

И С С Л Е Д О В А Н И Е

Д Е М О В Е Р С И Я

РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ

Итоги 2019 года

Перспективы развития в 2020-2021 годах

Инициатор исследования:



PART OF THE **shopi** GLOBAL NETWORK

Исполнитель:



информационное агентство

information agency

ОБРАЩЕНИЕ ПРЕЗИДЕНТА АССОЦИАЦИИ «МАРКЕТИНГ В РИТЕЙЛЕ» POPAI В РОССИИ



Основное предназначение предпринимателей, из которых состоит малый и средний бизнес, составляющий большую часть нашей Ассоциации – предпринимать, то есть делать что-либо. Количество кризисных факторов, сошедшихся в этот раз, кажется уже слишком большим. Финансовый кризис, нефтяной кризис, коронавирус и, как апогей – кризис нерабочих дней. Всегда мы знали, что перед лицом опасности мы начинаем больше работать, что-то менять, что-то придумывать, закрывать старое, открывать новое и т.д. Вчера нам сформулировали довольно внятную перспективу существования в ближайший месяц. Перспектива заключается в ее отсутствии. Тем не менее, даже в рамках сложившейся ситуации мы не можем лечь, расслабиться и поднять руки. Мы не можем не предпринимать усилий по поиску выхода.

Можно от лица Ассоциации просить милостыню от государства. Это, с моей точки зрения, тупиковый путь. Решения по отраслям будут приниматься, скорее всего исходя из механизмов, не зависящих от уровня плача с нашей стороны. Мы предлагаем идти по другому пути – просить дать нам возможность работать. Часть клиентов находится в списке поставщиков товаров первой необходимости и их довольно много. Продуктовые торговые сети и аптеки работают. Везде, если вдуматься, нужна наша работа. Важно сконцентрировать усилия на возможностях получения разрешения действовать. Безусловно, мы обязаны соблюдать все требования правительства по обеспечению безопасности наших сотрудников и созданию условий работы в соответствии со всеми правилами Роспотребнадзора. Очень важно понимать, что это надо не для того, чтобы нас не прикрыли, найдя нарушения, а потому, что мы отвечаем за тех, с кем работаем и, прося их выйти на рабочие места, мы должны сделать все, чтобы максимально их защитить.

Помимо этого, предлагаю создать на базе Ассоциации площадку для обмена мнениями и решениями для этого непростого времени.

Что это может быть:

- Опыт общения с арендодателями, лизингодателями, банками в сложившихся условиях
- Обмен новостями о действиях налоговой
- Обмен опытом о действиях в конфликтных ситуациях с сотрудниками. Очевидно, что многие компании не смогут не сокращать зарплаты, не сокращать сотрудников, не ухудшать условия работы. Если ситуация дойдет до крайности и придется расставаться с сотрудниками, нам надо понимать – можем ли мы им помочь получить пособие, дотации и прочую помощь от государства
- Обсуждение правовой базы по спорам с налоговыми органами и трудовыми инспекциями после окончания кризиса. Они будут обязательно и надо встретить их во всеоружии. Я думаю, что можно найти еще много других тем для обсуждения

Отдельно хочу обратиться к нашим заказчикам – крупным транснациональным компаниям, ритейлу, поставщикам продуктов первой необходимости. Сейчас нам особенно важна ваша поддержка. Сейчас то время, когда важна демонстрация партнерских отношений между нами на деле. В ваших силах на период кризиса отменить отсрочки. В ваших силах распространить на нас ваше право работать. В ваших силах упростить тендерные процедуры. Мы знаем, что вам тоже приходится очень нелегко в текущем моменте, но пережить это непростое время мы сможем только вместе.

Желаю всем сил, здоровья и терпения!

Президент Ассоциации "Маркетинг в ритейле" POPAI Россия, Предприниматель Андрей Лупандин

СОДЕРЖАНИЕ

- **Терминология рынка и методология исследования**
- **Часть I. Характеристика и объем рынка POSM**
 - 1.1. Динамика и структура рынка POSM и услуг тех. мерчандайзинга
 - NEW** 1.2. Производство и продажа POSM в России
 - NEW** 1.3. Рынок услуг тех. мерчандайзинга в России
- **Часть II. Рейтинг поставщиков POSM и услуг технического мерчандайзинга**
 - 2.1. Методология построения рейтинга
 - 2.2. Характеристика участников рынка
 - 2.3. Интегральный рейтинг поставщиков POSM и услуг тех. мерчандайзинга
 - 2.4. Рейтинг компаний в сегменте краткосрочных POSM
 - 2.5. Рейтинг компаний в сегменте долгосрочных POSM
 - 2.6. Рейтинг компаний в сегменте постоянного оборудования
 - 2.7. Рейтинг компаний в сегменте тех. мерчандайзинга
- **Часть III. Сегментация рынка POSM по товарным категориям**
 - 3.1. Характеристика товарных категорий
 - 3.2. Продукты питания и безалкогольные напитки
 - 3.3. Алкогольные напитки
 - 3.4. Парфюмерия, косметика, средства по уходу
 - 3.5. Бытовая химия
 - 3.6. Бытовая техника и электроника
 - 3.7. Товары для ремонта, дома и сада
- **Часть IV. Взаимодействие в процессе заказа, изготовления и размещения POSM**
 - 4.1. Методы выбора поставщиков POSM и услуг тех. мерчандайзинга
 - ADD** 4.2. Критерии выбора и оценки поставщиков POSM и услуг тех. мерчандайзинга
 - 4.3. Дополнительные требования к поставщикам POSM и услуг тех. мерчандайзинга
 - 4.4. Взаимодействие в процессе заказа и производства POSM и услуг тех. мерчандайзинга
 - 4.5. Взаимодействие в процессе размещения POSM
- **Часть V. Заказ и размещение POSM**
 - NEW** 5.1. Бюджеты заказчиков на POSM
 - ADD** 5.2. Заказ и размещение POSM: оценка держателей бюджетов
 - ADD** 5.3. Размещение POSM: оценка торговых сетей
 - 5.4. Основные требования к POSM со стороны держателей бюджетов и торговых сетей

- **Часть VI. Эффективность POSM**
 - 6.1. Эффективность POSM по целеполаганию
 - 6.2. Эффективность торговых зон по оценке держателей бюджетов и торговых сетей
 - ADD** 6.3. Оценка эффективности различных видов POSM по зонам размещения в различных товарных сегментах
- **Часть VII. Совместные акции и их эффективность**
 - NEW** 7.1. Промокампании и совместные акции сетей и брендов
 - 7.2. Оценка эффективности совместных акций держателями бюджетов
 - 7.3. Оценка эффективности совместных акций торговыми сетями
- **Часть VIII. Перспективы и тенденции развития рынка POSM в России**
 - ADD** 8.1. Перспективы развития рынка POSM и услуг тех. мерчандайзинга в России
 - 8.2. Технологические тенденции и инновации
 - NEW** 8.3. Новые тенденции на рынке POSM
- **Часть IX. Основные тренды потребительского рынка**
 - 9.1. Тренды, оказывающие влияние на рынок POSM
 - 9.2. Развитие СТМ розничными торговыми сетями
 - 9.3. Порционность упаковки
 - 9.4. ЗОЖ и экологичность
 - 9.5. Маркировка как способ убеждения
 - NEW** 9.6. Реализация социально-значимых и экологических проектов
 - 9.7. Поляризация розничных форматов
 - 9.8. E-commerce и омниканальность
 - ADD** 9.9. Инновационные технологии и диджитализация
- **Часть X. Макроэкономика и состояние розничной торговли**
 - NEW** 10.1. Основные макроэкономические события
 - 10.2. Динамика и структура оборота розничной торговли
 - 10.3. Доходы населения и поведение потребителей
 - 10.4. Состояние розничной торговли FMCG
- **ПРИЛОЖЕНИЯ**
 - Список опрошенных в ходе Исследования компаний
 - Профиль опрошенных респондентов
 - Перечень базовых видов POSM

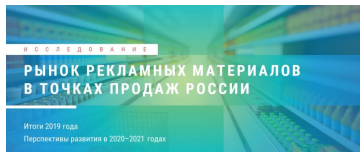
NEW- новый раздел по сравнению с исследованием 2019 года

ADD- раздел расширен по сравнению с исследованием 2019 года

Об Исследовании

участники и методология

ФОРМИРОВАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



- ✓ Характеристика и анализ емкости рынка POSM (производство, импорт, проблематика и прогноз)
- ✓ Сегментация рынка по видам POSM и товарным категориям заказчиков
- ✓ Методы выбора и важнейшие критерии оценки поставщиков POSM
- ✓ Подробная оценка эффективности и популярности разных видов POSM
- ✓ Анализ тенденций развития рынка POSM
- ✓ Тренды потребительского рынка
- ✓ Анализ и прогноз розничной торговли в России в сегментах FMCG



**Поставщики POSM
и услуг тех. мерч.**



**Владельцы
брендов**



**Розничные
торговые сети**



**Импорт
и экспорт**



**Рынок
ритейла**

ИНИЦИАТОР ИССЛЕДОВАНИЯ



ИСПОЛНИТЕЛЬ



УЧАСТНИКИ ПРОЕКТА



более **200**

крупнейших поставщиков POSM
и услуг тех. мерчендайзинга
(на компании, от которых получены
анкеты, приходится более 70%
рынка POSM)



более **400**

крупнейших компаний –
владельцев брендов
(на компании, от которых получены
анкеты, приходится более 60%
товарного рынка)



более **200**

крупнейших розничных
торговых сетей
(на компании, от которых получены анкеты,
приходится до 40%
розничного рынка)

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ КЛАССИФИКАЦИИ POSM: КЛАССИФИКАЦИЯ ПО СРОКАМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

КРАТКОСРОЧНЫЕ POSM

(использование до **3 месяцев**, в том числе сезонные акционные и промо-материалы)



PRE-PACK

(использование до **3 месяцев**, поставляются в торговую точку наполненными товаром)



ДОЛГОСРОЧНЫЕ POSM

(использование от **3 месяцев до 2 лет**, в том числе стоимостью за единицу более 100 тыс. руб.)



ПОСТОЯННОЕ БРЕНДИРОВАННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

(использование более **2 лет**, относится к основным средствам компании)



ОСНОВНЫЕ ВИДЫ КЛАССИФИКАЦИИ POSM: КЛАССИФИКАЦИЯ ПО ФУНКЦИОНАЛЬНОМУ НАЗНАЧЕНИЮ

Информационные POSM

Рекламные материалы в точках продаж, выполняющие только информационную (в том числе навигационную) функцию и не предполагающие размещения товара на них (ростовые фигуры, входные арки, чехлы на антикражные ворота, информационные стойки, топперы, стопперы, полочные разделители, воблеры и т. п.)



Функциональные POSM

Рекламные материалы в точках продаж, предполагающие размещение на них рекламируемого товара (паллеты, бренд-зоны, дисплеи, гондолы, корнеры, комплексное категорийное оформление, постоянное оборудование, в том числе холодильники, полки и т. п.)



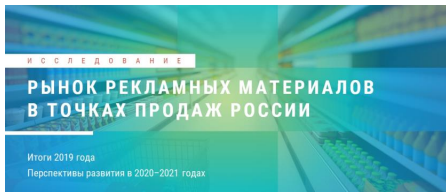
ОСНОВНЫЕ ВИДЫ КЛАССИФИКАЦИИ POSM: КЛАССИФИКАЦИЯ ПО ЗОНАМ РАЗМЕЩЕНИЯ



-  **Входная и витринная зона**
(антикражные ворота, камеры хранения)
-  **Полки в зале (полочное оформление)**
-  **Торцевые зоны стеллажей**
(торцевое оформление)
-  **Напольные дисплеи и стойки**
-  **Паллеты (включая промоострова и театрализацию)**
-  **Прикассовая зона**
-  **Бренд-зоны, Shop-in-Shop, бэкволлы, корнеры**

ЧАСТЬ I. ХАРАКТЕРИСТИКА И ОБЪЕМ РЫНКА POSM

В полной версии исследования
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



Исследование
Итоги 2019 года
Перспективы развития в 2020–2021 годах

Индикатор исследования
POPAI
PART OF THE **stop** GLOBAL NETWORK

Исследователь
INFO Line

- 1.1. Динамика и структура рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга
- 1.2. Производство и продажа POSM в России
- 1.3. Рынок услуг технического мерчандайзинга в России

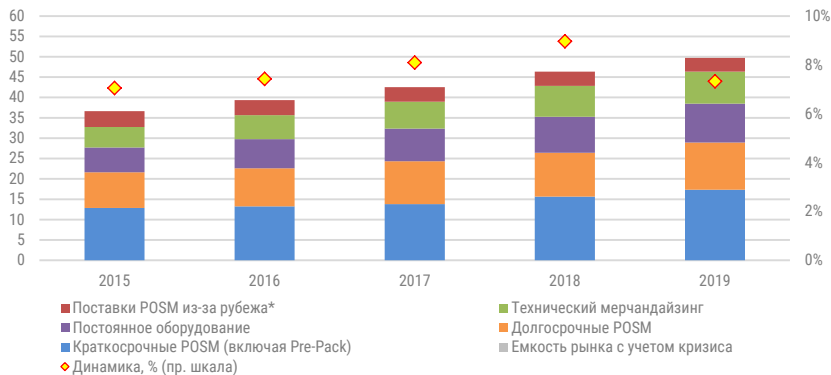


В полной версии – 18 слайдов, 19 диаграмм

1.1.1. ДИНАМИКА И СТРУКТУРА РЫНКА POSM И УСЛУГ ТЕХ. МЕРЧАНДАЙЗИНГА

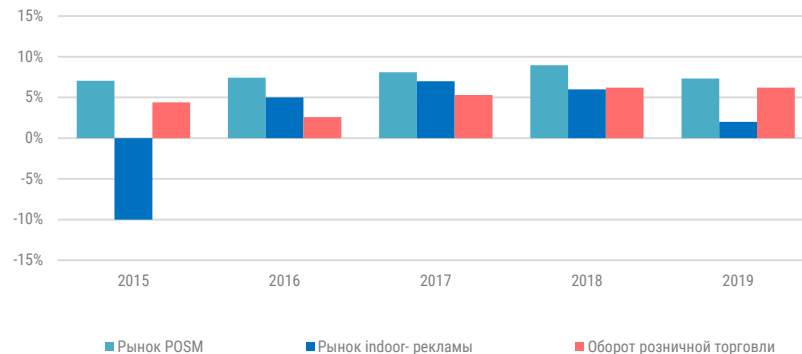
- Рост оборота розничной торговли в 2019 году в денежном выражении сохранился на уровне прошлого года и составил *****%**, в то время как рост рынка indoor-рекламы, напротив, замедлился до **2%** (на **4 п.п.** меньше, чем в 2018 году).
- По итогам 2019 года замедлились темпы роста объемов продаж поставщиков POSM (интегральный индекс изменения в 2019 составил *****%** против *****%** в 2018) и бюджетов заказчиков (соответственно *****%** против *****%**).
- Темпы роста рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга в России в 2019 г. замедлились почти на ***** п.п** до *****%**.
- Емкость рынка в ценах производителей, включающая стоимость разработки, производства и обслуживания POSM, в 2019 году, по оценкам INFOLine, составила около *****млрд руб.** (с учетом НДС).
- В условиях экономического кризиса и введенных в марте-апреле 2020 г. для борьбы с эпидемией ограничительных мер, из-за которых прекратили работу большинство торговых объектов Non-Food, заведений общественного питания и сферы услуг, а также резко выросла безработица, емкость рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга в 2020 году, по оценкам INFOLine, снизится не менее чем на *****%**.

Объем рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга России, млрд руб. с учетом НДС



Источник: расчеты INFOLine

Динамика рынка POSM, рекламного рынка и оборота розничной торговли, % к предыдущему году (в ден. выражении)



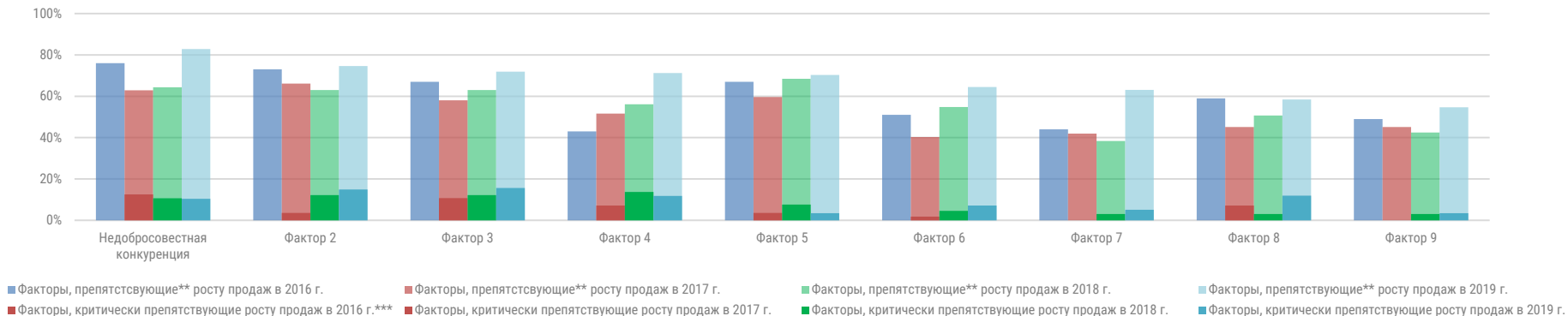
Источник: расчеты INFOLine, АКAP, ФСГС

1.1.4. ФАКТОРЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РОСТУ ПРОДАЖ POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

- В 2019 г. вновь на первое место по значимости вышли факторы, связанные с недобросовестной конкуренцией и *** (позволяют некоторым Заказчикам сократить расходы на производство POSM, за счет снижения качества и надежности). В 2020 г. в условиях экономического кризиса и ограничительных мер, которые приведут к резкому сокращению инвестиций в открытие и обновление объектов, особенно в Non-Food ритейле, а также оптимизации бюджетов заказчиков, влияние этих факторов критически возрастет.
- Продолжается рост доли поставщиков, отмечающих негативное влияние фактора, связанного с ***. По данным INFOLine, IV кв. 2019 г. стал худшим по показателю прироста площадей за период с 2005 года: чистый прирост площади TOP-200 сетей FMCG России сократился более чем в ***к уровню IV кв. 2018 г.
- Постоянно усложняющиеся технологий производства POSM, использование более технически сложного оборудования обуславливает рост значимости такого фактора, как ***. По итогам 2019 год доля поставщиков, отметивших его значимость выросла на ***п.п. к уровню 2018 года.



Основные факторы, препятствующие росту производства и продаж POSM и услуг технического мерчандайзинга в России, %



Источник: анализ INFOLine ответов на вопрос A51. Укажите факторы, препятствующие росту производства и продаж рекламных материалов в точках продаж (POSM) в России.

ЧАСТЬ II. РЕЙТИНГ ПОСТАВЩИКОВ POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

В полной версии исследования
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:

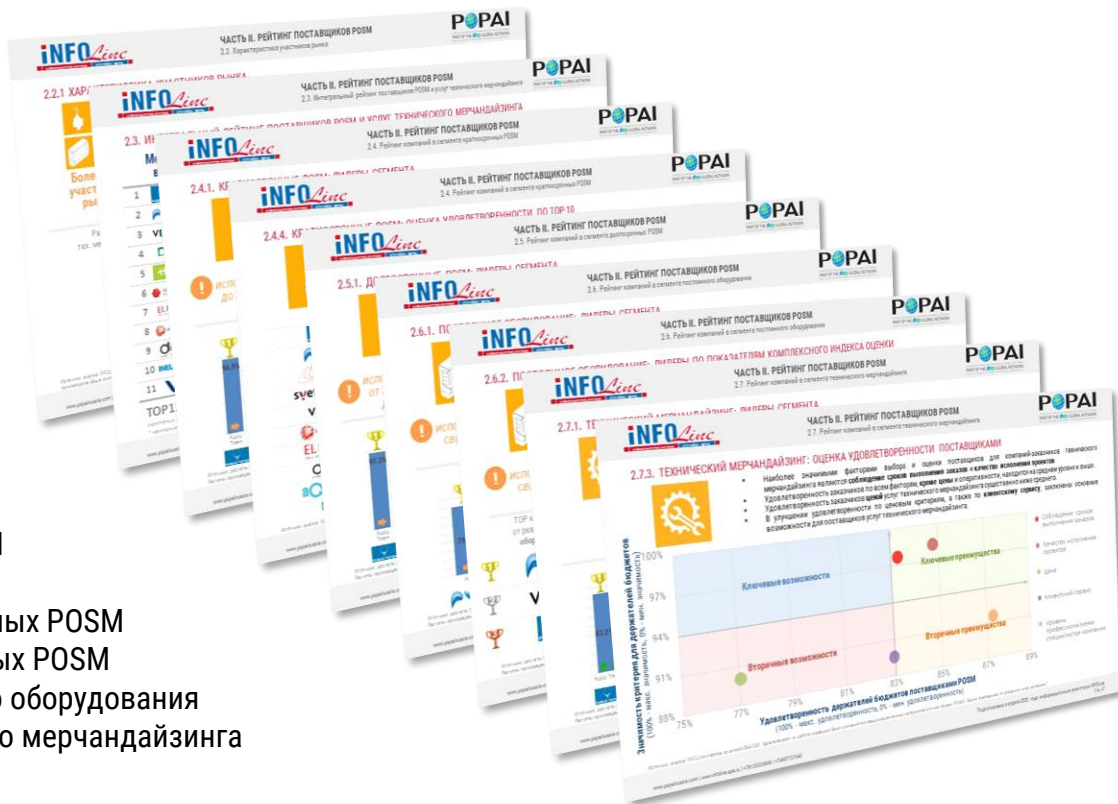


Инициатор исследования:
POPAI
PART OF THE STOP GLOBAL NETWORK







































Исполнитель:
INFO Line
информационное агентство

- 2.1. Методология построения рейтинга
- 2.2. Характеристика участников рынка
- 2.3. Интегральный рейтинг поставщиков POSM и услуг технического мерчандайзинга
- 2.4. Рейтинг компаний в сегменте краткосрочных POSM
- 2.5. Рейтинг компаний в сегменте долгосрочных POSM
- 2.6. Рейтинг компаний в сегменте постоянного оборудования
- 2.7. Рейтинг компаний в сегменте технического мерчандайзинга

В полной версии – 28 слайдов, 10 диаграмм



2.3. ИНТЕГРАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ ПОСТАВЩИКОВ POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

Место и название компании в интегральном рейтинге	 Место в сегменте краткосрочных POSM	 Место в сегменте долгосрочных POSM	 Место в сегменте постоянного оборудования	 Место в сегменте технического мерчандайзинга
1  Паблик Тотем (Public Totem)				
2  ПиВиДжи (Посмотека, PVG)				
3  Вирту (VIRTU)				
4 Компания 4			-	
5 Компания 5	-			
6 Компания 6	-			
7 Компания 7			-	-
8 Компания 8			-	-
9 Компания 9			-	-
10 Компания 10			-	-
11 Компания 11	-			-

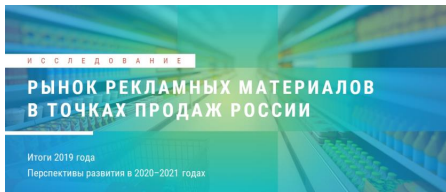
TOP12 – TOP25:

(компании приведены в алфавитном порядке)

* компания не заполнила анкету в 2020 г.

ЧАСТЬ III. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ

В полной версии исследования
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



Индикатор исследования:
POPAI
PART OF THE STOP GLOBAL NETWORK

Исполнитель:
INFO Line
информационное агентство

- 3.1. Характеристика товарных категорий
- 3.2. Продукты питания и безалкогольные напитки
- 3.3. Алкогольные напитки
- 3.4. Парфюмерия, косметика, средства по уходу
- 3.5. Бытовая химия
- 3.6. Бытовая техника и электроника
- 3.7. Товары для ремонта, дома и сада



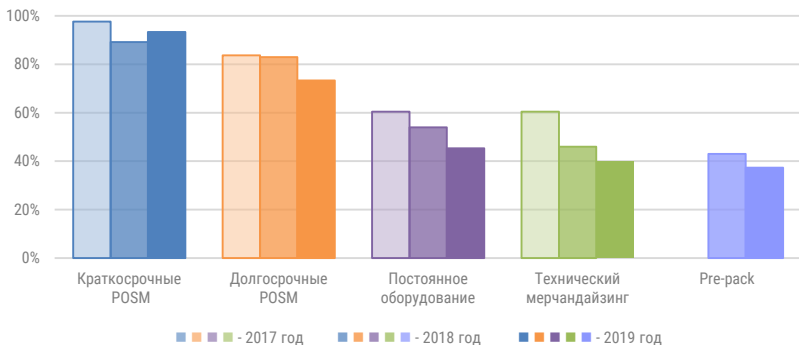
В полной версии – 24 слайда, 26 диаграмм

3.2.1. ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ И БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ: ПОПУЛЯРНОСТЬ ВИДОВ POSM

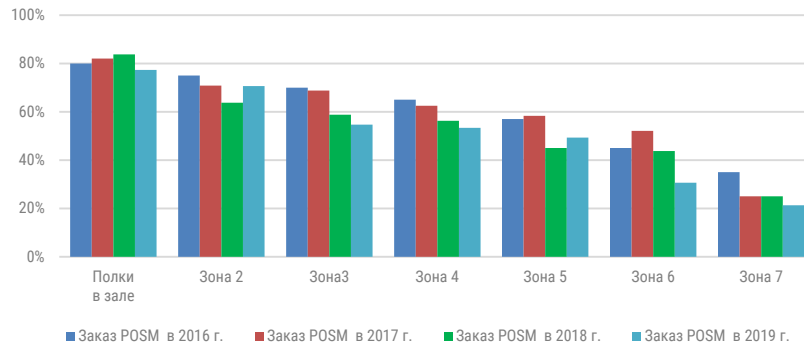


- В сегменте «Продукты питания и безалкогольные напитки» подавляющее число компаний в 2019 году заказывали краткосрочные и долгосрочные POSM (***)% и (***)% соответственно). Заказ постоянного оборудования и услуг технического мерчандайзинга осуществляли около (***)% опрошенных компаний.
- По итогам 2019 года отмечается рост числа компаний, заказывавших краткосрочные POSM, на фоне постепенного сокращения аналогичного показателя для остальных видов POSM.
- Компании данного сегмента в 2019 г. сократили размещение POSM в полочном пространстве, несколько снизив частоту их размещения, и начали более активно использовать напольные дисплеи (прирост на *** п.п.) и POSM в прикассовой зоне (прирост на *** п.п.). Также в 2019 году продолжилось сокращение частоты размещения паллет, торцевых стеллажей, бэкволлов и POSM в входной зоне: сокращение составило *** п.п.

Размещение заказов на различные виды POSM в сегменте «Продукты питания и безалкогольные напитки» в 2017-2019 гг., %



Распределение POSM по зонам размещения в сегменте «Продукты питания и безалкогольные напитки» в 2016-2019 гг., %



Источник: анализ INFOline ответов на вопросы B5/C6. Какие виды рекламных материалов в точках продаж (POSM) Ваша компания заказывала в 2019 году? B6/C7. Какие виды рекламных материалов в точках продаж (POSM) по зонам размещения Ваша компания заказывала в 2019 году?

ЧАСТЬ IV. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ПРОЦЕССЕ ЗАКАЗА, ИЗГОТОВЛЕНИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ POSM

В полной версии исследования
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:

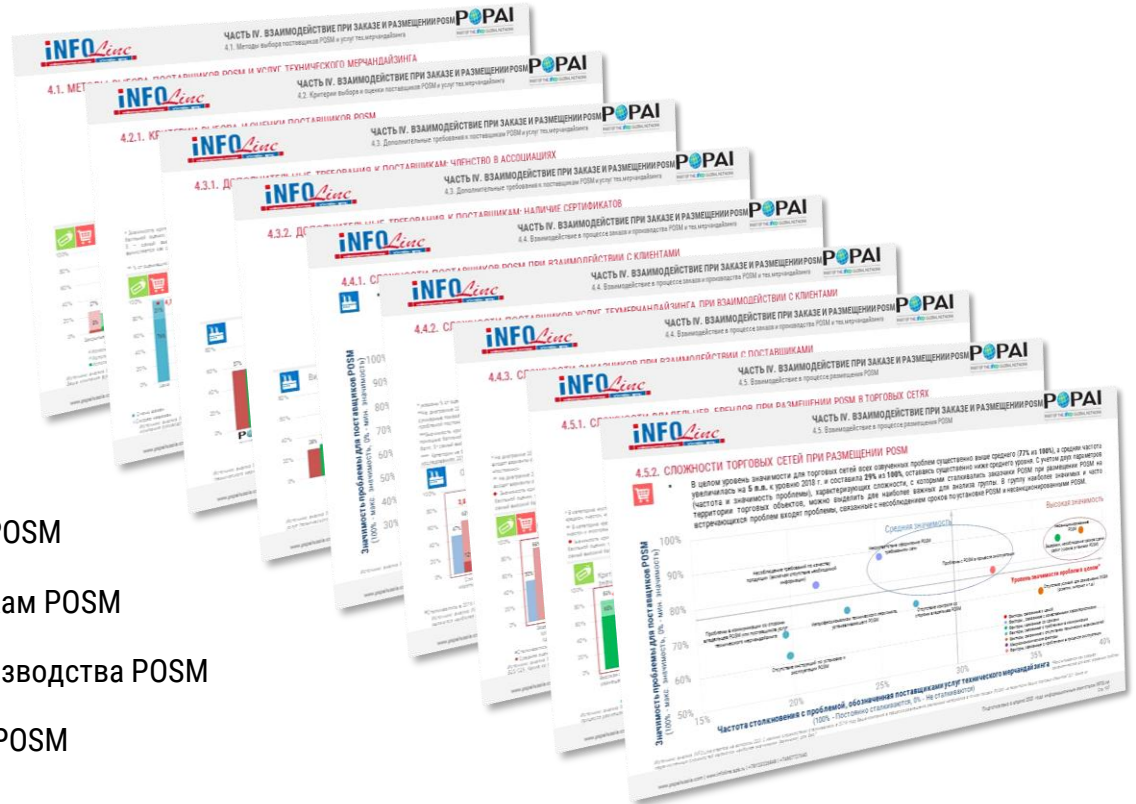


Инициатор исследования:
POPAI
PART OF THE stop GLOBAL NETWORK

Исполнитель:
INFO Line

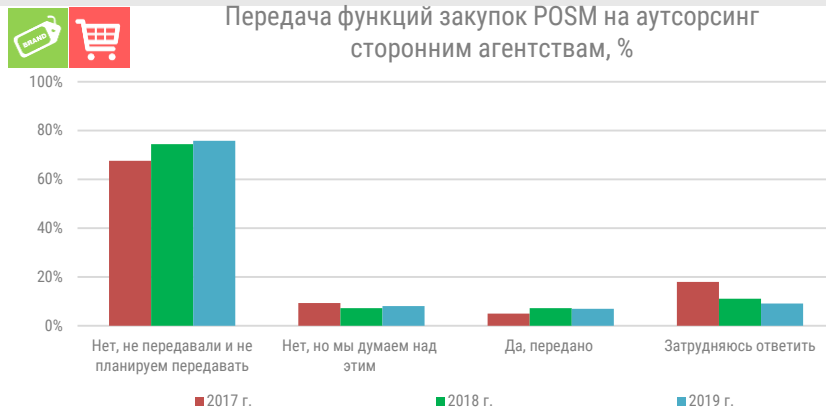
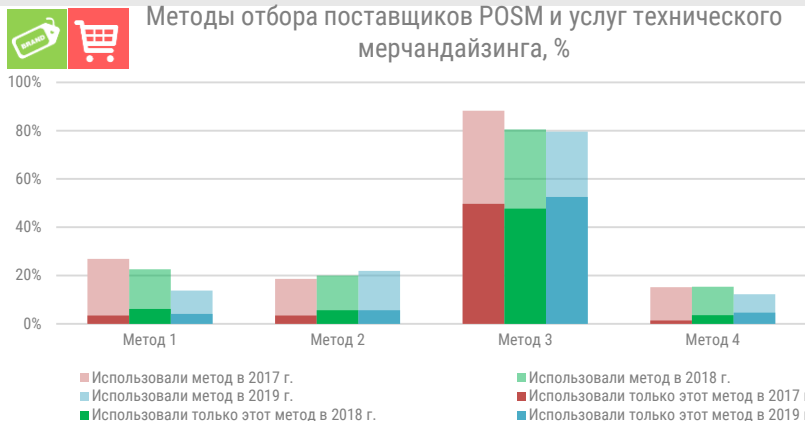
- 4.1. Методы выбора поставщиков POSM и услуг технического мерчандайзинга
- 4.2. Критерии выбора и оценки поставщиков POSM и услуг технического мерчандайзинга
- 4.3. Дополнительные требования к поставщикам POSM и услуг технического мерчандайзинга
- 4.4. Взаимодействие в процессе заказа и производства POSM и услуг технического мерчандайзинга
- 4.5. Взаимодействие в процессе размещения POSM

В полной версии – 16 слайдов, 20 диаграмм



4.1. МЕТОДЫ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКОВ POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

- Большинство держателей бюджетов предпочитают самостоятельно заниматься процессом закупки и размещения POSM: ***% заказчиков не передавали и не планируют передавать функции закупок сторонним организациям.
- По итогам 2019 года отмечается существенное сокращение востребованности схемы отбора, связанной с закрытыми электронными торгами при сохраняющейся тенденции перехода заказчиков на конкурсную систему.
- Порядка ***% опрошенных заказчиков используют конкурсную систему отбора (из них более ***% – используют только данный метод отбора). Наиболее значимыми критериями отбора в рамках конкурсов являются цена, сроки и качество изготовления проектов, а также специализация компании и ее возможность предоставить требуемую услугу.
- Проблемы, связанные с качеством и срывом сроков, с которыми регулярно сталкиваются заказчики, особенно при взаимодействии с непроверенными или недобросовестными поставщиками, обусловили рост доли тех, кто для минимизации рисков использует схему закупки у единственного поставщика.



Источник: анализ INFOline ответов на вопросы B17/C19. Каким образом Ваша компания проводит отбор поставщиков рекламных материалов в точках продаж (POSM) и/или сервисных услуг (технического мерчандайзинга)? B22/C24. Передавала ли Ваша компания функции закупок рекламных материалов в точках продаж (POSM) на аутсорсинг в специализированные агентства?

ЧАСТЬ V. ЗАКАЗ И РАЗМЕЩЕНИЕ POSM

В полной версии исследования
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



Инициатор исследования:
POPAI
PART OF THE STOP GLOBAL NETWORK

Исполнитель:
INFO Line
информационное агентство

- 5.1. Бюджеты заказчиков на POSM
- 5.2. Заказ и размещение POSM: оценка держателей бюджетов
- 5.3. Размещение POSM: оценка торговых сетей
- 5.4. Основные требования к POSM со стороны держателей бюджетов и торговых сетей



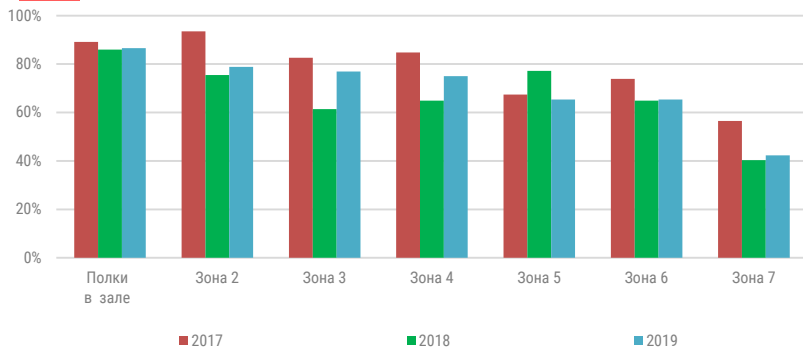
В полной версии – 16 слайдов, 24 диаграммы

5.3.4. РАЗМЕЩЕНИЕ POSM ПО ТОРГОВЫМ ЗОНАМ

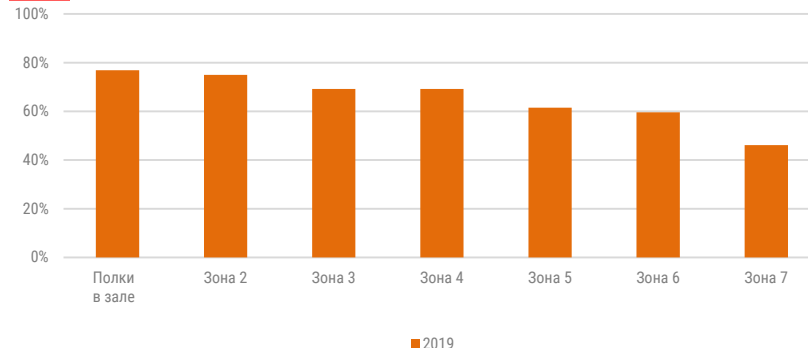
- Ритейлеры сохранили акцент на ***** зоны**, где чаще размещаются собственные POSM, что связано с реализацией стратегий оптимальной организации торгового пространства, обеспечивающей привлечение потребителей и фиксацию их внимания (особенно в торговых центрах) и обеспечивает возможность максимального охвата. Так рост доли торговых сетей, отметивших факт размещения POSM в *****зоне** вырос до *****%** (**+*** п.п.** к уровню 2018 г.) , а в ***** зоне** до *****%** (**+***п.п.** к уровню 2018 г.).
- По данным проведенного INFOLine мониторинга POSM, в 2019-2020 гг. некоторые торговые сети активизировали размещение POSM в зоне торцевого оформления. Так торговая сеть ******* в 2019 году активно использовала унифицированные стойки в зоне торцевого оформления, обеспечивающие легкую смену оформления под конкретные бренды. По итогам опроса 2019 года торговые сети, также как и заказчики, отметили значительный рост популярности для размещения POSM зоны ******* (**+***п.п.** в размещении к уровню 2018 года).



Размещение POSM в различных зонах в торговых объектах розничных сетей в 2017-2019 гг., %



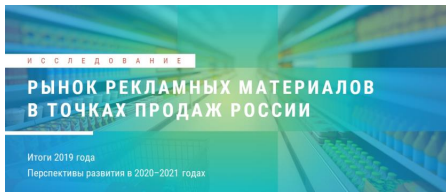
Востребованность различных зон в торговых объектах розничных сетей в 2020 г., %



Источник: анализ INFOLine ответов на вопросы D12. Какие виды рекламных материалов (POSM) и в каких зонах торгового зала размещались в 2019 году в торговых объектах Вашей сети? D22. Какие виды рекламных материалов в точках продаж (POSM) по зонам размещения будут наиболее востребованы в 2020 году?

ЧАСТЬ VI. ЭФФЕКТИВНОСТЬ POSM

В полной версии исследования
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



Инициатор исследования:
POP AI
PART OF THE **shop** GLOBAL NETWORK

Исполнитель:
INFOLine
информационное агентство

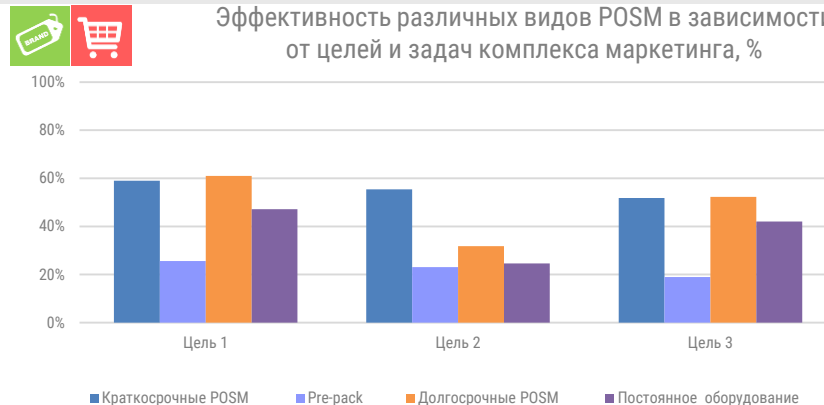
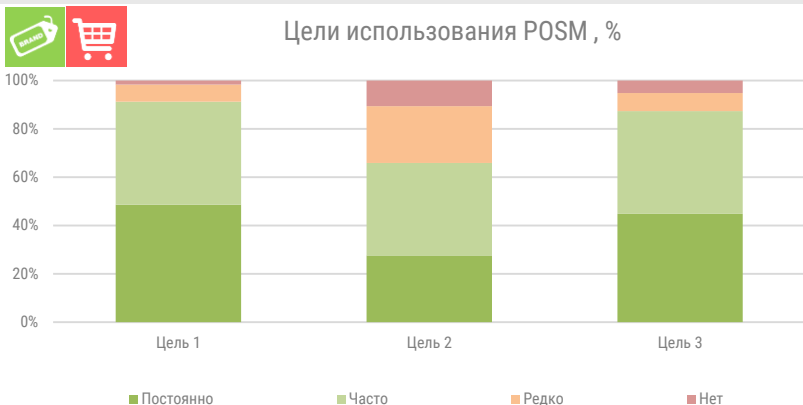
- 6.1. Эффективность POSM по целеполаганию
- 6.2. Эффективность торговых зон по оценке держателей бюджетов и торговых сетей
- 6.3. Оценка эффективности различных видов POSM по зонам размещения в различных товарных сегментах



В полной версии – 11 слайдов, 16 диаграмм

6.1. ЦЕЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ POSM И ИХ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПО ЦЕЛЕПОЛАГАНИЮ

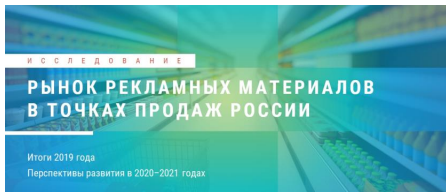
- Основной задачей, для решения которой чаще всего используются POSM, является *** (***)% держателей бюджетов регулярно используют POSM для данной задачи, из них ***% - постоянно).
- В условиях снижения потребительского спроса, роста доли промо и снижения лояльности к брендам растет важность ***. По итогам 2019 года доля заказчиков, регулярно использовавших POSM для ее реализации увеличилась на *** п.п. до ***%, что близко к показателям задачи ***.
- Доля заказчиков, использующих POSM в рамках комплекса маркетинговых мероприятий, связанных с ***, достаточно высока (***)% регулярно используют POSM для данной цели).
- Выбор POSM зависит от товарной категории и используемых заказчиками маркетинговых инструментов: в случае увеличения продаж за счет проведения краткосрочных промоакций, наиболее эффективными являются функциональные POSM, для имиджевых маркетинговых кампаний – долгосрочные POSM и постоянное оборудование.
- На фоне снижения оценок эффективности всех видов POSM, выросла доля респондентов, считающих pre-pack наиболее эффективными для решения всех достижения ключевых целей и решения задач комплекса маркетинга.



Источник: анализ INFOline ответов на вопрос B49/C51. Для решения каких задач, связанных с увеличением продаж, вы использовали рекламные материалы в точках продаж в 2019 году? B50/C52. Какие виды рекламных материалов в точках продаж (POSM) были наиболее эффективными для решения этих задач?

ЧАСТЬ VII. СОВМЕСТНЫЕ АКЦИИ И ИХ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

В полной версии исследования
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



Инициатор исследования:
POPAI
PART OF THE STOP GLOBAL NETWORK

Исполнитель:
INFO Line
информационное агентство

- 7.1. Промокампании и совместные акции сетей и брендов
- 7.2. Оценка эффективности совместных акций держателями бюджетов
- 7.3. Оценка эффективности совместных акций торговыми сетями



В полной версии – 9 слайдов, 8 диаграмм

ПРИМЕРЫ СОВМЕСТНЫХ АКЦИЙ БРЕНДОВ И ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ С УЧАСТИЕМ «СЕЛЕБРИТИ»

В конце 2019 года и I кв. 2020 года X5 Retail Group и PepsiCo провели масштабную совместную акцию с участием знаменитостей «Битва завтраков» в торговой сети «Петерочка» ([сайт акции](#)) и в торговой сети «Перекресток» ([сайт акции](#)), основной темой которой стало полезное питание.



ЧАСТЬ VIII. ПЕРСПЕКТИВЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА POSM

В полной версии исследования
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



- 8.1. Перспективы развития рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга в России
- 8.2. Технологические тенденции и инновации
- 8.3. Новые тенденции на рынке POSM



В полной версии – 19 слайдов, 14 диаграмм

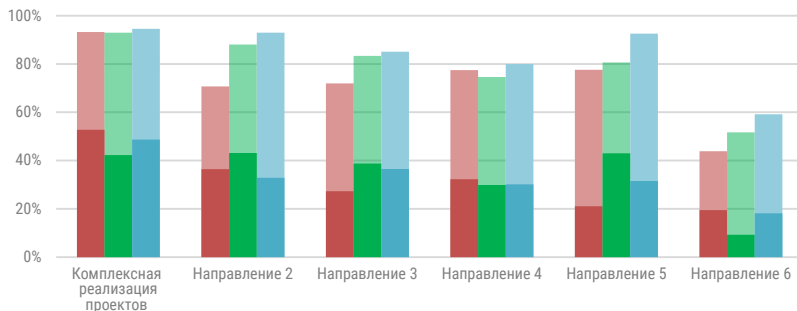
8.1.6. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА POSM

- Поставщики POSM высоко оценивают экономическую целесообразность комплексной реализации проектов, которая позволяет осуществлять обслуживание клиентов «под ключ» и улучшить контроль со стороны поставщика POSM за всеми этапами процесса: от дизайна до установки, обслуживания и утилизации POSM.
- Также это позволяет решить ряд важных для заказчиков вопросов, таких как проблема «далекого от реальностей производства» дизайна, изготавливаемого сторонними организациями, не знающими специфику производства POSM, или неправильной установки и эксплуатации изготовленных POSM.
- Индустрия POSM не может оставаться в стороне от тренда ускоренной информатизации и диджитализации в розничной торговле. Необходимость адаптации и интеграции POSM с используемыми сетями IT-решениями обуславливает рост доли поставщиков, отмечающих перспективность данного направления развития (***) к 2018 г.).
- В условиях продолжающегося роста доли продаж в рамках промо, который негативно влияет на маржинальность, совместные проекты брендов и сетей являются одним из эффективных инструментов повышения эффективности промо, что обуславливает рост доли заказчиков, отмечающих перспективность такого сотрудничества.

**На диаграмме приведены суммарные показатели по ответам «Скорее перспективно» и «Очень перспективно»



Оценка перспективности направлений развития рынка POSM поставщиками, %

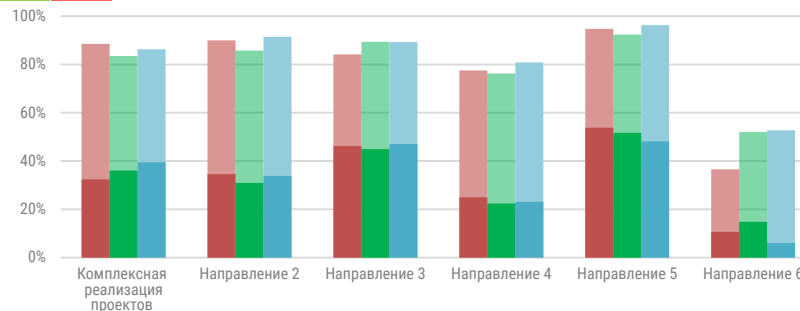


■ Перспективные** направления (опрос в 2018 г.)
 ■ Перспективные** направления (опрос в 2020 г.)
 ■ Очень перспективные направления (опрос в 2019 г.)

■ Перспективные** направления (опрос в 2019 г.)
 ■ Очень перспективные направления (опрос в 2020 г.)



Оценка перспективности направлений развития рынка POSM держателями бюджета, %



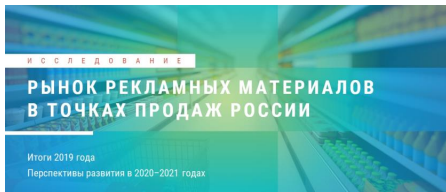
■ Перспективные** направления (опрос в 2018 г.)
 ■ Перспективные** направления (опрос в 2020 г.)

■ Перспективные** направления (опрос в 2019 г.)
 ■ Очень перспективные направления (опрос в 2018 г.)

Источник: анализ INFOLine ответов на вопросы A52. Какие направления развития рынка рекламных материалов в точках продаж (POSM), на Ваш взгляд, наиболее перспективны в 2020 году?

ЧАСТЬ IX. ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

В полной версии исследования
«**РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ**»:



- 9.1. Тренды, оказывающие влияние на рынок POSM
- 9.2. Развитие СТМ розничными торговыми сетями
- 9.3. Порционность упаковки
- 9.4. ЗОЖ и экологичность
- 9.5. Маркировка как способ убеждения
- 9.6. Реализация социально-значимых и экологических проектов
- 9.7. Поляризация розничных форматов
- 9.8. E-commerce и омниканальность
- 9.9. Инновационные технологии и диджитализация

В полной версии – 24 слайда, 15 диаграмм



ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ POSM ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ СТМ



Тестер СТМ «365 дней»



Напольный дисплей
СТМ «Умное Решение»



Брендовый
холодильник
СТМ «Новый океан»



Напольные стойки СТМ
«Л'Этуаль»



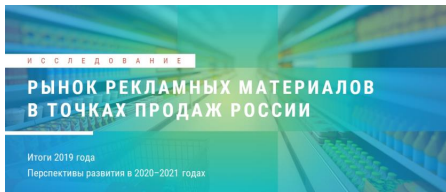
Паллетное оформление СТМ «О`Кей»



Тестер СТМ «То, что надо!»

ЧАСТЬ X. МАКРОЭКОНОМИКА И СОСТОЯНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В полной версии исследования
«РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ»:



Индикатор исследования:
POPAI
PART OF THE **stop** GLOBAL NETWORK

Исследователь:
INFO Line
информационное агентство

- 10.1. Основные макроэкономические события
- 10.2. Динамика и структура оборота розничной торговли
- 10.3. Доходы населения и поведение потребителей
- 10.4. Состояние розничной торговли FMCG

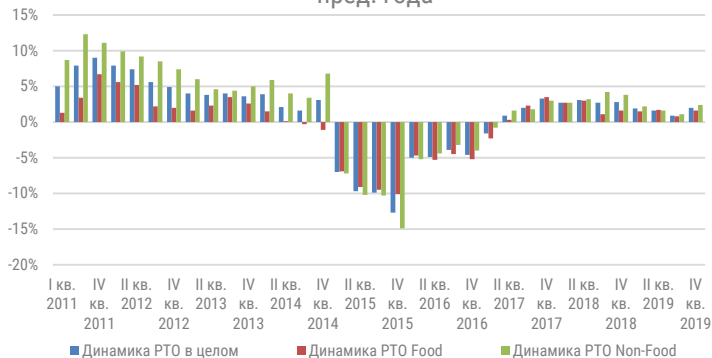


В полной версии – 15 слайдов, 27 диаграмм

10.2.2. ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

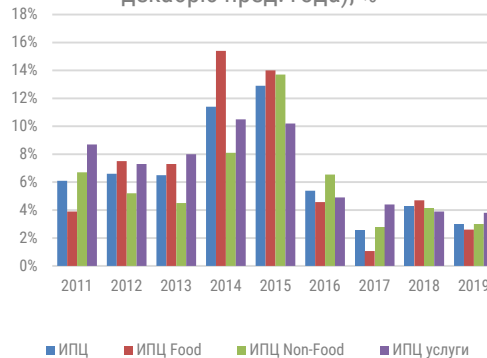
- В 2019 г. оборот розничной торговли (РТО) России составил ***** трлн руб.** замедлил рост на ***** п.п.** до *****%** в физическом выражении. В феврале 2020 г. рост РТО резко ускорился на ***** п.п.** до *****%**.
- РТО Food в 2019 г. замедлился до *****%** (*****%** в 2018 г.). Наибольший рост среди продовольственных товаров в сопоставимых ценах продемонстрировали свежий картофель (*****%**), макароны (*****%**) и растительные масла (*****%**).
- В 2019 г. доля непродовольственных товаров в РТО сократилась на ***** п.п.** до *****%**. В I кв. 2020 г. в связи с ослаблением рубля рост РТО ускорился особенно Non-Food сегменте (*****%** в феврале 2020 г., *****%** – в январе), где наблюдался повышенный спрос на товары длительного пользования, но со II кв. 2020 г. из-за разворачивания экономического кризиса, ограничительных мер, безработицы и снижения доходов происходит его сокращение.
- В среднем за 2019 г. инфляция (ИПЦ) составила *****%**, в том числе ИПЦ Food – *****%**, ИПЦ Non-Food – *****%**, а ИПЦ на услуги – *****%**. Под влиянием ослабления рубля инфляция с марта начала ускоряться, несмотря на предпринимаемые Минпромторгом, ФАС России и Генпрокуратурой меры по ограничению цен на продовольственные товары.

Динамика оборота розничной торговли, в % к соотв. периоду пред. года



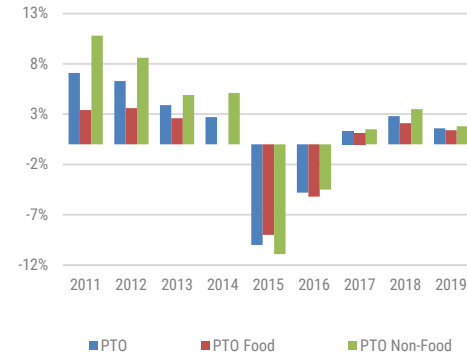
Источник: ФСГС

Темпы роста потребительских цен (к декабрю пред. года), %



Источник: ФСГС

Оборот розничной торговли, в % год к году



Источник: ФСГС

Исследование включает:

- Характеристику и анализ емкости рынка POSM
- Перспективы развития рынка POSM и факторы, оказывающие влияние
- Сегментацию рынка по видам POSM и товарным категориям заказчиков
- Методы выбора и важнейшие критерии оценки поставщиков POSM
- Рейтинги поставщиков по видам POSM и сегментам рынка
- Особенности взаимодействия в процессе заказа, изготовления и размещения POSM
- Подробную оценку эффективности и популярности POSM
- Основные требования к POSM со стороны заказчиков и торговых сетей
- Новые тенденции на рынке POSM
- Основные тренды потребительского рынка и их влияние на рынок POSM
- Тенденции развития рынка POSM
- Анализ розничной торговли в России в сегментах FMCG



**ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОБРАЩАЙТЕСЬ
В АССОЦИАЦИЮ POPAI PR@POP AIRUSSIA.COM**

ИССЛЕДОВАНИЕ «РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ: ИТОГИ 2019 Г, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В 2020-2021 ГГ.» (ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ)



Инициатор исследования:
POPAI
PART OF THE **shop** GLOBAL NETWORK

Исполнитель:
INFOLine
информационное агентство | information agency

Дата выхода: **апрель 2020**

Кол-во страниц: **212 (Кол-во диаграмм: 184)**

Язык отчета: **Русский**

Формат предоставления: **Презентация (PDF)**

Стоимость: **50 000 руб.**

Структура полной версии Исследования:

Терминология рынка и методология исследования

Часть I. Характеристика и объем рынка POSM. Динамика рынка POSM и услуг тех. мерчандайзинга, структура рынка POSM и услуг тех. мерчандайзинга, факторы, влияющие на рынок POSM, динамика и структура бюджетов заказчиков на POSM, оценка динамики объемов производства и продаж POSM производителями, структура продаж поставщиков POSM и услуг тех. мерчандайзинга по видам POSM и предоставляемых услуг, торговым зонам, географии поставок.

Часть II. Рейтинг поставщиков POSM и услуг технического мерчандайзинга. Методология построения рейтинга, характеристика участников рынка, интегральный рейтинг поставщиков POSM и услуг тех. мерчандайзинга, рейтинг компаний в сегменте краткосрочных POSM, рейтинг компаний в сегменте долгосрочных POSM, рейтинг компаний в сегменте постоянного оборудования, рейтинг компаний в сегменте тех. мерчандайзинга

Часть III. Сегментация рынка POSM по товарным категориям. Характеристика товарных категорий, рейтинг компаний по ключевым товарным категориям.

Часть IV. Взаимодействие в процессе заказа, изготовления и размещения POSM.

Критерии выбора и оценки поставщиков, методы выбора поставщиков POSM и тех. мерчандайзинга, дополнительные требования к поставщикам, основные сложности в процессе заказа и производства POSM и услуг технического мерчандайзинга (поставщики, заказчики), основные сложности в процессе размещения POSM в торговых сетях (заказчики, торговые сети).

Часть V. Заказ и размещение POSM. Заказ и размещение POSM- оценка держателей бюджетов, в том числе структура и динамика изменения бюджетов заказчиков на POSM по видам и торговым зонам, размещение POSM: оценка торговых сетей, в том числе структура размещения по видам POSM, целевому назначению и функциональным особенностям, основные требования к POSM со стороны держателей бюджетов и торговых сетей.

Часть VI. Эффективность POSM. Основные цели использования POSM в рамках реализации маркетинговых стратегий и эффективность POSM для реализации указанных целей, оценка эффективности POSM держателями бюджетов и торговыми сетями, Оценка эффективности POSM в различных товарных сегментах.

Часть VII. Совместные акции и их эффективность. Классификация видов совместных акций, оценка эффективности совместных акций держателями бюджетов и торговыми сетями.

Часть VIII. Перспективы и тенденции развития рынка POSM. Перспективы развития рынка POSM и услуг тех. мерчандайзинга (оценка поставщиков POSM и заказчиков), перспективные направления развития рынка POSM, технологические тенденции и инновации (оценка поставщиков, заказчиков и торговых сетей), новые тенденции на рынке POSM.

Часть IX. Основные тренды потребительского рынка. Основные тренды потребительского рынка и их влияние на рынок POSM: развитие СТМ розничными торговыми сетями, порционность упаковки, ЗОЖ и экологичность, маркировка как способ убеждения, поляризация розничных форматов, развитие проектов социальной ответственности, E-commerce и омниканальность, информационные технологии и диджитализация.

Часть X. Макроэкономика и состояние и прогноз розничной торговли. Основные макроэкономические события, динамика и структура оборота розничной торговли, доходы населения и поведение потребителей, состояние розничной торговли food.

ЗАКАЗЧИК ИССЛЕДОВАНИЯ: АССОЦИАЦИЯ «МАРКЕТИНГ В РИТЕЙЛЕ»



Ассоциация «Маркетинг в ритейле» – международная ассоциация профессиональных участников рынка маркетинга в ритейле. Миссия Ассоциации: содействие развитию маркетинга в местах продаж, повышение эффективности маркетинговых инструментов в ритейле, посредничество в становлении цивилизованных отношений между участниками индустрии.

ИСПОЛНИТЕЛЬ: ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО INFOLine



Информационное агентство INFOLine – начиная с 2003 года проводит исследования различных рынков. При подготовке каждого исследования специалисты INFOLine опираются на многолетний опыт работы и используют собственные уникальные информационные базы. Результаты исследований INFOLine постоянно используют крупнейшие ритейлеры FMCG, производители, финансовые и сервисные компании.

ПАРТНЕР ИССЛЕДОВАНИЯ:



PUBLIC TOTEM
SINCE 1991

PUBLIC TOTEM – 25 лет в POS-индустрии в партнерстве с нашими клиентами – лучшая характеристика надежности, стабильности и успеха.

www.popairussia.com | www.infoline.spb.ru

pr@popairussia.com | mail@advis.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ "РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FOOD И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК 2020 ГОДА. ИТОГИ 2019 ГОДА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДО 2022 ГОДА




NEW

NEW

Дата выхода: июнь 2019 (**обновление июнь 2020**)

Кол-во слайдов: 210

Язык отчета: **Русский / Английский**

Формат предоставления: 

Стоимость: **150 000 руб.**

Описание исследования:

Часть I. Показатели розничной торговли (10 слайдов) Макроэкономические показатели розничной торговли: динамика оборота и денежной массы. Структура оборота розничной торговли по видам товаров и организаций. Инфляция на рынке продовольственных товаров. Доходы и расходы населения. Денежно-кредитная политика. Потребительские ожидания и уверенность населения.

Часть II. Ключевые события розничной торговли (20 слайдов) Государственное регулирование розничной торговли. События и деятельность международных компаний на рынке страны. Контроль качества потребительских товаров. Отставки и назначения в государственном секторе. Деятельность INFO Line.

Часть III. Показатели розничной торговли FMCG (22 слайда) Фазы развития розничной торговли. Сделки M&A в 2000-2019 гг. Динамика и структура PTO Food. Доли TOP-10.

Часть IV. Показатели развития крупнейших ритейлеров FMCG (46 слайдов) Количество объектов и торговых площадей ритейлеров, динамика и прогноз инвестиционной активности, тенденции и перспективы развития. Рейтинги сетей по выручке, торговой площади, в разрезе форматов торговли, перспективы развития крупнейших ритейлеров. Развитие оптовой торговли, ввод РЦ, сделки M&A, СТМ, отставки и назначения. **NEW! Акции и капитализация публичных сетей**

Часть V. Online и Foodtech (11 слайдов) Рейтинг online-ритейлеров FMCG. Ключевые события, развитие Online и Foodtech торговыми сетями FMCG. Взаимодействие с сервисами доставки.

Часть VI. Крупнейшие сети FMCG России (53 слайда). Операционные, финансовые показатели, региональная представленность, ключевые события и планы развития, **NEW! Ключевые стратегии развития компаний** TOP-сетей FMCG России: X5 Retail Group, Магнит, Auchan Retail Россия, DKBR Mega Retail Group Limited, Лента, METRO AG, ГК O'KEY, Глобус, Монетка, ВкусВилл, Светофор, Альянс Региональных Ритейлеров.

Часть VII. Региональное развитие розничной торговли FMCG (9 слайдов)

Часть VIII. Состояние рынка торговых центров (7 слайдов). Основные показатели рынка ТЦ, введенные в эксплуатацию крупнейшие ТЦ, рейтинг собственников ТЦ, ключевые события отрасли, инвестиционные проекты на начальных стадиях строительства, новости крупнейших реализуемых проектов.

Часть IX. Конъюнктурный опрос крупнейших поставщиков FMCG (8 слайдов). Динамика продаж поставщиков FMCG, доля продаж поставщиков через сети сегмента FMCG. Развитие компаний и государственное регулирование. Взаимодействие поставщиков с сетями FMCG. **Обновление в июне 2020 года.**

Часть X. Прогноз развития розничной торговли Food (11 слайдов). Сценарные условия и показатели экономического развития России в 2020-2022 гг., прогноз динамики доходов и расходов населения, прогноз оборота розничной торговли, прогноз оборота розничной торговли Food по каналам продаж прогноз количества и площади объектов FMCG по каналам продаж.


ИССЛЕДОВАНИЕ "РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ NON-FOOD И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК В 2020 ГОДУ. ИТОГИ 2019 ГОДА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДО 2022 ГОДА"



Дата выхода: июнь 2019 (**обновление май 2020**)

Кол-во страниц: 120 (Кол-во диаграмм: 90)

Язык отчета: Русский / Английский

Формат предоставления: 

Стоимость: **150 000 руб.**

Структура исследования:

Часть I. Показатели розничной торговли (8 слайдов) Макроэкономические показатели розничной торговли динамика оборота и денежной массы. Структура оборота розничной торговли по видам товаров и организаций. Региональная структура оборота розничной торговли. Инфляция на рынке продовольственных и непродовольственных товаров. Доходы и расходы населения. Денежно-кредитная политика. Потребительские ожидания и уверенность населения.

Часть II. Государственное регулирование розничной торговли (9 слайдов) Государственное регулирование розничной торговли Non-Food. Контроль качества потребительских товаров.

Часть III. Положение в отдельных сегментах (58 слайдов) Динамика и емкость рынка, тенденции и перспективы развития, прогнозы по сегментам рынка (DIY&Household и мебель, бытовая, компьютерная техника и мобильные устройства, fashion и детские товары, косметика и drogerie, аптечный сегмент, online-торговля). Также по каждому сегменту представлены рейтинги сетей (по выручке, количеству магазинов, торговой площади) и перспективы развития крупнейших ритейлеров. Характеристика значимых событий отрасли: развитие системы логистики и распределительные центры, сделки M&A, отставки и назначения, ребрендинг и развитие новых форматов. Описание лидеров каждого сегмента будет **обновлено в июне 2020 г.** (операционные и финансовые показатели, ключевые события и планы развития).

Часть IV. Состояние рынка торговых центров (7 слайдов) Основные показатели рынка торговых центров, введенные в эксплуатацию крупнейшие торговые центры, рейтинг собственников торговых центров, ключевые события отрасли, инвестиционные проекты на начальных стадиях строительства, новости крупнейших реализуемых проектов.

Часть V. Прогноз PTO Non-Food по сегментам в 2020-2022 гг. (6 слайдов) Сценарные условия и показатели экономического развития России в 2020-2022 гг., разработанные INFO Line сценарии развития розничной торговли Non-Food, прогноз динамики доходов и расходов населения, прогноз оборота розничной торговли, прогноз оборота розничной торговли Non-Food по сегментам: DIY&Household и мебель, бытовая, компьютерная техника и мобильные устройства, fashion и детские товары, косметика и drogerie, аптечный сегмент, online-торговля. **Обновление в июне 2020 года.**

ИССЛЕДОВАНИЕ "INFOLINE RETAIL RUSSIA TOP-100. ИТОГИ 2019 ГОДА. ТЕНДЕНЦИИ 2020 ГОДА. ПРОГНОЗ ДО 2022 ГОДА"



Дата выхода: июнь 2019 (обновление май 2020)

Кол-во страниц: 360 (Кол-во диаграмм: 300)

Язык отчета: Русский

Формат предоставления:

Стоимость: 100 000 руб.



NEW

Структура исследования:

ЧАСТЬ I. Показатели розничной торговли России Динамика ВВП, инвестиций и промышленного производства, структура ВВП по видам экономической деятельности, динамика оборота розничной торговли, финансовое состояние домохозяйств, распределение населения по размеру среднедушевого дохода, состоянии потребительского кредитования и депозиты, структура рынка и уровень консолидации.

ЧАСТЬ II. Рейтинг крупнейших ритейлеров INFOLine Retail Russia TOP-100 Структура розничного рынка России и прогноз на 2022 год. Показатели рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100: динамика выручки и выручки с 1 кв. м по сегментам рейтинга, чистый прирост торговых площадей сетей TOP-100. Рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100 по выручке, ранговый рейтинг, рейтинги по количеству магазинов и величине торговых площадей, по чистой выручке, по плотности продаж, самые быстрорастущие и быстропадющие сети.

ЧАСТЬ III. Конъюнктурный опрос поставщиков DIY и FMCG Динамика продаж крупнейших поставщиков FMCG и DIY, доля продаж крупнейших поставщиков через сети сегмента, продажи крупнейших поставщиков через Internet, взаимодействие крупнейших поставщиков с торговыми сетями, развитие компаний и государственное регулирование, факторы, препятствующие развитию поставщиков, продажи в рамках промо и спец. ассортимента для сетей FMCG, экспорт продовольственных и сопутствующих товаров.

Часть IV. Крупнейшие сделки M&A на рынке розничной торговли Анализ процессов консолидации и описание реализованных в 2019-2020 гг. сделок M&A по сегментам FMCG, DIY&Household и мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника и мобильные устройства, косметика, парфюмерия и drogerie, детские товары, аптеки и online.

Часть V. Отставки и назначения на рынке розничной торговли Отставки и назначения ключевых управляющих менеджеров розничных компаний в сегментах FMCG, DIY&Household и мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника и мобильные устройства, косметика, парфюмерия и drogerie, детские товары, аптеки и online, а также в регулирующих органах

Часть VI. Развитие online-торговли Рейтинг сетей по online-продажам, ключевые события развития online-торговли в 2019-2020 гг., способные оказать влияние на развитие offline-сетей в сегментах FMCG, DIY&Household и мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника и мобильные устройства, косметика, парфюмерия и drogerie, детские товары и аптеки, государственное регулирование online-торговли.

ЧАСТЬ VII. TOP-100 крупнейших сетей России Бизнес-справки включают описание операционных показателей, финансовых показателей и показателей эффективности, ключевых события сети, основных форматов торговли, инвестиционной активности, региональной представленности, развития логистики и СТМ, информацию о ТОП-менеджменте и бенефициарах, а также планов и перспектив развития, описание интернет-магазинов сетей.

ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР "СОСТОЯНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РФ И РЕЙТИНГ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ FMCG РОССИИ"

Русская версия



Английская версия




NEW

NEW

NEW

Обновление: **ежемесячно**
Кол-во страниц: от **290**/от **130**

Язык отчета: **Русский / Английский**

Формат предоставления: 

Стоимость (месяц): **20 000 руб. / 25 000 руб.**

Подписка на год (12 месяц): **120 000 руб. / 180 000 руб.**

Описание обзора:

Рейтинг торговых сетей FMCG России:

- Операционные итоги TOP-200 торговых сетей FMCG России
- Рейтинг торговых сетей по количеству торговых объектов
- Рейтинг торговых сетей по торговой площади объектов
- Рейтинг торговых сетей по финансовым показателям
- **Рейтинг быстрорастущих сетей FMCG России**
- Развитие TOP-200 сетей FMCG в 2015-2020 гг.: **NEW! Рейтинги по абсолютному и относительному приросту торговых площадей**

Раздел I. Развитие розничной торговли в России

- Макроэкономические показатели розничной торговли
- Структура оборота розничной торговли по видам товаров и по видам организаций
- Региональная структура оборота розничной торговли
- Инфляция на рынке продовольственных товаров
- Доходы и расходы населения
- Состояние банковской системы и динамика кредитов и депозитов населения
- Потребительские ожидания и уверенность населения

Раздел II. Государственное регулирование розничной торговли

Раздел III. Основные события в розничной торговле FMCG

- Системы качества и маркировки продукции
- **События на рынке online-продаж и доставки FMCG**
- **Основные события крупнейших поставщиков FMCG-товаров России**
- События, способные оказать влияние на розничную торговлю FMCG России
- Деятельность INFOline

Раздел IV. Кейсы о развитии российского ритейла

Раздел V. События и планы развития торговых сетей FMCG (TOP-200) развитие сети, итоги деятельности и прогнозы, online, новые форматы, отставки и назначения, сделки M&A, логистика, private label, взаимодействие с потребителями/поставщиками, корпоративные события.

В т. ч. по специализированным сетям и сетям магазинов при АЗС

ЕЖЕКВАРТАЛЬНЫЙ ОБЗОР "FOODTECH: ONLINE-ТОРГОВЛЯ И СЛУЖБЫ ДОСТАВКИ. INFOLINE RUSSIA TOP ONLINE FOOD RETAIL"

Описание исследования:



NEW

Методология и динамика рынка online-продаж продуктов питания Товарные границы рынка foodtech и рынка online-продаж продовольственных товаров, структура рынка foodtech. Динамика емкости рынка online-продаж продуктов питания в 2015-2019 году.

Рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail Рейтинг по выручке крупнейших интернет-магазинов продуктов питания и продуктовых наборов, служб доставки продуктов питания России и маркетплейсов, данные по среднему чеку и количеству доставок по итогам 2017-2020 года. Данные по количеству уникальных посетителей на сайтах интернет-магазинов и служб доставки, рейтинг по количеству ассортиментных позиций.

Раздел I. Регулирование online-торговли Важнейшие события, способные оказать влияние на online-торговлю России, новости в сфере регулирования online-торговли алкогольной продукцией, товарами повседневного спроса и лекарственными препаратами.

Раздел II. События и тренды в индустрии online-торговли

Раздел III. Кейсы о развитии online-торговли Проблемы и решения для торговых сетей на рынке E-grocery, тренды и прогнозы. Кейсы – оперативная и аналитическая информация по актуальным вопросам.

Раздел IV. Показатели и основные события служб доставки Характеристики служб доставки: iGooods, "Сбермаркет", golama, SaveTime. Год запуска, стоимость доставки и способы оплаты, минимальная стоимость заказа, регионы присутствия. Оперативная информация о развитии крупнейших служб доставки продуктов питания РФ: стратегия и планы развития компании, итоги деятельности и прогнозы, инвестиционная деятельность, развитие новых проектов, слияния и поглощения, отставки и назначения, логистика, взаимодействие с потребителями и ритейлерами и т. д.

Раздел V. Показатели и основные события интернет-магазинов TOP-20 сетей FMCG

Раздел VI. Крупнейшие маркетплейсы и online-ритейлеры на рынке Food

Раздел VII. Крупнейшие интернет-магазины продуктовых наборов Характеристики интернет-магазинов: Grow Food, Performance Group, "ШефМаркет", Elementaree, "Кухня на районе". Оперативная информация о развитии крупнейших интернет-магазинов продуктовых наборов: стратегия и планы развития компании, итоги деятельности и прогнозы, инвестиционная деятельность, развитие новых проектов и т. д.

NEW

Раздел VIII. Проекты Яндекс и Mail.ru Group Характеристика деятельности проектов Яндекса: "Яндекс.Маркет"; "беру!"; "Яндекс.Еда"; "Яндекс.Лавка"; "Едадил"; "Суперчек"; "Яндекс.Шеф" и Mail.ru Group: СП "AliExpress Россия", СП ПАО "Сбербанк" и Mail.ru Group, Delivery Club.

Дата выхода: ежеквартально

Кол-во страниц: 120

Язык отчета: Русский

Формат предоставления:



Стоимость: 50 000 руб.

Подписка на год: 100 000 руб. (скидка 50%)

АНАЛИТИЧЕСКАЯ БАЗА "700 УНИВЕРСАЛЬНЫХ И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ FMCG РФ"

Расширенная версия

Стандартная версия



Дата выхода: июнь 2019 (**обновление апрель 2020**)

Кол-во страниц: 500

Язык отчета: **Русский / Английский (по запросу)**

Версии отчета: **Стандартная / Расширенная**

Формат предоставления:  + 

Стоимость: **80 000 руб.**

Описание Базы:

- Состояние рынка розничной торговли FMCG России
- Рейтинг TOP-50 (в расширенной TOP-100) крупнейших сетей FMCG
- Основные тенденции развития сетевой торговли FMCG
- Операционные, финансовые показатели, контактные данные и регионы по 700 универсальным и специализированным торговым сетям
- Данные по 600 складам и РЦ сетей FMCG России

В Базе представлены:


- Федеральные сети – 21 компания (около 52000 объектов)
- Сети Центрального ФО – 94 компании (более 2200 объектов)
- Сети Северо-Западного ФО – 55 компаний (более 2000 объектов)
- Сети Южного ФО – 17 компаний (более 1400 объектов)
- Сети Северо-Кавказского ФО – 9 компаний (более 110 объектов)
- Сети Приволжского ФО – 80 компаний (более 3600 объектов)
- Сети Уральского ФО – 29 компаний (более 1000 объектов)
- Сети Сибирского ФО – 49 компаний (более 4000 объектов)
- Сети Дальневосточного ФО – 42 компании (более 1100 объектов)
- Сети Крыма – 12 компаний (более 350 объектов)
- Сети магазинов при АЗС – 33 компании (более 5900 объектов)
- Специализированные сети – 277 компаний (более 4200 объектов)

АНАЛИТИЧЕСКАЯ БАЗА "600 СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2020 ГОДА"



Дата выхода: **январь 2020**

Язык отчета: **Русский**

Формат предоставления: 

Стоимость: **50 000 руб.**

Описание Базы:

- Контактная база и операционные показатели по 1000 сетей (брендов) общественного питания
- 100 крупнейших ресторанных холдинга (групп)
- Более 450 крупнейших независимых компаний
- Регионы присутствия объектов

В Базе представлены:

- Fast food – 98 брендов (более 6000 объектов)
- Fast casual – 157 брендов (более 2000 объектов)
- Пекарня – 80 брендов (более 3900 объектов)
- Grab&Go – 30 брендов (более 2000 объектов)
- Пиццерия – 60 брендов (более 1700 объектов)
- Суши-шоп – (более 1700 объектов)
- Кофейня – 50 брендов (более 1500 объектов)
- Кафе при АЗС – 20 брендов (более 4400 объектов)
- Casual dining, Fine dining, столовые – 515 брендов (более 1300 объектов)

ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР "АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ НА РЫНКЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РФ И МИРА. 600 СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ: 2020-2021 ГГ."



Дата выхода: **март 2020**

Язык отчета: **Русский**

Формат предоставления:

Стоимость: **75 000 руб.**



Описание исследования:

Часть I. Текущее состояние общественного питания в России

Финансовое состояние домохозяйств. Динамика розничного товарооборота продуктами питания. Динамика оборота общественного питания. Динамика количества объектов общественного питания. Доставка готовой еды и деятельность агрегаторов. Ключевые события, способные оказать влияние на развитие рынка общественного питания.

Часть II. Краткая характеристика основных форматов общественного питания и рейтинги крупнейших компаний

Рейтинги крупнейших сетей общественного питания России по количеству объектов по форматам сетей fast food, fast casual, столовая, кафе при АЗС, пекарня, кофейня, grab&go, пиццерия, суши-шоп, casual dining, fine dining)

Часть III. Актуальные тренды на рынке общественного питания РФ и мира

Смена поколений. "Эволюция" готовой еды. Доставка готовой еды. ЗОЖ (в т.ч. растительный протеин, фермерские продукты). Развитие точек общественного питания (кафе, рестораны и т.д.) на территории магазинов. Смещение форматов. Моноконцепции. Самообслуживание (киоски самообслуживания, мобильные приложения для предварительного заказа).

Часть IV. База "600 сетей общественного питания России: 2020 года" (отдельный файл в формате MS Excel)

Fast food (более 6000 объектов), fast casual (более 2000 объектов), пекарня (более 3900 объектов), grab&go (более 2000 объектов), пиццерия (более 1700 объектов), суши-шоп (более 1700 объектов), кофейня (более 1500 объектов), кафе при АЗС - более 4000 объектов), casual dining, fine dining, столовые (более 1300 объектов)

ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР "АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ НА РЫНКЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ РФ И МИРА: 2018-2019 ГГ."



Дата выхода: март 2019

Кол-во страниц: 116

Язык отчета: Русский

Формат предоставления:



Стоимость: ~~70 000 руб.~~ **56000 руб.**

Описание обзора:

Часть I. Основные показатели пищевой отрасли и рынка продуктов питания России (3 слайда)

- Основные показатели производства пищевых продуктов и напитков
- Основные показатели торговли продуктами питания, напитками и табаком
- Финансовое состояние домохозяйств

Часть II. Актуальные тренды на рынке продуктов питания РФ и мира (25 слайдов)

- Развитие СТМ розничных сетей
- Порционность упаковки
- Акцент на ЗОЖ в продуктах питания
- Использование маркировки
- E-commerce и омниканальность в продуктах питания
- Заключение

Часть III. TOP-250 новинок на рынке продуктов питания в России по версии INFO Line

- TOP-50 новинок на рынке молочных продуктов
- TOP-50 новинок на рынке мясных продуктов
- TOP-50 новинок на рынке кондитерских изделий
- TOP-50 новинок на рынке хлебобулочных изделий
- TOP-50 новинок в других категориях

ЗАКАЗНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Специалисты **INFOLine** регулярно проводят **Исследования по заказам клиентов.**

Источники информации, методы анализа, формат предоставления и визуализации данных и другие параметры заказных аналитических работ согласуются с заказчиками в индивидуальном режиме.



- Индивидуальные аналитические презентации
- Исследования и Базы по регионам
- Конкурентный анализ торговых сетей
- Анализ рынка и торговых сетей в разрезе форматов торговли и специализаций
- Анализ отраслевых трендов, розничных концепций и поведения потребителей
- Разработка прогнозов развития сетей, форматов и розничной торговли

Юридиче-ское лицо	Основа-ный формат	Бренд	Специ-ализация	Федер-альный округ	Регион	Количество торговых объектов в регионе на конец года, шт.					Торговая площадь в регионе на конец года, тыс. кв. м					Выручка без НДС в регионе, млрд руб.					
						2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018	
Атак, ООО	супермаркет	Башня от	универсам	Центральный	Москва	1	4	1	1	0	0,4	1,1	0,2	0,2	0,0	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0	
Атак, ООО	супермаркет	Атак	универсам	Центральный	Брянская	10	11	11	8	6	12,6	13,6	13,6	10,1	6,2	3,7	4,1	3,6	2,8	1,7	
Атак, ООО	супермаркет	Атак	универсам	Центральный	Магнитская	7	7	9	7	5	9,3	9,3	10,2	8,6	5,8	2,1	3,2	2,7	2,3	1,6	
Атак, ООО	супермаркет	Атак	универсам	Центральный	Москва	35	38	36	31	29	35,7	38,1	36,1	30,9	28,1	13,7	15,0	13,0	10,2	8,2	
Атак, ООО	супермаркет	Атак	универсам	Центральный	Московская	67	72	74	53	36	71,0	80,9	83,8	57,9	39,2	24,9	28,6	26,2	20,1	10,1	
Атак, ООО	супермаркет	Атак	универсам	Приволжский	Нижегород	9	13	16	16	12	8,9	13,2	16,5	16,5	12,0	2,2	3,5	4,2	4,0	3,0	
все регионы	все форматы	все бренды	все специализации	все ФГО	все регионы	324	266	299	310	304	940,1	1017,7	1101,4	1124,3	1190,7	263,7	375,1	357,0	324,8	266,4	
Земарос, С.П.О	гипермаркет	Salgro	Са	универсам	Южный Ф	Белгород	1	1	1	1	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	1,1	1,4	1,9	1,2	1,1	
Земарос, С.П.О	гипермаркет	Salgro	Са	универсам	Центральный	Москва	2	2	2	2	22,4	22,4	22,4	22,4	28,4	4,9	5,4	5,2	4,5	4,2	
Земарос, С.П.О	гипермаркет	Salgro	Са	универсам	Центральный	Московская	2	2	2	2	3	20,0	20,0	20,0	20,0	28,5	4,2	4,5	4,4	3,8	4,4
Земарос, С.П.О	гипермаркет	Salgro	Са	универсам	Южный Ф	Ростовская	1	1	1	1	1	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	1,6	1,6	1,5	1,4	1,2
Земарос, С.П.О	гипермаркет	Salgro	Са	универсам	Центральный	Рязанская	1	1	1	1	1	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	1,9	1,9	1,9	1,7	1,5
Земарос, С.П.О	гипермаркет	Salgro	Са	универсам	Приволжский	Татарстан	1	1	1	1	1	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	1,4	1,5	1,5	1,3	1,2
Земарос, С.П.О	гипермаркет	Salgro	Са	универсам	Центральный	Тульская	0	0	0	1	1	0,0	0,0	0,0	8,5	8,5	0,0	0,0	0,0	0,8	1,3
все регионы	все форматы	все бренды	все специализации	все ФГО	все регионы	9	9	9	9	10	76,9	76,9	76,9	86,4	99,9	16,3	16,2	16,3	14,6	14,8	

Формат предоставления:



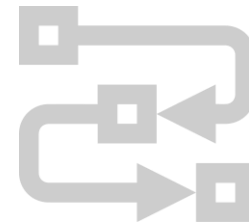
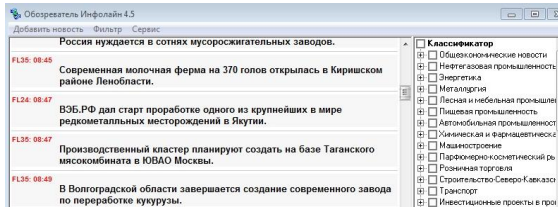
ТЕМАТИЧЕСКИЕ НОВОСТИ

Услуга "**Тематические новости**" – это оперативная и периодическая информация об интересующей Вас отрасли экономики РФ (всего более 80 тематик), подготовленная путем мониторинга деятельности российских и зарубежных компаний, прессклиппинга СМИ (тысяч деловых и отраслевых изданий), информационных агентств, федеральных министерств и региональных органов власти.

Уникальное программное обеспечение и техническая база для работы с любыми информационными потоками

Высокопрофессиональный коллектив

Разработка собственных уникальных алгоритмов обработки информации



**База полнотекстовых материалов
Более 4 000 000 (с 2002 г.)**

**Штат более 70 постоянных сотрудников
Отдел мониторинга 15 человек**

**Отраслевой классификатор новостей
CRM с постоянно обновляемой
контактной информацией**

Регулярная работа с услугой "**Тематические новости**" позволяет решать стратегические и оперативные, маркетинговые и производственные задачи, такие как оценка текущей ситуации на рынке, анализ деятельности конкурентов, прогнозирование развития возможных кризисных ситуаций, выявление тенденций. Решение данных задач наиболее актуально при планировании компанией эффективной работы по закреплению позиции в отрасли, а также при выходе на новые рынки.

УСЛУГА "ТЕМАТИЧЕСКИЕ НОВОСТИ" ПО НАПРАВЛЕНИЮ "РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ И ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ"



Название тематики	Периодичность получения	Стоимость в месяц
<u>"Розничная торговля РФ"</u>	Ежедневно	10 000 руб.
<u>"Розничная торговля продуктами питания и торговые сети FMCG РФ"</u>	Ежедневно	5 000 руб.
<u>"Розничная торговля товарами для дома, сада и торговые сети DIY РФ"</u>	Еженедельно	5 000 руб.
<u>"Розничная торговля фармацевтической продукцией и аптечные сети РФ"</u>	Еженедельно	4 000 руб.
<u>"Рынок общественного питания РФ"</u>	Еженедельно	6 000 руб.

УСЛУГА "ТЕМАТИЧЕСКИЕ НОВОСТИ" ПО НАПРАВЛЕНИЮ "ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ"



Название тематики	Периодичность получения	Стоимость в месяц
<u>"Рынок парфюмерно-косметических, гигиенических, хозяйственных товаров и бытовой химии РФ и мира"</u>	Ежедневно	5 000 руб.
<u>"Фармацевтическая промышленность РФ"</u>	Еженедельно	5 000 руб.
<u>"Рекламная и маркетинговая деятельность РФ и мира"</u>	Еженедельно	4 000 руб.



ПОЛУЧИТЬ ТЕСТОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ

Услуга "Индивидуальный мониторинг" – это мониторинг информационного поля компании, с помощью которого компания сможет оценить свое место, место партнеров и конкурентов в информационном потоке, отрасли



Стоимость: от **15 000 руб.**

Содержание мониторинга

- Определяется из информационных потребностей заказчика (конкуренты, партнеры и т.д.)

Структура мониторинга

- По согласованию с клиентом

Периодичность

- Исходя из информационных потребностей заказчика

Формат получения мониторинга

- Формат на выбор (EML, MS Word, PDF, в том числе на корпоративном бланке заказчика)

Источники мониторинга

- Возможность определить приоритетные источники информации (СМИ, порталы, сайты компаний)

Summary INFOLine

- Краткое изложение (дайджест) событий, выявленных в процессе мониторинга СМИ.
- Каждый выпуск состоит из 4-5 важнейших событий отрасли

ЗАПРОСИТЬ АНКЕТУ НА ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ

ОБЗОРЫ ЭКОНОМИКИ И КЛЮЧЕВЫХ ОТРАСЛЕЙ



ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАСЛЕЙ:

- "Строительная отрасль России"
- "Транспортная отрасль России"
- "Агропромышленный комплекс" и "Производство продуктов питания"
- "Топливо-энергетический комплекс России"
- "Розничная торговля и рынок потребительских товаров России"

- INFOLine представило **серию отраслевых исследований**, которые, помимо подробного анализа развития отрасли, включают в себя: рейтинги компаний, анализ ВЭД, описание крупнейших сделок M&A, анализ изменений в государственном регулировании, динамику развития отраслей за последние 5 лет и прогноз развития отраслей на три года и ещё ряд элементов, необходимых для понимания текущей ситуации и перспектив.
- Исследования выпущены **в формате удобной электронной презентации**: оптимальное сочетание ключевых выводов и тезисов, графических материалов (всего более 1000 рисунков, диаграмм, таблиц), а также гиперссылки на важнейшие нормативные документы и сайты компаний. Материалы доступны на английском языке.
- Единый (по методике и структуре) **набор из 7 (!) исследований** охватывает все ключевые отрасли и рынки экономики России. Обзоры включают сценарный прогноз и перспективы развития на ближайшие три года.

Специальное предложение: **Вы можете БЕСПЛАТНО получить краткую версию исследования одной из интересующих Вас отраслей**, для этого отправьте запрос на электронную почту mail@infoline.spb.ru или свяжитесь с нами по телефонам: +7(812) 322-68-48, +7(495) 772-7640.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ INFOLINE



- 24 октября 2019 г. в Санкт-Петербурге прошла III ежегодная конференция "Пищевая промышленность и ритейл", ведущего делового издания РФ – газеты "Ведомости". Мероприятие собрало более 150 участников: производителей и поставщиков продовольственных товаров, представителей государственных органов и ритейла, торговых ассоциаций и СМИ. Модератор практической сессии "Торговые сети в борьбе за покупателя" **генеральный директор INFO Line Иван Федяков** рассказал о текущем состоянии отрасли: "Ритейлерам нужно делать ставку на оптимальность предложения или соотношение "цена – качество". Безусловно, кто-то из ритейлеров пойдет по пути развития СТМ, не уступающих по качеству брендовой продукции. Кто-то выберет другие способы, но выйти из ценовой конкуренции, когда промоакции заполнили всю полку, а в торговых сетях размещаются стенды с информацией о том, как использовать желтые ценники, безусловно, можно и нужно".
- Клиенты **INFO Line** могут получить презентацию доклада "Продукты питания России – особенности потребительского рынка Северо-Западного региона". Для этого достаточно сделать запрос по электронной почте или телефону.
- Доклад основан на исследовании **INFO Line "Производство продуктов питания и напитков России. Итоги 2018 года и тенденции 2019 года. Перспективы развития до 2021 года"** (обновление в апреле 2020 г.). В Исследовании представлена динамика различных показателей отрасли с 2011 г., общие по стране и региональные статистические данные 2018 г., перспективы развития в 2019 г. основные потребительские тренды, рейтинги крупнейших игроков и многое другое.
- 1 ноября 2019 г. **INFO Line** запустило новую услугу "Тематические новости: Рынок общественного питания РФ". Новости позволяют оперативно получать информацию не только об открытии новых объектов ресторанных сетей их ребрендинге и развитии новых форматов, но и отслеживать тренды потребительского поведения, новые законодательные инициативы и общее состояние розничного рынка России в целом. Периодичность выхода выпусков – **1 раз в неделю**. Услуга включает: новости потребительского рынка, госрегулирование, общие новости общественного питания, новости сетей (Fast Food, Fast casual, Суши-шоп, Пекарни и кондитерские, Фуд-холл, Fine dining, прочие форматы), новые форматы и ребрендинг, вендинг и Foodtech, новости торговой недвижимости.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ INFOLINE



- **19 ноября 2019 г.** в рамках международной продовольственной выставки **Peterfood 2019** в Санкт-Петербурге состоялась сессия **INFOLine** на тему **"Что меняется на рынке Северо-Запада на пороге 2020 года?"**. Сессия проводилась только для клиентов компании и включала следующие темы:
 - Тренды, которые диктует потребитель: последние требования к составу, упаковке, "функционалу" продукта
 - Рейтинги ритейлер-игроков, а также успешности работы с ними по оценке поставщиков. С кем выгодно работать в 2020 г.?
 - Нетто, Смайл, Гастроном 811, Полушка, Лайм... кто в след за ними готовится покинуть рынок?
 - Стремительный рост online-торговли продуктами питания: какие категории теряют серьезную прибыль, не используя данный канал? И др.



- **19-20 ноября 2019 г.** в Санкт-Петербурге прошёл отраслевой форум **"Дни ритейла на Неве"**. Основной темой встречи стало обсуждение текущего состояния рынка и анализ ключевых трендов современного ритейла. В рамках форума **INFOLine** была проведена аналитическая встреча, посвящённая особенностям рынка Санкт-Петербурга и Северо-Западного ФО. **Генеральный директор INFOLine-Аналитика, Михаил Бурмистров**, познакомил гостей форума с успешными кейсами на потребительском рынке СЗФО и его ландшафтом в целом. **Редактор потребительского рынка INFOLine, Светлана Силенина**, дала теме дальнейшее развитие, акцентировав внимание присутствующих на самых ярких потребительских трендах. Роль ведущего взял на себя **генеральный директор INFOLine, Иван Федяков**, который же подвёл итоги события, предложив участникам рассмотреть план развития отрасли в ближайшие годы. Также, **19 ноября 2019 г.** в рамках форума **Иван Федяков выступил модератором** пленарной дискуссии **"Бизнес Торгового Города"**.



- **В ноябре 2019 г.** глава **INFOLine Иван Федяков** дал развернутое интервью, в котором рассказал о результатах исследования **"INFOLINE RETAIL RUSSIATOP-100"**, продажах по промоакциям, смене парадигмы консолидации сетей на рынке, а также о том, чем российские потребители стали похожи на европейских. Смотреть полную видеозапись интервью РБК **"Глава INFOLine Иван Федяков: ритейлерам надо выходить из ценовой спирали"**. Текстовая версия доступна на портале РБК по ссылке [здесь](#).

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ INFOLINE



- 5 декабря 2019 г.** в Ульяновске успешно прошёл **XI бизнес-форум "Деловой климат в России"**, который принял более полутора тысяч гостей из разных регионов. На встрече обсудили актуальные инициативы по улучшению бизнес-среды регионов России, подвели итоги уходящего 2019 г., обменялись идеями насчёт грядущего 2020 г. **INFOLine** на мероприятии представил **генеральный директор "INFOLine-Аналитика" Михаил Бурмистров**. Он выступил с докладом на тему **"Как использование маркировки облегчит сотрудничество с ритейл компаниями"**, поделившись наработками в этой области.

INFOLine опубликовало специальную версию доклада, ознакомиться с которой можно здесь.

Доклад основан на результатах исследования **"Розничная торговля Food и потребительский рынок России. Итоги 2018 года и тенденции 2019 года. Перспективы развития до 2021 года"** (обновление в апреле 2020 г.).



- 10 декабря 2019 г.** в честь 20-летия портала Retail.ru в Москве прошла конференция **"Как заработать, создавая и развивая розничные сети"**. В рамках конференции состоялось уникальное выступление **руководителя INFOLine Федякова Ивана** с докладом об истории развития российского ритейла за последние 20 лет. Впервые были представлены стратегии крупнейших и наиболее успешных компаний, развивающихся на российском рынке, дан анализ фаз развития отрасли, представлен набор актуальных трендов и прогноз развития отрасли в ближайшем будущем.

Специалисты **INFOLine** на регулярной основе проводят исследование отрасли и выпускают исследование **"Розничная торговля Food и потребительский рынок России. Итоги 2018 года и тенденции 2019 года. Перспективы развития до 2021 года"**, а ежегодный рейтинг и исследование **"INFOLine Retail Russia TOP-100"** являются общепризнанным отраслевым ориентиром для прогнозирования дальнейшего развития.



- В декабре 2019 г.** **INFOLine** разработало **новый ежеквартальный Отраслевой обзор "Розничная торговля Food и потребительский рынок России"**, в котором содержится актуально структурированная информация о развитии розничной торговли FMCG России, обзор ключевых событий, произошедших на российском продовольственном торговых сетей FMCG России, описание новых концепций и форматов, развитие TOP-200 ритейлеров FMCG России, рейтинги крупнейших ритейлеров FMCG по выручке, количеству объектов и торговой площади.



ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ INFOLINE



- В феврале 2020 г. INFOLine выпустило периодический обзор **"Foodtech: online-торговля и службы доставки и рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail"** с итогами 2019 г. Специалисты INFOLine в обзоре представили рейтинги интернет-магазинов и служб доставки по итогам 2019 г. по выручке, среднему чеку и среднедневному количеству доставок, количеству ассортиментных позиций и посещаемости сайтов. В обзоре за 2019 г. **впервые!** представлен экспресс-анализ и рейтинг интернет-магазинов и маркетплейсов по ассортименту в товарной категории "кофе". Агентство INFOLine по заказу клиентов проводит анализ и других товарных категорий, как в экспресс-формате, так и в формате более глубокого и подробного разделения по категориям, провести анализ полного списка брендов, ценового мониторинга, мониторинга отзывов и других необходимых показателей. Покупатели отраслевого обзора **"Состояние потребительского рынка России и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ"** имеют возможность приобрести обзор **"Foodtech: online-торговля и службы доставки и рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail" со скидкой.**



- 11 февраля 2020 г. в "Экспоцентре" состоялся Форум "Поставщик в сети". Открыл мероприятие доклад **руководителя INFOLine, Ивана Федякова**, который подвел итоги 2019 г. в сфере розничной торговли Food. В своём выступлении Иван Федяков оценил состояние потребительского рынка и экономики в целом, представил рейтинг крупнейших сетей FMCG, а также сводку по их эффективности, подробно рассказал о взаимодействии сетей FMCG с поставщиками. Ранее, 10 февраля 2020 г. **руководитель направления "Потребительский рынок" Светлана Силенина** рассказала о развитии рынка общественного питания в России, а также впервые представила рейтинг крупнейших ресторанных сетей, подготовленный в результате работы над комплексным исследованием **"Актуальные тренды на рынке общественного питания РФ и мира. 600 сетей общественного питания России 2020 г."**



- 12 февраля 2020 г. на форуме "Продэкспо" в Москве состоялась конференция **"E-GROCERY 2020-2021"**. Главной темой мероприятия стало развитие рынка доставки продуктов и готовых блюд в России. С подробным обзором актуальных трендов, сложившихся на российском online-рынке продовольственных товаров, выступил **генеральный директор INFOLine, Иван Федяков**. Основой для презентации стали материалы периодического обзора **"Foodtech: online-торговля и службы доставки и рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail"**. Краткая версия выступления доступна по заявке по телефонам **+7(495) 772-7640, +7(812) 322-6848 доб. 154** или **retail@infoline.spb.ru**.