

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

- Статистические данные по розничной торговле России и регионов
- Изменение основных показателей розничной торговли России
- Обзор событий на розничном рынке РФ, произошедших в сентябре 2016 г.
- Рейтинг торговых сетей FMCG по количеству магазинов, торговой площади за сентябрь 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"

Об обзоре «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ» .....	7
Рейтинг торговых сетей FMCG России.....	9
<i>Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG</i> .....	9
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по количеству магазинов</i> .....	13
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по величине торговых площадей</i> .....	15
<i>Рейтинг торговых сетей FMCG России по чистой выручке</i> .....	24
<b>Раздел I. Развитие розничной торговли в России .....</b>	<b>27</b>
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли</i> .....	27
<i>Опережающие индикаторы развития розничной торговли</i> .....	31
<i>Государственное регулирование розничной торговли</i> .....	34
<i>Структура оборота розничной торговли по видам товаров</i> .....	58
<i>Структура оборота розничной торговли по видам организаций</i> .....	62
<i>Региональная структура оборота розничной торговли</i> .....	65
<i>Инфляция на рынке продовольственных товаров</i> .....	68
<i>Доходы и расходы населения</i> .....	72
<i>Потребительские ожидания и уверенность населения</i> .....	86
<b>Раздел II. Основные события в розничной торговле FMCG .....</b>	<b>89</b>
<i>О продлении контрсанкций, ограничивающих поставки продовольственных товаров из ЕС, США и некоторых других стран</i> .....	89
<i>Значимые события января-августа 2016 года</i> .....	91
<i>Важнейшие события, способные оказать влияние на розничную торговлю FMCG России</i> .....	94
<i>Деятельность АНО «Роскачество»</i> .....	102
<i>Деятельность специалистов ИА INFOLine</i> .....	107
<i>Кейс «Рынок труда в кризис»</i> .....	109
<b>Раздел III. События и планы развития торговых сетей FMCG .....</b>	<b>111</b>
<i>«Магнит», ПАО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный», «Магнит-Косметик»</i> .....	111
«Магнит», ПАО / Торговые сети «Магнит», «Магнит Семейный» .....	111
«Магнит», ПАО / Торговая сеть «Магнит-Косметик» .....	120
<i>X5 Retail Group N. V. (ТД «Перекресток», ЗАО) / Торговые сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель», «Копейка» и «Перекресток Экспресс», «Перекресток Гипер»</i> .....	121
X5 Retail Group N. V. / Торговая сеть «Пятерочка» .....	130
X5 Retail Group N. V. (ТД «Перекресток», ЗАО) / Торговая сеть «Перекресток» .....	141
X5 Retail Group N. V. («Экспресс-ритейл», ООО) / Торговая сеть «Перекресток Экспресс» .....	146
X5 Retail Group N. V. (ТД «Перекресток», ЗАО) / Торговые сети «Карусель», «Перекресток Гипер» .....	147
<i>Auchan Retail Россия / Торговая сеть «Ашан», «Ашан-Сити», «Наша Радуга», «Каждый день», «Атак», «В шаге от Вас»</i> .....	151
«Ашан», ООО / Торговые сети «Ашан», «Ашан-Сити», «Наша Радуга», «Каждый день» .....	151
«Ашан», ООО / Торговая сеть «Наша Радуга» .....	158
«Атак», ООО / Торговые сети «Атак», «В шаге от Вас» .....	159
<i>Metro Group / Торговые сети METRO, METRO Punct, real</i> .....	161
«МЕТРО Кэш энд Керри», ООО / Торговые сети METRO, METRO Punct .....	161
«МЕТРО Кэш энд Керри», ООО / Франчайзинговая торговая сеть «Фасоль», «Фасоль-экспресс» .....	166
<i>ГК «ДИКСИ» / Торговые сети «Дикси», «Мегамарт», «Минимарт», «Квартал», «Виктория», «КЭШ»</i> .....	167
ГК «ДИКСИ» («Дикси Юг», ЗАО) / Торговая сеть «Дикси», «Мегамарт», «Минимарт» .....	167
ГК «ДИКСИ» («Виктория-Балтия», ООО) / Торговые сети «Виктория», «Квартал», «Дешево» .....	173
<i>«Лента», ООО / Торговая сеть «Лента Cash&amp;Carry»</i> .....	174
<i>ГК «О'КЕЙ» / Торговые сети «О'КЕЙ», «О'КЕЙ-Экспресс», «ДА!»</i> .....	184
«О'КЕЙ», ООО / Торговые сети «О'КЕЙ», «О'КЕЙ-Экспресс» .....	184
«Фреш Маркет», ООО / Торговая сеть «ДА!» .....	192
<i>«Седьмой Континент», ОАО / Торговая сеть «Седьмой Континент», «НАШ»</i> .....	193
<i>«Спар РФ» / Торговая сеть SPAR</i> .....	195
<i>Франчайзинговые партнеры SPAR Russia B.V. (сеть SPAR)</i> .....	196
ГК «Спар Миддл Волга» / Торговая сеть SPAR, EUROSPAR, SPAR-Express .....	199
«Спар Тула», ООО и др. / Торговая сеть SPAR, SPAR-Express .....	200
«ТД Интерторг», ООО / Торговая сеть «Народная 7Я», «Идея», SPAR .....	200
ТД «Интерторг», ООО / Торговая сеть «Норма» .....	202
«Городской супермаркет», ООО / Торговая сеть «Азбука вкуса», AB Daily, «AB Маркет», SPAR .....	203
«Молл», ООО / Торговая сеть «Молния», «Молния-Экспресс», SPAR .....	207
ГК «Кентавр» (Продтрейд, ООО и др.) / Торговые сети «Всё будет ОК», «Цезарь», SPAR .....	208
ГК Трилистник («Продтовары», ОАО) / Торговые сети «Тэмле», «Семерочка», «Народная цена», SPAR .....	208
«Лама Плюс», ООО; «Томритейл», ООО; Спар-Томск, ООО / Торговая сеть «ЛАМА», «Фуд-Сити», «Абрикос», SPAR .....	209
ГК «Система РегионМарт» / Торговая сеть «Поляна», «Чибис», «Бонус», «Спутник» .....	209
«Торговый дом Семья», ОАО («Тетрис-Калининград, ООО) / Торговые сети «СеМья», «Экспресс СеМь», SPAR .....	210
«Ижтрейдинг», ООО / Торговая сеть «Ижтрейдинг», «Три Банана», SPAR .....	211

Анкор, ООО и др. / Торговая сеть «Анкор», SPAR .....	212
«Ринг», ООО / Торговая сеть «Ринг», BigPack, SPAR .....	212
«Елисей», ООО / Торговая сеть «Елисей» .....	213
<b>ГК «Монетка» («Элемент-Трейд», ООО; «Инвестпроект», ООО) / Торговые сети «Монетка», «Монетка Супер», «Райт».....</b>	<b>214</b>
«Элемент-Трейд», ООО / Торговые сети «Монетка», «Монетка Супер», «Райт» .....	214
«Инвестпроект», ООО / Торговые сети «Монетка» (франчайзинг), Свеж&fresh .....	214
«Мария-Ра», ООО («Розница-1», ООО и др.) / Торговая сеть «Мария-Ра».....	215
«Компания Холидей», ООО / Торговая сеть «Холидей-Классик», «Сибириада», «Турне», «Кора», «Палата», «Народная Палата».....	216
«ТД Интерторг», ООО / Торговая сеть «Народная 7Я», «Идея», SPAR .....	217
«Гиперглобус», ООО / Торговая сеть «Globus».....	218
REWE Group (Билла, ООО) / Торговая сеть «Billa».....	220
«Зельгрос», ООО / Торговая сеть «Selgros Cash & Carry».....	222
«Корпорация Гринн», АО / Торговая сеть «Линия» .....	223
«Бэст Прайз», ООО / Торговая сеть Fix Price.....	225
SPS Холдинг / Торговые сети «Красное&Белое», «Красное&Белое плюс».....	227
«Ритм-2000», ООО / Торговая сеть «Тверской купец», «Вольный купец», «Тележка», «4 Сезона», «Апельсин», «Экономика», «Разница» .....	228
ГК Кировский (Лев, ООО) / Торговая сеть «Супермаркет Кировский» .....	229
«Т и К Продукты», ЗАО («МПМ Магнолия», ООО) / Торговая сеть «Магнолия» .....	230
ГК «Полушка» («Любавушка», ООО и др.) / Торговая сеть «Полушка», «Лайм», «Е-да!», «Всенародный». 230	
Холдинг «Евророс» (ТД «ЕвроНорд», ООО; Яблочко, ООО) / Торговые сети «Евророс», «Твой», «Яблочко».....	232
«Тамерлан», ООО / торговая сеть «Покупочка».....	232
ГК «ЭССЕН» / Торговые сети «ЭССЕН», «ЭССЕН Экспресс», «Камилла», «ЭССЕН Green» .....	233
ГК «Командор» («Элита-98», ООО, «Русь-27», ООО) / Торговая сеть «Командор», «Аллея», «Хороший». 234	
ГК «Система РегионМарт» / Торговая сеть «Поляна», «Чибиc», «Бонус», «Спутник».....	235
«Европа», ООО (ГК «Промресурс») / Торговая сеть «Европа».....	235
ГК «Норман-Виват» («Виват-Трейд», ООО, «Норман», ООО) / Торговые сети «Виват», «НормаН».....	236
«Виват-Трейд», ООО / Торговые сети «Виват».....	236
«Торговая сеть Норман», ООО / Торговая сеть «НормаН» .....	237
«Авоська-два», ООО / Торговая сеть «Авоська», «А Маркет».....	238
«Центр Реструктуризации», ООО / Торговая сеть «Гроздь» .....	238
«Форвард», ЗАО / Торговая сеть «Полушка» (Уфа).....	239
ГК «Невада» / Торговые сети «Самбери», «Раз Два», «Калинка» .....	240
ГК «Великолукский агропромышленный холдинг» / Торговая сеть «Великолукский мясокомбинат» .....	241
«Сеть универсамов Алые Паруса», ООО / Торговая сеть «Алые паруса», «Елисейский» .....	242
ГК «Новые торговые сети» / Торговые сети «Универсам удачных покупок», «Супермаркет», «Лидер экономики», «Столичный», «Бахетле», «Добрянка», «Санберри», «Плюс», «ПравильПиво», «Мелисса».....	242
ТГ Высшая Лига, ООО; НП Розничная кооперативная сеть «Высшая Лига, ООО» / Торговые сети «Высшая Лига», «Экстра-эконом», «Лига Гранд» и др. ....	244
ГК «Кентавр» / Торговые сети «Всё будет ОК», «Цезарь» .....	245
«Молл», ООО / Торговая сеть «Молния», «Молния-Экспресс», SPAR.....	245
«МАН», ООО / Торговая сеть «МАН», «ГурМАН», «МиниМАН», «ПЛЮС», «СуперМАН» .....	245
ГК «Торгсервис» ООО и др. / Торговая сеть «Светофор».....	245
«Призма», ООО / Торговая сеть «Призма».....	246
«Сибирский гигант», ХК (Торговый холдинг Сибирский Гигант, ООО) / Торговая сеть «Гигант», «Мегас», «Горожанка» .....	247
«Бахетле-1», ООО; «Розторг-ЛМ», ООО / Торговая сеть «Бахетле», «Продуктовая лавка».....	248
«Ижтрейдинг», ООО / Торговая сеть «Ижтрейдинг», «Миндаль», «Три Банана», «Экстра», «Карлутка».....	249
«Радеж», ООО / Торговая сеть «Радеж», «Эконом» .....	250
Лама Плюс», ООО; «Томритейл», ООО; Спар-Томск, ООО / Торговые сети «Лама», «Фуд-Сити», «Абрикос», SPAR.....	250
ГК Батыр («ТоргМастер», ООО; «Салют-торг», ООО) / Торговые сети «Байрам», «Сабантуй», «АЮ», «Байрам-икмэк».....	251
ТГ «Победа!» / Торговые сети «ЕДА!», «Наши магазин», «Победа!».....	252
«Альбион-2002», ООО / Торговая сеть «Бристоль» .....	254
Татспиртпром, АО / Торговая сеть «Арыш Мае» .....	255
«КВД-Групп» (ООО «Камелот-А») / Торговая сеть «Ярче!».....	256
ТГ «Абсолют» / Торговая сеть «Абсолют Cash&Carry» .....	257
Регион-Продукт», ООО; «РегионПродукт», ООО; «Паллада торг», ЗАО / Торговые сети «Росинка», «Сберегайка», «Апельсин», «Бон Аппетит», «Седьмое небо», «Седьмое Небо Оптовик», «Москва» .....	257
«Семья», ООО / Торговая сеть «Семья», «Диско».....	258



«Торговый союз», ООО (ранее «Енисейская торговая компания», ОАО) / Торговые сети «Красный Яр», «Батон».....	260
«ТД Челны-Хлеб», ООО; «Терминал», ООО / Торговые сети «Челны-Хлеб», Fresh market, «Продслава».....	261
Союз Святого Иоанна Воина, ООО / Торговая сеть «Верный» .....	262
«Гулливвер», АО / Торговая сеть «Гулливвер», «Гурман», «Победа» .....	263
АТП «Панорама Ритейл» / Торговые сети «Сигма», «Пять шагов», «Дисма» .....	264
«Слата», ООО; «Маяк», ООО / Торговые сети «Слата», «Славный», «Хлеб-Соль».....	265
«Семь пятниц», ГК / Торговая сеть «Семь пятниц».....	266
«Неотрейд», ООО / Торговая сеть «Пеликан» .....	267
«ТД Миндаль», ООО / Торговые сети «Миндаль».....	268
«Матрица Холдинг», ОАО / Торговая сеть «Матрица» .....	268
«Любимый вкус», ООО / Торговая сеть «Любимый магазин».....	268
«Розничная сеть Динскер колбасы», ООО (ЮМК, Холдинг) / Торговые сети «ЕстЪ», «Маг-Мак».....	269
«Вестер», ГК (Вестер-Регионы, ООО и др.) / Торговая сеть «Вестер», «Сосед», «Бомба», «Вестер Гипер», «Вестер» Premium.....	269
«Компания «Метрополис», ООО / Торговая сеть «Метрополис» .....	271
«ТВК-Р», ООО / Торговая сеть «Табрис».....	271
ГК «Мясновъ» (ЦДН Мясновъ, ООО, ЦДА Сомелье, ООО) / Торговая сеть «Мясновъ», «Отдохни» .....	271
«Новый Импульс – 50», ООО / Торговая сеть «Утконос» .....	272
«Центрторг», ПАО / Торговая сеть «Центрторг».....	274
«Волгаторг», ООО / Торговая сеть «Семейный» .....	274
«Традиционная розница», ООО / Торговые сети «Естный», «Ядёшев», «Есенин» .....	275
«Мегаторг», ООО / Торговая сеть «Быстроном», «Сантимо».....	276
ГК «Сибирская Губерния» / Торговые сети «Свежие продукты», «Сибирская губерния», «Индюшкино», «Лучи»	276
ТК «Эдельвейс», ЗАО / Торговая сеть «Эдельвейс», «901» .....	277
«Вегат Плюс», ЗАО / Торговая сеть «АБК».....	277
«Фирма Опт-торг», ООО / Торговая сеть «Вершина».....	277
«Роксэт-С», ООО, «Фирма Глобус», ООО / Торговая сеть «Все на свете», «Система Глобус».....	278
«Ак Барс Торг», ООО / Торговые сети «Чак-чак», «Наша марка» .....	278
«Пятью-Пять», АО / Торговая сеть «Пятью-пять» (ранее франчайзи «Пятерочка» в Воронежской обл.)	279
ГК «Ассорти» / Торговая сеть «Ассорти продукт».....	280
ГК «Петровский» / Торговые сети «Петровский», «Сезон покупок», «Маманя» .....	281
«Вкусный дом», ООО / Торговая сеть «Вкусный дом», «Пушкинский», «Столичный», «Славянский», «Солнечный» .....	281
«ОРТ Универсал», ОАО / Торговая сеть «Универсал».....	282
«Дружба-15», ООО / Торговая сеть «Сочи», «Новый век», «7 холмов» .....	282
«ТД «Бахспирт», ООО / Торговая сеть «Бахспирт» .....	283
ТС «Диксика», ООО / Торговая сеть «Диксика».....	283
«ТГ Солнечный круг», ООО / Торговая сеть «Солнечный круг».....	283
«Асти», ООО / Торговая сеть «Пролетарский» .....	284
«Остан», ГК / Торговая сеть «Остан».....	284
«Ритейл», ООО / Торговая сеть «Журавли», «Калита», «Свенская ярмарка».....	284
«Смарт Велью Ритейл», ЗАО / Торговая сеть «Оливье».....	285
«Элит», ООО; «Карамель», ООО / Торговая сеть «Пчелка», «Элит», «Карамель», «Находка» .....	285
ГК «Меркурий» / Торговая сеть «Меркурий» .....	286
«Столичная торговая компания», ООО / Торговая сеть «Глобус Гурмэ», «Смартори» .....	287
Kesko Food (Кеско Фуд Рус, ООО) / Торговая сеть «К-РУОКА» .....	288
«Компания ВДЛ», ООО / Торговая сеть «БУМ».....	290
ГК «Макси» / Торговая сеть «Макси».....	290
«ПУД», ООО / Торговая сеть «ПУД».....	291
«Заодно», ООО / Торговая сеть «Заодно» .....	291
«Лотос Ритейл», ООО / Торговая сеть «Лотос М» .....	292
«ТК Лэнд», ООО / Торговая сеть «Лэнд» .....	292
«Торговый дом «Реаль», ООО / Торговая сеть «Реаль Свежие продукты» .....	293
ТД Шкуренко, ООО; Холлифуд, ООО / Торговые сети «Низкоцен», «Продукты 24 часа» .....	293
ИП Бажин (Продторг, ООО и др.) / Торговые сети «Привозъ», «Дом» .....	294
ТД Фреш-25, ООО и др. / Торговые сети «Фреш-25», «Фреш-25 Экспресс», «Радиус» .....	294
АПХ «Мираторг», ООО (Продмир, ООО) / Торговая сеть «Мираторг» .....	295
«Натуральные продукты», ООО; «Карлугас», ООО / Торговая сеть «Ярмарка» .....	296
«Аматус», ООО / Торговая сеть «Я-Любимый супермаркет».....	297
«Елакс», ООО / Торговая сеть «Алми» .....	297
«Экстра», ООО; «Экстра-Премиум», ООО / Торговые сети «Главмаг», «Экстра».....	297

«Гарант-Трейд М», ООО / Торговая сеть «Мой магазин» .....	298
«Нордик-Нева», ООО / Торговые сети «НЕТТО», «Смарт» .....	298
«Шамса-Холдинг», ООО / Торговые сети «Шамса», «Пробочка» .....	298
ИП Баканов В. И. / Торговая сеть «Кашелка» .....	299
Холдинг «Ариант» / Торговая сеть «Ариант» .....	299
Компания у Палыча, ООО и др. / Торговая сеть «У Палыча» .....	300
«Биг Бокс», ООО / «Опточлук «Ряды» .....	300
«Новатор», ООО / Торговая сеть «Новатор» .....	302
«Луг да поле», ООО; «ВкусВилл», ООО / Торговые сети «Избенка», «ВкусВилл» .....	302
ЗАО «Союз Ритейл» / «Бест-маркет», «Элект», «Звездный», «А-продукт», «Елисей», «Пикник» .....	303
«Бест-маркет», ООО / Торговые сети «Бест», «Бест+», «Техинвест» .....	303
«Элект», ООО / Торговая сеть «Элект» .....	304
«Торговая сеть Звездный», ООО / Торговая сеть «Звездный», «Звездный дар» .....	304
«А-продукт», ООО / Торговая сеть «А-продукт» .....	305
«Елисей», ООО / Торговая сеть «Елисей» .....	306
ГК «Пикник» / Торговая сеть «Пикник», «Винни» .....	306
ТД «Центроопторг», ООО («Центросоюз РФ») / Сеть магазинов потребительской кооперации .....	307
«Союз Независимых Сетей России» .....	308
Всероссийский кооператив независимого ритейла – Потребительского общества «РОСТ» .....	309
Федеральный закупочный союз / «Система «ТЗС», ЗАО .....	310
<b>Сети-участники «Системы «ТЗС»</b> .....	<b>311</b>
«Ижтрейдинг», ООО / Торговая сеть «Ижтрейдинг», «Миндаль», «Три Банана», «Экстра», «Карлутка» .....	311
«Лама Плюс», ООО; «Томриетил», ООО; Спар-Томск, ООО / Торговая сеть «ЛАМА», «Фуд-Сити», «Абрикос», SPAR .....	311
ТГ Высшая Лига / Торговые сети «Высшая Лига», «Экстра-эконом», «Лига Гранд» и др. ....	311
«Вегат Плюс», ЗАО / Торговая сеть «АБК» .....	311
«Любимый вкус», ООО / Торговая сеть «Любимый магазин» .....	312
«Торговый дом Семья», ОАО / Торговые сети «Семья», «Экспресс Семь» .....	312
«Каспий-ритейл», ООО / Торговая сеть «Городок», «Погребок» .....	312
Горизонт, ООО (ранее «Макаров и компания», ООО) / Торговая сеть «Окрошка» (ранее «Макаровский», «МакСити», «Максимум», Cash&Carry, «Бест», «Культура Вкуса», «Дары природы») .....	312
Некоммерческое партнерство торговых предприятий «Панорама Ритейл» / Торговые сети «Сигма», «Пять шагов», «Дисма» .....	313
«Праздничный», ООО / Торговая сеть «Праздничный» .....	313
«Артемид-Дон», ООО / Торговая сеть «Артемид Дон» .....	313
«Квартал», ООО / Торговая сеть «Квартал» .....	314
«Караван», ООО и др. / Торговая сеть «Караван» .....	314
Денисов, ИП / Торговая сеть «Петрович» .....	314
«Стайер, ООО» и др. / Торговая сеть «Окей» .....	315
«Вымпел», ООО и др. / Торговая сеть «Наш Маг», «Вымпел», «Пчелка», «Копейка» .....	315
«Каравай-РС», ООО (ТЗС «Сибирь») / Торговая сеть «Каравай», SPAR .....	315
«Ринг», ООО / Торговая сеть «Ринг», BigPack, SPAR .....	316
«Дворцовый ряд-МС», ООО (торговая сеть «Дворцовый ряд» (ранее «Пятерочка» в Ульяновской области)) .....	316
<b>Сети-партнеры «Системы «ТЗС»:</b> .....	<b>316</b>
«Торговый двор «Аникс», ООО и др. / Торговая сеть «Аникс», «Корзинка», «Браво», SPAR .....	316
«Торговый союз», ООО (ТЗС «Сибирь») / Торговая сеть «Красный Яр» .....	317
Бахетле-1», ООО; «Розторг-ЛМ», ООО / Торговая сеть «Бахетле», «Продуктовая лавка» .....	317
Барс-Ритейл, ООО / Торговая сеть «Барс», «Барс экспресс», «У Иванныча» .....	318
Неотрейд, ООО / Торговая сеть «Пеликан» .....	318
«Центрторг», ПАО / Торговая сеть «Центрторг» .....	318
ГК «Система РегионМарт» / Торговая сеть «Поляна», «Чибис», «Бонус», «Спутник» .....	318
«Ритейл», ООО / Торговая сеть «Журавли», «Калита» .....	318
ИП Баканов В. И. / Торговая сеть «Кашелка» .....	319
ГК «Пикник» / Торговая сеть «Пикник», «Винни» .....	319
«Амико», ООО / Торговая сеть «SEVEN» .....	319
«Заодно», ООО / Торговая сеть «Заодно» .....	319
«Тандем», ООО; Торг Сервис, ООО / Торговые сети «Покупай-ка», «Покупай-ка бутик», «Русский Невод» .....	319
«Елисей», ООО (ЗАО «Союз Ритейл») / Торговая сеть «Елисей» .....	319
«Милена», ООО / Торговая сеть «Милена» .....	320
«Рост», ООО / Торговые сети «Рост», «Молодежный» .....	320
«Слата», ООО (ТЗС «Сибирь») / Торговые сети «Слата», «Славный», «Хлеб-Соль» .....	320
«ТД Челны хлеб», ООО (ТЗС «Волжско-Камский») / Торговые сети «Челны хлеб», Fresh market .....	320
«Смак-Гурмэ», ООО / Торговые сети «СМАК», «Пять звезд», «Стрелка» .....	320
«Торговый дом – СИТНО, ООО / Торговая сеть «Ситно» .....	321
«Волгаторг», ООО / Торговая сеть «Семейный» .....	321
ТД «ЕвроНорд», ООО / Торговые сети «Евророс», «Твой», «Яблочко» .....	321
Нива, ООО / Торговая сеть «Ермак» .....	321
«Сластена сервис», ООО / Торговая сеть «В десятку» .....	321
«Дом Еды», ЗАО / Торговая сеть «Дом еды» .....	322
«Торговый Дом Дуслык», ООО (ТЗС «Волжско-Камский») / Торговые сети «Эком», «Ассорти», «Тэмле» .....	322
«Валькор», ООО, «АльфаМаркет», ООО и др. / Торговая сеть «Альбатрос» .....	322
«Торговый холдинг «Лотос», ООО / Торговые сети «Лотос», «Сигма», «Лотос Гурман» .....	323
ПКП «Ониск», ООО / Торговая сеть «Ониск» .....	323
«Торговый дом Агат», ООО (ТЗС «Волжско-Камский») / Торговая сеть «Агат Cash&Carry» .....	324
«Калинка Клин», ООО / Торговая сеть «Круста» .....	324
«Элит», ООО; Карамель, ООО / Торговая сеть «Пчелка», «Элит», «Карамель», «Находка» .....	324
«Гулливер», АО / Торговая сеть «Гулливер», «Гурман», «Победа» .....	325



Анкор, ООО и др. / Торговая сеть «Анкор», SPAR .....	325
«Эконом», ООО / Торговая сеть «Эконом», «Огонек» .....	325
ГК «Титан» («МегаТитан»), ООО, «Розничная торговая сеть Титан», ООО) / Торговая сеть «Титан», «Титан Парк», «Титан-Гастроном», «Титан Маркет Свежие продукты» .....	325
«Лидер», ООО / Торговая сеть «Алика» .....	326
«Альтаир», ООО / Торговая сеть «Лайм» .....	326
«Большая ярмарка», ООО / Торговые сети «Ярмарка», «Сорока» .....	326
ГК Батыр («ТоргМастер», ООО; «Салют-Торг», ООО) / Торговые сети «Байрам», «Сабантуй», «АЮ», «Байрам-икмэк» .....	326
«ТД Московский-РВ», ООО / Торговая сеть «Винегрет» .....	327
«МПЗ Украина», ООО; «МПЗ Богородский», ООО / Торговые сети «Любимые продукты», «7 Дней», «Мелифаро» .....	327
«Закрома», ООО и др. / Торговая сеть «Закрома», «Копейкин дом» .....	327
«ПК Холдинг Продсиб», ООО; «ПК Продсиб», ЗАО / Торговая сеть «Продсиб» .....	328
Прочие сети «Союза Независимых Сетей России» .....	328
«Виват-Трейд», ООО / Торговые сети «Виват» .....	328
«ТД Миндаль», ООО / Торговые сети «Миндаль» .....	328
«Аяврик», ООО / Торговая сеть «Аяврик» .....	328
«Фирма БиМ», ООО / Торговая сеть «БиМ» .....	329
«Опт-торг», ООО / Торговые сети «Любимые продукты», «МодернЪ» .....	330
«Холодильник», ООО / Торговая сеть «Холодильник» .....	330
«Айгуль», ООО / Торговая сеть «Айгуль» .....	331
«Радость», ООО / Торговая сеть «Радость» .....	331
Торговая Ассоциация «Мост», ООО .....	332
«Гарант XXI век», ООО / Торговая сеть «Гарант XXI» .....	332
ТГ «Победа!» / Торговые сети «ЕДА!», «Наш магазин», «Победа!» .....	333
«Гаврилов», ИП и др. / Торговая сеть «Афанасий» .....	333
ОРТП 2010, ООО; Фуд Стор, ООО; Новый Амбар, ООО; Кауфхолл, ООО / Торговые сети «Бородинский», «Петровский» .....	333
ГК «Петровский» / Торговые сети «Петровский», «Сезон покупок» .....	333
Генцель А.А., ИП, Генцель Артур Александрович, ИП / Торговая сеть Bitte .....	334
ГК «Продкотлас» / Торговые сети «Лето», «Лукошко» .....	334
«Маркет», ООО / Торговая сеть «Калинка» .....	334
«Читинка», ООО и др. / Торговая сеть «Читинка» .....	335
ТД «Пять звезд» / Торговая сеть «Пять звезд», «Корзинка» .....	335
ГК «Диал» / Торговая сеть «Кошелек» .....	335
<b>Торговые сети, прекратившие деятельность или находящиеся в стадии банкротства .....</b>	<b>336</b>
Димарт, ООО / Торговые сети «Super Good», «Мой мир» .....	336
«Амико», ООО / Торговая сеть «SEVEN» .....	336
«Райцентр», ООО и др. / Торговые сети «Райцентр», «Рай Цен», «Точка», «Продуктовый универсам», «Гастроном № 1», «Гастроном экспресс» .....	337
«Лакмин», ООО / Торговые сети «Лакмин Cash&Carry», «Лакмин» .....	338
«Рост», ООО / Торговые сети «Рост», «Молодежный» .....	338
ТС «Фудмаркет», «Вкусомир», ООО / Торговые сети «ФудМаркет», «Вкусомир» .....	339
«Сластена сервис», ООО / Торговая сеть «В десятку» .....	339
«Плюс дискаунт», ООО (Tengelmann Group) / Торговая сеть «Плюс» .....	340
«Добрыня», ГК / Торговая сеть «Добрыня» .....	340
ГК КИЯ (Новокузнецкобутьторг, ООО) / Торговая сеть «Солнышко» .....	341
«Дворцовый ряд-МС», ООО (торговая сеть «Дворцовый ряд») .....	341
«Каравай-РС», ООО / Торговая сеть «Каравай», SPAR, «Магазин низких цен» .....	342
«Эконом», ООО (ИП С.А.Арутюнян) / Торговая сеть «Эконом» .....	343
«ТД «Мега-Дон», ООО / Торговые сети «Империя продуктов», «Фреш» .....	343
Ассорти, ЗАО / Торговые сети «Ассорти», «Эконом», SPAR .....	344
«Нева-Ритейл», ООО; «Даяна», ООО / Торговая сеть «XL» .....	344
«Синтез» ООО / Торговая сеть «7 копеек», «Матур» .....	345
<b>Приложение 1. Структура розничного оборота по субъектам РФ в 2009-2016 гг. ....</b>	<b>346</b>
<b>Приложение 2. Разъяснения ФАС по «Закону о торговле» .....</b>	<b>348</b>
<b>Об информационных продуктах ИА INFOLine .....</b>	<b>358</b>

## 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 – сентябрь 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, и далее ситуация постепенно улучшается, в связи с восстановлением объемов потребительского кредитования и адаптацией потребителей к стагнации в экономике. 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.

**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), Итоги 2015 года и тенденции 2016 года (емкость и динамика рынка розничной торговли, доходы потребителей, стратегии и планы развития крупнейших 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](mailto:mail@advis.ru) или факсу (495)772-76-40 и (812)322-68-48 и **заключить договор** на информационное обслуживание.



Обращаем Ваше внимание на то, что с 2016 года изменились условия приобретения ежемесячного отраслевого обзора «Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ»:

Стоимость разового приобретения отраслевого обзора: **20 000 руб.** (без НДС)

Стоимость подписки на 2017 год (12 выпусков): **90 000 руб.** (без НДС)

на английском языке: **135 000 руб.** (без НДС)

При оформлении подписки не менее чем на 12 месяцев, клиентам будет предоставлен **СПЕЦИАЛЬНЫЙ БОНУС** Аналитическая записка «Об изменениях на рынке розничной торговли FMCG в связи со вступлением в силу ФЗ № 273 от 3.7.2016 «О внесении изменений в ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» и Кодекс РФ об административных правонарушениях».

## 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](http://www.infoline.spb.ru) и [www.advis.ru](http://www.advis.ru)

## Рейтинг торговых сетей FMCG России

### Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG<sup>1</sup>

#### Операционные итоги ТОП-150 сетей FMCG России

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

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

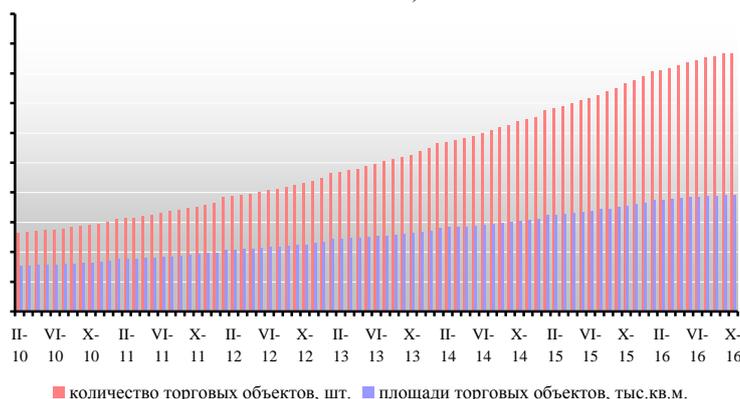


Рисунок 2. Количество и торговые площади 150 крупнейших ритейлеров России в 2006-2016 гг. (на конец периода)



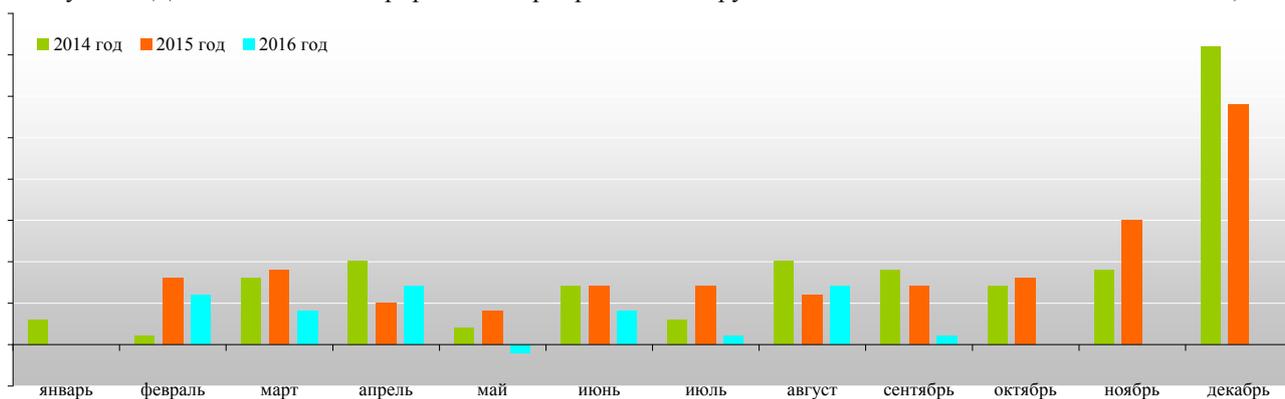
Источник данных: данные ИА INFOLine

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

#### Развитие формата гипермаркет<sup>2</sup>

В **сентябре 2016 года** количество гипермаркетов ТОП-150 ритейлеров FMCG увеличилось на \* (без учета ГК «ДИКСИ»), а торговые площади – на \*тыс. кв. м. За **январь-сентябрь 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 **сентябре 2016 года** были **открыты**: 3 гипермаркета «Лента» в Санкт-Петербурге и Омске (2), гипермаркет «Магнит» в Краснодаре и Казани, «Ашан» во Владимире, «О'КЕЙ» в Москве, «АВ МАРКЕТ» (Городской супермаркет, ООО) в Москве, «Самбери» (ГК «Невада») во Владивостоке, «К-РУОКА» (Кеско Фуд Рус,

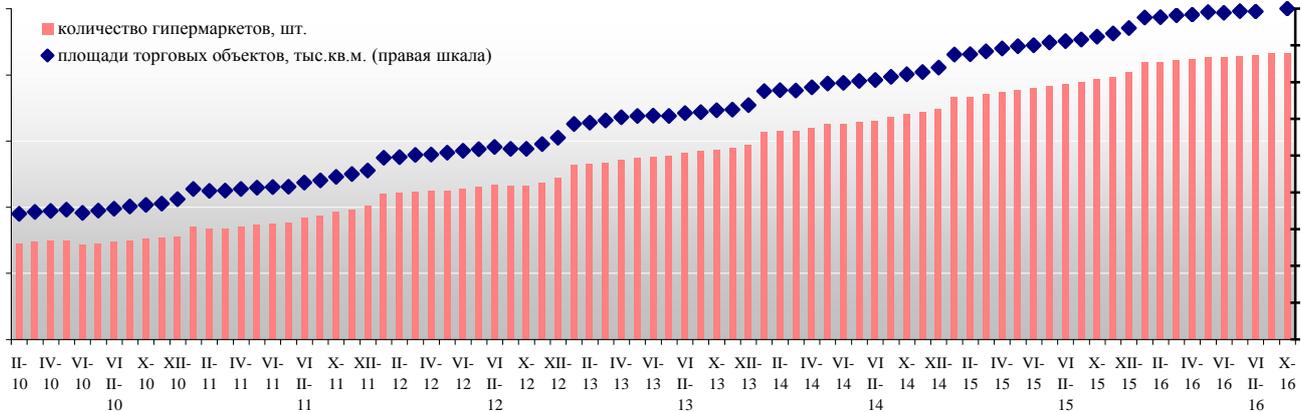
<sup>1</sup> Данные скорректированы по итогам января-августа 2016 года. Здесь и далее по X5 Retail Group, «Магнит» и «ДИКСИ» используются данные, доступные на дату подготовки обзора: «Магнит» – август 2016 г., «Дикси» – июль 2016 г., X5 Retail Group – июнь 2016 г. В общее количество магазинов FMCG не включаются объекты формата дрoгери компании «Магнит», работающие под брендом «Магнит Косметик».

<sup>2</sup> 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.



ООО) в Санкт-Петербурге. При этом в **сентябре 2016** года было **закрыто 2** гипермаркета «Мой Мир» (Димарт, ООО) в Комсомольске-на-Амуре и Петропавловске-Камчатском.

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 сентября 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 <sup>3</sup>	Количество магазинов на конец периода			Динамика количества магазинов за период			
			2015	Сен. 15	Сен.16	Сен. 2015	Сен. 2016	Янв. – сен.2015	Янв. – сен.2016
Магнит, ПАО (Тандер, АО)	Гипермаркет Магнит	Г	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит	Д	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Семейный	С	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит-Косметик	М	*	*	*	*	*	*	*
	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	*	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group (ТД Перекресток, ЗАО) <sup>4</sup>	Пятерочка	Д	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток	С	*	*	*	*	*	*	*
	Карусель, Перекресток Гипер	Г	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток-Экспресс, Копейка	М	*	*	*	*	*	*	*
	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	*	*	*	*	*	*	*
Auchan Retail Россия (Ашан, ООО)	Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга, Каждый день	Г, М	*	*	*	*	*	*	*

<sup>3</sup> Г – гипермаркет, С – супермаркет, Д – дискаунтер, М – магазин у дома.

<sup>4</sup> В связи со спецификой раскрытия информации X5 Retail Group количество магазинов представлено по состоянию на конец июня 2016 г., динамика количества магазинов за январь-июнь 2015-2016гг.

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы <sup>5</sup>	Количество магазинов на конец периода			Динамика количества магазинов за период						
			2015	Сен. 15	Сен.16	Сен. 2015	Сен. 2016	Янв. – сен.2015	Янв. – сен.2016			
ДИКСИ Юг, АО <sup>5</sup>	Дикси, Мегамарт, Минимарт, Квартал, Виктория, Кэш	Г, С, М, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Лента, ООО	Лента	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Metro Group (МЕТРО Кэш энд Керри, ООО)	METRO, METRO Punct	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	real,-	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ОКЕЙ, ООО	ОКЕЙ, ОКЕЙ-Экспресс	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Фреш Маркет, ООО	ДА!	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>ГК «ОКЕЙ»</b>	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SPS Холдинг	Красное&Белое	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>SPAR (все юридические лица)<sup>6</sup></b>	<b>SPAR, EUROSPAR, SPAR Express, INTERSPAR</b>	<b>Г, С, М</b>	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ГК «Монетка» (Элемент-Трейд, ООО)	Монетка, Монетка Супер, Райт	Г, С, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan Retail Россия (Атак, ООО)	Атак, В шаге от Вас	С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
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	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

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. <...>

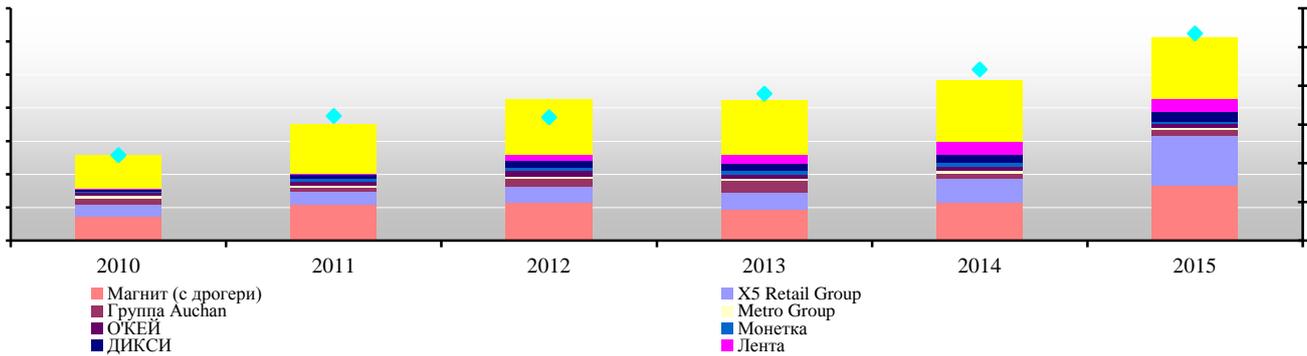
Наибольший вклад в прирост торговых площадей в 2015 году внесли "Магнит", X5 Retail Group и "Лента". Так, в 2015 году X5 Retail Group нарастила объемы введенных площадей в \* раза до \* тыс. кв. м., компании "Магнит" на \*% до \* тыс. кв. м. Рост торговых площадей X5 Retail Group был преимущественно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

<sup>5</sup> В связи со спецификой раскрытия информации ГК «ДИКСИ» количество магазинов представлено по состоянию на конец июля 2016 г., динамика количества магазинов за январь-июль 2015-2016гг.

<sup>6</sup> 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.



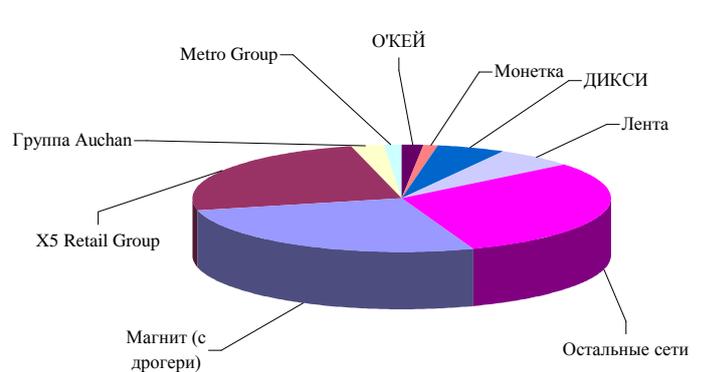
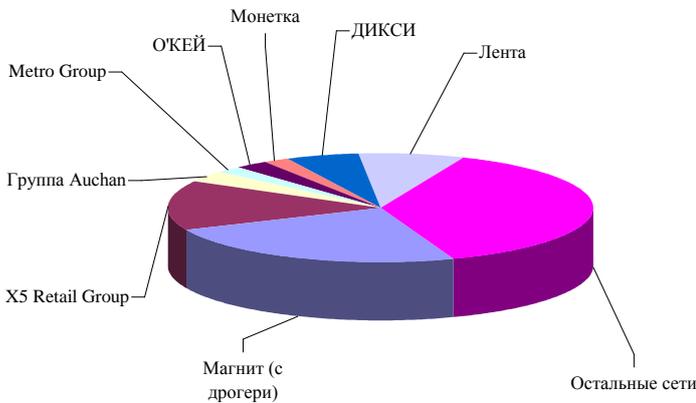
Источник данных: данные ИА INFOLine

<...>

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.

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	Торговая площадь				Динамика общей торговой площади за период		
			на конец периода		период				
			2015	Сен. 15	Сен. 16	Сен. 2015	Сен. 2016	Янв. – сен. 2015	Янв. – сен. 2016
Магнит, ПАО (Тандер, АО) <sup>7</sup>	Гипермаркет Магнит	Г	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит	Д	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Семейный	С	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит-Косметик	М	*	*	*	*	*	*	*
	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	*	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group (ТД)	Карусель, Перекресток Гипер	Г	*	*	*	*	*	*	*

<sup>7</sup> В связи со спецификой раскрытия информации компании «Магнит» количество магазинов представлено по состоянию на конец мая 2015-2016 гг., динамика количества магазинов за март 2015-2016 гг.

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	Торговая площадь Динамика общей торговой площади за магазинов на конец периода									
			период									
			2015	Сен. 15	Сен.16	Сен. 2015	Сен. 2016	Янв. – сен.2015	Янв. – сен.2016			
Перекресток, ЗАО) <sup>8</sup>	Перекресток	С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Пятерочка	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток-Экспресс, Копейка	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Копейка, Копейка Супер	М, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan Retail Россия (Ашан, ООО; Атак, ООО)	Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга, Каждый день	Г, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Атак, В шаге от Вас	С, М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ДИКСИ Юг, АО <sup>9</sup>	Дикси, Мегамарт, Минимарт, Квартал, Виктория, Кэш	Г, С, М, Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Лента, ООО	Лента	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Metro Group (METRO Кэш энд Керри, ООО)	METRO, METRO Punct	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	real,-	Г	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	Г, С	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Фреш Маркет, ООО	ДА!	Д	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>ГК «О'КЕЙ»</b>	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SPS Холдинг	Красное&Белое	М	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
<b>SPAR (все юридические лица)<sup>10</sup></b>	<b>SPAR, EUROSPAR, SPAR Express, INTERSPAR</b>	<b>Г, С, М</b>	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
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	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: ИА "INFOLine" по данным компаний

## Рейтинг торговых сетей FMCG России по чистой выручке<sup>11</sup>

Финансовые показатели публичных компаний, опубликованные по состоянию на октябрь 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 <sup>12</sup>	Выручка за I пол. 2016	Выручка за I пол. 2015, %	LfL за I пол. 2016,%	Выручка за авг. 2016	Авг. 2016 к авг. 2015, %	Выручка за янв.-авг. 2016	Янв.-авг. 2016 к янв.-авг. 2015, %
Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Гипермаркет	Г	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит Семейный	Г	*	*	*	*	*	*	*
	Магнит-Косметик	М	*	*	*	*	*	*	*
	<b>Всего по компании<sup>13</sup></b>	<b>Д, Г</b>	*	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group N.V. (ТД Перекресток, ЗАО)	Пятерочка	Д	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток	С	*	*	*	*	*	*	*
	Карусель	Г	*	*	*	*	*	*	*
	Перекресток Экспресс	М	*	*	*	*	*	*	
	<b>Всего (X5+Копейка)<sup>14</sup></b>	<b>М, Д, С, Г</b>	*	*	*	*	*	*	
ДИКСИ Юг,	Дикси	М	*	*	*	*	*	*	

<sup>8</sup> В связи со спецификой раскрытия информации X5 Retail Group количество магазинов представлено по состоянию на конец мая 2016 г., динамика количества магазинов за январь-март 2015-2016гг.

<sup>9</sup> В связи со спецификой раскрытия информации ГК «ДИКСИ» количество магазинов представлено по состоянию на конец мая 2015-2016 гг., динамика количества магазинов за март 2015-2016 гг.

<sup>10</sup> С учетом субфранчайзинговых магазинов.

<sup>11</sup> Рейтинг обновлен по итогам 2015 года.

<sup>12</sup> Условные обозначения: Д – Дискаунтер, Г – Гипермаркет, С – Супермаркет, М – Магазин у дома

<sup>13</sup> Розничная выручка компании по МСФО (II кв. и I пол. 2016 года) и неаудированные данные (июль, август, январь-июль и январь-август 2016 года).

<sup>14</sup> Розничная выручка компании по МСФО (II кв. и I пол. 2016 года).



Юридическое название	Бренд	Основные форматы <sup>12</sup>	Выручка за I пол. 2016	I пол. 2016 к I пол. 2015, %	LfL за I пол. 2016, %	Выручка за авг. 2016	Авг. 2016 к авг. 2015, %	Выручка за янв.-авг. 2016	Янв.-авг. 2016 к янв.-авг. 2015, %
АО	Виктория	С	*	*	*	*	*	*	*
	Квартал / Дешево	М	*	*	*	*	*	*	*
	КЭШ	Г	*	*	*	*	*	*	*
	Мегамарт	Г	*	*	*	*	*	*	*
	Минимарт	С	*	*	*	*	*	*	*
	<b>Всего по компании<sup>15</sup></b>	<b>М, Д, С, Г</b>	*	*	*	*	*	*	*
Лента, ООО	Лента <sup>16</sup>	Г	*	*	*	*	*	*	*
		С	*	*	*	*	*	*	*
		С, Г	*	*	*	*	*	*	*
ГК О'КЕЙ	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс, ДА! <sup>17</sup>	С, Г,	*	*	*	*	*	*	*
		Д	*	*	*	*	*	*	*
		<b>Всего по компании</b>	<b>Д, С, Г</b>	*	*	*	*	*	*

Источник: данные компаний

Показатели финансовой эффективности бизнеса крупнейших публичных ритейлеров по итогам I-II кв. и I пол. 2016 года представлены в таблице.

Таблица 5. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2015-2016 гг.

Показатель	Магнит, ПАО <sup>18</sup>			X5 Retail Group N.V. <sup>19</sup>			ДИКСИ Юг, АО (МСФО) <sup>20</sup>			Лента, ООО (МСФО) <sup>21</sup>			О'КЕЙ, ООО <sup>22</sup>		
	I кв. 2016	II кв. 2016	I пол. 2016	I кв. 2016	II кв. 2016	I пол. 2016	I кв. 2016	II кв. 2016	I пол. 2016	I кв. 2016	II кв. 2016	I пол. 2016	I кв. 2016	II кв. 2016	I пол. 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.<sup>23</sup>

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы <sup>24</sup>	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	*	*	*	*	*	*
	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>МСФО</b>	*	*	*	*	*	*
X5 Retail Group (ТД Перекресток, ЗАО)	Карусель, Перекресток Гипер	Г	МСФО	*	*	*	*	*	*
	Перекресток	С	МСФО	*	*	*	*	*	*
	Пятерочка	Д	МСФО	*	*	*	*	*	*
	Перекресток-Экспресс, Копейка	М	МСФО	*	*	*	*	*	*
	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>МСФО</b>	*	*	*	*	*	*
Auchan Retail Россия (Ашан, ООО; Атак, ООО)	Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга	Г	РСБУ	*	*	*	*	*	*
	Атак	С	РСБУ	*	*	*	*	*	*
	<b>все форматы</b>	<b>все форматы</b>	<b>РСБУ</b>	*	*	*	*	*	*
ДИКСИ Юг, АО	Дикси, Мегамарт, 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 «О'КЕЙ»	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс, ДА!	Г, С, М	МСФО	*	*	*	*	*	*
SPS Холдинг	Красное&Белое	М	УО	*	*	*	*	*	*

<sup>15</sup> Розничная выручка компании по МСФО (II кв. и I пол. 2016 года) и неаудированные данные (июль и январь-июль 2016 года).

<sup>16</sup> Розничная выручка компании по МСФО (II кв. и I пол. 2016 года).

<sup>17</sup> Розничная выручка компании по МСФО (II кв. и I пол. 2016 года).

<sup>18</sup> Данные по МСФО

<sup>19</sup> Данные по МСФО

<sup>20</sup> Данные по МСФО

<sup>21</sup> Данные по УО за I и II кв. и МСФО за I пол.

<sup>22</sup> Данные по УО за I и II кв. и МСФО за I пол. Включая формат «дискаунтер» «ДА!»

<sup>23</sup> Представлены сети с выручкой более 10 млрд. руб. по итогам 2015 года.

<sup>24</sup> Г – гипермаркет, С – супермаркет, Д – дискаунтер, М – магазин у дома.

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы <sup>24</sup>	Данные	2010	2011	2012	2013	2014	2015
SPAR (все юридические лица) <sup>25</sup>	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, Сибиряда, 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 MARKET, 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 10 млрд. руб. по итогам 2015 года. Кроме того, рейтинг сетей по торговым площадям дополнен описанием итогов сентября 2016 года и прогнозом на 2016 год.

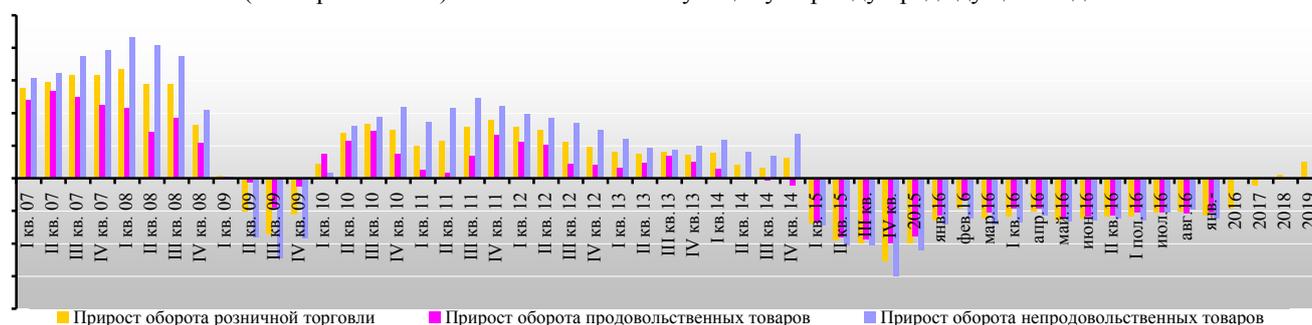
### \*\*\*ДЕМО-ВЕРСИЯ\*\*\*

## Раздел I. Развитие розничной торговли в России

### Макроэкономические показатели розничной торговли

В сентябре 2016 года МЭР сообщило, что прогноз ведомства ухудшился, в связи с падением реальных доходов россиян. А в октябре 2016 года Правительственная бюджетная комиссия одобрила проект федерального бюджета на 2017–2019 гг. В бюджете будет заложена консервативная цена нефти в 40 долл./барр. и возможное сохранение санкций до конца 2019 года, заявил премьер Дмитрий Медведев. Согласно обновленному прогнозу МЭР рост ВВП в 2017 году составит \*% (ранее \*%), в 2018 – 1,6% (ранее \*%) и \*% в 2019 году (ранее \*%). <...>

Рисунок 26. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007-2016 гг. и прогноз на 2016-2019 (консервативный) гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года



Источник данных: данные ФСТС

<...>

В октябре 2016 года МЭР ухудшило прогноз на 2016 год. Так, согласно прогнозу МЭР в базовом варианте падение розничного товарооборота составит в 2016 году \*% против \*%, ожидаемых ранее. Прогноз МЭР в базовом варианте предусматривает снижение розничного товарооборота в 2017 году на \*% (ранее ожидался рост на \*%), в 2018 году – на \*% (ранее ожидался рост на \*%), в 2019 году – на 2,5% (ранее на 3,3%).

<sup>25</sup> Выручка с учетом субфранчайзинговых магазинов.



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

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	*	*	*
...	...	...	...
Авг. 2016	*	*	*
Янв.-авг. 2016	*	*	*
2016 (прогноз)	*	*	*
2017 (прогноз)	*	*	*
2018 (прогноз)	*	*	*
2019 (прогноз)	*	*	*

Источник данных: данные ФСГС, Минэкономразвития

## Опережающие индикаторы развития розничной торговли<sup>26</sup>

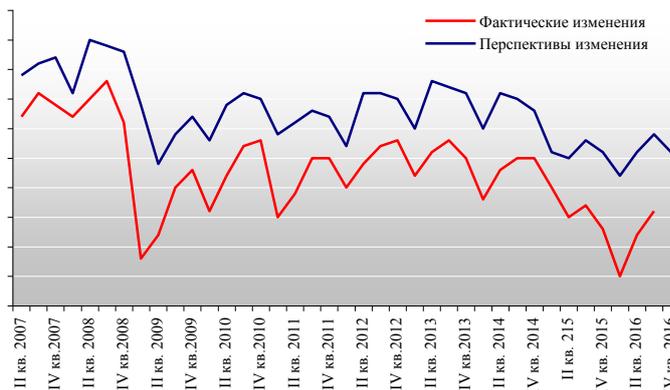
Предпринимательские оценки фактического и ожидаемого изменения экономической ситуации свидетельствуют о серьезной отраслевой дестабилизации. Несмотря на пессимистические прогнозы, полученные в III кв. 2014 года, динамика развития розничной торговли не предполагала такой глубины падения индикатора и, 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. <...>

<sup>26</sup> 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.

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



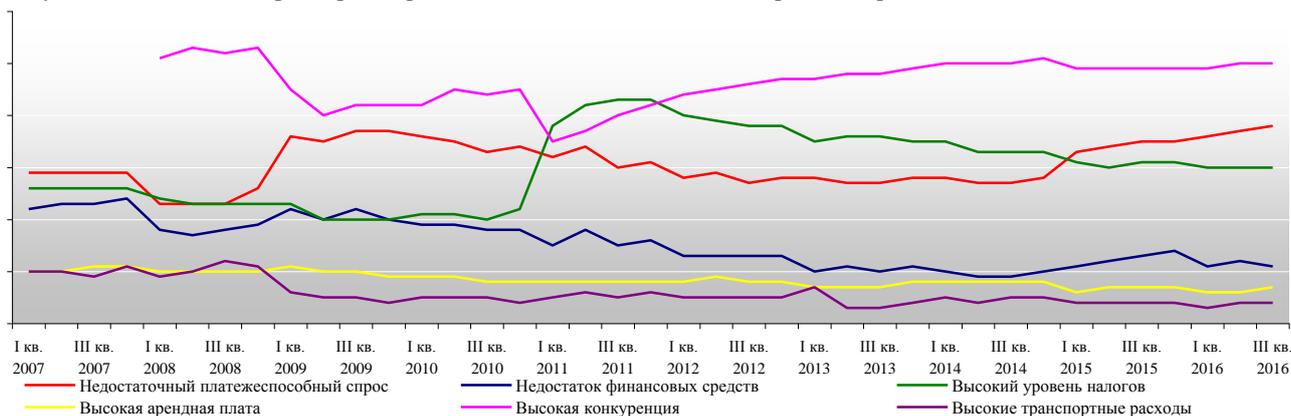
Рисунок 27. Оценка экономической ситуации в России в 2007–2016 гг.



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

## 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. А 5 сентября 2016 года ФАС России опубликовал разъяснения по некоторым вопросам применения Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» в редакции Федерального закона от 03.07.2016 № 273-ФЗ (Приложение 2). <...>

### 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 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**

5 августа 2016 года стало известно, что Российские ритейлеры сработались с ЕГАИС на кассах: в течение месяца они не столкнулись с серьезными сбоями и большой долей несчитываемых акцизных марок. «В ЕГАИС передает информацию 97% организаций розничной торговли, или 99% реально осуществляющих деятельность по продаже алкоголя», – сообщил представитель РАР. Одним из главных опасений розницы было то, что большая часть акцизных марок может не считываться сканерами. По итогам первого месяца работы оказалось, что случаев, когда акцизные марки не считываются, не более 1-2%, говорит представитель РАР. При этом у крупнейших сетей этот показатель ниже. В торговых сетях «Ашан» и «Атак» за июль выявлено менее 1% бутылок, акциз которых не считывался. У сети гипермаркетов Globus процент несчитываемых марок, по словам представителя сети, в среднем 0,25%. <...>

### **Регулирование алкогольного рынка**

26 августа 2016 года стало известно, что АКОРТ прорабатывает поправки к законодательству, которые закрепят наказание за покупку детьми спиртного не только в отношении продавца, но и в отношении покупателя, точнее, его родителей или законных представителей. По мнению АКОРТ, в Кодексе об административных нарушениях, например, можно было бы зафиксировать штраф в 2-3 тыс. руб. за неисполнение родителями «обязанности обеспечить соблюдение запрета на приобретение несовершеннолетними алкогольной продукции». При повторном нарушении штраф может увеличиться до 4-5 тыс. руб. А в сентябре 2016 года замминистра промышленности и торговли РФ Виктор Евтухов сообщил, что в Минпромторге обдумают предложение сетей наказывать родителей за продажу алкоголя детям. <...>

### **Регулирование алкогольного рынка: акцизы**

29 августа 2016 года Правительство РФ подписало Постановление Правительства РФ № 859 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 27 июля 2012 г. № 775». Согласно постановлению, реализация алкогольной продукции, маркированной акцизными марками, изготовленными в соответствии с требованиями, предусмотренными постановлением правительства от 21 декабря 2005 г. N786, допускается до 1 сентября 2017 года.

### **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

<...>

В сентябре 2016 года стало известно, что МЭР предложило в письме Минтранс заморозить плату по системе «Платон» на уровне 1,53 руб. за 1 км до 1 января 2019 года. Представительницы зампреда правительства Аркадия Дворковича и Минэкономразвития отказались от комментариев, в Минтрансе подтвердили получение письма. Позиция МЭР сложилась после опроса компаний и ассоциаций производителей, перевозящих продукцию на дальние расстояния, - они жалуются на рост стоимости грузоперевозок: от 0,5% (металлургия) до 20% (ритейл) и 25% (иные сферы). Нужно не только не повышать тариф, но и подумать о его дифференциации или о корректирующих коэффициентах в зависимости от состояния дороги, интенсивности эксплуатации, наличия объездов и дублеров и временных ограничений движения, пишет МЭР. Напомним, что система «Платон» работает с 15 ноября 2015 года. <...>

## Национальная система адресной продовольственной помощи

В июне 2016 года стало известно, что программа Национальной системы адресной продовольственной помощи, предложенная Минпромторгом в сентябре 2015 года, не будет запущена в 2017 году, как планировалось ранее. К разработке программы подключились другие ведомства и Банк России, им нужно разработать соответствующий законопроект. Лишь в I кв. 2017 года Минпромторг, Минсельхоз, Минтруд, Минфин, МЭР и Банк России должны создать законопроект и поправки в уже существующие нормативные акты о создании и внедрении системы адресной продовольственной помощи нуждающимся гражданам. Это следует из плана мероприятий по разработке программы дополнительного питания на 2016–2017 годы, который был разослан в ведомства и банк замминистра промышленности и торговли Виктором Евтуховым 27 мая 2016 года. План вскоре должен быть утвержден правительством. Согласно уточненным данным на реализацию программы потребуется не 240 млрд. руб., а 342 млрд. руб. <...>

## Торговый сбор в Москве

В сентябре 2016 года стало известно, что Правительство Москвы утвердило поправки в нормативные акты города, регулирующие порядок администрирования торгового сбора. Предложения направлены на дальнейшее совершенствование работы с налогоплательщиками. По новым правилам акты, которые составляются в отношении налогоплательщиков торгового сбора и направляются в УФНС по Москве, можно будет обжаловать на Межведомственной комиссии по рассмотрению вопросов налогообложения при Департаменте экономической политики и развития города. <...>

## 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. <...>

## Регулирование интернет-торговли

В сентябре 2016 года стало известно, что межведомственная рабочая группа по содействию экспорту путем развития электронной торговли при Минэкономразвития приняла решение, что снимать ограничение с ряда товаров для продажи в интернете начнут не с алкоголя, а с ювелирных изделий. «В рамках проработки вопроса о снятии ограничений на дистанционную торговлю отдельными группами товаров принято решение начать обсуждение с мер по либерализации оборота ювелирных изделий», – сообщил представитель МЭР. Заседание рабочей группы по этому вопросу прошло 31 августа 2016 года. «На заседании рабочей



группы также в целом одобрен проект плана деятельности подкомиссии по электронной торговле Правительственной комиссии по экономическому развитию и интеграции», – добавил собеседник агентства.

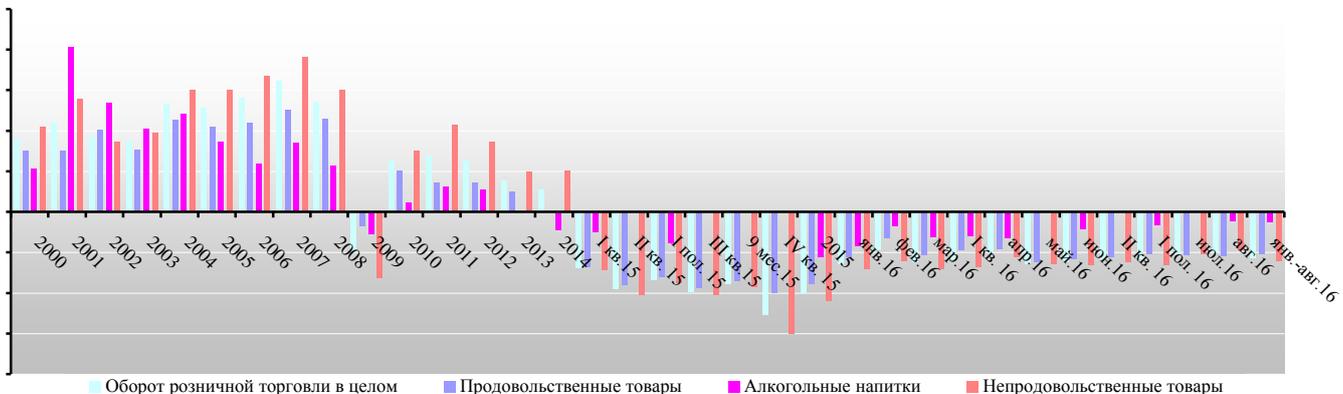
### Прочие новости в сфере регулирования потребительского рынка

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. <...>

## Структура оборота розничной торговли по видам товаров

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

Рисунок 43. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2016 гг., %



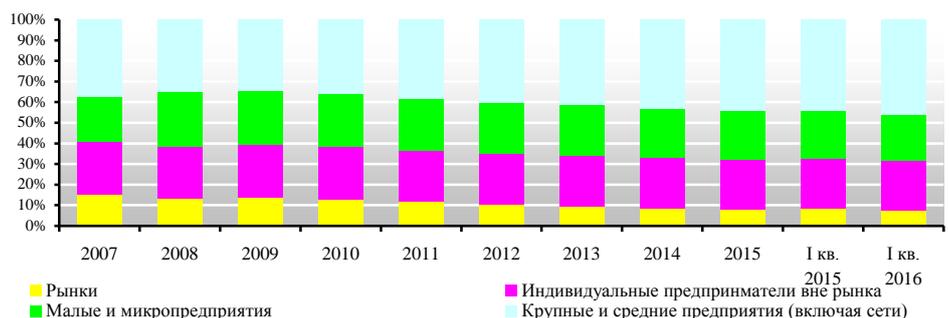
Источник данных: данные ФСТС

<...> А в августе 2016 года стало известно, что Минфин второй раз за год предлагает пересмотреть МРЦ на водку, подняв ее с нынешних 190 до 197 руб. за 0,5 л. Предложение Минфина увеличить МРЦ на водку до 197 руб. за 0,5 л содержится в проекте «О внесении изменений в отдельные приказы Министерства финансов Российской Федерации по вопросам установления цен, не ниже которых осуществляется закупка (за исключением импорта), поставки (за исключением экспорта) и розничная продажа алкогольной продукции», размещенном на портале regulation.gov.ru. <...>

## Структура оборота розничной торговли по видам организаций

В структуре оборота розничной торговли по видам организаций в I кв. 2016 года сохранилась тенденция снижения доли рынков (по итогам I кв. 2016 года на 1 п.п. относительно I кв. 2015 года), а также малых предприятий – на \*п.п. и индивидуальных предпринимателей – на \*п.п. <...>

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



Источник: данные ФСТС

<...>

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

Таблица 11. Оборот торговых организаций и рынков в 2010-2016 гг., млрд. руб.

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 15	I пол. 16	Авг. 15	Авг. 16	Янв.-авг. 15	Янв.-авг. 16
Оборот розничной торговли	16499	19082,6	21394,5	23685,9	*	*	*	*	*	*	*	*
торгующие организации	14403,6	16697,3	19126,7	24089,6	*	*	*	*	*	*	*	*
продажа товаров на рынках	2095,4	2385,3	2267,8	2266,6	*	*	*	*	*	*	*	*
доля торговых организаций, %	87,3	88,5	89,4	90,6	*	*	*	*	*	*	*	*
доля рынков, %	12,7	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-августе 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 58. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-августе 2015 года, %

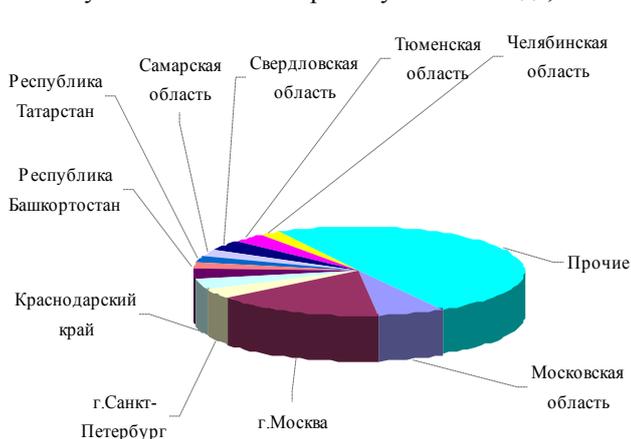
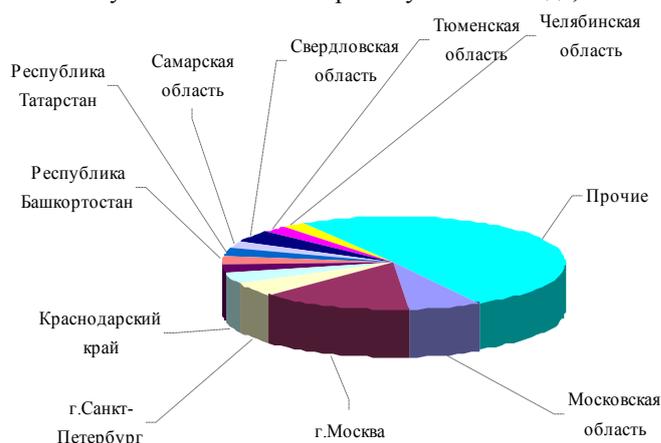


Рисунок 59. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-августе 2016 года, %



Снижение в пределах 5% отмечалось в Саратовской области (\*%), Самарской области (\*%), Ростовской области (\*%), Красноярском крае (\*%), Приморском крае (\*%), <...>

Рисунок 60. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в январе-августе 2015 года, %

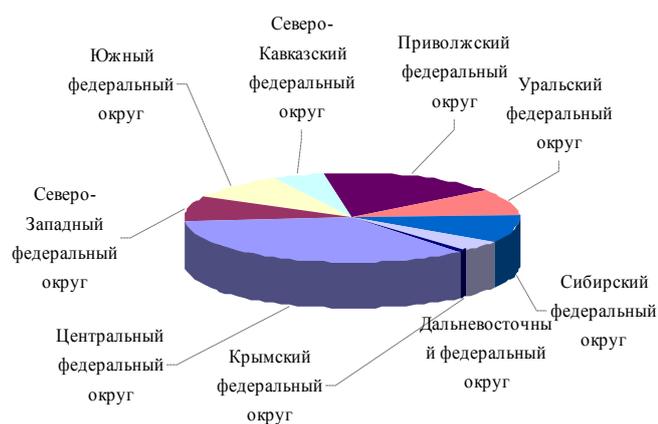
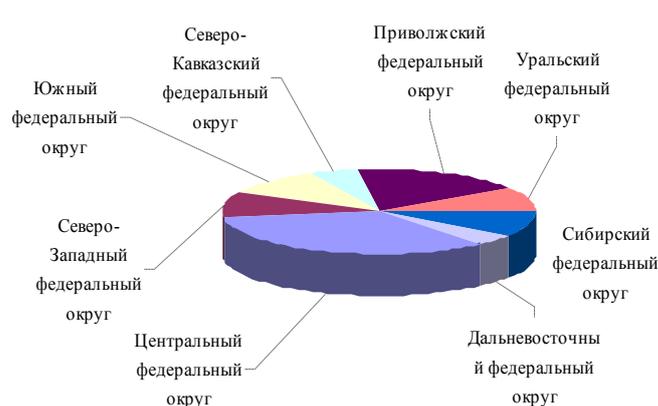


Рисунок 61. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в январе-августе 2016 года, %



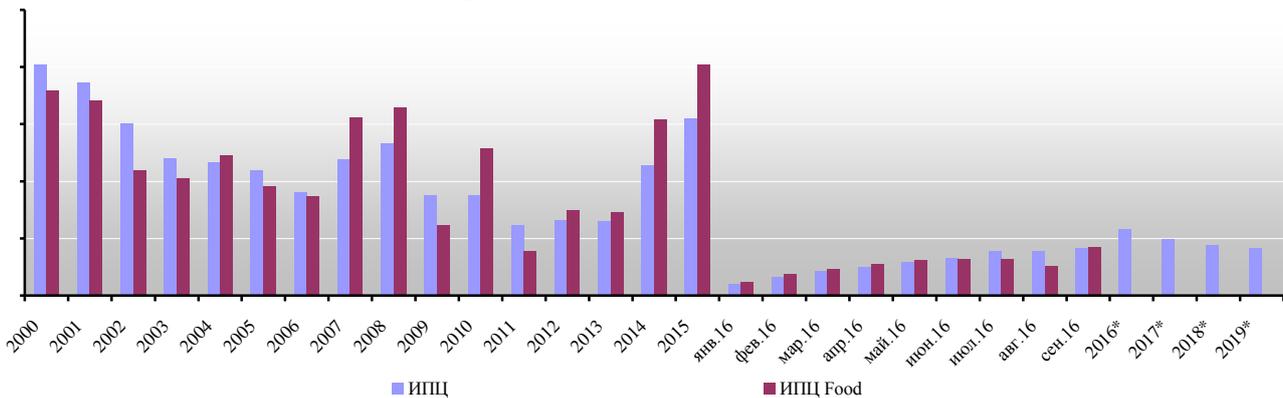
Источник: данные ФСГС <...>



## Инфляция на рынке продовольственных товаров

Согласно обновленному базовому прогнозу МЭР на 2017-2019 гг., который был одобрен в октябре 2016 года, в 2016 году инфляция составит \*%, в 2017 году инфляция составит \*%, в 2018 – \*%, 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.



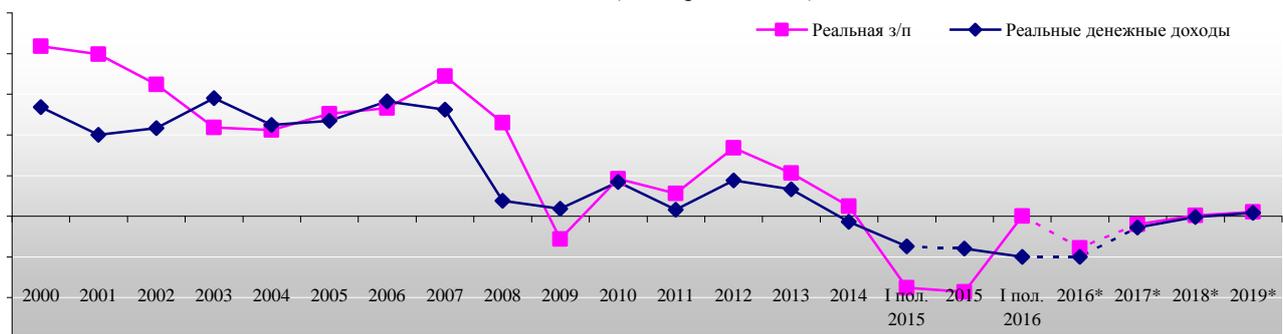
Источник: данные ФСГС

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

## Доходы и расходы населения

В I пол. 2016 года реальные доходы населения снизились на \*% (в I пол. 2015 года на \*%), а реальная заработная плата в I пол. 2016 года не изменилась, в то время как в I пол 2015 года сократилась на \*%. В сентябре 2016 года директор сводного департамента макроэкономического прогнозирования Минэкономразвития Кирилл Трemasов сообщил, что МЭР ухудшило прогноз на 2016 года по реальным доходам населения. Согласно новым данным (по базовому сценарию) они сократятся на 4,7-4,9% против 2,8% в прогнозе МЭР, опубликованном 6 мая 2016 года. <...>

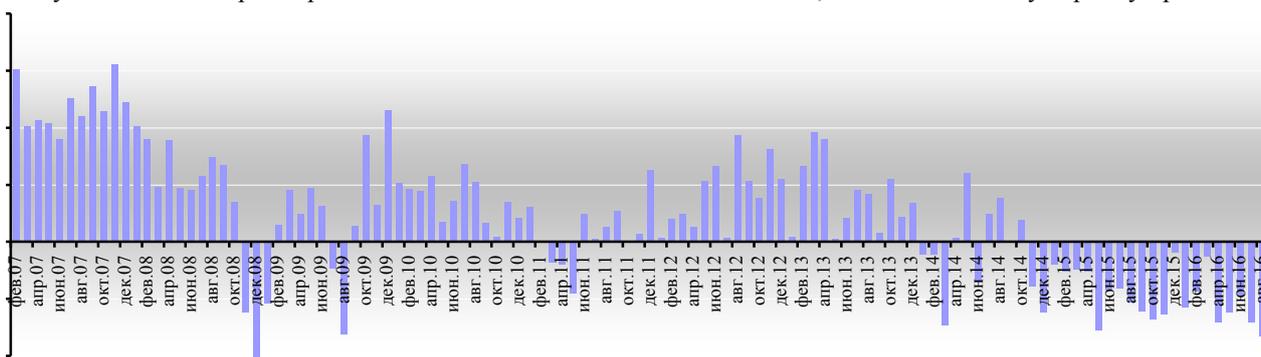
Рисунок 72. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2016-2019 гг. (консервативный), %



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 79. 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

В августе 2016 года ЦБ РФ опубликовал информационно-аналитический бюллетень «Изменение условий банковского кредитования». Проведенный ЦБ РФ опрос банков показал, что во II кв. 2016 года банки снизили процентные ставки и смягчили отдельные условия кредитования основных категорий заемщиков по сравнению с I кв. 2016 года. В опросе приняли участие 54 банка, которые контролируют более 80% объема задолженности по кредитам организациям и населению России. Отмечается, что причиной улучшения условий стала высокая конкуренция и снижение ключевой ставки Банка России (10 июня на 0,5 п.п., до 10,5% годовых). <...>

Рисунок 82. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.

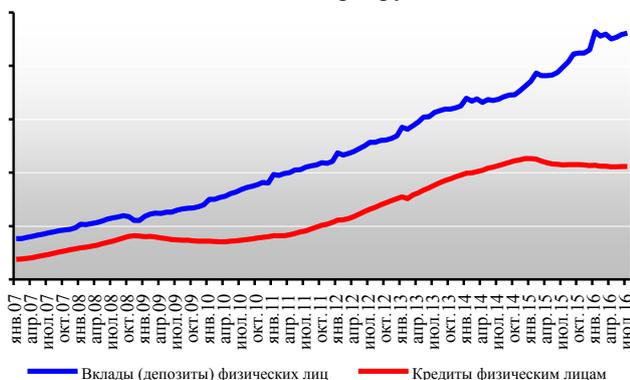
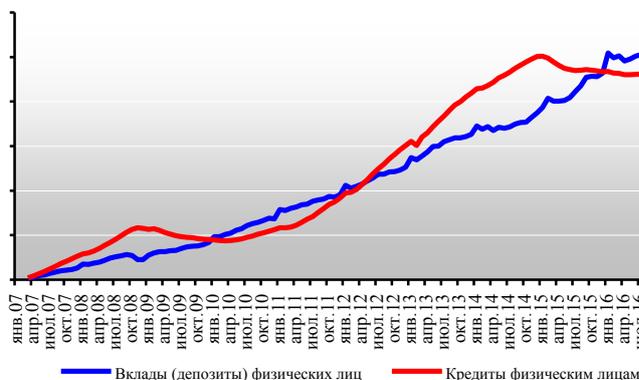


Рисунок 83. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2007 года



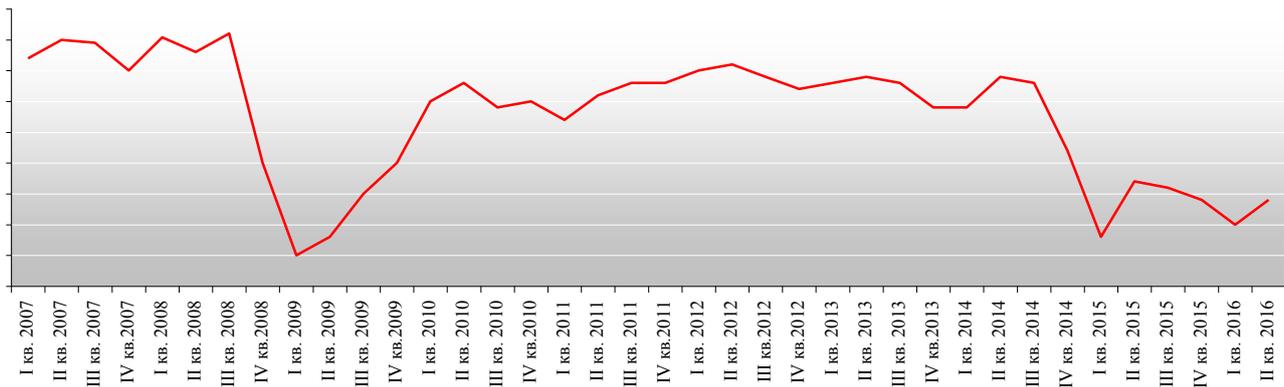
Источник: данные ЦБ РФ

### 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.



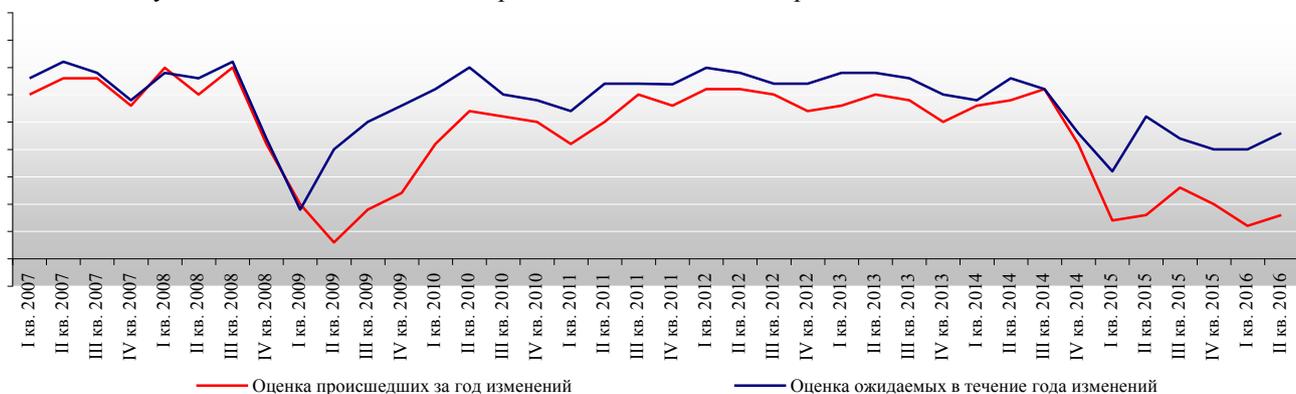
Рисунок 88. Индекс уверенности потребителей России 2007–2016 гг.



Источник данных: данные ФСГС

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

Рисунок 90. 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 контрсанций, ограничивающих поставки продовольственных товаров из ЕС, США и некоторых других стран*

<...> 10 сентября 2016 года Правительство РФ подписало Постановление №897 «О дополнении перечня продукции, запрещённой к ввозу в Россию». Подписанным постановлением в перечень дополнительно включены соль (включая соль столовую и денатурированную) и хлорид натрия чистый, растворённые или нерастворённые в воде или содержащие или не содержащие добавки агентов, препятствующих слипанию и обеспечивающих сыпучесть; морская вода (код ТН ВЭД ЕАЭС 2501 00). Установление запрета на импорт соли из стран, которые ввели ограничительные меры в отношении России, не скажется на обеспечении внутренних потребностей в соли. Выпадающие объёмы будут компенсированы за счёт увеличения объёмов внутреннего производства и импорта из стран – членов Евразийского экономического союза. Постановление вступает в силу с 1 ноября 2016 года. <...>

### *Значимые события января-августа 2016 года*

#### **Международные проекты в ритейле FMCG**

<...> В сентябре 2016 года стало известно, что Lindt & Sprüngli AG (производитель шоколада) откроет первый бутик в ТРЦ «Мега Химки». Магазин площадью 65 кв. м откроется в ноябре 2016 года, уточнил представитель Lindt & Sprüngli. Lindt & Sprüngli. До сих пор в России у нее не было собственной розницы. Зато через 300 своих магазинов в других странах Lindt & Sprüngli продает более 10% продукции в денежном выражении, указано на сайте компании. Ее консолидированные продажи в 2015 году составили 3,65 млрд. швейцарских франков. Собственная розница позволяет предложить клиентам весь ассортимент продукции, укрепляет имидж бренда как поставщика шоколада высшего качества и в конечном итоге увеличивает продажи в обычных каналах розничной торговли, считает Lindt & Sprüngli. Шоколадная розница в России почти не развита, Lindt может занять здесь хорошие позиции, отмечает исполнительный директор Центра исследований кондитерского рынка Елизавета Никитина. <...>



### *Важнейшие события, способные оказать влияние на розничную торговлю FMCG России*

#### **Пищевая промышленность и рынок продовольственных товаров**

В сентябре 2016 года стало известно, что торговая сеть Media Markt вновь начнет развивать розничную сеть в России после того, как в последние два года оптимизировала бизнес. «Начиная с весны 2017 года мы станем открывать новые магазины по всей стране и планируем более чем в 2 раза увеличить количество наших торговых точек в России», – заявил гендиректор Media Markt в России Гидо Рем. Значительная часть новых магазинов будет в Москве. По состоянию на начало сентября 2016 года Media Markt управляет 67 магазинами в России. <...>



### *Деятельность АНО «Роскачество»*

<...>

В сентябре 2016 года стало известно, что АНО «Российская система качества» с октября 2016 года планирует запустить проект по продвижению товаров, отмеченных знаком качества, в торговых сетях. По словам представителя Роскачества, организация запустит различные промоакции, такие как оформление отдельной выкладки товаров и информирование о соответствии товара знаку качества в прикассовой зоне. АНО предлагает поставить в каждой торговой точке вывески-навигаторы и баннеры, сделать отдельные места для продажи продукции со знаком качества и выделить ее на полке. <...>



## Деятельность специалистов ИА «INFOLine»



13 сентября 2016 года генеральный директор ИА **INFOLine** Иван Федяков представил результаты Исследования «INFOLine Retail Russia TOP-100» на стратегическом совещании руководителей сети гипермаркетов Globus. Выступление эксперта оказалось очень полезным для слушателей доклада. Генеральный директор торговой сети Globus Фолькер Шаар поблагодарил ИА **INFOLine** и Ивана Федякова, и так отозвался о его выступлении: «Иван Федяков стал нашим гостем уже во второй раз, и мы вновь остались довольны его докладом. Все было профессионально, информативно и по существу».

14 сентября 2016 года в рамках Международной выставки продуктов питания WorldFood Moscow состоялась III Всероссийская конференция «Поставщики и сетевой ритейл: практика эффективного взаимодействия», организованная ассоциацией производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз» и международной выставочной компанией ITE. Генеральный директор ИА **INFOLine** Иван Федяков представил результаты Исследования «INFOLine Retail Russia TOP-100» и обратил внимание участников на основные тенденции на рынке розничной торговли, такие как высокая доля промо-продаж, рост магазинов типа дискаунтер, увеличение частных марок торговых сетей.



Третий год подряд форум становится крупнейшей по количеству участников площадкой для обсуждения взаимодействия между поставщиками и сетевым ритейлом. Основными темами обсуждения стали: взаимодействие поставщиков и торговых сетей в условиях обновленного законодательства, государственная поддержка бизнеса, альтернативные способы реализации и продвижения продукции на внутренний и зарубежные рынки. Актуальная повестка конференции вызвала высокий интерес и собрала на площадке мероприятия свыше 300 делегатов-ритейлеров, производителей, переработчиков, дистрибьюторов продовольственных товаров различных категорий из разных регионов страны.

14 сентября 2016 года состоялась XII ежегодная конференция газеты «Ведомости» - «Ритейл в России». Топ-менеджеры крупнейших сетевых ритейлеров России, ведущие производители и поставщики направлений food и non-food, а также представители государственных регуляторов обсудили вопросы повышения эффективности бизнеса. Генеральный директор ИА **INFOLine** Иван Федяков принял участие в работе конференции в качестве модератора сессии «Путь продукции от производителя до потребителя», а также представил доклад о развитии рынка розничной торговли в России. В основу выступления Ивана Федякова легли актуальные данные продуктов **INFOLine**:



- 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;
- Подробное исследование компаний рынка строительно-отделочных материалов «Рынок DIY РФ. Анализ регионов, тенденции 2016 года и прогноз до 2018 года» и сегмента товаров для дома «Рынок Household РФ. Итоги 2015 года, прогноз до 2018 года»;
- Материалы, составляющие основу ежедневно обновляемого продукта компании «Тематические новости. Розничная торговля России».

В качестве модератора сессии Иван Федяков совместно с Еленой Агеевой, руководителем управления по качеству группы «Черкизово», Максимом Атнашевым, директором интегрированных цепей поставок Ferrero по России, СНГ и Центральной Азии, Александром Борисовым, генеральным директором ММБА, членом правления ТПП РФ, Александром Мышинским, генеральным директором сети магазинов «Реаль» и Антоном Семёновым, генеральным директором «Белая Дача Трейдинг» обсудили роль государства во взаимоотношениях производителей и торговых сетей, а также поговорили о снижении конкурентоспособности российских производителей в связи с принятием поправок к закону о торговле.

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

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



21 сентября 2016 года на площадке IX петербургского инновационного форума состоялось подведение итогов Конкурса «Лучший инновационный продукт Санкт-Петербурга» и торжественная церемония награждения. Оператором конкурса выступило **ИА INFOLine**. В 2016 году организаторам Конкурса – Комитету по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга - поступило 127 заявок от петербургских компаний. В финал Конкурса прошли 20 компаний в 4-х номинациях: Строительство, жилищно-коммунальное хозяйство и композиционные (полимерные) материалы; Медицина, биотехнологии и фармацевтика; Информационные технологии и радиоэлектроника; Машиностроение и энергетика. В финале Конкурса были представлены проекты самого высокого уровня, производимые на территории Санкт-Петербурга. По итогам финала Конкурсной комиссией были определены победители, занявшие 1, 2 и 3 места в своих номинациях. Награды победителям вручил Вице-губернатор Санкт-Петербурга Сергей Николаевич Мовчан.

Победителями в номинации Строительство, жилищно-коммунальное хозяйство и композиционные (полимерные) материалы стали:

- 1 место - ЗАО «Предприятие ПАРНАС», Малый грузовой лифт «ПАРНАС»;
- 2 место - ООО «Фуллерон», Фуллеренгель;
- 3 место – ООО «ИКАПЛАСТ», Полимерные колодцы ИКАПЛАСТ;

Победителями в номинации Медицина, биотехнологии и фармацевтика стали:

- 1 место – ООО «МИЦАР», Комплекс аппаратно-программный МИЦАР-ЭЭГ-202;
- 2 место - ООО «Метромед», Комплект для контроля качества иммуноферментных и биохимических анализаторов;
- 3 место – ООО «Ассоциация Медицины и Аналитики», Система комбинированная ХЕЛИК® -скан-М;

Победителями в номинации Информационные технологии и радиоэлектроника стали:

- 1 место – ЗАО «Ленинградское отделение Центрального научно-исследовательского технологического института», Система мониторинга промышленного оборудования Foreman (СМПО Foreman);
- 2 место - ООО «Центр речевых технологий», Windows-приложение для преобразования речи в текст VOСO;
- 3 место – ООО «Научно-Инженерное предприятие Информатика», Программный комплекс ТЕХТРАН-раскрой;

Победителями в номинации Машиностроение и энергетика стали:

- 1 место – ООО «ИЗ-КАРТЭКС имени П.Г.Коробкова», Экскаватор карьерный гусеничный ЭКГ-20КМ;
- 2 место - ООО «ОМЗ-Спецсталь», Высокохромистые ротора для энергоблоков нового поколения, работающих при супер сверхкритических параметрах пара (ССКП);
- 3 место – ООО «Лазерный центр», Система высокоскоростной лазерной обработки материалов «ТурбоМаркер» для решения промышленных задач;

**От лица Комитета по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга и ИА INFOLine поздравляем победителей и благодарим компании, принявшие участие в Конкурсе «Лучший инновационный продукт Санкт-Петербурга»!**

**\*\*\*ДЕМО-ВЕРСИЯ\*\*\***



**Кейс «Промоактивность торговых сетей FMCG в условиях кризиса»**

По данным Исследования Nielsen «На грани промо», россияне в кризис все чаще отдают предпочтение товарам, которые торговые сети предлагают по промоакциям. По итогам I пол. 2016 года на их долю приходилась почти половина продукции повседневного спроса, а более 40% покупателей приобретают в рамках промоакций товары, которыми изначально даже не интересовались. Некоторым ритейлерам такие акции обеспечивают уже треть выручки, теперь с помощью скидок и специальных предложений они наращивают число лояльных клиентов. Как показало исследование (в июне 2016 года Nielsen опросила тысячу покупателей товаров повседневного спроса в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Самаре, Екатеринбурге и т. д.), более половины россиян (51%) отмечает возросший за прошедший год интерес к товарам по скидкам, 45% потребителей стали чаще использовать специальные предложения. В целом обращают внимание на промоакции 62% потребителей в России, треть россиян (33%) ищет их целенаправленно, и лишь 5% игнорируют какие-либо спецпредложения сетей FMCG.

Рисунок 5. На чем экономят россияне?



Рисунок 6. На что россияне тратят свободные деньги?



Источник: данные Nielsen

**\*\*\*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 сентября 2016 года общее количество магазинов сети «Магнит» составляло 13241 (10072 магазинов у дома, 231 гипермаркет «Магнит», 176 супермаркетов «Магнит Семейный», 2762 «Магнит Косметик»). Общие торговые площади сети составили 4791,8 тыс. кв. м. <...>.

В 2016 году «Магнит» планирует открыть до 80 гипермаркетов, 900-950 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.

В III кв. 2015 года запущен тест интернет-магазина «Магнит» на базе одного из гипермаркетов в Краснодарском крае.

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 будут окрашены в серый цвет. Таким образом, будет делаться 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 будет обходиться на 15-17% дороже обычного, поэтому, прежде чем переформатировать все магазины сети, руководство «Магнита» будет оценивать эффективность новой концепции. На основе работы тестовых магазинов будет принято решение о распространении формата на все магазины или открытии новых магазинов только в крупных городах. В год на первоначальном этапе будет обновляться не более 400-500 точек, добавил Сергей Галицкий. Первый обновленный магазин был открыт в Краснодаре 20 июля 2016 года. 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 ридизайном «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». За июль-август 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 «наивный» 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 рублей. 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» выставляются дорогой алкоголь, икра, конфеты, сигареты, импульсные товары non-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 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 июля 2016 года общая численность работников компании «Магнит» составила 259,389 тыс. чел., из которых персонал магазинов составляет 190,42 тыс. чел., 36,592 – работники РЦ, 19,923 – сотрудники филиалов, 10,031 – персонал головной компании, 2,423 – прочие. По итогам I пол. 2016 года средняя заработная плата работников компании «Магнит» составила 29,636 тыс. руб., а рост заработной платы в I пол. 2016 года – 5%.

По состоянию на 1 января 2016 года структура акционерного капитала компании «Магнит» была представлена следующим образом: Галицкий С.Н. – 38,67%, Laverno Ltd. – 0,65%, Гордейчук В.Е. – 2,54%, менеджмент – 0,41%, собственные акции, выкупленные у акционеров – 0,03%, free float – 57,7%. 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 Lavreno 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.

### Итоги деятельности и прогнозы

Чистая выручка сети «Магнит» в I пол. 2016 года составила 519,459 млрд. руб., увеличившись на 14,49% к уровню I пол. 2015 года. По итогам I пол. 2016 года EBITDA по МСФО выросла на 6,11% в годовом выражении – до 51,599 млрд. руб. В феврале 2016 года Сергей Галицкий сообщил, 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. 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%. Отношение чистого долга к EBITDA у «Магнита» по итогам 2016 года планируется на уровне 0.95-1.1x против 0,92x на начало 2016 года. 25 июля 2016 года на телефонной конференции для инвесторов Сергей Галицкий сообщил, что когда EBITDA достигнет 120 млрд. руб., компания будет готова остановить рост и сфокусироваться в основном на эффективности. С точки зрения финансовых показателей «Магнит» будет фокусироваться на чистой прибыли и формировании денежного потока. Ожидается, что дивидендные выплаты останутся на уровне 40% от чистой прибыли.

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

Таблица 34. Ключевые финансовые показатели компании «Магнит» в 2014-2016 гг.

Показатель	Формат	I кв.	I кв.	II кв.15	II кв. 16	I пол. 15	I пол. 16	Авг.15	Авг.16	Янв.-	Янв.-
		2015	2016	(МСФО)	(МСФО)	(МСФО)	(МСФО)			Авг.15	Авг.16
	Магнит	162,596	187,51	175,838	197,518	338,434	385,027	58,275	66,528	457,194	520,377
Чистая выручка, млрд. руб.	Гипермаркет Магнит	38,731	39,473	40,64	39,483	79,371	78,956	13,327	12,944	106,505	105,448
	Магнит Семейный	9,602	13,515	10,735	13,978	20,337	27,493	3,722	4,801	27,805	37,286
	Магнит-Косметик	7,303	13,937	8,253	14,045	15,556	27,982	3,858	5,858	23,045	39,395
	Розничная выручка	218,756	255,303	235,467	265,024	453,698	519,459	79,182	90,131	614,55	702,506

Показатель	Формат	I кв. 2015	I кв. 2016	II кв.15 (МСФО)	II кв. 16 (МСФО)	I пол. 15 (МСФО)	I пол.16 (МСФО)	Авг.15	Авг.16	Янв.- Авг.15	Янв.- Авг.16
	Оптовые продажи	0,524	0,868	0,586	1,201	1,111	2,069	-	-	-	-
	<b>Общая выручка</b>	<b>219,28</b>	<b>256,171</b>	<b>236,052</b>	<b>266,225</b>	<b>454,809</b>	<b>521,528</b>	-	-	-	-
	Магнит	29,02%	15,32%	24,74%	12,33%	26,76%	13,77%	17,04%	14,16%	24,6%	13,82%
Прирост чистой выручки, %	Гипермаркет Магнит	30,89%	1,92%	18,08%	(2,85%)	24,00%	(0,52%)	12,71%	(2,87)	21,57%	(0,99%)
	Магнит Семейный	115,6%	40,75%	90,74%	30,21%	101,72%	35,19%	68,28%	29,0%	93,29%	34,1%
	Магнит-Косметик	87,83%	90,84%	109,29%	70,17%	98,63%	79,87%	121,33%	51,83%	104,7%	70,95%
	<b>Розничная выручка</b>	<b>33,4%</b>	<b>16,71%</b>	<b>27,31%</b>	<b>12,55%</b>	<b>30,04%</b>	<b>14,49%</b>	<b>20,76%</b>	<b>13,83%</b>	<b>27,98%</b>	<b>14,31%</b>
	Оптовые продажи	-	10,01%	-	104,93%	-	86,28%	-	-	-	-
	<b>Общая выручка</b>	<b>33,7%</b>	<b>16,82%</b>	<b>27,56%</b>	<b>12,78%</b>	<b>30,3%</b>	<b>14,67%</b>	-	-	-	-
LFL (выручка), %	Магнит	14,06%	2,67%	9,74%	1,02%	12,06%	1,85%	-	-	-	-
	Гипермаркет Магнит	14,91%	(9,07%)	3,27%	(11,12%)	10,16%	(10,15%)	-	-	-	-
	Магнит Семейный	17,29%	(4,76%)	2,16%	(7,57%)	9,82%	(6,25%)	-	-	-	-
	Магнит-Косметик	23,86%	8,66%	25,99%	4,3%	12,21%	6,42%	-	-	-	-
	<b>Компания в целом</b>	<b>14,53%</b>	<b>0,44%</b>	<b>8,61%</b>	<b>(1,41%)</b>	<b>11,49%</b>	<b>(0,52%)</b>	-	-	-	-
LFL (средний чек), %	Магнит	13,87%	0,32%	10,38%	(1,0%)	12,06%	(0,36%)	-	-	-	-
	Гипермаркет Магнит	14,38%	(3,9%)	6,49%	(1,17%)	10,16%	(2,48%)	-	-	-	-
	Магнит Семейный	15,23%	(3,79%)	5,43%	(1,04%)	9,82%	(2,31%)	-	-	-	-
	Магнит-Косметик	9,97%	11,51%	14,35%	10,17%	12,21%	10,86%	-	-	-	-
	<b>Компания в целом</b>	<b>13,97%</b>	<b>(1,01%)</b>	<b>9,26%</b>	<b>(1,95%)</b>	<b>11,49%</b>	<b>(1,51%)</b>	-	-	-	-
LFL (трафик), %	Магнит	0,17%	2,34%	(0,59%)	2,05%	(0,15%)	2,21%	-	-	-	-
	Гипермаркет Магнит	0,47%	(5,32%)	(3,02%)	(10,08%)	(1,36%)	(7,86%)	-	-	-	-
	Магнит Семейный	1,79%	(1,0%)	(3,1%)	(6,6%)	(0,91%)	(4,03%)	-	-	-	-
	Магнит-Косметик	12,63%	(2,56%)	10,18%	(5,33%)	11,32%	(4,0%)	-	-	-	-
	<b>Компания в целом</b>	<b>0,49%</b>	<b>1,46%</b>	<b>(0,6%)</b>	<b>0,55%</b>	<b>(0,02%)</b>	<b>1,0%</b>	-	-	-	-
Валовая прибыль, млрд. руб.	Компания в целом	59,116	65,036	67,944	77,027	127,06	142,063	-	-	-	-
Валовая рентабельность, %	Компания в целом	27,02%	25,47%	28,78%	28,93%	27,94%	27,24%	-	-	-	-
Чистая прибыль, млрд. руб.	Компания в целом	9,478	8,243	15,788	17,864	25,266	26,105	-	-	-	-
Рентабельность по чистой прибыли, %	Компания в целом	4,33%	3,23%	6,69%	6,71%	5,56%	5,01%	-	-	-	-
EbitDA, млрд. руб.	Компания в целом	20,395	19,789	28,232	31,81	48,628	51,599	-	-	-	-
Рентабельность EbitDA, %	Компания в целом	9,32%	7,75%	11,96%	11,95%	10,69%	9,89%	-	-	-	-

Источник: данные компании «Магнит»

<...>

### Планируемые открытия гипермаркетов

В IV кв. 2016 года планируется открытие двух гипермаркетов «Магнит» в Алтайском крае по адресам: г. Барнаул, р-н Индустриальный г. Камень-на-Оби площадью 2,5 тыс. кв. м. <...>

### Планируемые открытия супермаркетов

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

### Открытие супермаркетов<sup>27</sup>

16 сентября 2016 года был открыт супермаркет «Магнит Семейный» в Ульяновске по адресу: Московское ш.. Ассортимент супермаркета включает около 10,1 тыс. наименований, из которых продукты питания – около 84%. Торговый зал оборудован 11 кассовыми терминалами. Объект находится в собственности компании. <...>

### Заккрытие супермаркетов

10 сентября 2016 года был закрыт гипермаркет «Магнит» в Барнауле по адресу: ул. Малахова, 86В, ТРЦ «Весна». Ранее 15 июля 2016 года был закрыт гипермаркет «Магнит» в Барнауле по адресу: Павловский тракт, 188, ТЦ «Арена». На его месте будет открыт гипермаркет Палата» (ГК «Холидей»).

### Логистика: показатели

По состоянию на 30 июня 2016 года «Магнит» (АО «Тандер») управляет 34 распределительными центрами, суммарной площадью 1351 тыс. кв. м. Уровень централизации поставок для магазинов у дома в I пол. 2016 года составил 90%, а гипермаркетов – 73%. В долгосрочной перспективе планируется доведение данного

<sup>27</sup> ИА INFOLine считает магазины «Магнит Семейный» наиболее близкими по формату к «супермаркетам».



показателя до 92% для магазинов у дома и до 80% для гипермаркетов. Автопарк по состоянию на 30 июня 2016 года насчитывал 5836 грузовых автомобилей.

#### Логистика: планы

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

До конца 2016 года «Магнит» планирует ввести в эксплуатацию вторую очередь РЦ в Ростовской области по адресу: пос. Интернациональный. Площадь РЦ составит около 60 тыс. кв. м., включая продовольственный склад – 18,5 тыс. кв. м., непродовольственный склад – 18,5 тыс. кв. м., холодильные камеры – 10 тыс. кв. м., помещение для подготовки товаров на вывоз – 13 тыс. кв. м. В декабре 2013 года была введена в эксплуатацию первая очередь РЦ, площадью 17,807 тыс. кв. м. Инвестиции в строительство РЦ составляют более 1,6 млрд. руб. <...>

#### Собственное производство

В феврале 2016 года гендиректор компании Сергей Галицкий сообщил, что «Магнит» вложит в новые собственные производства 52 млрд. руб. за 5–6 лет. Размер инвестиций в 2016 году составит около 5 млрд. руб., с 2017 года они будут удваиваться. Пока компания пользуется собственными средствами, за год она практически не нарастит кредитный портфель, отметил Галицкий. Так, в ближайшие 3–4 года «Магнит» планирует открыть достаточно большое количество производственных территорий. Это, например, выращивание шампиньонов, заводы по производству мясных полуфабрикатов, снеков, бытовой химии. Инвестиции начнутся в 2016 году, первые производства начнут работать в конце 2016 года. Напомним, что в октябре 2015 года сообщалось, что АО «Тандер» намерен построить в Краснодаре крупный промышленный парк в районе пос. Дорожный в Краснодаре. Соглашение о реализации первой очереди проекта было подписано 2 октября 2015 года, на инвестиционном форуме в Сочи. Инвестиции в первую очередь оцениваются в 9 млрд. руб. В парке разместятся 14 производств на площади 146 га. Планируется производить продукты питания и бытовую химию. Всего предусмотрено 3 очереди. Вторая очередь будет возводиться в период 2018–2019 гг. (94 га), третья очередь – в 2019–2020 гг. (277 га). Первая очередь – это кондитерские и мучные производства, а также предприятия по выпуску бытовой химии. Во второй и третьей очереди предполагается создавать, в том числе, и импортозамещающие мощности. Все необходимые коммуникации и инженерную инфраструктуру в рамках проекта будет строить сам инвестор. В целом в ближайшие 10 лет «Магнит» собирается запустить 40 новых производств питания. Участки под производства компания уже приобрела. Как ранее сообщал Сергей Галицкий, инвестиции в производство будут идти из запланированных капитальных затрат и не потребуют существенного их наращивания. <...>

#### Private label

Доля СТМ в продажах компании в I пол. 2016 года снизилась до 11% с 11,2% в I пол. 2015 года. Под СТМ у «Магнита» находится 611 товарных позиции, около 84% из которых – продукты питания. 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. Стратегия «Магнита» на 2016 год включает сокращение числа брендов до 40 СТМ. Как сообщила Кудря, существующие марки будут укрупняться, под ними будут выпускаться те виды товара, в которых у «Магнита» еще нет СТМ, также будут запущены отдельные категории СТМ для гипермаркетов и магазинов косметики. Стратегические цели по доле СТМ в обороте – примерно 20%. <...>

#### Взаимодействие с потребителями

В сентябре 2016 года ПАО «Магнит» и российский офис Disney объявили о старте широкомасштабной акции, посвященной фильму «Изгой-Один: Звёздные Войны. Истории». Акция для покупателей в преддверии выхода картины в прокат начнется в 140 городах России и станет первой подобной по своему масштабу. Акция пройдет с 17 октября по 6 декабря 2016 года и охватит около 300 гипермаркетов и более 7500 магазинов в формате «у дома». <...>



### Корпоративные события

8 сентября 2016 года ПАО «Магнит» провело внеочередное общее собрание акционеров со следующей повесткой дня:

1. Выплата дивидендов по акциям ПАО «Магнит» по результатам полугодия 2016 отчетного года. Принято решение выплатить дивиденды по обыкновенным именным акциям ПАО «Магнит» по результатам I полугодия 2016 отчетного года в размере 7 999 890 633 руб., что составляет 84,60 руб. до 23 сентября 2016 года.

2. Одобрение крупных сделок, в совершении которых имеется заинтересованность. Приняты следующие решения:

2.1. Одобрить займ АО «Тандер» у ПАО «Магнит» на сумму до 62 млрд. руб. по ставке не более 125% от ключевой ставки ЦБ РФ сроком до 3 лет.

2.2. Одобрить договор поручительства ПАО «Магнит» в обеспечение исполнения обязательств АО «Тандер» перед ПАО «Сбербанк России» на сумму до 28 млрд. руб. по ставке не более 30% годовых сроком до 4 лет. Совокупный размер обязательств поручителя (ПАО «Магнит») не может превышать 61 млрд. руб.

3. Утверждение Устава ПАО «Магнит» в новой редакции. Принято решение утвердить Устав ПАО «Магнит» в новой редакции.

### \*\*\*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](mailto:info@smsr.ru) Web: [russretail.info](http://russretail.info) Руководитель: Кузнецов Сергей, Директор Союза НСР

**История развития**

&lt;...&gt;

По состоянию на октябрь 2016 года в СНСР входит 76 независимых сети, которые представлены более чем 4000 торговыми точками. Сети-участники: «АБК» (Москва), «Агат» (Республика Татарстан), «Айгуль» (Республика Саха), «Алика» (Кабардино-Балкария), «Анкор» (ЯНАО), ТД «Аникс» (Алтайский край), «Артемида Дон» (Ростовская обл.), «Афанасий» (Архангельская обл.), ГК «Батыр» (Башкортостан респ.), «Барс» (Рязанская обл.), «БИМ» (Москва), «Битге» (Комсомольск-на-Амуре), ТД «Бородинский» (Карелия респ.), «В Десятку» (Саха-Якутия респ.), ТГ «Высшая Лига» (Костромская обл.), «Гарант XXI» (Архангельская обл.), «Городок» (Астраханская обл.), «Гулливер» (Ульяновская обл.), «Дворцовый ряд» (Ульяновская обл.), «Дом еды» (Ярославская обл.), ТД «Дуслык» (Татарстан респ.), «Евророс» (Мурманская обл.), «Елисей» (Свердловская обл.), ТГ «Ижтрейдинг» (Удмуртия респ.), «Калинка» (Нижегородская обл.), «Каравай» (Красноярский край), «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.), «Макаровский» (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 СНСР 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.
<a href="#">Аналитическая база «700 торговых сетей FMCG России – 2016»</a>	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.
<a href="#">Исследование «Рынок гипермаркетов FMCG России», База «1000 гипермаркетов FMCG РФ»</a>	В Исследовании представлен анализ состояния рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, а также структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручку торговых объектов по каналам продаж); приведены рейтинги по ТОП-30 ритейлерам, развивающим формат «гипермаркет». Представлена база 1000 действующих гипермаркетов и бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG в формате «гипермаркет»	Октябрь 2016 г.	50 000/ 75 000 руб.



Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена, руб.
<a href="#">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»</a>	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.
<a href="#">Исследование «Рынок ТЦ в 32 городах и регионах РФ. Тенденции 2015 года» и Аналитическая база «1800 торговых центров в крупнейших городах России»</a>	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. IV кв. 2016	от 22 500 руб.
<a href="#">Исследование «INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2015. Прогноз до 2018»</a>	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.	Октябрь 2016	От 50 000 руб.
<a href="#">Аналитическая база «600 торговых сетей DIY РФ»</a>	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.
<a href="#">Исследование «Рынок DIY. Анализ регионов, тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года»</a>	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.
<a href="#">База «200 крупнейших проектов строительства торговых центров РФ»</a>	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](mailto:retail@infoline.spb.ru). Также на сайте [infoline.spb.ru](http://infoline.spb.ru). доступен чат-сервис в правой части экрана.**