хлеб-Соль»	295
«Семь пятниц», ГК / Торговая сеть «Семь пятниц»	296
«Неотрейд», ООО / Торговая сеть «Пеликан»	296
«ТД Миндаль», ООО / Торговые сети «Миндаль»	297
«Матрица Холдинг», ОАО / Торговая сеть «Матрица»	297
«Любимый вкус», ООО / Торговая сеть «Любимый магазин»	298
«Розничная сеть Динские колбасы», ООО (ЮМК, Холдинг) / Торговые сети «ЕстЪ», «Маг-Мак»	298
«Вестер», ГК (Вестер-Регионы, ООО и др.) / Торговая сеть «Вестер», «Сосед», «Бомба», «Вестер Гипер», «Вестер» Premium	299
«Компания «Метрополис», ООО / Торговая сеть «Метрополис»	300
«Три кота», ООО / Торговая сеть «Три кота»	300
«ТВК-Р», ООО / Торговая сеть «Табрис»	301
ГК «МясновЪ» (ЦДМ МясновЪ, ООО, ЦДА Сомелье, ООО) / Торговая сеть «МясновЪ», «Отдохни»	301
«Новый Импульс – 50», ООО / Торговая сеть «Утконос»	303
«Центрторг», ПАО / Торговая сеть «Центрторг»	305
«Волгаторг», ООО / Торговая сеть «Семейный»	305
«Традиционная розница», ООО / Торговые сети «Естный», «Ядёшев», «Есенин»	306
«Мегаторг», ООО / Торговая сеть «Быстроном», «Сантимо»	307
ГК «Сибирская Губерния» / Торговые сети «Свежие продукты», «Сибирская губерния», «Индюшкино», «Лучи»	308
ТК «Эдельвейс», ЗАО / Торговая сеть «Эдельвейс», «901»	308
«Вегат Плюс», ЗАО / Торговая сеть «АБК»	309
«Роксэт-С», ООО, «Фирма Глобус», ООО / Торговая сеть «Все на свете», «Система Глобус»	309
«Ак Барс Торг», ООО / Торговые сети «Чак-чак», «Наша марка»	310
ГК Тау («Продтовары», ОАО) / Торговые сети «Тэмле», «Семерочка», «Народная цена», «Заря»	311
«Пятью-Пять», АО / Торговая сеть «Пятью-пять» (ранее франчайзи «Пятерочка» в Воронежской обл.)	311
ГК «Ассорти» / Торговая сеть «Ассорти продукт»	312
ГК «Петровский» / Торговые сети «Петровский», «Сезон покупок», «Маманя»	313
«Вкусный дом», ООО / Торговая сеть «Вкусный дом», «Пушкинский», «Столичный», «Славянский», «Солнечный»	314
«ОРТ Универсал», ОАО / Торговая сеть «Универсал»	314
«Дружба-15», ООО / Торговая сеть «Сочи», «Новый век», «7 холмов»	315
«ТД «Баиспирт», ООО / Торговая сеть «Баиспирт»	315
ТС «Диксика», ООО / Торговая сеть «Диксика»	315
«ТГ Солнечный круг», ООО / Торговая сеть «Солнечный круг»	316
«Асти», ООО / Торговая сеть «Пролетарский»	316
«Остан», ГК / Торговая сеть «Остан»	317
«Ритейл», ООО / Торговая сеть «Журавли», «Калита», «Свенская ярмарка»	318
«Смарт Велью Ритейл», ЗАО / Торговая сеть «Оливье»	318
«Элит», ООО; «Карамель», ООО / Торговая сеть «Пчелка», «Элит», «Карамель», «Находка»	319
ГК «Меркурий» / Торговая сеть «Меркурий»	319
«Столичная торговая компания», ООО / Торговая сеть «Глобус Гурмэ», «Смартори»	320
«Компания ВДЛ», ООО / Торговая сеть «БУМ»	321
ГК «Макси» / Торговая сеть «Макси»	322
«ПУД», ООО / Торговая сеть «ПУД»	323
«Заодно», ООО / Торговая сеть «ЗаОдно»	323
«Лотос Ритейл», ООО / Торговая сеть «Лотос М»	325
«ТК Лэнд», ООО / Торговые сети «Лэнд», «Стокманн»	325
«Торговый дом «РеалЪ», ООО / Торговая сеть «РеалЪ Свежие продукты»	326
ТД Шкуренко, ООО; Холлифуд, ООО / Торговые сети «Низкоцен», «Продукты 24 часа»	327
ИП Бажин (Продторг, ООО и др.) / Торговые сети «Забайкальский Привозъ», «Дом», «Хороший»	328
ТД Фреш-25, ООО и др. / Торговые сети «Фреш-25», «Фреш-экспресс», «Радиус»	328
АПХ «Мираторг», ООО (ТК Мираторг, ООО) / Торговая сеть «Мираторг»	329
«Натуральные продукты», ООО; «Карлугас», ООО / Торговая сеть «Ярмарка»	331

«Аматус», ООО / Торговая сеть «Я-Любимый супермаркет», «Я любимый-Перекресток» (франчайзинг) ..	331
«Елакс», ООО / Торговая сеть «Алми».....	332
«Экстра», ООО; «Экстра-Премиум», ООО / Торговые сети «Главмаг», «Экстра».....	333
«Гарант-Трейд М», ООО / Торговая сеть «Мой магазин»	333
«Нордик-Нева», ООО / Торговые сети «НЕТТО», «Смарт»	333
«Шамса-Холдинг», ООО / Торговые сети «Шамса», «Пробочка».....	334
Холдинг «Ариант» / Торговая сеть «Ариант»	334
Компания у Палыча, ООО и др. / Торговая сеть «У Палыча»	335
«Биг Бокс», ООО/ «Опточлб «Ряды».....	336
«Новатор», ООО / Торговая сеть «Новатор»	339
«Луг да поле», ООО; «ВкусВилл», ООО / Торговые сети «Избенка», «ВкусВилл».....	339
«Бест-маркет», ООО / Торговые сети «Бест», «Бест+», «Техинвест»	341
«Элект», ООО / Торговая сеть «Элект»	342
«Торговая сеть Звездный», ООО / Торговая сеть «Звездный», «Звездный дар».....	342
«А-продукт», ООО / Торговая сеть «А-продукт».....	343
«Елисей», ООО / Торговая сеть «Елисей».....	344
ГК «Пикник» / Торговая сеть «Пикник», «Винни»	344
ТД «Центркоопторг», ООО («Центросоюз РФ») / Сеть магазинов потребительской кооперации	345
«Союз Независимых Сетей России».....	347
Всероссийский кооператив независимого ритейла – Потребительского общества «РОСТ»	348
Федеральный закупочный союз / «Система «ТЗС», ЗАО.....	349
Сети-участники «Системы «ТЗС»	349
«Ижтрейдинг», ООО / Торговая сеть «Ижтрейдинг», «Миндаль», «Три Банана», «Экстра», «Карлутка».....	349
«Лама Плюс», ООО; «Томритейл», ООО; Спар-Томск, ООО / Торговая сеть «ЛАМА», «Фуд-Сити», «Абрикос», SPAR	350
ТГ Высшая Лига / Торговые сети «Высшая Лига», «Экстра-эконом», «Лига Гранд» и др.....	350
«Вега Плюс», ЗАО / Торговая сеть «АБК».....	350
«Любимый вкус», ООО / Торговая сеть «Любимый магазин»	350
«Торговый дом Семья», ОАО / Торговые сети «Семья», «Экспресс Семь».....	350
«Каспий-ритейл», ООО / Торговая сеть «Городок», «Погребок»	350
Горизонт, ООО (ранее «Макаров и компания», ООО) / Торговая сеть «Окрошка» (ранее «Макаровский», «МакСити», «Максимум», Cash&Carry, «Бест», «Культура Вкуса», «Дары природы»)	351
Некоммерческое партнерство торговых предприятий «Панорама Ритейл» / Торговые сети «Сигма», «Пять шагов», «Дисма»	351
«Праздничный», ООО / Торговая сеть «Праздничный»	351
«Артемид-Дон», ООО / Торговая сеть «Артемид Дон».....	351
«Квартал», ООО / Торговая сеть «Квартал»	352
«Караван», ООО и др. / Торговые сети «Караван», «Точка», «Скидкино», «Дьюти Фри»	352
Денисов, ИП / Торговая сеть «Петрович»	353
«Стайер, ООО» и др. / Торговая сеть «О'кей»	353
«Вымпел», ООО и др. / Торговая сеть «Наш Маг», «Вымпел», «Пчелка», «Копейка»	353
«Ринг», ООО / Торговая сеть «Ринг», BigPack, SPAR	354
Сети-партнеры «Системы «ТЗС»:.....	354
«Торговый двор «Аникс», ООО и др. / Торговая сеть «Аникс», «Корзинка», «Браво», SPAR.....	354
«Торговый союз», ООО (ТЗС «Сибирь») / Торговая сеть «Красный Яр»	355
Бахетле-1», ООО; «Розторг-ЛМ», ООО / Торговая сеть «Бахетле», «Продуктовая лавка».....	356
Барс-Ритейл, ООО / Торговая сеть «Барс», «Барс экспресс», «У Иваныча»	356
Неотрейд», ООО / Торговая сеть «Пеликан».....	356
«Центрторг», ПАО / Торговая сеть «Центрторг»	356
ГК «Система РегионМарт» / Торговая сеть «Поляна», «Чибис», «Бонус», «Спутник»	356
«Ритейл», ООО / Торговая сеть «Журавли», «Калита».....	357
ИП Баканов В. И. / Торговая сеть «Кашелка»	357
ГК «Пикник» / Торговая сеть «Пикник», «Винни»	357
«Заодно», ООО / Торговая сеть «Заодно».....	357
«Тандем», ООО; Торг Сервис, ООО / Торговые сети «Покупай-ка», «Покупай-ка бутик», «Русский Невод».....	357
«Елисей», ООО (ЗАО «Союз Ритейл») / Торговая сеть «Елисей»	357
«Милена», ООО / Торговая сеть «Милена»	358
«Слата», ООО (ТЗС «Сибирь») / Торговые сети «Слата», «Славный», «Хлеб-Соль».....	358
«ТД Челны хлеб», ООО (ТЗС «Волжско-Камский») / Торговые сети «Челны хлеб», Fresh market	358
«Смак-Гурмэ», ООО / Торговые сети «СМАК», «Пять звезд», «Стрелка»	358
«Торговый дом – СИТНО, ООО / Торговая сеть «Ситно».....	359
«Волгаторг», ООО / Торговая сеть «Семейный».....	359
ТД «ЕвроНорд», ООО / Торговые сети «Евророс», «Твой», «Яблочко»	359
Нива, ООО / Торговая сеть «Ермак»	359
«Дом Еды», ЗАО / Торговая сеть «Дом еды».....	359
«Торговый Дом Дуслык», ООО (ТЗС «Волжско-Камский») / Торговые сети «Дискаунтер», «Ассорти», «Тэмле».....	360
«Валькор», ООО, «АльфаМаркет», ООО и др. / Торговая сеть «Альбатрос»	360
«Торговый холдинг «Лотос», ООО / Торговые сети «Лотос», «Сигма», «Лотос Гурман»	360
ПКП «Оникс», ООО / Торговая сеть «Оникс»	361
«Торговый дом Агат», ООО (ТЗС «Волжско-Камский») / Торговая сеть «Агат Cash&Carry».....	361
«Калинка Клин», ООО / Торговая сеть «Круста».....	362
«Элит», ООО; Карамель, ООО / Торговая сеть «Пчелка», «Элит», «Карамель», «Находка»	362
«Гулливвер», АО / Торговая сеть «Гулливвер», «Гурман», «Победа»	362
Анкор, ООО и др. / Торговая сеть «Анкор», SPAR	362
«Эконом», ООО / Торговая сеть «Эконом», «Огонек»	362



ГК «Титан» («Мегатитан», ООО, «Розничная торговая сеть Титан», ООО) / Торговая сеть «Титан», «Титан Парк», «Титан-Гастроном», «Титан Маркет Свежие продукты».....	363
«Лидер», ООО / Торговая сеть «Алика»	363
«Альтаир», ООО / Торговая сеть «Лайм»	364
«Большая ярмарка», ООО / Торговые сети «Ярмарка», «Сорока».....	364
ГК Батыр («ТоргМастер», ООО; «Салют-Торг», ООО) / Торговые сети «Байрам», «Сабантуй», «АЮ», «Байрам-икмэк»	364
ГК «Винегрет» / Торговая сеть «Винегрет».....	364
«МПЗ Окраина», ООО; «МПЗ Богородский», ООО / Торговые сети «Любимые продукты», «7 Дней», «Мелифаро»	365
«Закрома», ООО и др. / Торговая сеть «Закрома», «Копейкин дом»	365
«ПК Холдинг Продсиб», ООО; «ПК Продсиб», ЗАО / Торговая сеть «Продсиб».....	366
<i>Прочие сети «Союза Независимых Сетей России»</i>	366
«Виват-Трейд», ООО / Торговые сети «Виват».....	366
«ТД Миндаль», ООО / Торговые сети «Миндаль».....	366
«Аяврик», ООО / Торговая сеть «Аяврик».....	366
«Фирма БиМ», ООО / Торговая сеть «БиМ»	367
«Мичуринская оптовая компания», ООО / Торговые сети «Любимые продукты», «МодернЪ»	368
«Холодильник», ООО / Торговая сеть «Холодильник»	369
«Айгуль», ООО / Торговая сеть «Айгуль»	369
«Радость», ООО / Торговая сеть «Радость»	370
Торговая Ассоциация «Мост», ООО	371
«Гарант XXI век», ООО / Торговая сеть «Гарант XXI»	372
ТГ «Победа!» / Торговые сети «ЕДА!», «Наш магазин», «ПобЕда!»	372
«Гаврилов», ИП и др. / Торговая сеть «Афанасий»	372
ОРТП 2010, ООО; Фуд Стор, ООО; Новый Амбар, ООО; Кауфхолл, ООО / Торговые сети «Бородинский», «Петровский»	373
ГК «Петровский» / Торговые сети «Петровский», «Сезон покупок»	373
Генцель А.А., ИП, Генцель Артур Александрович, ИП / Торговая сеть Bitte.....	373
ГК «Продкотлас» / Торговые сети «Лето», «Лукошко».....	374
«Маркет», ООО / Торговая сеть «Калинка».....	374
«Читинка», ООО и др. / Торговая сеть «Читинка»	374
ТД «Пять звезд» / Торговая сеть «Пять звезд», «Корзинка»	374
ГК «Диал» / Торговая сеть «Кошелек».....	375

Торговые сети, прекратившие деятельность или находящиеся в стадии банкротства 375

«Фирма Опт-торг», ООО / Торговая сеть «Вершина».....	375
ИП Баканов В. И. / Торговая сеть «Кашелка».....	376
«Райцентр», ООО и др. / Торговые сети «Райцентр», «Рай Цен», «Точка», «Продуктовый универсам», «Гастроном № 1», «Гастроном экспресс»	376
ГК «Система РегионМарт» / Торговая сеть «Поляна», «Чибис», «Бонус», «Спутник», SPAR	377
«Добрыня», ГК / Торговая сеть «Добрыня».....	379
ГК КИЯ (Новокузнецкобувьторг, ООО) / Торговая сеть «Солнышко».....	379
«Дворцовый ряд-МС», ООО (торговая сеть «Дворцовый ряд»).....	380
«Каравай-РС», ООО / Торговая сеть «Каравай», SPAR, «Магазин низких цен».....	381
«Амико», ООО / Торговая сеть «SEVEN»	382
Димарт, ООО / Торговые сети «Super Good», «Мой мир»	382
«Лакмин», ООО / Торговые сети «Лакмин Cash&Carry», «Лакмин»	383
«Рост», ООО / Торговые сети «Рост», «Молодежный»	384
ТС «Фудмаркет», «Вкусомир», ООО / Торговые сети «ФудМаркет», «Вкусомир»	384
«Сластена сервис», ООО / Торговая сеть «В десятку».....	384
«Плюс дискаунт», ООО (Tengelmann Group) / Торговая сеть «Плюс».....	385
«Эконом», ООО (ИП С.А.Арутюнян) / Торговая сеть «Эконом»	386
«ТД «Мега-Дон», ООО / Торговые сети «Империя продуктов», «Фреш»	386
Ассорти, ЗАО / Торговые сети «Ассорти», «Эконом», SPAR.....	386
«Нева-Ритейл», ООО; «Даяна», ООО / Торговая сеть «XL».....	387
«Синтез» ООО / Торговая сеть «7 копеек», «Матур»	387

Приложение 1. Структура розничного оборота по субъектам РФ в 2009-2016 гг. 388

Приложение 2. Разъяснения ФАС по вопросам применения №381-ФЗ..... 390

Об информационных продуктах ИА INFOline 397

Обращение к получателям отраслевого обзора «Состояние потребительского рынка и Рейтинг сетей FMCG РФ»

ООО «ИНФОЛайн-Аналитика»
генеральный директор
ООО «ИНФОЛайн»
Заместитель генерального директора
Бурмистров Михаил Борисович

Клиентам INFOLine по ежемесячному
отраслевому обзору «Состояние
потребительского рынка РФ и Рейтинг
торговых сетей FMCG РФ»

Инф. письмо №26-А/4 от 1 октября 2016 года

Уважаемые клиенты и партнеры,

Компания INFOLine запустила мониторинг операционной и финансовой деятельности торговых сетей FMCG в 2004 году и в 2005 году представила участникам потребительского рынка России отраслевой обзор «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ». За 10 лет данный продукт утвердился в качестве одного из наиболее эффективных инструментов бенчмаркинга и анализа поставщиками торговых сетей при подготовке к переговорам и планировании. В 2005-2009 гг. обзор выпускался на ежеквартально, а с 2010 года – выпускается ежемесячно и доступен клиентам на русском и английском языках. С 2010 года мы последовательно расширяли количество торговых сетей, информация по которым предоставляется в обзоре, а также полноту и глубину аналитического и рейтингового разделов обзора.

В результате с 2010 года количество торговых сетей FMCG, которые описаны в обзоре выросло в **2,5 раза (со 100 почти до 250 торговых сетей, причем в обзор был включен ряд специализированных торговых сетей)**, а аналитический и рейтинговый раздел был расширен в **3 раза (с 40 до 120 страниц)**. При этом INFOLine продолжает развивать продукт, увеличивая полноту и глубину информации в обзоре.

Стоимость отраслевого обзора в рамках годовой подписки в 2010 году была установлена на уровне **5000 руб. (без НДС) в месяц** и не менялась на протяжении почти 7 лет, несмотря на то, что накопленная с 1.1.2010 по 1.9.2016 гг. инфляция превысила **70%**, а средняя заработная плата выросла на **75%**. Благодаря постоянной работе по повышению эффективности и оптимизации издержек, нам удалось при значительном улучшении потребительских характеристик обзора сохранить стоимость подписки неизменной даже в 2014 году, когда произошла резкая девальвация рубля.

К сожалению, ресурсы оптимизации и повышения эффективности исчерпаны, и необходимость сохранения потребительских характеристик продукта потребовала от нас с 1 сентября 2016 года изменить стоимость годовой подписки на обзор.

Стоимость годовой подписки на отраслевой обзор «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ» (12 ежемесячных выпусков)

Язык	Условия оплаты	
	Предоплата (100%)	Постоплата
Русский	90 тыс. руб. без НДС	120 тыс. руб. без НДС
Английский	135 тыс. руб. без НДС	150 тыс. руб. без НДС

При подписке на русскую и английскую версию или комплексном заказе предоставляются скидки

Готовы ответить на вопросы и дать дополнительные пояснения по тел.: (812) 322-6848; (495) 772-7640 доб. 135 или 144, +7-911-178-27-80 или по электронной почте mail@advis.ru и burmistrovmb@infoline.spb.ru.

Заместитель генерального директора ООО «ИНФОЛайн»

Генеральный директор ООО «ИНФОЛайн-Аналитика» Бурмистров М.Б.



Внимание! Новые цены действуют для вновь заключаемых договоров / соглашений или при их продлении на новый срок



Об обзоре «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ»

Отраслевой обзор «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ» содержит структурированную информацию о развитии торговых сетей и розничной торговли, а также обзор событий, произошедших на российском розничном рынке в отчетном периоде (в данном обзоре – **ноябрь 2016 года**), информацию об итогах операционной, финансовой и инвестиционной деятельности и **рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG России**.

Цель исследования: анализ развития и характеристика событий в розничной торговле и на потребительском рынке России, структурированное описание, сравнительный анализ, мониторинг инвестиционной деятельности и динамики органического роста, ранжирование операционных и финансовых показателей более 200 крупнейших торговых сетей FMCG России.

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, а доля 10 крупнейших сетей FMCG составляет более 24%.

Актуальность исследования: как и прогнозировали специалисты INFOLine, потребительский рынок в 2015 году перешел к новой парадигме развития. В I пол. 2016 года оборот розничной торговли в РФ в физическом выражении снизился на 5,9%, а продажи продуктов питания (включая напитки) и табачных изделий – на 5,2%. При этом минимальный показатель оборота розничной торговли продовольственными товарами в рублях был пройден в мае 2016 года, а по непродовольственным товарам в марте 2016 года. В III кв. ситуация постепенно начала улучшаться, в связи с восстановлением объемов потребительского кредитования и адаптацией потребителей к стагнации в экономике, но в октябре 2016 года торговля продовольственными товарами в рублях вновь продолжила падение. В 2016 году динамика оборота розничной торговли в физическом выражении остается негативной, однако за счет роста цен на продовольственные товары емкость рынка продовольственных товаров в рублевом выражении продолжает расти. В ноябре 2016 года ФАС России опубликовал разъяснения по некоторым вопросам применения № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» от 03.07.2016 (Приложение 2).

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 2007 года (емкость и динамика рынка) и с 2011 года (операционные и финансовые итоги крупнейших сетей FMCG, структурные показатели рынка FMCG), тенденции 2016 года (емкость рынка и динамика розничной торговли, доходы потребителей, стратегии и планы сетей FMCG).

Преимущества исследования: ежемесячный анализ и структурированное описание потребительского рынка и важнейших событий, способных оказать влияние на розничную торговлю продовольственными товарами, в том числе в области государственного регулирования торговой деятельности (принятие законов, законодательные инициативы), ежемесячный мониторинг деятельности более 200 крупнейших торговых сетей FMCG (информация о корпоративных событиях, операционной, финансовой и инвестиционной деятельности).

Методы исследования и источники информации:

- регулярные ежемесячные экспертные опросы и интервью с представителями более 200 торговых сетей FMCG России;
- анкетирование более 100 торговых сетей FMCG, мониторинг и анализ операционных и финансовых показателей более **«700 торговых сетей FMCG»**;
- 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»**.

Периодический обзор «Состояние потребительского рынка России и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ» включает следующие разделы:

- **Рейтинг торговых сетей FMCG РФ.** Операционные итоги 150 крупнейших сетей FMCG России по форматам: динамика и прирост количества и площадей объектов по форматам

(гипермаркет, супермаркет, дискаунтер, магазин у дома), наиболее значимые открытия и закрытия. Рейтинги по количеству, торговой площади, выручке ТОП–50 крупнейших сетей FMCG России (сети с выручкой более 10 млрд руб.), структура и динамика прироста торговых площадей по торговым сетям и форматам.

- **Раздел I. Развитие розничной торговли в России.** Макроэкономические показатели розничной торговли: динамика оборота и денежной массы, прогноз оборота. Опережающие индикаторы развития розничной торговли. Государственное регулирование розничной торговли. Структура оборота розничной торговли по видам товаров и организаций. Региональная структура оборота розничной торговли. Инфляция на рынке продовольственных товаров. Доходы и расходы населения. Денежно-кредитная политика. Потребительские ожидания и уверенность населения.
- **Раздел II. Основные события в розничной торговле FMCG.** Важнейшие события, способные оказать влияние на розничную торговлю FMCG России. Деятельность специалистов ИА INFOLine по экспертной оценке российского рынка. Кейс – оперативная и аналитическая информация по актуальным вопросам.
- **Раздел III. Основные события и планы развития торговых сетей FMCG России.** Оперативная информация о развитии крупнейших торговых сетей FMCG России: стратегия и планы развития сети, итоги деятельности и прогнозы, инвестиционная деятельность, открытие и закрытие торговых объектов, планируемые открытия во II пол. 2016 года, развитие новых форматов, слияния и поглощения, отставки и назначения, логистика, private label (собственные торговые марки), взаимодействие с потребителями и поставщиками, корпоративные события, а также менеджмент и контакты компании.

Основная цель периодического отраслевого обзора «Рейтинг торговых сетей FMCG России» – удовлетворение потребностей в оперативной, статистической и аналитической информации о российском розничном рынке и торговых сетях FMCG указанных выше групп специалистов. Для оформления (или продолжения) подписки Вам следует **отправить заявку** в ИА INFOLine по E-Mail: mail@advis.ru или факсу (495)772-76-40 и (812)322-68-48 и **заключить договор** на информационное обслуживание.

Информация об агентстве INFOLine

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

Исследования и обзоры по розничной торговле и рынку потребительских товаров ИА INFOLine используют в работе **крупнейшие ритейлеры FMCG** («X5 Retail Group», «Магнит», «Auchan», «Metro cash&carry», «Лента», «О'КЕЙ», «Дикси», «Седьмой континент», Globus, «Азбука вкуса»), **производители** (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars, KraftHeinz, Colgate-Palmolive, Объединенные кондитеры), **дистрибуторы** (ГК «Мегаполис»), **финансовые** («Сбербанк», «ВТБ» и т. д.) и **сервисные компании** (SAP, Microsoft, АТОЛ, «Сервис-плюс», Wincor–nixdorf).



Дополнительную информацию Вы можете получить на сайтах www.infoline.spb.ru и www.advis.ru



Рейтинг торговых сетей FMCG России

Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG¹

Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG России

Количество торговых объектов ТОП-150 ритейлеров FMCG за **ноябрь 2016 года** (без учета X5 Retail Group, «Магнит», ГК «ДИКСИ») увеличилось на *, за **январь-ноябрь 2016 года** – выросло на *. Общая торговая площадь в **ноябре 2016 года** сократилась на *тыс. кв. м., за **январь-ноябрь 2016 года** – более *тыс. кв. м.

Рисунок 1. Количество и площади торговых объектов 150 крупнейших ритейлеров России в 2010-2016 гг. (на начало месяца)

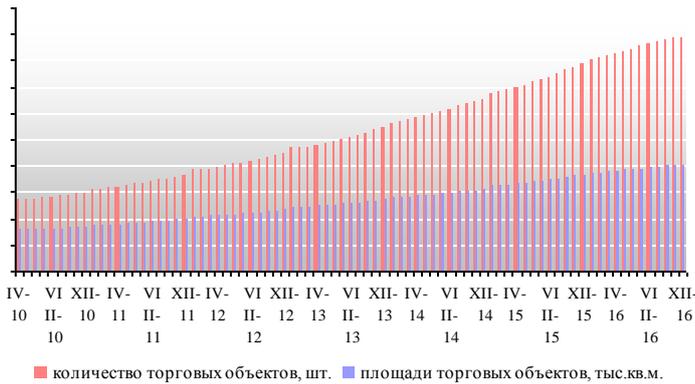


Рисунок 2. Количество и торговые площади 150 крупнейших ритейлеров России в 2006-2016 гг. (на конец периода)



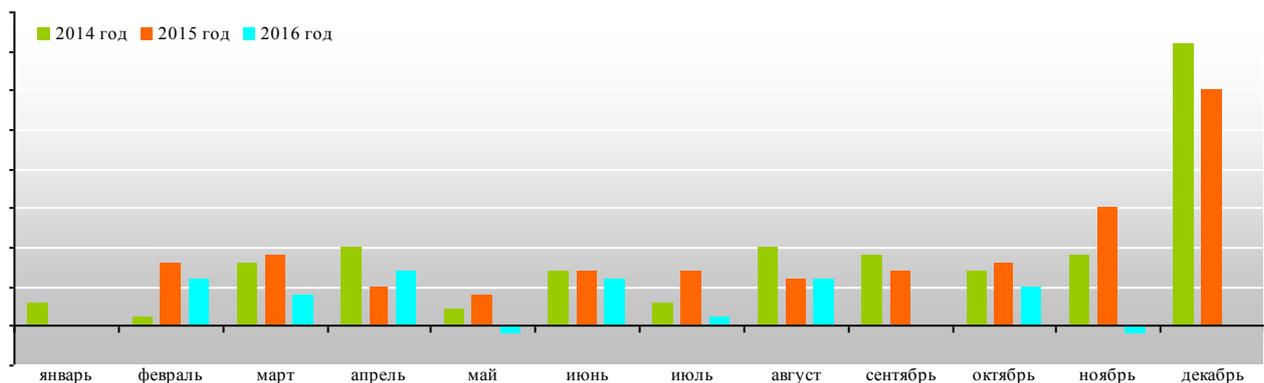
Источник данных: данные ИА INFOLine

Общее количество магазинов ТОП-150 ритейлеров FMCG составило **на 1 декабря 2016 года** – *, а их общая торговая площадь *млн. кв. м.

Развитие формата гипермаркет²

В **ноябре 2016 года** количество гипермаркетов ТОП-150 ритейлеров FMCG сократилось на *, а торговые площади – на *тыс. кв. м. За **январь-ноябрь 2016 года** количество гипермаркетов ТОП-150 ритейлеров FMCG увеличилось на *, а торговые площади – на * тыс. кв. м.

Рисунок 3. Динамика чистого прироста гипермаркетов 150 крупнейших сетей в 2014-2016 гг. по месяцам, шт.



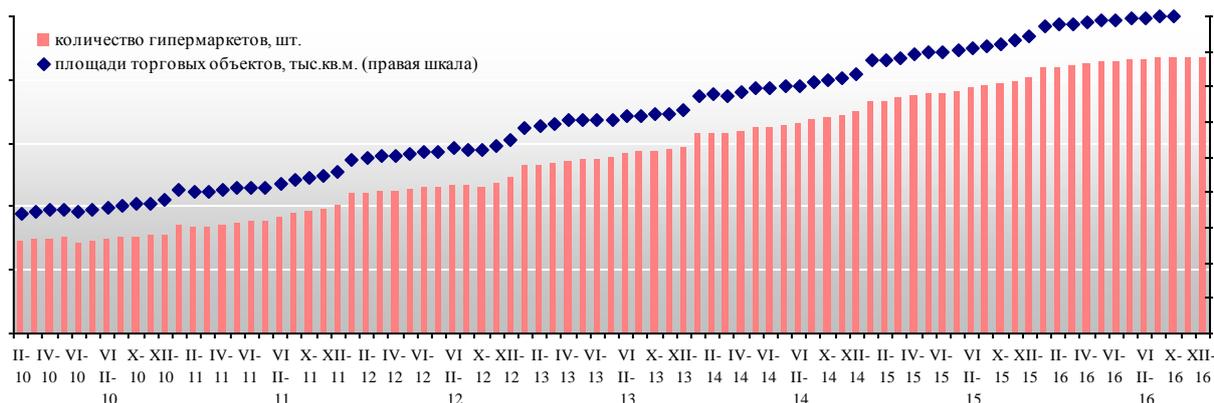
Источник данных: данные ИА INFOLine

В **декабре 2016 года** были **открыты**: 10 гипермаркетов «Лента» в Ростовской области (г. Новошахтинск и Ростов-на-Дону), Екатеринбурге (2), Челябинской области (г. Магнитогорск), Томске, Петрозаводске, Ярославле, Уфе и Костроме, гипермаркет «Ашан» в Барнауле, <...>

¹ Данные скорректированы по итогам января-ноября 2016 года. Здесь и далее по X5 Retail Group, «Магнит» и «ДИКСИ» используются данные, доступные на дату подготовки обзора: «Магнит» – октябрь 2016 г., «Дикси» – октябрь 2016 г., X5 Retail Group – сентябрь 2016 г. В общее количество магазинов FMCG не включаются объекты формата дрoгeри компании «Магнит», работающие под брендом «Магнит Косметик».

² К формату "гипермаркет" "INFOLine-Аналитика" относит объекты, торговая площадь которых превышает 2,5 тыс. кв. м. При этом "INFOLine-Аналитика" не относит к формату "гипермаркет" сеть "Магнит Семейный", позиционирующуюся АО "Тандер" как сеть в формате "гипермаркет". Объекты под брендом "Магнит Семейный" отнесены к формату супермаркет.

Рисунок 4. Количество и площади гипермаркетов 150 крупнейших сетей в 2010-2016 гг., на конец периода



Источник данных: данные ИА INFOLine

Общее количество гипермаркетов ТОП-150 ритейлеров составило на 1 декабря 2016 года – *, а их общая торговая площадь – более *млн. кв. м.

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Полный текст раздела содержит также информацию о развитии форматов супермаркет, дискаунтер и магазин у дома.

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Рейтинг торговых сетей FMCG России по количеству магазинов

ИА «INFOLine» ежемесячно собирает информацию о динамике количества магазинов по более чем 150 крупнейшим ритейлерам FMCG России

Динамика количества торговых объектов крупнейших ритейлеров

Динамика количества магазинов крупнейших ритейлеров в 2015-2016 гг. приведена в таблице.

Таблица 1. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2015-2016 гг., шт.

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы ³	Количество магазинов на конец периода			Динамика количества магазинов за период					
			2015	Ноя. 15	Ноя.16	Ноя. 2015	Ноя. 2016	Янв. – Ноя.2015	Янв. – Ноя.2016		
Магнит, ПАО (Тандер, АО) ⁴	Гипермаркет Магнит	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Семейный	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Косметик	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group (ТД Перекресток, ЗАО) ⁵	Пятерочка	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Карусель, Перекресток Гипер	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток-Экспресс, Копейка	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan Retail Россия (Ашан, ООО; Атак, ООО)	Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга, Каждый день, Мой Ашан, Ашан Супермаркет	Г, М, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Атак, В шаге от Вас	С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ДИКСИ Юг, АО ⁶	ДИКСИ	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*

³ Г – гипермаркет, С – супермаркет, Д – дискаунтер, М – магазин у дома.

⁴ В связи со спецификой раскрытия информации ПАО «Магнит» количество магазинов представлено по состоянию на конец августа 2016 года, динамика количества магазинов за январь-сентябрь 2016 года.

⁵ В связи со спецификой раскрытия информации X5 Retail Group количество магазинов представлено по состоянию на конец августа 2016 года, динамика количества магазинов за январь-сентябрь 2016 года.

⁶ В связи со спецификой раскрытия информации ГК «ДИКСИ» количество магазинов представлено по состоянию на конец августа 2016 года, динамика количества магазинов за январь-сентябрь 2016 года.



Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы ⁷	Количество магазинов на конец периода			Динамика количества магазинов за период						
			2015	Ноя. 15	Ноя.16	Ноя. 2015	Ноя. 2016	Янв. – Ноя.2015	Янв. – Ноя.2016			
			*	*	*	*	*	*	*			
	Минимарт	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Мегамайт	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Дешево, Квартал	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Виктория	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	КЭШ	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Лента, ООО	Лента	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Metro Group (МЕТРО Кэш энд Керри, ООО)	METRO, METRO Punct, real,-	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Фреш Маркет, ООО	ДА!	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «О'КЕЙ»	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SPS Холдинг	Красное&Белое	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SPAR (все юридические лица)⁷	SPAR, EUROSPAR, SPAR Express, INTERSPAR	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Монетка» (Элемент-Трейд, ООО)	Монетка, Монетка Супер, Райт	Г, С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Гиперглобус, ООО	Globus	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Мария-Ра»	Мария-Ра	С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ТД Интерторг, ООО	Народная 7Я, Идея, Норма, SPAR, SPAR Express	Г, С, М, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Холидей»	Холидей Классик, Холидей, Планета Холидей, Холди, Сибириада, Кора, Палата, Народная Плата, Турне, Эконом, Супермаркет	Г, С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Городской супермаркет, ООО	Азбука Вкуса, АВ МАРКЕТ, АВ Daily, Энотека, SPAR	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
REWE Group (Билла, ООО)	Billa	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: ИА "iNFOLine" по данным компаний

Рейтинг торговых сетей FMCG России по величине торговых площадей

ИА "iNFOLine" ежемесячно собирает информацию о динамике торговых площадей по более чем 150 крупнейшим ритейлерам FMCG России

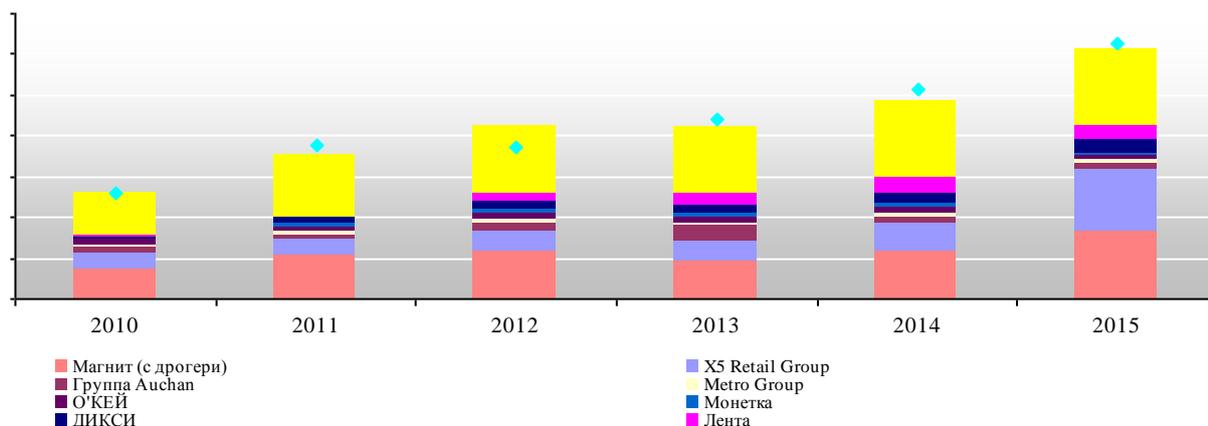
Итоги 2010-2015 гг., тенденции 2016 года

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 *% (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 19 млн. кв. м. <...>

Наибольший вклад в прирост торговых площадей в 2015 году внесли "Магнит", X5 Retail Group и "Лента". Так, в 2015 году X5 Retail Group нарастила объемы введенных площадей в * раза до * тыс. кв. м., компании "Магнит" на *% до * тыс. кв. м. Рост торговых площадей X5 Retail Group был преимущественно обусловлен открытием магазинов "Пятерочка", около *% новых площадей за 2015 год пришлось на неё. <...>

⁷ С учетом субфранчайзинговых магазинов.

Рисунок 11. 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

<...>

Увеличение доли в совокупном приросте в 2015 году продемонстрировали только X5 Retail Group – на *п.п. и «Магнит» – на *п.п., совокупная доля которых впервые за весь период наблюдений превысила *% (составила *%). В 2015 году чистый прирост количества объектов и площадей X5 Retail Group был максимальным за всю историю сети и составил * магазинов: * магазинов «Пятерочка», * супермаркетов «Перекресток», * гипермаркетов «Карусель», (прирост суммарных торговых площадей увеличился в *раза до *тыс. кв. м.). <...>

Рисунок 13. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2014 году, %

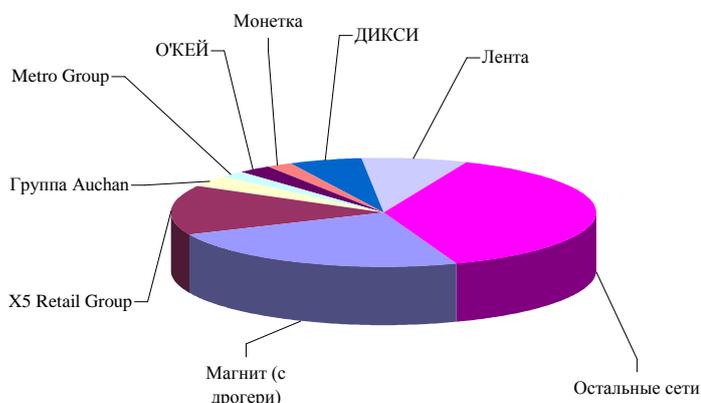
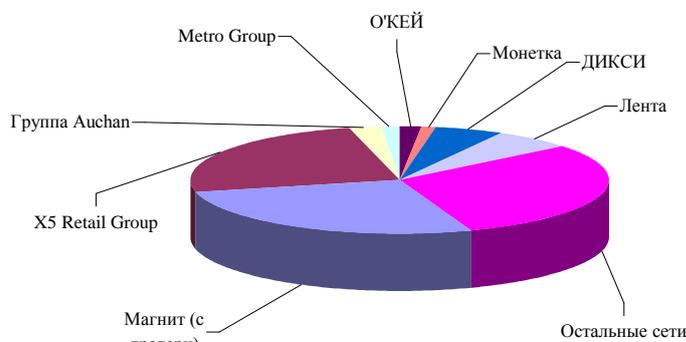


Рисунок 14. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2015 году, %



Источник данных: данные ИА INFOLine

<...>

Динамика торговых площадей крупнейших ритейлеров

Динамика торговых площадей крупнейших ритейлеров в 2015-2016 годах приведена в таблице.

Таблица 3. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2015-2016 гг., тыс. кв. м.

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы ⁸	Торговая площадь магазинов на конец периода		Динамика общей торговой площади за период						
			2015	Ноя. 15	Ноя.16	Ноя. 2015	Ноя. 2016	Янв. – Ноя.2015	Янв. – Янв.2016		
Магнит, ПАО (Тандер, АО) ⁹	Гипермаркет Магнит	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*

⁸ Г – гипермаркет, С – супермаркет, Д – дискаунтер, М – магазин у дома.

⁹ В связи со спецификой раскрытия информации ПАО «Магнит» количество магазинов представлено по состоянию на конец августа 2016 года, динамика количества магазинов за январь-сентябрь 2016 года.



Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы ⁸	Торговая площадь магазинов на конец периода			Динамика общей торговой площади за период					
			2015	Ноя. 15	Ноя.16	Ноя. 2015	Ноя. 2016	Янв. – Ноя.2015	Янв. – Ноя.2016		
			*	*	*	*	*	*	*		
	Магнит Семейный	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Косметик	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group (ТД Перекресток, ЗАО) ¹⁰	Пятерочка	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Карусель, Перекресток Гипер	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток-Экспресс, Копейка	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan Retail Россия (Ашан, ООО; Атак, ООО)	Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга, Каждый день, Мой Ашан, Ашан Супермаркет	Г, М, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Атак, В шаге от Вас	С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ДИКСИ Юг, АО ¹¹	ДИКСИ	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Минимарт	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Мегамаг	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Дешево, Квартал	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Виктория	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	КЭШ	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Лента, ООО	Лента	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Метро Групп (МЕТРО Кэш энд Керри, ООО)	METRO, METRO Punct, real,-	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Фреш Маркет, ООО	ДА!	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «О'КЕЙ»	все форматы	все форматы	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SPS Холдинг	Красное&Белое	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SPAR (все юридические лица)¹²	SPAR, EUROSPAR, SPAR Express, INTERSPAR	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Монетка» (Элемент-Трейд, ООО)	Монетка, Монетка Супер, Райт	Г, С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Гиперглобус, ООО	Globus	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Мария-Ра»	Мария-Ра	С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ТД Интерторг, ООО	Народная 7Я, Идея, Норма, SPAR, SPAR Express	Г, С, М, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Холидей»	Холидей Классик, Холидей, Планета Холидей, Холди, Сибиряда, Кора, Палата, Народная Плата, Турне, Эконом, Супермаркет	Г, С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Городской супермаркет, ООО	Азбука Вкуса, АВ МАРКЕТ, АВ Daily, Энотека, SPAR	Г, С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*
REWE Group (Билла, ООО)	Billa	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: ИА "iNFOLine" по данным компаний

Рейтинг торговых сетей FMCG России по чистой выручке¹³

Финансовые показатели публичных компаний, опубликованные по состоянию на декабрь 2016 года представлены в таблице (в скобках – отрицательные показатели).

Таблица 4. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2015-2016 гг., млрд. руб.

Юридическое название	Бренд	Основные форматы ¹⁴	Выручка за III кв. 2016	III кв. 2016 к III кв. 2015, %	LfL за III кв.2016,%	Выручка за 9 мес. 2016	9 мес. 2016 к 9 мес. 2015, %	LfL за 9 мес. 2016,%	Выручка за окт. 2016	Окт. 2016 к окт. 2015, %	Выручка за окт. 2016	Окт. 2016 к окт. 2015, %
Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Гипермаркет	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

¹⁰ В связи со спецификой раскрытия информации X5 Retail Group количество магазинов представлено по состоянию на конец августа 2016 года, динамика количества магазинов за январь-сентябрь 2016 года.

¹¹ В связи со спецификой раскрытия информации ГК «ДИКСИ» количество магазинов представлено по состоянию на конец августа 2016 года, динамика количества магазинов за январь-сентябрь 2016 года.

¹² С учетом субфранчайзинговых магазинов.

¹³ Рейтинг обновлен по итогам 2015 года.

¹⁴ Условные обозначения: Д – Дискаунтер, Г – Гипермаркет, С – Супермаркет, М – Магазин у дома

**Отраслевой обзор «Состояние потребительского рынка России и
Рейтинг торговых сетей FMCG РФ» (Демо-версия) Ноябрь 2016 года**

Юридическое название	Бренд	Основные форматы ¹⁴	Выручка за III кв. 2016	III кв. 2016 к III кв. 2015, %	LfL за III кв. 2016, %	Выручка за 9 мес. 2016	9 мес. 2016 к 9 мес. 2015, %	LfL за 9 мес. 2016, %	Выручка за окт. 2016	Окт. 2016 к окт. 2015, %	Выручка за окт. 2016	Окт. 2016 к окт. 2015, %
	Магнит Семейный	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Косметик	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Всего по компании¹⁵	Д, Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group N.V. (ТД Перекресток, ЗАО)	Пятерочка	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Карусель	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток Экспресс	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Всего (X5+Копейка)¹⁶	М, Д, С, Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ДИКСИ Юг, АО	Дикси	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Виктория	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Квартал / Дешево	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	КЭШ	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Мегамаг	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Минимарг	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Всего по компании¹⁷	М, Д, С, Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Лента, ООО	Лента ¹⁸	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
		С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
		С, Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК О'КЕЙ	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс, ДА!	С, Г,	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
		Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
		Всего по компании¹⁹	Д, С, Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные компаний

Показатели финансовой эффективности бизнеса крупнейших публичных ритейлеров по итогам III кв., I пол. и 9 мес. 2016 года представлены в таблице.

Таблица 5. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2016 год

Показатель	Магнит, ПАО ²⁰			X5 Retail Group N.V. ²¹			ДИКСИ Юг, АО ²²			Лента, ООО ²³			О'КЕЙ, ООО ²⁴		
	I пол. 2016	III кв. 2016	9 мес. 2016	I пол. 2016	III кв. 2016	9 мес. 2016	I пол. 2016	III кв. 2016	9 мес. 2016	I пол. 2016	III кв. 2016	9 мес. 2016	I пол. 2016	III кв. 2016	9 мес. 2016
Общая выручка, млрд. руб.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Чистая розничная выручка, млрд. руб.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Прирост розничной выручки, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Валовая прибыль, млрд. руб.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Валовая рентабельность, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Чистая прибыль, млрд. руб.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Рентабельность по чистой прибыли, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
EbitDA, млрд. руб.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Рентабельность EbitDA, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
LFL (выручка), %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
LFL (средний чек), %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
LFL (трафик), %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные компаний

<...>

Динамика выручки ТОП-20 ритейлеров в 2013-2015 гг. приведена в таблице.

Таблица 6. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2013-2015 гг., млрд. руб.²⁵

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы ²⁶	Данные	2010	2011	2012	2013	2014	2015
				*	*	*	*	*	*
Магнит, ПАО (Тандер, АО)	Гипермаркет Магнит	Г	МСФО	*	*	*	*	*	*
	Магнит	Д	МСФО	*	*	*	*	*	*
	Магнит Семейный	С	МСФО	*	*	*	*	*	*
	Магнит-Косметик	М	МСФО	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	МСФО	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group (ТД Перекресток,	Карусель, Перекресток	Гипер	Г	МСФО	*	*	*	*	*

¹⁵ Розничная выручка компании по МСФО.

¹⁶ Розничная выручка компании по МСФО.

¹⁷ Розничная выручка компании по МСФО.

¹⁸ Розничная выручка компании по УО.

¹⁹ Розничная выручка компании по УО.

²⁰ Данные по МСФО

²¹ Данные по МСФО

²² Данные по МСФО

²³ Данные по МСФО за I пол. и УО за III кв. и 9 мес.

²⁴ Данные по МСФО за I пол. и УО за III кв. и 9 мес. Включая формат «дискаунтер» «ДА!»

²⁵ Представлены сети с выручкой более 10 млрд. руб. по итогам 2015 года.

²⁶ Г – гипермаркет, С – супермаркет, Д – дискаунтер, М – магазин у дома.



Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы ²⁶	Данные	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ЗАО)	Перекресток	С	МСФО	*	*	*	*	*	*
	Пятерочка	Д	МСФО	*	*	*	*	*	*
	Перекресток-Экспресс, Копейка	М	МСФО	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	МСФО	*	*	*	*	*	*
Auchan Retail Россия (Ашан, ООО; Атак, ООО)	Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга	Г	РСБУ	*	*	*	*	*	*
	Атак	С	РСБУ	*	*	*	*	*	*
	все форматы	все форматы	РСБУ	*	*	*	*	*	*
ДИКСИ Юг, АО	Дикси, Мегамагн, Минимарт, Квартал, Виктория, Кэш	Г, С, М, Д	МСФО	*	*	*	*	*	*
Лента, ООО	Лента	Г, С	МСФО	*	*	*	*	*	*
Metro Group (МЕТРО Кэш энд Керри, ООО)	METRO, METRO Punct, real,-	Г, С	МСФО, РСБУ, 2015-оценка	*	*	*	*	*	*
ГК «ОКЕЙ»	ОКЕЙ, ОКЕЙ-Экспресс, ДА!	Г, С, М	МСФО	*	*	*	*	*	*
SPS Холдинг	Красное&Белое	М	УО	*	*	*	*	*	*
SPAR (все юридические лица)²⁷	SPAR, EUROSPAR, SPAR Express, INTERSPAR	Г, С, М	УО	*	*	*	*	*	*
ГК «Монетка» (Элемент-Трейд, ООО)	Монетка, Монетка Супер, Райт	Г, С, Д	УО	*	*	*	*	*	*
Гиперглобус, ООО	Globus	Г	РСБУ, УО	*	*	*	*	*	*
ГК «Мария-Ра»	Мария-Ра	С, Д	УО	*	*	*	*	*	*
ТД Интерторг, ООО	Народная 7Я, Идея, Норма, SPAR, SPAR Express	Г, С, М, Д	УО	*	*	*	*	*	*
ГК «Холидей»	Холидей Классик, Холидей, Планета Холидей, Холди, Сибириада, Кора, Палата, Народная Плата, Турне, Эконом, Супермаркет	Г, С, Д	РСБУ, УО, 2014-2015-оценка	*	*	*	*	*	*
Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	Г, С, М	МСФО, 2014-2015-оценка	*	*	*	*	*	*
Городской супермаркет, ООО	Азбука Вкуса, АВ МАРКЕТ, АВ Daily, Энотека, SPAR	Г, С, М	РСБУ, УО	*	*	*	*	*	*

Источник: ИА "INFOLine"

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит рейтинги по количеству и торговым площадям объектов сетей FMCG России с выручкой более 11 млрд. руб. по итогам 2015 года. Кроме того, рейтинг сетей по торговым площадям дополнен описанием итогов ноября 2016 года и прогнозом на 2016-2017 гг.

ДЕМО-ВЕРСИЯ

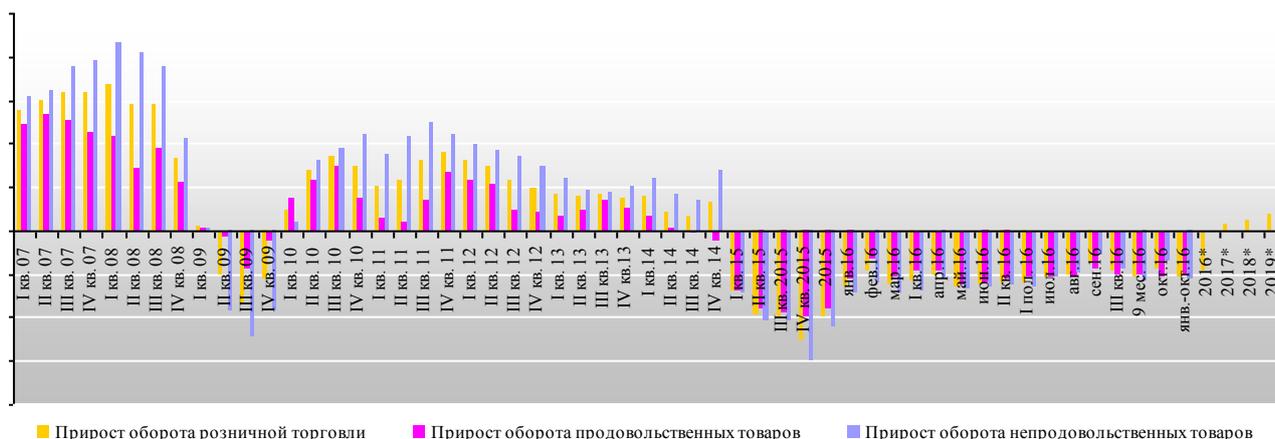
Раздел I. Развитие розничной торговли в России

Макроэкономические показатели розничной торговли

24 ноября 2016 года МЭР опубликовало прогноз социально-экономического развития российской федерации на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов. В нем представлено три варианта прогноза: «базовый», «базовый+» и «целевой». Во всех вариантах на 2016 год заложена цена нефти * долл./барр., но в 2017-2019 гг. в базовом варианте цена остается статичной на уровне * долл./барр., а в «базовый+» и «целевой» постепенно увеличивается до *, * и * долл./барр. соответственно. Согласно обновленному прогнозу МЭР (базовый) рост ВВП в 2017 году составит *%, в 2018 – *% и *% в 2019 году.<...>.

²⁷ Выручка с учетом субфранчайзинговых магазинов.

Рисунок 30. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007-2016 гг. и прогноз на 2016-2019 (базовый) гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года



Источник данных: данные ФСГС, прогноз МЭР



Согласно прогнозу МЭР от 24 ноября 2016 года, в базовом варианте падение розничного товарооборота составит в 2016 году *%. Прогноз МЭР в базовом варианте предусматривает рост розничного товарооборота в 2017 году на *%, в 2018 году – на *%, а в 2019 году – на *%.

Таблица 2. Динамика оборота розничной торговли в России в 2006-2016 гг. и прогноз на 2016-2019 (базовый)

Период	Оборот, млрд. руб.	Динамика, к аналогичному периоду	
		В сопоставимых ценах, %	В текущих ценах, %
2006 год	8693,4	113,9	122,6
...
2012 год	*	*	*
...
2013 год	*	*	*
I кв. 2014	*	*	*
...
2014 год	*	*	*
...
I кв. 2015	*	*	*
...
II кв. 2015	*	*	*
I пол. 2015	*	*	*
...
III кв. 2015	*	*	*
9 мес. 2015	*	*	*
...
2015	*	*	*
...
II кв. 2016	*	*	*
I пол. 2016	*	*	*
...
III кв. 2016	*	*	*
9 мес. 2016	*	*	*
Октябрь 2016	*	*	*
Январь-Октябрь 2016	*	*	*
2016 (прогноз)	*	*	*
2017 (прогноз)	*	*	*
2018 (прогноз)	*	*	*
2019 (прогноз)	*	*	*

Источник данных: данные ФСГС, Минэкономразвития



Опережающие индикаторы развития розничной торговли²⁸

Предпринимательские оценки фактического и ожидаемого изменения экономической ситуации свидетельствуют о серьезной отраслевой дестабилизации. Несмотря на пессимистические прогнозы, полученные в III кв. 2014 года, динамика развития розничной торговли не предполагала такой глубины падения индикатора и, соответственно, резкого ухудшения делового климата. По данным опросов ФСГС, в I кв. 2016 года индекс предпринимательской уверенности составил * п.п., сократившись на * п.п. к IV кв. 2015 года и не изменился относительно I кв. 2015 года. По данным ФСГС, оценка экономической ситуации в России в III кв. 2016 года улучшилась и составила – * п.п. После снижения индекса оценки экономической ситуации во II кв. 2015 года до * п.п., в III кв. 2016 года увеличился до * п.п., увеличившись на 4 п.п. <...>

Рисунок 26. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007–2016 гг.

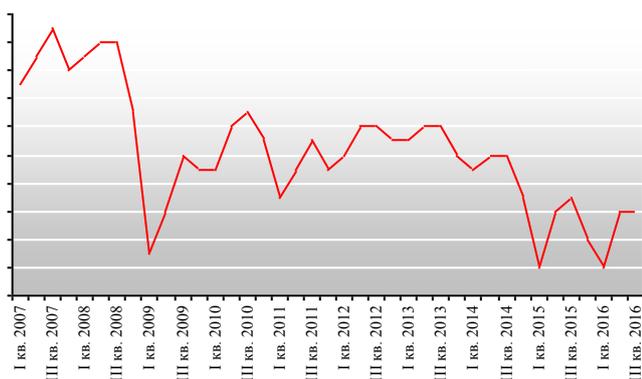
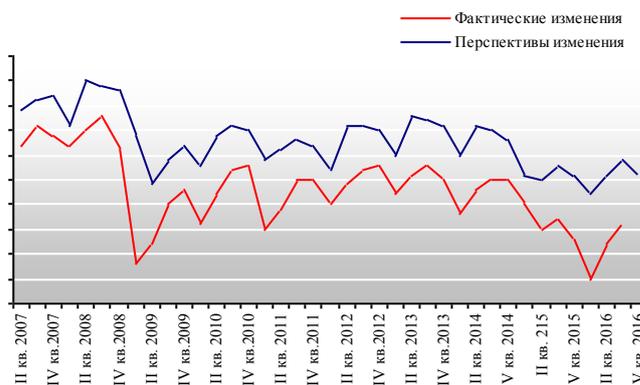


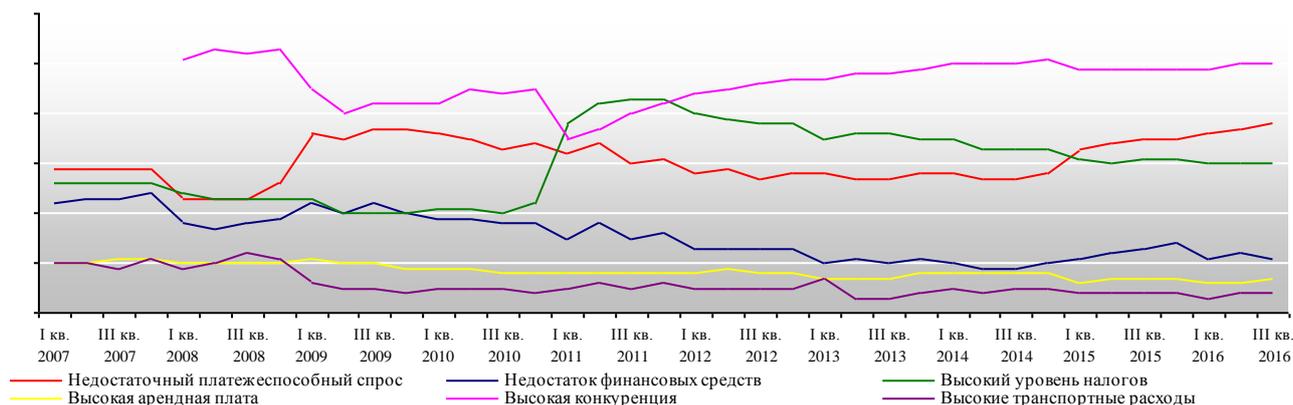
Рисунок 27. Оценка экономической ситуации в России в 2007–2016 гг.



Источник данных: данные ФСГС

<...>
Фактические изменения инвестирования в расширение деятельности, ремонт и модернизацию в III кв. 2016 года улучшились на * п.п. относительно показателя II кв. 2016 года (до * п.п.) и сократились на 8 п.п. относительно III кв. 2015 года. <...>

Рисунок 42. Ключевые факторы, ограничивающие деятельность торговых организаций России в 2007–2016 гг.



Источник данных: данные ФСГС

²⁸ Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок уровня складских запасов (с обратным знаком), изменения экономического положения в текущем квартале по сравнению с предыдущим и ожидаемого изменения экономического положения в следующем квартале (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателя не исключена. Баланс оценок изменения значения показателей (фактические изменения оборота розничной торговли; фактические изменения средней численности работников; уровень складских запасов, фактические изменения ассортимента товаров; цены реализации; средний сложившийся уровень торговой наценки; фактические изменения инвестирования в расширение деятельности, ремонт и модернизацию; перспективные изменения складских площадей; фактические изменения обеспеченности предприятий розничной торговли собственными финансовыми ресурсами; прибыль предприятий розничной торговли), определяемых как разность долей респондентов, отметивших "улучшение" и "ухудшение" показателя по сравнению с предыдущим кварталом (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателей не исключена.

Государственное регулирование розничной торговли

Закон «О торговле»

3 июля 2016 года Президент подписал Федеральный закон от 3.7.2016 №273-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» и Кодекс РФ об административных правонарушениях». Закон вступил в силу 15 июля 2016 года.

<...>

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. Реализация стратегии позволит отечественным товаропроизводителям иметь диверсифицированные, а главное, доступные каналы сбыта продукции, что является необходимым условием импортозамещения. <...>

Регулирование нестационарной торговли (НТО)

6 сентября 2016 года Правительство РФ подписало Постановление №885 «О мерах по поддержке розничных рынков продовольственных товаров», которым утверждены правила и порядок расчёта минимальной обеспеченности населения площадью торговых мест, используемых для продажи продовольственных товаров на розничных рынках. <...>

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.). Законом предусматривается поэтапный переход на применение ККТ, передающей информацию о расчетах, осуществленных с использованием наличных и электронных средств платежа через оператора фискальных данных в адрес налоговых органов в электронном виде: для вновь регистрируемой ККТ - с 1 января 2017 года, для применяемой в настоящее время ККТ - с 1 июля 2017 года, для лиц, на которых законопроектом возлагается ранее отсутствовавшая обязанность по применению ККТ, - с 1 января 2018 года. <...>

ЕГАИС

С 1 января 2016 года к ЕГАИС подключили оптовое звено. Практически все участники рынка столкнулись с неполадками в работе системы. Они фиксировали зависание на несколько часов, из-за чего производить учет порядка 80% продукции приходилось в ручном режиме, что отнимало много времени. К 1 июля 2016 года к системе должны были быть подключены большинство кассовых аппаратов в магазинах, торгующих алкоголем (для маленьких населенных пунктов предусмотрена годичная отсрочка – до 1 сентября 2017 года). <...>

Регулирование алкогольного рынка

В октябре 2016 года Минсельхоз разработал и внес на рассмотрение в профильные ведомства законопроект, который обяжет производителей вина с 1 июля 2017 года указывать на этикетках страну происхождения винограда. Законопроект предлагает ввести требование об указании на этикетке вина сведений о стране или странах происхождения винограда, виноградного сула или виноматериалов,



использованных для производства напитка. Новое требование предлагается ввести в действие с 1 июля 2017 года, обеспечив производителям переходный период для адаптации. Министр сельского хозяйства Александр Ткачев отмечает, что таким образом у отечественных производителей появится стимул закладывать больше виноградников, развивать российское виноделие. В 2015 году объем импорта виноградного вина составил 692,4 млн долл. <...>

Регулирование алкогольного рынка: акцизы

<...>

2 ноября 2016 года в первом чтении был принят Законопроект № 11078-7 «О внесении изменений в НК РФ и отдельные законодательные акты РФ (в части реализации отдельных положений основных направлений налоговой политики)». В частности законопроектом предлагается осуществить индексацию ставок акцизов на отдельные виды подакцизных товаров, установленные на 2017 год, с учетом реально складывающейся экономической ситуации, а также установить ставки акцизов на 2018-2019 гг. <...>

Регулирование табачного рынка

С 1 января 2017 года вступают в силу статьи о необходимости учета производства табачных изделий, их перемещения через таможенную границу, систем маркировки табачных изделий прописанных в законе «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака». В ноябре 2015 года по поручению Дворковича в Минсвязи прошло совещание по внедрению системы на основе, применяемой в «Почте России» системы отслеживания почтовых направлений. <...>

Сбор за проезд большегрузных автомобилей по федеральным автомобильным дорогам и международное дорожное регулирование



<...>

По данным ООО «РТИТС» за год работы «Платон» собрал 16,7 млрд руб. при планах Минтранса 20 млрд руб. Представитель РТИТС настаивает, что плата собирается в соответствии с прогнозом - к Новому году перевозки растут и, как ожидается, увеличатся и сборы. Главный результат работы системы - предоставление регионам 22,9 млрд руб. на ремонт дорог, строительство и ремонт мостов и путепроводов, говорится в сообщении Росавтодора. Первые собранные системой «Платон» 10,85 млрд руб. в мае правительство отдало на ремонт регионам, где дороги самые плохие. <...>

Национальная система адресной продовольственной помощи

В октябре 2016 года глава Минпромторга Денис Мантуров сообщил, что не исключает, что система продовольственной помощи нуждающимся гражданам может быть запущена в 2018 году. Ранее, замглавы Минпромторга Виктор Евтухов сообщал, что запуска системы продовольственной помощи нуждающимся гражданам в 2017 году не будет; не факт, что это произойдет и в 2018 году. По его словам, за время, прошедшее с момента выдвижения инициативы, в проект программы пришлось внести много уточнений. <...>

Торговый сбор в Москве и других городах

<...>

23 ноября 2016 года мэр Москвы Сергей Собянин подписал Закон «О внесении изменений в отдельные законы города Москвы». Законом в частности от уплаты сборов освобождаются те книготорговые организации, у которых доля площади для выкладки, демонстрации книг, газет и журналов составляет не менее 60% от общей площади объекта, а доля доходов от продажи печатной продукции в общем объеме доходов нарастающим итогом с начала календарного года составила не менее 60% по итогам периода обложения. <...>

Регулирование качества продовольственных товаров

С 1 января 2017 года в РФ вводится национальный стандарт ГОСТ Р 57022-2016 «Продукция органического производства. Порядок проведения добровольной

сертификации». Его целью является установление единого регламента добровольной сертификации производства органической продукции. В настоящий момент существуют многочисленные маркировки и сертификаты, заявляющие о том, что данный продукт изготовлен без использования пищевых добавок, синтетических удобрений и ГМО. Новый стандарт облегчит принятие решения в пользу выбора настоящей органической продукции. <...>

Регулирование интернет-торговли

<...>

5 декабря 2016 года МЭР опубликовало проект ФЗ «О внесении изменений в некоторые законодательные акты РФ в целях совершенствования порядка дистанционной торговли». Согласно законопроекту, покупатели не смогут возвращать в «дистанционные» торговые точки, к которым, например, можно отнести интернет-магазины, заказ товаров по каталогам или через «магазин на диване», товары надлежащего качества, которые включены в перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналоги. В этом списке предметы личной гигиены, парфюмерия и бытовая химия, чулочно-носочные изделия, посуда, книги и так далее. <...>

Прочие новости в сфере регулирования потребительского рынка

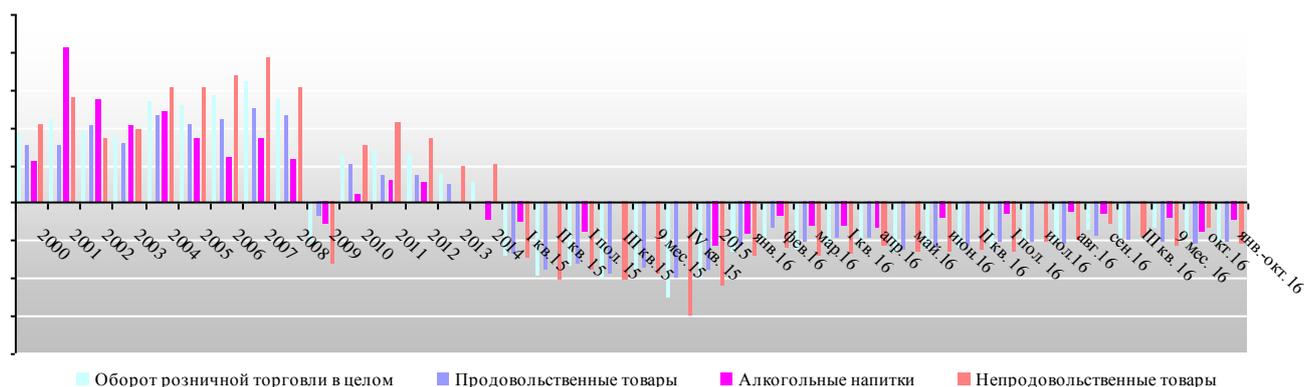
<...>

5 декабря 2016 года Президент РФ подписал Федеральный закон от 05.12.2016 № 413-ФЗ «О внесении изменения в статью 16 Федерального закона «О рекламе». Законом предусматривается увеличение максимального объёма рекламы, допускаемого к размещению в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, с 40 до 45 процентов объёма одного номера таких изданий, что обеспечивает возможность получения ими дополнительного финансирования. <...>

Структура оборота розничной торговли по видам товаров

В октябре 2016 года динамика розничного оборота в физическом выражении продемонстрировала снижение на *п.п. относительно октября 2015 года, в том числе по продовольственным товарам – на *п.п., непродовольственным – на *п.п., а по алкогольной продукции – на *п.п. <...>

Рисунок 47. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2016 гг., %



Источник данных: данные ФСТС

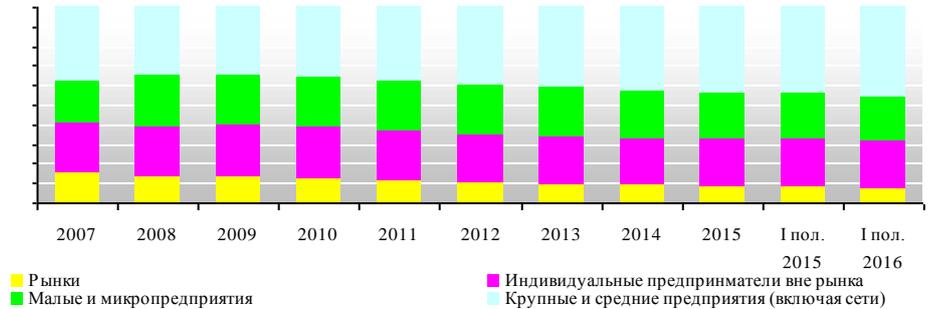
<...> Согласно текущей редакции НК РФ, ставка на крепкий алкоголь с Нового года должна вырасти с 500 до 523 руб. за литр безводного спирта. После того как с 1 июля 2016 года розница начала фиксировать данные о продаже алкоголя в ЕГАИС, функция МРЦ как инструмента контроля отошла на второй план, так как по какой бы цене водка не попадала в магазины, с нее в любом случае должен быть уплачен акциз и НДС. <...>

Структура оборота розничной торговли по видам организаций

В структуре оборота розничной торговли по видам организаций в I пол. 2016 года сохранилась тенденция снижения доли рынков (по итогам I пол. 2016 года на

*п.п. относительно I пол. 2015 года), а также малых предприятий – на *п.п. и индивидуальных предпринимателей – на *п.п. Доля крупных организаций (в основном торговых сетей) выросла на *п.п. к уровню I пол. 2015 года, субъектов среднего предпринимательства – на *п.п., а доля микропредприятий не изменилась. <...>

Рисунок 48. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2016 гг., по видам организаций, %



Источник: данные ФСГС

<...>
 В октябре 2016 года оборот розничной торговли на *% формировался торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, а доля розничных рынков и ярмарок составила *% (в октябре 2015 года – *% и *% соответственно).

Таблица 11. Оборот торговых организаций и рынков в 2011-2016 гг., млрд. руб.

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	9 мес. 15	9 мес. 16	III кв. 15	III кв. 16	Окт. 15	Окт. 16	Янв.- окт. 15	Янв.- окт. 16
Оборот розничной торговли	19104,3	21394,5	23685,9	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
торгующие организации	16898,4	19126,3	21453,8	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
продажа товаров на рынках	2205,9	2268,2	2232,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля торговых организаций, %	88,5	89,4	90,6	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля рынков, %	11,5	10,6	9,4	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные ФСГС

Региональная структура оборота розничной торговли

Региональная структура оборота розничной торговли России характеризуется нарастающей неравномерностью: в январе-октябре 2016 уже *% оборота года приходилось на 11 субъектов (Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Свердловская область, Краснодарский край, Самарская область, Республики Татарстан и Башкортостан, Тюменская область, Челябинская и Ростовская области). <...>

Рисунок 57. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-октябре 2015 года, %

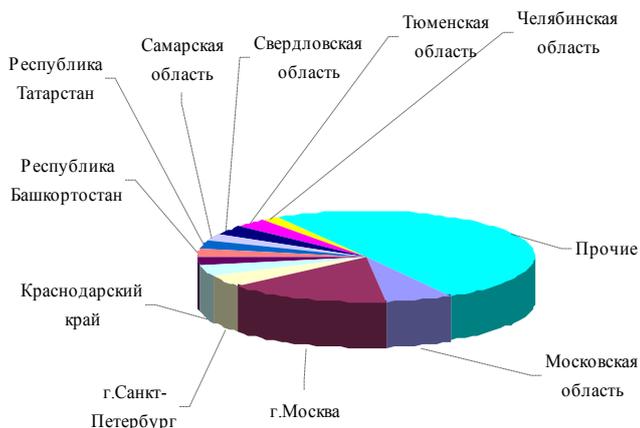
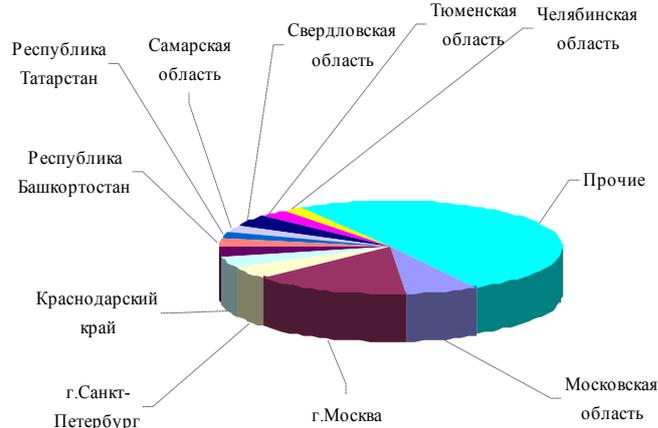


Рисунок 58. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-октябре 2016 года, %



Снижение в пределах 5% отмечалось в Самарской области (*%), Республике Башкортостан (*%), Оренбургской области (*%), Ростовской области <...>

Рисунок 59. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в январе-октябре 2015 года, %

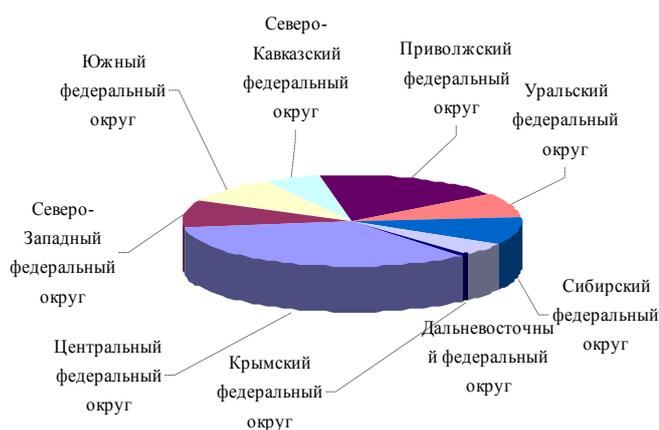
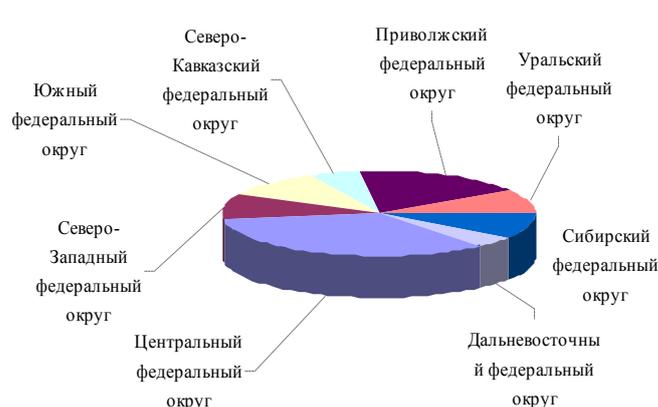


Рисунок 60. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в январе-октябре 2016 года, %



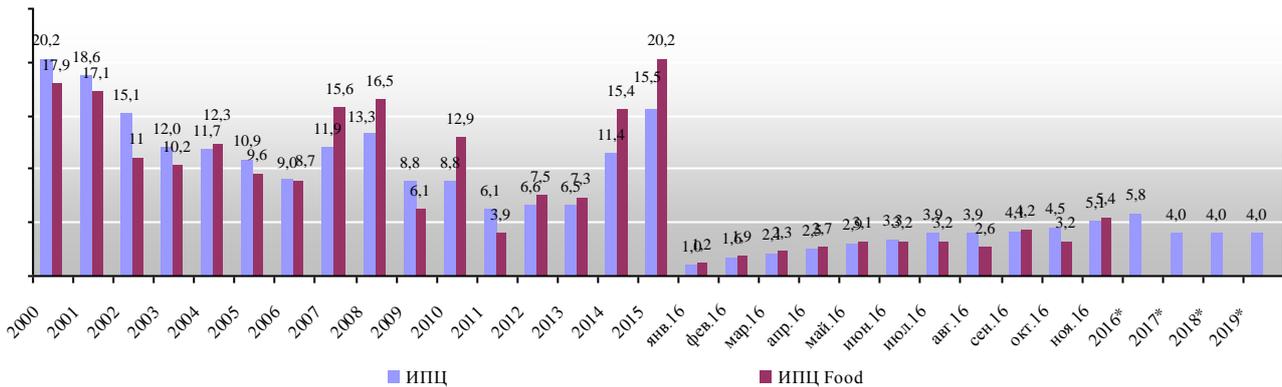
Источник: данные ФСТС <...>

Инфляция на рынке продовольственных товаров

Согласно обновленному базовому прогнозу МЭР на 2017-2019 гг. от 24 ноября 2016 года, в 2016 году (на конец года) инфляция составит *%, в 2017 году инфляция составит *%, в 2018 *% и в 2019 году – *%. Этот показатель входит в общий негативный прогноз экономического развития России в течение трёх ближайших лет. В документе, ухудшилось большинство показателей, по сравнению с аналогичным апрельским прогнозом. <...>



Рисунок 64. Индекс потребительских цен на конец периода в 2000-2016 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз на 2016-2019 (базовый) гг.



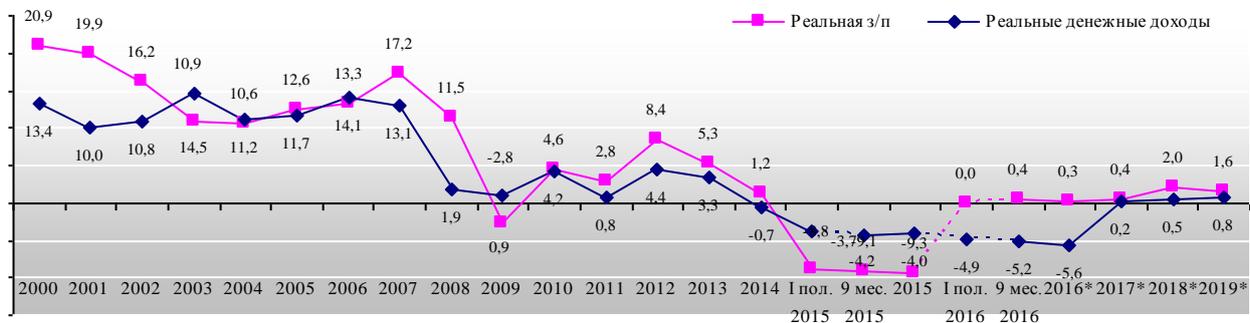
Источник: данные ФСГС

В ноябре 2016 года индекс потребительских цен составил *% к октябрю 2015 (в ноябре 2015 года – *%), индекс цен на продовольственные товары – *% (в ноябре 2015 года – *%), на непродовольственные товары – *% (в ноябре 2015 года – *%), на услуги – *% (в ноябре 2015 года – *%). <...>

Доходы и расходы населения

За январь-октябрь 2016 года реальные доходы населения снизились на *% (за январь-октябрь 2015 года на *%), а реальная заработная плата за январь-октябрь 2016 года увеличилась на *%, в то время как в январь-октябрь 2015 года сократилась на *%. Согласно базовому прогнозу МЭР от 24 ноября 2016 года реальные доходы населения в 2016 году сократятся на *. <...>

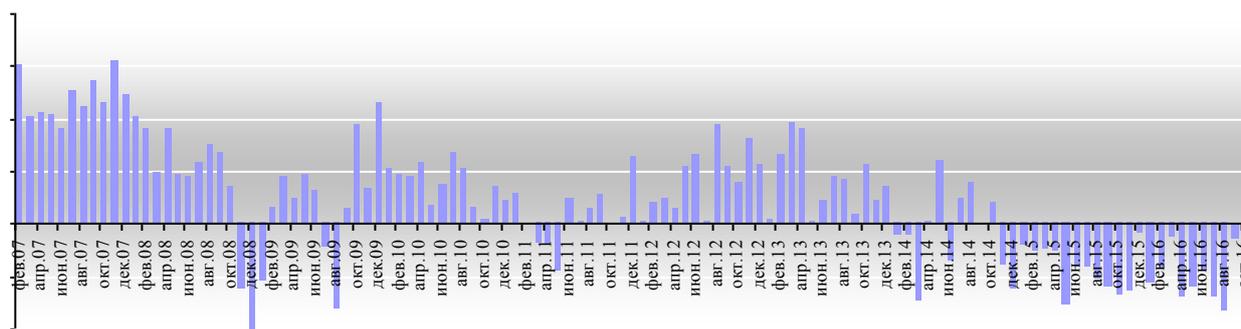
Рисунок 71. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2016 гг. и прогноз на 2016-2019 гг. (базовый), %



Источник: данные ФСГС

1 июля 2016 года Президент РФ подписал №164-ФЗ «О внесении изменения в статью 1 Федерального закона «О минимальном размере оплаты труда». Законом устанавливается МРОТ с 1 июля 2016 года в сумме 7,5 тыс. руб. в месяц (увеличение на 20,9%). При этом его соотношение с прогнозируемой величиной прожиточного минимума трудоспособного населения оценивается в 64,7%. Предполагается, что на повышение заработной платы работникам, получающим заработную плату на уровне МРОТ, необходимо будет направить финансовые средства в объеме 6,1 млрд. руб. (около 0,03% от фонда оплаты труда). <...>

Рисунок 78. Темпы роста реальных доходов населения в 2007-2016 гг., % к аналогичному периоду пред. года



Источник: данные ФСГС

Состояние банковской системы и динамика кредитов и депозитов населения

28 октября 2016 года ЦБ РФ принял решение не менять ключевую ставку, сославшись на высокие инфляционные ожидания и макроэкономические риски для целевого уровня инфляции на 2017 год (4%). В своем комментарии ЦБ РФ отметил рост инфляционных ожиданий и сообщил, что текущая ставка может остаться неизменной до I кв. 2017 года или до II кв. 2017 года. ЦБ РФ также отметил некоторое улучшение макроэкономических трендов в России и ожидает положительного роста ВВП в IV кв. 2016 года, однако прогноз темпов роста остается невысоким – менее 1% год к году в 2017 году. <...>

Рисунок 81. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.

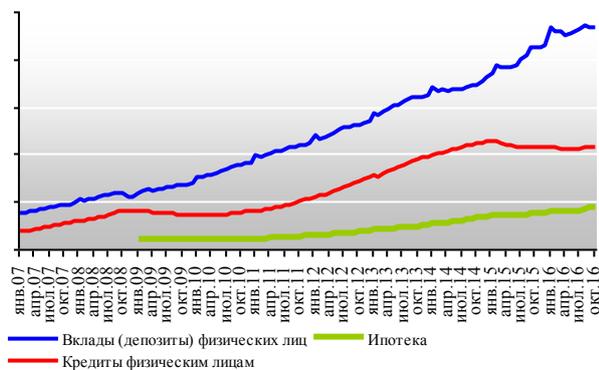
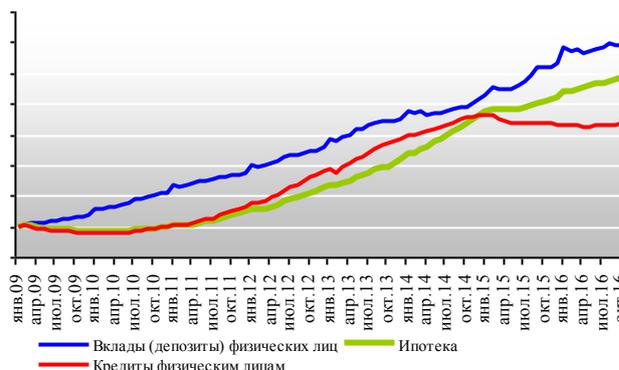


Рисунок 82. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2009 года



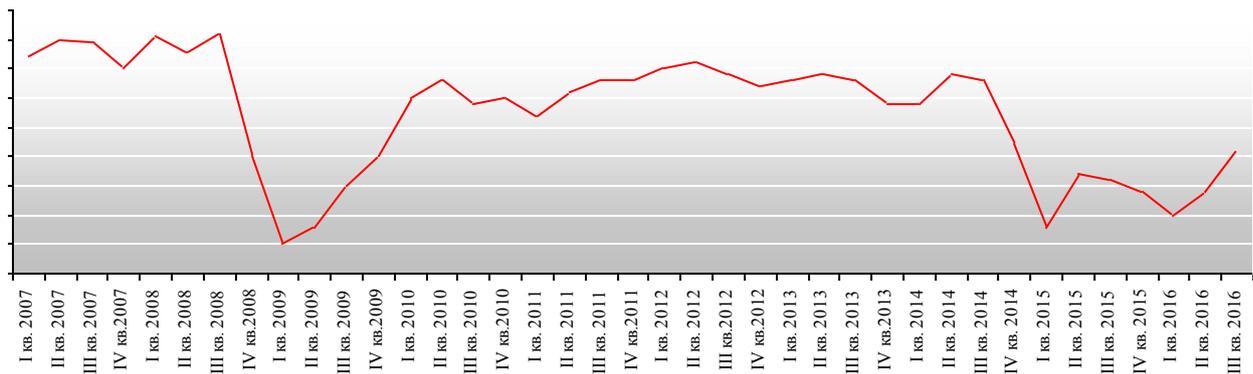
Источник: данные ЦБ РФ

Потребительские ожидания и уверенность населения

Несмотря на сохранение сложной ситуации в экономике, население демонстрирует восстановление спроса. В августе ЦБ РФ отметил, что восстановление спроса по группе товаров с высокой ценовой эластичностью увеличивает инфляционный риски уже в 2017 году. Кроме того, продолжает усугубляться положение с повышенным уровнем кредитной нагрузки для части населения. <...>



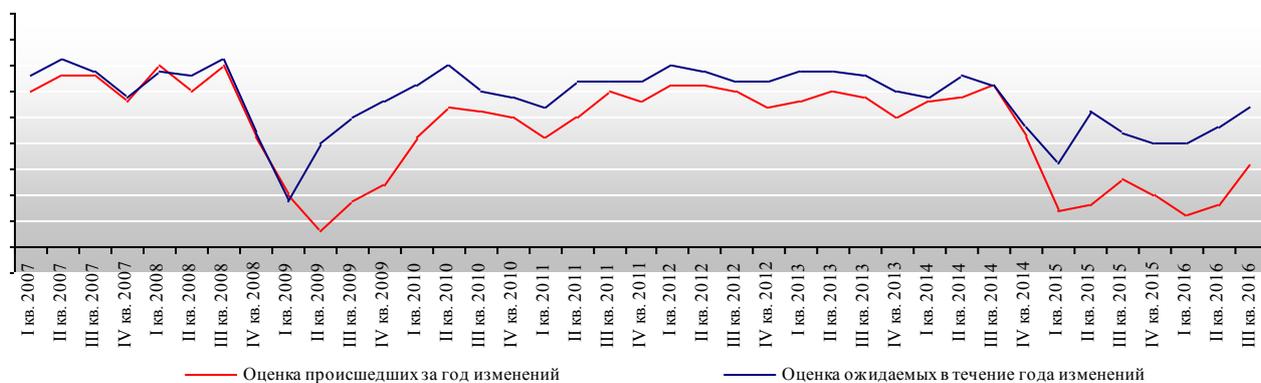
Рисунок 87. Индекс уверенности потребителей России 2007–2016 гг.



Источник данных: данные ФСГС

<...> Индекс произошедших изменений в личном материальном положении увеличился на * п.п. и составил * против * во II кв. 2016 года. <...>

Рисунок 89. Оценка личного материального положения потребителями России в 2007–2016 гг.



Источник: данные ФСГС

<...>

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Полные тексты разделов содержат: динамику макроэкономических показателей розничной торговли (оборот в целом, по продовольственным и непродовольственным товарам), описание структуры оборота розничной торговли (по товарным категориям, по видам торгующих организаций, по регионам), анализ динамики доходов и расходов населения, а также потребительских ожиданий и уверенности населения, уровню и темпам развития инфляции. Раздел "Государственное регулирование розничной торговли" содержит оперативную информацию по "Закону о торговле" (подзаконным актам, итогам заседаний рабочих групп и др.).

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Раздел II. Основные события в розничной торговле FMCG

О продлении контрсанкций, ограничивающих поставки продовольственных товаров из ЕС, США и некоторых других стран

<...> В ноябре 2016 года президент Владимир Путин, отвечая на вопрос, прозвучавший на Форуме действий Общероссийского народного фронта, заявил, что российское эмбарго на ввоз продовольствия из стран ЕС будет продолжаться «как можно дольше. Представитель из Калининграда Виктора Гофмана попросил Путина «ни в коем случае не отменять санкции, так как мы от этого зависим». <...>

Значимые события января-октября 2016 года

Международные проекты в ритейле FMCG

<...> В декабре 2016 года стало известно, логистическая компания Cainiao, совладельцем которой является Alibaba Group, планирует выйти на российский рынок и открыть здесь представительство. Российской офис Cainiao возглавит Алекс Васильев, вице-президент китайской компании LeEco в России и Восточной Европе. Господин Васильев сообщил: «16 декабря мой последний день работы в LeEco». <...>



Новые проекты российских компаний в ритейле FMCG

<...> В ноябре 2016 года стало известно, что гендиректор девелоперской ГК Accent и бывший акционер сети «Копейка» Александр Самонов запускает новый розничный проект формата дрогери «Акцент». Первый магазин откроется в Москве до конца 2016 года. Информацию подтвердили несколько источников, в том числе один из трех основателей «Копейки» Артем Хачатрян (до 2007 года владел вместе с Самоновым и Ломакиным 50% акций компании). Он сообщил, что знаком с планами по запуску нового проекта, но комментировать подробности отказался. В головном офисе Accent отказались подробно говорить о своих планах. «Сначала мы должны открыть первые магазины и понять концепцию, в которой будет работать сеть. Концепция пока до конца не ясна, много нюансов», — заявила помощник генерального директора Виктория Рубкевич. <...>

Онлайн-проекты российских компаний в ритейле FMCG

<...> 3 ноября 2016 года Mail.ru Group подписала соглашение о покупке 100% сервиса по доставке еды Delivery Club у холдинга FoodPanda. Сумма сделки составит 100 млн долл. Дмитрий Гришин, председатель совета директоров Mail.ru Group сообщил: «Вся сумма будет выплачена денежными средствами, из них 90 млн долл. будут выплачены в ноябре 2016 года, остальные 10 млн долл. – в 2017 году. Mail.ru Group полностью консолидирует Delivery Club в финансовой отчетности с момента закрытия сделки и будет раскрывать финансовые результаты на сопоставимой основе». А холдинг FoodPanda (на 49,1% принадлежит Rocket Internet), который продал Delivery Club, теперь сосредоточится на развитии на рынках Азии, Ближнего Востока и Восточной Европы. В Mail.ru Group добавили, что пока что не планируют вносить изменения в работу Delivery Club. «Мы будем использовать все свои ресурсы для развития сервиса», – сказали в компании. Напомним, сервис Delivery Club основан в 2009 году Леоном Оганесяном и Анной Шкириной. Компания закрыла несколько раундов инвестиций на общую сумму 12 млн долл. от фондов Phenomen Ventures, Guard Capital и AddVenture, а в 2014 году 100% сервиса выкупила FoodPanda. Сейчас с ним работает более 4,5 тысяч ресторанов и несколько сотен служб доставки (в том числе, собственная). В первом полугодии выручка компании составила 296 млн руб., показатель EBITDA был близок к нулю. <...>



Важнейшие события, способные оказать влияние на розничную торговлю FMCG России

Пищевая промышленность и рынок продовольственных товаров

<...> 25 ноября 2016 года Президент России Владимир Путин подписал закон от 22 ноября 2016 года №397-ФЗ о внесении поправок в федеральный бюджет РФ на 2016 год. Данным законопроектом предусматривается, в частности,



сокращение в т.г. бюджетных расходов на госпрограмму развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельхозпродукции, сырья и продовольствия на 9,4% - до 214,79 млрд. руб. Первоначально в федеральном законе о бюджете РФ на 2016 г. расходы на поддержку АПК запланированы на уровне 237 млрд. руб. Закон был принят Госдумой России 9 ноября, одобрен Советом Федерации РФ 16 ноября т.г. и вступает в силу со дня его официального опубликования. <...>

Деятельность АНО «Роскачество»

<...>

21 ноября 2016 года на основании решения Госкомиссии по противодействию незаконному обороту промышленной продукции о расширении товаров для тестирования Роскачеством и включении алкогольной продукции, в АНО «Роскачество» стартовало исследование игристых полусладких вин. Будет закуплено около 60 образцов полусладких игристых вин. В исследование войдут вина, произведенные в России, Белоруссии, Испании, Франции, Италии, Грузии, Абхазии и Украине. Потребительские тесты охватят, в том числе, отечественные вина Крыма, Кабардино-Балкарии, Краснодарского края, Ленинградской области, Дагестана. В течение месяца в аккредитованных лабораториях образцы исследуют по 30 показателям качества и безопасности. <...>

Деятельность специалистов ИА «INFOLine»



В ноябре 2016 года специалисты **ИА INFOLine** завершили подготовку нового отраслевого Обзора «200 строящихся и планируемых к строительству проектов торговых центров РФ. Проекты 2017-2020 гг.». В I полугодии 2016 года в России были введены в эксплуатацию 18 торговых центров, общей площадью около 541,6 тыс. кв. м. Специалисты **ИА INFOLine** включили в новый отраслевой Обзор проекты крупнейших торговых центров с объемом инвестиций от 50 до 150 млн долларов. Общий объем инвестиций в проекты, описанные в обзоре, составляет почти 13,5 млрд долларов. Обзор включает в себя информацию о крупнейших инвестиционных проектах торговой инфраструктуры РФ. В описании каждого объекта дана основная информация о нем, к примеру, указание назначения объекта, его местоположение, текущая стадия строительства, срок завершения работ, объем инвестиций. В ходе подготовки Обзора было выявлено, что в России запланированы к возведению более 100 торговых центров, которые включены в состав проектов комплексного освоения территорий. При этом 20 проектов строительства торговых центров будут завершены к концу 2018 года. В настоящее время в ходе проектирования новых микрорайонов девелоперы планируют строительство торгового или торгово-развлекательного комплекса, поскольку наличие подобной инфраструктуры повышает качество жизни новоселов, и, соответственно, повышает привлекательность жилья. Как отмечают специалисты **ИА INFOLine**, эти объекты, в сравнение с самостоятельными проектами, имеют более высокие шансы на реализацию. Выполнение сроков строительства торговых центров в составе крупных девелоперских проектов гораздо более вероятно, чем у самостоятельных объектов, поскольку при их возведении будут задействованы те же строительные мощности, что и при возведении всего комплекса.

Обзор содержит следующую информацию:

- Текущее состояние и перспективы развития торговой инфраструктуры;
- Описание 200 инвестиционных проектов строительства торговых объектов, реализуемых в настоящее время;
- Планы девелоперов по развитию сетей торговых комплексов;
- Планируемые инвестиции 2017-2020 гг. в торговую недвижимость.

Важно! В описание каждого проекта включена контактная информация всех участников строительства (заказчика, инвестора, застройщика, генерального подрядчика, проектировщика, поставщиков оборудования и других участников проекта). Благодаря этой информации Обзор становится **ПОЛНОСТЬЮ ГОТОВЫМ** инструментом для поиска новых клиентов и партнеров.

Для того чтобы получить более подробную информацию о продуктах и услугах INFOLine, свяжитесь с нами по телефонам +7(812)322-6848 или +7(495)772-7640, а также по электронной почте str@allinvest.ru

Чтобы получить **БЕСПЛАТНО** подробное описание ТОП-5 проектов строительства торговых центров РФ необходимо отправить **ЗАПРОС**

23-24 ноября 2016 года в Центре Международной торговли прошел VII Международный форум Fresh Food Russia 2016, посвященный продукции фреш-категории, собственному производству в розничных сетях и фирменной рознице производителей. Организатором форума выступило ВВCG (B2B Conference Group). Открылся форум *пленарной сессией «Развитие концепций свежей еды и собственного производства в сетях. фокус на качество и ассортимент»*. Модератором пленарной сессии выступил *Иван Федяков*, Генеральный директор **ИА INFOLine**.

Спикерами выступили:

- Валерий Вергун, вице-президент по внешнеэкономической деятельности ГК «ДИКСИ»;
- Евгений Громыко, заместитель Министра сельского хозяйства (выступление согласовывается);
- Максим Протасов, Руководитель Роскачество;
- Юрий Сударев, владелец «Овощевод» (Ботаника), и другие

Среди ключевых тем были:

- Развитие концепции свежей еды и собственного производства в сетях;
- Развитие категории фреш в России глазами больших розничных сетей;
- Fresh-взгляд производителя на категорию ultra-fresh;
- Модернизация собственного производства в сетях;
- Эффективное взаимодействие сетей и производителей в категориях фров и фреш продукции;
- Технологические решения по сохранению качества и безопасности продукции собственного производства и фреша в сетях;
- Технологии продаж свежей продукции. Европейский опыт;
- Продвижение свежей продукции и продукции собственного производства в сетях;
- Качественные решения для минимизации издержек при производстве и продаже продукции фреш/ультрафреш.

Традиционно на форуме состоялась сессия переговоров о поставках продукции категории Fresh в розничные сети. Приняли участие категорийные менеджеры и руководители по закупкам сетей «Пятерочка», «Перекресток», X5 Retail Group, «Гипер глобус», Billa, ГК «Дикси», «ВкусВилл», «Лента», «Азбука Вкуса», «Оливье», «Утконос», «Магнит», «Мясновъ», ФЗС, Эко-маркет Коньково, «Даниловский рынок», «Командор» (Красноярск), «Эссен» (Елабуга), «Пчелка» (Самара), «Орион» (Волгоград), «НАШ» (Йошкар-Ола), «Горизонт» (Муром).

25 ноября 2016 года прошла деловая экскурсия в «Маркет» от «Азбуки Вкуса», экомаркет «Город – Сад» и супермаркет Billa.

ИА INFOLine предлагает услуги по выполнению индивидуальных (заказных) исследований. Заказные исследования от INFOLine – это комплекс услуг, выполненный по индивидуальному запросу и потребностям клиентов. Информационно-аналитическое агентство INFOLine ежегодно выпускает более 150 заказных исследований для ведущих российских и международных компаний. Индивидуальные исследования призваны решать более узкие и специализированные задачи, среди которых: индивидуальный прогноз развития рынка или отрасли, SWOT, PEST- анализ, мониторинг цен, базы ВЭД, мониторинг цен, новинок, инвестиционных проектов и многое другое. Специалисты INFOLine предлагают Вам воспользоваться всеми возможностями услуги индивидуальное (заказное) исследование. Для этого необходимо оформить заявку на проведение индивидуального исследования, заполнив небольшую анкету.

Для заполнения анкеты перейдите [по ссылке](#).

После получения от Вас анкеты специалисты INFOLine оценят объем работы, сроки реализации, источники информации и методы исследования, а также параметры бюджета, после чего свяжутся с Вами и направят коммерческое предложение и дополнительные вопросы, если такие потребуются. Анализ анкеты занимает 2-4 часа, и в большинстве случаев мы направляем ответ в день заявки. Воспользовавшись услугами Индивидуального исследования от INFOLine, Вы получите:

- Уникальность информации. В отличие от инициативных информационных продуктов индивидуальные исследования включают в себя уникальные методы сбора и обработки информации и четкие параметры для анализа. Благодаря этому Вы получаете исследование, которое будет недоступно Вашим конкурентам.



- Объективность данных. Агентство INFOline является одним из лидеров российского рынка аналитики, мониторингов и исследований. Накопленная специалистами INFOline информационная база позволяет предоставлять максимально точные и репрезентативные данные, достоверно отражающие ситуацию на рынке
- Оперативность предоставления результата. Сроки и периодичность заказных исследований устанавливаются индивидуально, что позволяет Вам уверенно планировать дальнейшую стратегию развития Вашей компании.

Если у Вас появились дополнительные вопросы, то Вы можете задать их специалистам INFOline по телефонам +7(812)322-6848 или +7(495)772-7640, а также по электронной почте: mail@advis.ru

С 15 по 17 ноября 2016 года в Санкт-Петербурге прошла XXV Международная продовольственная выставка «Петерфуд». Генеральный директор **ИА INFOline Иван Федяков** выступил в качестве модератора и спикера сессии «Бренды под натиском СТМ: перспективы и риски для производителей», а также принял участие в Пленарной сессии «Приподнимаем завесу тайны: закупка некоммерческого ассортимента сетями. Новинки торгового оборудования». Делегаты мероприятий получили возможность услышать доклад о тенденциях развития розничной торговли в России с актуальными аналитическими данными **ИА INFOline**. В своем докладе эксперт рассказал, что по итогам октября 2016 года серьезное снижение темпов роста выручки показали крупные российские торговые сети «Магнит» и «Дикси» - прирост выручки составил 10,5% и 8,5% соответственно. Российский ритейлер X5 Retail Group, занимающий 2 место в рейтинге **INFOline Retail Russia TOP-100**, сохранил высокие темпы роста объемов продаж в октябре, увеличив выручку на 30% по сравнению с октябрём 2015 года. Как отметил Иван Федяков, снижение темпов роста выручки сетей «Магнит» и «Дикси» связано с замедлением продовольственной инфляции, которая снизилась на 0,2 п.п. по сравнению с 2015 годом. Сохранению темпов роста сеть X5 Retail Group обязана инвестиционной активностью компании и проводимому современному ребрендингу и редизайну сети «Пятерочка». По мнению эксперта, это позволило переманить к себе клиентов из других сетей шаговой доступности.

Говоря об инвестиционной активности крупнейших сетей FMCG, Иван Федяков отметил, что в 2016 г. ритейлеры продолжают наращивать количество объектов, хотя и чуть меньшими темпами по сравнению с 2015 годом. По данным нового Исследования **INFOline Retail Russia TOP-100**, лидерами по приросту торговых площадей в I полугодии 2016 года стали X5 Retail Group, «Магнит», ГК «ДИКСИ» и «Лента». Как показали данные мониторинга INFOline, совокупная доля двух крупнейших ритейлеров FMCG России, X5 Retail Group и «Магнит», достигла максимума и составила более 64%. При этом, как отметил Иван Федяков, доля X5 Retail Group в приросте увеличилась сразу на 17,5 п.п. до 39,2%.

Для получения презентации Ивана Федякова о развитии рынка розничной торговли в России отправьте **запрос**.

В основу Выступления Ивана Федякова легли следующие информационные продукты:

- Рейтинг крупнейших ритейлеров России **INFOline Retail Russia TOP-100** и Исследование «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ», подготовленные на основе анализа деятельности и операционных показателей 1000 компаний розничной торговли страны; «Аналитическая база: «700 торговых сетей FMCG РФ - 2016 год»;
- Исследование «Рынок DIY России. Анализ регионов, тенденции 2016 года и прогноз до 2018 года»;
- «Аналитическая база 600 универсальных и специализированных торговых сетей DIY России»;
- Материалы, составляющие основу ежедневно обновляемого продукта компании «Тематические новости: Розничная торговля РФ».

Узнать подробнее о продуктах INFOline по направлению "Розничная торговля" Вы можете по e-mail: retail@infoline.spb.ru или по телефонам +7 (812) 3226848, +7 (495) 7727640. Также вы можете воспользоваться чат сервисом в правой части этой страницы.

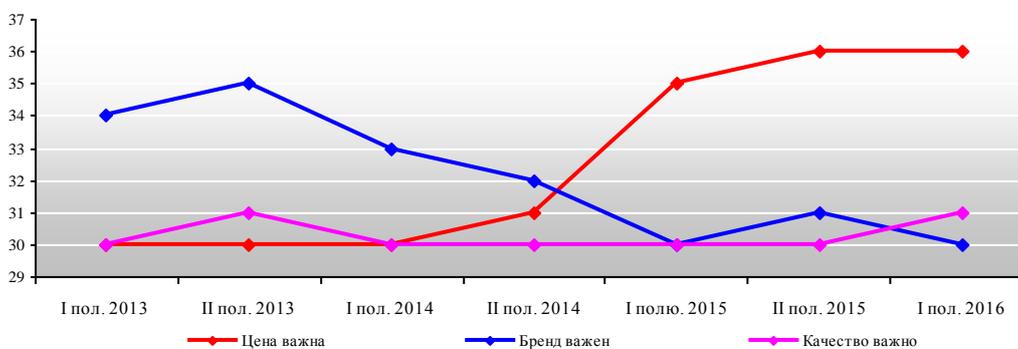
*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

Кейс «Потребительское поведение россиян»

Потребительское поведение населения

В ноябре 2016 года по данным регулярного исследования РосИндекс²⁹ компании Ipsos Comcon, стало известно, что кризисные тенденции в покупательском поведении сохраняются: в I пол. 2016 года важность цены для россиян старше 16 лет, проживающих в городах с населением 100 тыс. человек и более, сохранилась на уровне 36%. Тогда как в 2013 году на цену ориентировались в первую очередь только 30% покупателей. Более того, продолжает расти число покупателей товаров по специальным предложениям и со скидками (41% в I пол. 2016 года, по сравнению с 35% в I пол. 2013 года). При этом в I пол. 2016 года значительно больше россиян стали уделять внимания качеству товаров. Важность качества отметили 31% опрошенных по сравнению с 30% в I пол. 2015 года. Интересно отметить, что в I пол. 2016 года впервые с 2013 года число покупателей, для которых важно качество товара, оказалось выше, числа тех, для кого важен бренд.

Рисунок 91. Соотношение цены-бренда-качества в покупательском поведении, %



Источник: данные Ipsos Comcon

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Раздел содержит кейс по ключевым событиям, произошедшим в розничной торговле за рассматриваемый период времени.

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Раздел III. События и планы развития торговых сетей FMCG

«Магнит», ПАО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный», «Магнит-Косметик»

«Магнит», ПАО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный»



Название компании: *Магнит, ПАО (Тандер, АО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный»)* Адрес: 350072, г. Краснодар, ул. Солнечная, 15 / 5 Телефоны: (861) 2109810 Телефон горячей линии: 88002009002 Факсы: (861) 2109810 E-Mail: info@gw.tander.ru Web: www.magnit-info.ru Руководитель: Галицкий Сергей Николаевич, генеральный директор; Помбухчан Хачатур Эдуардович, председатель совета директоров

Развитие сети

По состоянию на 1 ноября 2016 года общее количество магазинов сети «Магнит» составляло 13497 (10213 магазинов у дома, 228 гипермаркет «Магнит»,

²⁹ РосИндекс — ежеквартальное исследование компании Ipsos Comcon. Это самый масштабный проект по изучению потребителей в России.



180 супермаркетов «Магнит Семейный», 2896 «Магнит Косметик»). Общие торговые площади сети составили 4866,28 тыс. кв. м. <...>.

В 2016 году «Магнит» планирует открыть до 80 гипермаркетов, 1000-1100 магазинов у дома и 1200 магазинов «дрогери», что несколько меньше чем в 2015 году. При этом «Магнит» не планирует экспансии за рубежом и выход в соседние государства и сфокусирован на российском рынке. А в октябре 2016 года Сергей Галицкий сообщил, что в 2017 году ритейлер может несколько ускорить темпы открытия магазинов. Он указал, что сеть придает значение не количеству объектов, а их эффективности. В этом году количество открытий может быть меньше, поскольку компания одновременно работает над закрытием неэффективных магазинов.

В июле 2016 года Сергей Галицкий в ходе телеконференции с аналитиками и инвесторами заявил, что готов представить новую концепцию магазинов. Так, изменилась основная цветовая гамма магазинов. Если раньше основными цветами были красный и белый, то теперь стены и напольное покрытие окрашены в серый цвет. Таким образом, делается акцент на товаре. Также в планировке нового магазина предусмотрено место и оборудование для промоакций. Увеличена доля отдела товаров категории fresh. Сергей Галицкий также уточнил, что концепция будет дорабатываться. Открытие магазина нового формата обходится на 15-17% дороже обычного, поэтому, прежде чем реформатировать все магазины сети, руководство «Магнита» будет оценивать эффективность новой концепции. Учитывая заявленные темпы, к 2020 году будет обновлено 1,6–2 тыс. «Магнитов» в формате «магазин у дома». «Потребители становятся более требовательными. Для них важна не только цена, но и опыт, качество продуктов. Покупатели переключаются с больших трат и больших гипермаркетов на удобные магазины с доступными ценами. Формат «магазин у дома» все более востребован, и не только в больших городах, – отметил Боб Дамен, креативный директор Josde Vries The Retail Company, занимавшейся редизайном «Магнита». – В процессе разработки мы ставили целью эволюцию концепции магазинов «Магнит», а также привлечение новых целевых групп, не оттолкнув при этом существующих покупателей. Основа концепции сети «Магнит» – обновленный брендинг и новый подход к проектированию торгового пространства». «У нас нет задачи быть первыми, у нас задача быть эффективными для акционеров, – заявил Сергей Галицкий. – Мы должны быть понятными, платить дивиденды и быть прибыльными». В июле-августе 2016 года были открыты два пилотных магазина в Краснодаре, один – в Нижнем Новгороде. Готовится открытие «Магнита» у дома в Санкт-Петербурге. 9 сентября 2016 года состоялось праздничное открытие магазина в новой концепции в Москве на Ленинградском проспекте, 77, корпус 1, торговой площадью 450 кв.м. Магазин нестандартной Г-образной формы, полностью выполнен в новом брендинге формата «у дома». В новой концепции «Магнита» используется единый принцип для всех магазинов – фреш-отделы сразу при входе. В «Магните у дома» зона со свежими товарами расширена с 15 до 25%. В оформлении магазина использован графический стиль. Задействованы материалы, имитирующие дерево и оригинальные шрифты. Графика лаконична, но дает магазину дополнительную эмоцию. У среднестатистического покупателя «Магнита» – 4 товара в чеке, сумма чека около 350 руб. В новом концепте основную роль играют экспресс-кассы. Они компактны и позволяют быстрее совершить покупку, поэтому магазинах малых размеров будут только такие кассы. За ними по принципу «киоска» выставляется дорогой алкоголь, икра, конфеты, сигареты, импульсные товары нон-фуд (батарейки, бритвы). В типовых магазинах количество кассовых боксов с конвейерными лентами минимизировано до двух. Кроме того, добавлено акцентное освещение (над отделом «фрукты и овощи» подсвечена навигация). В октябре 2016 года Сергей Галицкий сообщил: «До конца года мы сможем отремонтировать в новом формате 150-160 магазинов. На следующий год мы видим, что это будет минимально тысяча магазинов, может, полторы тысячи». Он отметил, что компания оптимистично смотрит на программу обновления магазинов, хотя и несколько опоздала с ее проведением. В целом «Магнит» доволен результатами. «Все новые магазины с 15-20 октября открываются в новом формате. Давно работающие магазины, которые мы отремонтировали, показывают рост продаж от 20% до 60%. В среднем – около 30-35%», – указал он. При этом Галицкий отметил, что на рост продаж повлияло не только обновление объекта, но и некоторые другие изменения, в том числе – в ассортиментной матрице. Инвестиции в реконструкцию одного магазина составляют в районе 100-130 тыс. долл.

В 2015 году инвестиции составили 54 млрд рублей, из которых 36,231 млрд руб. пришлось на недвижимость и 15,75 млрд руб. на оборудование. Из 67 млрд руб.,



планируемых на 2016 год, «Магнит» собирается потратить на недвижимость и 41 млрд руб., 23 млрд руб. на оборудование, 2 млрд руб. на землю и 1 млрд руб. на прочее имущество. «Магнит» в годовом отчете уточняет, что имеет доступ к заемным средствам на сумму 199,7 млрд руб., из которых 151,8 млрд руб. к началу 2016 года оставались неиспользованными.

По состоянию на 1 октября 2016 года общая численность работников компании «Магнит» составила 261,148 тыс. чел., из которых персонал магазинов составляет 191,55 тыс. чел., 35,539 – работники РЦ, 21,021 – сотрудники филиалов, 10,598 – персонал головной компании, 2,44 – прочие. По итогам 9 мес. 2016 года средняя заработная плата работников компании «Магнит» составила 31,65 тыс. руб., а рост заработной платы за 9 мес. 2016 года – 11%.

По состоянию на 1 октября 2016 года структура акционерного капитала компании «Магнит» была представлена следующим образом: Галицкий С.Н. – 35,1%, Laverno Ltd. – 0,8%, прочее (Гордейчук В.Е. (2,3%), менеджмент, собственные акции, выкупленные у акционеров (0,4%)) – 2,7%, free float – 61,4%. В феврале 2016 года Сергей Галицкий рассказал аналитикам и инвесторами на встречах в Лондоне и Нью-Йорке, что планирует в ближайшие годы продавать около 1-1,5% компании «Магнит» в год. В конце марта 2016 года Сергей Галицкий передал кипрской Laverno 3,56% акций ПАО «Магнит» и снизил в нем прямую долю до 35,11%. А в июле 2016 года Сергей Галицкий сообщил, что продолжит продавать акции компании.

9 ноября 2016 года миноритарный акционер ПАО «Магнит» Владимир Гордейчук продал 1,2 млн акций (1,27%) по цене 148,926 долл. за бумагу. Таким образом сумма сделки составила 178,711 млн долл. По данным ПАО «Магнит», на конец сентября 2016 года Гордейчуку принадлежали 2,33% «Магнита»; на протяжении последних лет он постепенно сокращал долю своего участия в компании: до IPO в 2006 году у Гордейчука было 5,5% акций ПАО «Магнит». После сделки его доля в уставном капитале снизилась до 1,06%. Напомним, что в начале 2016 года Гордейчук досрочно покинул должность гендиректора операционной компании АО «Тандер», но остался членом совета директоров «Магнита».

Итоги деятельности и прогнозы

Чистая выручка сети «Магнит» за 9 мес. 2016 года составила 790,137 млрд руб., увеличившись на 14,44% к уровню 9 мес. 2015 года. По итогам 9 мес. 2016 года EBITDA по МСФО выросла на 6,84% в годовом выражении – до 80,254 млрд руб. В феврале 2016 года Сергей Галицкий сообщал, что прибыльность «Магнита» в 2016 году может снизиться, однако сокращение не будет существенным. «Хоть мы и самая эффективная российская сеть, в этом году мы понизим, наверное, прибыльность. И каждый год это будет происходить. Не думаю, что существенно», – сказал он. По его словам, будет замедляться и рост выручки сети. А в июле 2016 года Сергей Галицкий заявил, что по итогам 2016 года выручка сети может вырасти на 14-16% (ранее планировалось 17-18%). Говоря о снизившейся рентабельности по прибыли «Магнита» до налогов, процентов и амортизации (показателю EBITDA), Галицкий предположил, что к концу 2016 года она может составить 10-10,5%.<...>

Ключевые финансовые показатели компании «Магнит» (по форматам) за III кв., I пол., 9 мес. 2015-2016 гг. по МСФО и за октябрь 2015-2016 гг. по УО представлены в таблице ниже (в скобках – отрицательные показатели).

Таблица 3. Ключевые финансовые показатели компании «Магнит» в 2015-2016 гг.

Показатель	Формат	1 пол. 15	1 пол. 16	III кв.	III кв.	9 мес.	9 мес.	Окт. 15	Окт. 16	Янв.-окт. 15	Янв.-окт. 16
		(МСФО)	(МСФО)	2015	2016	2015	2016				
	Магнит	338,434	385,027	173,912	197,69	512,346	582,717	58,788	64,881	571,134	647,598
	Гипермаркет Магнит	79,371	78,956	38,897	38,338	118,268	117,294	12,518	12,009	130,786	129,303
	Магнит Семейный	20,337	27,493	10,979	14,256	31,316	41,749	3,831	4,572	35,147	46,321
	Магнит Косметик	15,556	27,982	11,162	16,999	26,718	44,981	3,904	5,837	30,622	50,818
	Розничная выручка	453,698	519,459	234,95	267,282	688,648	786,741	79,041	87,3	767,689	874,041
	Оптовые продажи	1,111	2,069	0,684	1,327	1,794	3,396	-	-	-	-
	Общая выручка	454,809	521,528	235,634	268,609	690,443	790,137	-	-	-	-
	Магнит	26,76%	13,77%	17,99%	13,67%	23,64%	13,74%	16,56%	10,365	22,87%	13,39%
	Гипермаркет Магнит	24,00%	(0,52%)	13,27%	(1,44%)	20,25%	(0,82%)	8,01%	(4,07%)	18,96%	(1,13%)
	Магнит Семейный	101,72%	35,19%	70,78%	29,84%	89,67%	33,31%	58,59%	19,36%	85,71%	31,79%
	Магнит Косметик	98,63%	79,87%	113,7%	52,29%	104,66%	68,35%	119,29%	49,53%	106,42%	65,95%
	Розничная выручка	30,04%	14,49%	21,49%	13,76%	26,99%	14,24%	19,36%	10,45%	26,16%	13,85%
	Оптовые продажи	-	86,28%	-	94,07%	-	89,25%	-	-	-	-
	Общая выручка	30,3%	14,67%	21,69%	13,99%	27,23%	14,44%	-	-	-	-



Показатель	Формат	I пол. 15	I пол. 16	III кв.	III кв.	9 мес.	9 мес.	Окт. 15	Окт. 16	Янв.-окт. 15	Янв.-окт. 16
		(МСФО)	(МСФО)	2015 (МСФО)	2016 (МСФО)	2015 (МСФО)	2016 (МСФО)				
LFL (выручка), %	Магнит	12,06%	1,85%	4,16%	3,73%	9,24%	2,59%	-	-	-	-
	Гипермаркет Магнит	10,16%	(10,15%)	(0,81%)	(8,2%)	5,38%	(9,6%)	-	-	-	-
	Магнит Семейный	9,82%	(6,25%)	(1,53%)	(5,59%)	4,78%	(6,12%)	-	-	-	-
	Магнит Косметик	12,21%	6,42%	21,88%	2,9%	23,54%	5,07%	-	-	-	-
	Компания в целом	11,49%	(0,52%)	3,54%	1,23%	8,69%	0,09%	-	-	-	-
LFL (средний чек), %	Магнит	12,06%	(0,36%)	6,4%	(0,14%)	10,06%	(0,29%)	-	-	-	-
	Гипермаркет Магнит	10,16%	(2,48%)	4,01%	0,67%	8,04%	(1,44%)	-	-	-	-
	Магнит Семейный	9,82%	(2,31%)	2,98%	0,06%	7,18%	(1,48%)	-	-	-	-
	Магнит Косметик	12,21%	10,86%	15,2%	7,19%	13,35%	9,34%	-	-	-	-
	Компания в целом	11,49%	(1,51%)	5,8%	(0,98%)	9,44%	(1,37%)	-	-	-	-
LFL (трафик), %	Магнит	(0,15%)	2,21%	(2,1%)	3,88%	(0,74%)	2,88%	-	-	-	-
	Гипермаркет Магнит	(1,36%)	(7,86%)	(4,63%)	(8,8%)	(2,46%)	(8,28%)	-	-	-	-
	Магнит Семейный	(0,91%)	(4,03%)	(4,38%)	(5,65%)	(2,24%)	(4,7%)	-	-	-	-
	Магнит Косметик	11,32%	(4,0%)	5,79%	(4%)	8,99%	(3,91%)	-	-	-	-
	Компания в целом	(0,02%)	1,0%	(2,14%)	2,24%	(0,69%)	1,48%	-	-	-	-
Валовая прибыль, млрд. руб.	Компания в целом	127,06	142,063	68,316	75,368	96,734	108,441	-	-	-	-
Валовая рентабельность, %	Компания в целом	27,94%	27,24%	28,99%	28,06%	28,3%	27,52%	-	-	-	-
Чистая прибыль, млрд. руб.	Компания в целом	25,266	26,105	17,988	14,816	43,254	40,924	-	-	-	-
Рентабельность по чистой прибыли, %	Компания в целом	5,56%	5,01%	7,63%	5,52%	6,26%	5,18%	-	-	-	-
EbitDA, млрд. руб.	Компания в целом	48,628	51,599	26,485	28,654	75,113	80,254	-	-	-	-
Рентабельность EbitDA, %	Компания в целом	10,69%	9,89%	11,24%	10,67%	10,88%	10,16%	-	-	-	-

Источник: данные компании «Магнит»

<...>

Планируемые открытия гипермаркетов

<...> В декабре 2016 – начале 2017 года планируется открытие 3 гипермаркетов «Магнит» в Мурманской области по адресам: г. Мурманск, г. Апатиты, ул. Ферсмана, 29, г. Оленегорск. <...>

Планируемые открытия супермаркетов

В декабре 2016 – начале 2017 года планируется открытие супермаркета «Магнит Семейный» в Кемеровской области по адресу: г. Новокузнецк, ул. Кирова, 20. <...>

Планируемые открытия магазинов

В декабре 2016 – начале 2017 года планируется открытие магазинов «Магнит» в Кемеровской области на площадях ранее занимаемых магазинами («Чибиc», «Поляна», SPAR) ГК «Система РегионМарт». 24 ноября 2016 года Кемеровский арбитраж ввел процедуру банкротства на ООО «Система «Чибиc». Было принято решение начать наблюдение за компанией, которое продлится до 14 марта 2017 года. <...>

Открытие супермаркетов³⁰

14 ноября 2016 года был открыт супермаркет «Магнит Семейный» в Новосибирске по адресу: ул. Приморская, 20А. Ассортимент супермаркета включает 6,1 тыс. наименований, из которых продукты питания – около 86%. Торговый зал оборудован 13 кассовыми терминалами. Объект находится в собственности. <...>

Логистика: показатели

По состоянию на 30 сентября 2016 года «Магнит» (АО «Тандер») управляет 33 распределительными центрами, суммарной площадью 1335 тыс. кв. м. Уровень централизации поставок для магазинов у дома за 9 мес. 2016 года составил 90%, а гипермаркетов – 72%. В долгосрочной перспективе планируется доведение данного показателя до 92% для магазинов у дома и до 80% для гипермаркетов. Автопарк по состоянию на 30 сентября 2016 года насчитывал 5779 грузовых автомобилей.

Логистика: планы

К 2018 году «Магнит» планирует открыть 12 РЦ в России.

В декабре 2016 года «Магнит» планирует открыть РЦ в Кемеровской области на территории с. Ягуново, примерно в 3 км от Кемерово и в 2,5 км от федеральной автодороги М-53 «Сибирь». Общая площадь складов составит более 50 тыс. кв. м.

³⁰ ИА INFOLine считает магазины «Магнит Семейный» наиболее близкими по формату к «супермаркетам».

<...>

Собственное производство

<...>

В октябре 2016 года Сергей Галицкий учредил ООО «Русский Терруар» в Краснодарском крае. Основной вид деятельности компании – выращивание винограда, в списке дополнительных – производство вина. Господину Галицкому принадлежит 51% компании, остальные владельцы не раскрываются. Компания ведет переговоры о покупке действующего виноградника площадью около 70 га в Анапском районе у одного из винных хозяйств Валерия Логинова. <...>

Private label

Доля СТМ в продажах компании за 9 мес. 2016 года снизилась до 10% по сравнению с 11% в 9 мес. 2016 года. Под СТМ у «Магнита» находится 621 товарная позиция, около 82% из которых относятся к категории food. В марте 2016 года директор по закупкам СТМ сети «Магнит» Анастасия Кудря сообщила, что компания решила пересмотреть портфель СТМ и убрать лишние. По состоянию на март 2016 года было более 80 брендов в большинстве категорий: молочные товары, мука, крупы, безалкогольные напитки, чай, кофе, мясные и овощные консервы, кондитерские изделия, товары для дома и др. <...>

Взаимодействие с потребителями

С 17 октября по 6 декабря 2016 года в сеть «Магнит» совместно с российским офисом Disney провела широкомасштабную акцию, посвященную фильму «Изгой-Один: Звёздные Войны. Истории». Акция для покупателей в преддверии выхода картины в прокат прошла в около 300 гипермаркетов и более 7500 магазинов в формате «у дома» в 140 городах России и стала первой подобной по своему масштабу. <...>



Взаимодействие с поставщиками

В ноябре 2016 года АО «Тандер» и провайдер электронного документооборота Edisoft заключили соглашение о сотрудничестве. В соответствии с соглашением провайдер предоставит заинтересованным компаниям-поставщикам ритейлера прямой и быстрый доступ к обмену логистическими EDI-сообщениями, подключив их по прямому соединению. Ожидается, что электронный обмен данными улучшит качество информации, исключит ошибки ручного ввода данных в ERP, обеспечит прозрачность обмена документами, оптимизирует процесс поставок, предупредит появление ошибок при обработке заказов и снизит налоговые риски.

Корпоративные события

15 ноября 2016 года «Росбанк» подписал кредитное соглашение с АО «Тандер» на сумму 20 млрд руб. сроком до 1 августа 2017 года. Банк предоставляет финансирование компании на общекорпоративные цели. Напомним, что в феврале 2016 года «Росбанк» установил компании совокупный кредитный лимит в размере 28,5 млрд руб., в рамках которого были реализованы сделки по кредитованию на общую сумму 18 млрд руб., предоставлены банковские гарантии, планируется проведение операций с облигациями. <...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела по каждой из более чем 200 торговых сетей России содержит описание ключевых событий за отчетный период, а также планы развития ритейлеров в ближайшей и долгосрочной перспективе. Информация по каждой сети сгруппирована по следующим подразделам: развитие сети, итоги деятельности и прогнозы, инвестиционная деятельность, открытие/закрытие магазинов, новые форматы, логистика, private label, корпоративные события. В данном разделе приведена подробная информация по Топ-10 ритейлерам, Топ-200 ритейлерам



второго эшелона, включая Союз Независимых Сетей России, объединяющий 70 торговых сетей и Союз ТЗС, объединяющей около 60 торговых сетей.

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

«Союз Независимых Сетей России»



Название компании: Союз Независимых Сетей России Адрес: 125315, Москва, Ленинградский пр., 72, стр. 4. Телефон: (495)7871522. Факс: (495)7871522. E-Mail: info@smsr.ru Web: russretail.info Руководитель: Кузнецов Сергей, Директор Союза СНЗСР

История развития

<...>

По состоянию на декабрь 2016 года в СНЗСР входит более 70 независимых сети, которые представлены около 4000 торговыми точками. Сети-участники: «АБК» (Москва), «Агат» (Республика Татарстан), «Айгуль» (Республика Саха), «Алика» (Кабардино-Балкария), «Анкор» (ЯНАО), ТД «Аникс» (Алтайский край), «Артемиды Дон» (Ростовская обл.), «Афанасий» (Архангельская обл.), ГК «Батыр» (Башкортостан респ.), «Барс» (Рязанская обл.), «БИМ» (Москва), «Битге» (Комсомольск-на-Амуре), ТД «Бородинский» (Карелия респ.), ТГ «Высшая Лига» (Костромская обл.), «Гарант XXI» (Архангельская обл.), «Городок» (Астраханская обл.), «Гулливвер» (Ульяновская обл.), «Дом еды» (Ярославская обл.), ТД «Дуслык» (Татарстан респ.), «Евророс» (Мурманская обл.), «Елисей» (Свердловская обл.), ТГ «Ижтрейдинг» (Удмуртия респ.), «Калинка» (Нижегородская обл.), Караван» (Пензенская обл.), «Квартал» (Новгородская обл.), «Корзинка» (Алтайский край), «Красный Яр» (Красноярский край), «Круста» (Московская обл.), «Лайм» (Нижегородская обл.), ГК «Лама» (Томская обл.), Холдинг «Лотос» (Карелия респ.), «Любимые продукты» (Тамбовская обл.), «Окрошка» (Владимирская обл.), «Меркурий» (Архангельская обл.), «Милена» (Саратовская обл.), «Миндаль» (Самарская обл.), «О'Кей» (Кемеровская обл.), «Оникс» (Кемеровская обл.), НП «ТП Панорама Ритейл» (Архангельская обл.), «Петровский» (Архангельская обл.), «Праздничный» (Калужская обл.), «Радость» (Кемеровская обл.), <...>

*****ДЕМО-ВЕРСИЯ*****

В разделе содержится описание и планы развития всех ритейлеров FMCG, входящих в СНЗСР и Союз ТЗС

Об информационных продуктах ИА INFOLine

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



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

Периодический обзор «Состояние потребительского рынка и рейтинг торговых сетей FMCG РФ»

Содержит структурированную информацию о развитии торговых сетей, открытии новых магазинов, новых форматах, слияниях и поглощениях, корпоративных событиях, логистике, итогах деятельности и прогнозах, инвестиционных планах и взаимодействии с поставщиками ведущих сетей формата FMCG. В обзоре также содержатся: макроэкономические показатели, статистические данные и аналитическая информация о развитии розничной торговли и торговых сетей в России в отчетном месяце.

Отраслевой обзор «Состояние потребительского рынка и рейтинг торговых сетей FMCG РФ» содержит:

Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG

- Рейтинг торговых сетей FMCG России по количеству магазинов
- Рейтинг торговых сетей FMCG России по величине торговых площадей
- Рейтинг торговых сетей FMCG России по чистой выручке

Раздел I. Развитие розничной торговли в России

- Макроэкономические показатели розничной торговли
- Государственное регулирование розничной торговли
- Структура оборота розничной торговли по видам товаров и по видам организаций
- Региональная структура оборота розничной торговли
- Доходы и расходы населения
- Потребительские ожидания и уверенность населения

Раздел II. Основные события в розничной торговле FMCG

- События в розничной торговле FMCG России
- Кейс «Важнейшие тренды на рынке продовольственных товаров»

Раздел III. События и планы развития торговых сетей FMCG (ТОП-150)

Приложение 1. Структура розничного оборота по субъектам РФ в 2009-2016 гг.



Дата выхода:	ежемесячно
Количество страниц:	От 150
Способ предоставления:	электронный
Цена единоразового приобретения	20 000
Цена при оформлении подписки на год (12 месяцев), руб.	90 000

Исследования отрасли розничной торговли

Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена, руб.
Аналитическая база «700 торговых сетей FMCG России – 2016»	Расширенная База содержит разделы: Состояние рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, а также структуру и динамику, количество, площади и выручку торговых объектов по форматам торговли); Рейтинги ТОП-100 торговых сетей FMCG России по количеству, общей торговой площади, выручке, показателям эффективности деятельности компании, логистике, а также рейтинг ТОП-7 компаний по прямому импорту; Бизнес-справки по ТОП-50 ритейлерам; База данных 700 сетей и 550 РЦ сетей с указанием: Оператор розничной сети, Бренды, Контактные данные, Менеджмент сети (Генеральный директор, Директор по закупкам, Финансовый директор, IT директор), общее количество магазинов, Общая торговая площадь, Выручка, Региональная представленность, Количество распределительных центров.	II кв. 2016	50 000/ 70 000 руб.
Исследование «Рынок гипермаркетов FMCG России. Тенденции 2015 года. Прогноз до 2019 года» Стандартная версия / Расширенная версия	В Исследовании представлен анализ состояния рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручки торговых объектов по каналам продаж); описана история развития и ключевые особенности формата «гипермаркет»; дан прогноз развития формата на 2015-2017 гг.; приведен анализ регионального развития формата в разрезе федеральных округов; приведены рейтинги по ТОП-50 ритейлерам, развивающим формат «гипермаркет». Представлена база 1100 действующих гипермаркетов и бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG в формате «гипермаркет»	Ноябрь 2016 г.	50 000/ 75 000 руб.



Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена, руб.
Геоатласы «Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы и Московской области. Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Итоги 2014 года. Прогноз на 2015-2016 годы»	Геоатлас «Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области» содержит больше 30 подробных карт для анализа состояния и прогноза развития рынка торгово-развлекательных центров, а также гипермаркетов FMCG и DIY Санкт-Петербурга и ЛО/ Москвы и МО; глубокий сравнительный анализ и формирование рейтинга крупнейших девелоперов на рынке торговой недвижимости и крупнейших розничных сетей FMCG и DIY региона; визуализация методом картографического моделирования макроэкономических показателей региона, а также показателей развития рынка розничной торговли FMCG и DIY и рынка торговых и торгово-развлекательных центров.	Март 2015 г. / Обн. IV кв. 2016	от 30 000 руб.
Исследование «Рынок ТЦ в 32 городах и регионах РФ. Тенденции 2015 года» и Аналитическая база «1800 торговых центров в крупнейших городах России»	В Исследовании «Рынок торговых центров в 32 городах и регионах России. Тенденции 2015 года» 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 2017 года и охарактеризовано ключевые тренды 2013-2014 гг. По каждому из 32 городов и регионов Исследования специалистами ИА INFOLine приведен прогноз ввода на 2015 год, включающий перечень строящихся торговых центров в регионе. База данных «1800 торговых центров в крупнейших городах России» – аналитический продукт ИА INFOLine, содержащий сведения о действующих и строящихся торговых центрах крупнейших городов России. База ведётся с 2006 года. База	Июнь 2015 г. / Обн. I кв. 2017	от 25 000 руб.
Исследование «INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2016. Прогноз до 2019»	Динамика ключевых показателей Розничной торговли РФ, динамика ключевых показателей по совокупности ТОП-100 игроков, обзоры рынков FMCG, БТЭ, DIY и товаров для дома, мобильных телефонов, аптек, парфюмерии и косметики, Fashion и детских товаров.	Ноябрь 2016	От 50 000 руб.
Аналитическая база «600 торговых сетей DIY РФ»	Представлено структурированное описание крупнейших игроков рынка DIY, составлен Рейтинг ТОП-50 крупнейших операторов DIY России. Приведены операционные и финансовые показатели, а также контактные данные и информация по ТОП-менеджменту 300 торговых сетей DIY.	II кв. 2016	50 000 руб.
Исследование «Рынок DIY. Анализ регионов, тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года»	Исследование описывает ситуацию на рынке розничной торговли строительно-отделочных материалов и DIY в РФ и подробно по 60 регионам 9 ФО. Приведены описание и перспективы развития основных форматов, в т.ч. Интернет-торговли на рынке DIY. Приведены Рейтинги торговых сетей DIY и подробные бизнес-справки по ТОП-50 операторам DIY. Описаны предпочтения потребителей товаров DIY в России.	II кв. 2016	50 000 руб.
База «200 крупнейших проектов строительства торговых центров РФ»	Структурированное описание 200 проектов строительства и реконструкции торговых центров РФ с указанием контактных данных участников реализации проекта (инвестора, застройщика, генподрядчика, проектировщика, поставщиков оборудования и других участников проекта).	II кв. 2016	35 000 руб.

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

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

Внимание! Вышеперечисленный набор продуктов и направлений не является полным.



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

Всегда рады Вам помочь! Получить демо-версии и презентации Исследований, а также задать вопросы Вы можете, обратившись к менеджерам по тел. +7 (812) 322 68 48, +7 (495) 772 76 40 или почте: retail@infoline.spb.ru. Также на infoline.spb.ru доступен чат-сервис в правой части экрана.