

АНАЛИТИЧЕСКАЯ БАЗА

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

700 торговых сетей FMCG России – 2016

Стандартная версия

2016

- Макроэкономические показатели розничной торговли FMCG
- Рейтинг крупнейших ТОП-50 (100) крупнейших сетей FMCG по операционным и финансовым показателям
- Анализ развития и рейтинги ТОП-10 (20) сетей FMCG по форматам
- База данных 700 торговых сетей и 600 складов сетей FMCG России
- Бизнес-справки по ТОП-10 сетей FMCG (только в расширенной версии)

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

Об Аналитической базе «700 торговых сетей FMCG России»	3
Раздел I. Состояние рынка розничной торговли	5
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG</i>	<i>5</i>
<i>Динамика спроса на потребительском рынке</i>	<i>30</i>
<i>История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG</i>	<i>42</i>
Раздел II. Рейтинг ТОП-50 ритейлеров FMCG	52
<i>Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов</i>	<i>53</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по общей торговой площади</i>	<i>54</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по чистой выручке</i>	<i>58</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по показателям эффективности продаж</i>	<i>62</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади распределительных центров</i>	<i>65</i>
Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам	71
<i>Развитие сетей FMCG в формате «гипермаркет»</i>	<i>71</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате «супермаркет»</i>	<i>79</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате «дискаунтер»</i>	<i>87</i>
<i>Развитие сетей FMCG в формате «магазин у дома»</i>	<i>91</i>
Раздел IV. База 700 торговых сетей и 600 складов сетей FMCG	95
<i>Федеральные и международные сети</i>	<i>98</i>
<i>Сети Центрального ФО</i>	<i>111</i>
<i>Сети Северо-Западного ФО</i>	<i>152</i>
<i>Сети Южного ФО</i>	<i>173</i>
<i>Сети Северо-Кавказского ФО</i>	<i>180</i>
<i>Сети Приволжского ФО</i>	<i>183</i>
<i>Сети Уральского ФО</i>	<i>218</i>
<i>Сети Сибирского ФО</i>	<i>233</i>
<i>Сети Дальневосточного ФО</i>	<i>256</i>
<i>Сети Крымского ФО</i>	<i>265</i>
<i>Сети АЗС</i>	<i>267</i>
<i>Специализированные сети</i>	<i>277</i>
Об информационных продуктах ИА INFOLine	303

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



информационное агентство information agency



агентства используют уникальное информационное обеспечение и опираются на многолетний опыт работы с различными новостными потоками.

Исследования и периодические обзоры ИА INFOLine используют в работе **крупнейшие ритейлеры FMCG** («X5 Retail Group», «Магнит», «Auchan», «Metro cash&carry», «Лента», «ОКЕЙ»), **производители** (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars), **дистрибуторы** (ГК «Мегаполис»), **финансовые** ("Сбербанк", "ВТБ", "ВЭБ") и **сервисные компании** (ГК «Сервис-плюс», Wincor-nixdorf).

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



Об Аналитической базе «700 торговых сетей FMCG России»

Цель исследования: анализ состояния и прогноз развития розничной торговли и потребительского рынка России, структурированное описание, сравнительный анализ и ранжирование операционных и финансовых показателей более 700 крупнейших торговых сетей FMCG России, анализ логистики и описание 600 распределительных центров сетей FMCG, описание основных форматов торговли на рынке FMCG (гипермаркет, супермаркет, дискаунтер, магазин у дома, магазин на АЗС).

Ключевые параметры рынка: емкость розничного рынка России в 2015 г. превысила 27,5 трлн. руб. (с учетом НДС), а объем продаж продовольственных товаров – 13,4 трлн. руб. (с учетом НДС). 700 торговых сетей FMCG (включая специализированные сети и магазины на АЗС), описанные в продукте, формируют 50% оборота розничной торговли продуктами питания в России, причем доля 10 крупнейших сетей FMCG составляет 25%.

Актуальность исследования: потребительский рынок в 2015 году перешел к новой парадигме развития. В 2015 году оборот розничной торговли в РФ в физическом выражении снизился на 10%, а продажи продуктов питания (включая напитки) и табачных изделий – на 8,9%. В 2016 году динамика оборота розничной торговли в физическом выражении остаётся негативной, однако за счет опережающего роста цен на продовольственные товары продажи в рублевом выражении продолжают расти: так, в I квартале 2016 года оборот розничной торговли в РФ снизился на 5,4%, а продажи продуктов питания, включая напитки, и табачных изделий – на 4,5% в физическом выражении. При этом в рублевом выражении оборот розничной торговли по РФ за I квартал 2016 г. увеличился на 3,2%, а продажи продуктов питания увеличились на 3,9% в рублях.

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

Временные рамки исследования: Динамика с 2005 года (ВВП, емкость и динамика рынка), с 2009 года (операционные и финансовые итоги крупнейших сетей FMCG, структура и динамика сетевой торговли и рынка FMCG), Итоги 2015 года и Прогнозы на 2016-2017 гг. (динамика рынка розничной торговли, показатели форматов и сетей, доходы потребителей, стратегии и планы развития крупнейших сетей FMCG).

Преимущества исследования: аналитическая база операционных и финансовых показателей по 700 сетям FMCG России в разрезе федеральных округов (в т. ч. Крымский Федеральный Округ) с выделением специализированных сетей и сетей в формате «магазин при АЗС», аналитический обзор сетей FMCG по операционным, финансовым показателям, показателям эффективности продаж, глубокий анализ и прогноз развития форматов торговли и региональной представленности в России. Также исследование содержит аналитическую базу 600 распределительных центров торговых сетей FMCG России, структурированное описание потребительского рынка России, а также бизнес-справки по ТОП-10 крупнейшим ритейлерам FMCG.

Методы исследования и источники информации:

- регулярные ежемесячные экспертные опросы и интервью с представителями более 200 торговых сетей FMCG России;
- анализ развития и характеристика событий в розничной торговле и на потребительском рынке России: **«Состояние потребительского рынка России и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ»;**
- ежемесячное обновление уникальной базы «1000 гипермаркетов FMCG России», которая осуществляется в рамках подготовки Исследования **«Рынок гипермаркетов FMCG РФ»;**
- мониторинг состояния рынка **торговой недвижимости**, в том числе базы **«1800 торговых центров в 30 крупнейших городах России»**, реализации инвестиционных проектов, ввода объектов торговой недвижимости: **«Торговых центров и гипермаркетов FMCG и DIY Москвы и Московской области и Санкт-Петербурга и Ленинградской области»**, сравнительный анализ **«Рынка торговых центров в 27 городах и регионах РФ».**
- мониторинг 2000 СМИ и выявление ключевых событий на рынке розничной торговли, которые INFOline осуществляет с 2002 года в рамках услуги **«Тематические новости: Розничная торговля продуктами питания и торговые сети FMCG РФ»**, **«Тематические новости: Пищевая промышленность и рынок продуктов питания РФ»** и **«Тематические новости: Розничная торговля РФ».**

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

- **Раздел I. Состояние рынка розничной торговли** Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших розничных сетей: динамика, структура и прогноз российского розничного рынка. Динамика спроса на потребительском рынке. История развития, состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG: этапы и количественные показатели развития торговли в России. **Расширенная версия** исследования также **содержит** структуру оборота продовольственными товарами по каналам продаж, сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран, информацию о государственном регулировании розничной торговли в России.

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

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

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

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

- **Раздел IV. База данных «700 сетей и 600 складов сетей FMCG России»** База контактных данных, операционных и финансовых показателей по 700 сетям FMCG России:
 - Бренд сети
 - Юридическое название
 - Менеджмент сети:
 - Генеральный директор
 - Финансовый директор
 - Директор по закупкам
 - Директор по IT
 - Директор по логистике
 - Директор по развитию
 - Фактический адрес
 - Телефон
 - Факс
 - E-mail
 - Web-сайт
 - Интернет-магазин
 - Общее количество магазинов сети на 1.1.2016
 - Количество магазинов на 1.1.2016 по форматам (гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома)
 - Общая торговая площадь магазинов сети на 1.1. 2016
 - Чистая выручка (без учета НДС) торговой сети в 2014-2015 гг., млрд. руб.
 - Региональная представленность (в каких регионах размещены магазины сети с указанием их количества)
 - Количество РЦ/складов на 1.1. 2016
 - Общая площадь РЦ/складов на 1.1. 2016
 - Регионы присутствия РЦ/складов на 1.1. 2016
- **Раздел V. Бизнес-справки по ТОП-10 ритейлерам FMCG России** Бизнес-справки по 10 крупнейшим ритейлерам FMCG России. Бизнес-справки включают 12 разделов: контактные данные, история развития сети, структура компании и бенефициары (акционерный капитал), описание основных форматов, собственные торговые марки и прямой импорт, операционные показатели, региональная представленность, девелоперские проекты, логистика, финансовые показатели, стратегия и планы регионального развития, отчетность по РСБУ (МСФО).

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



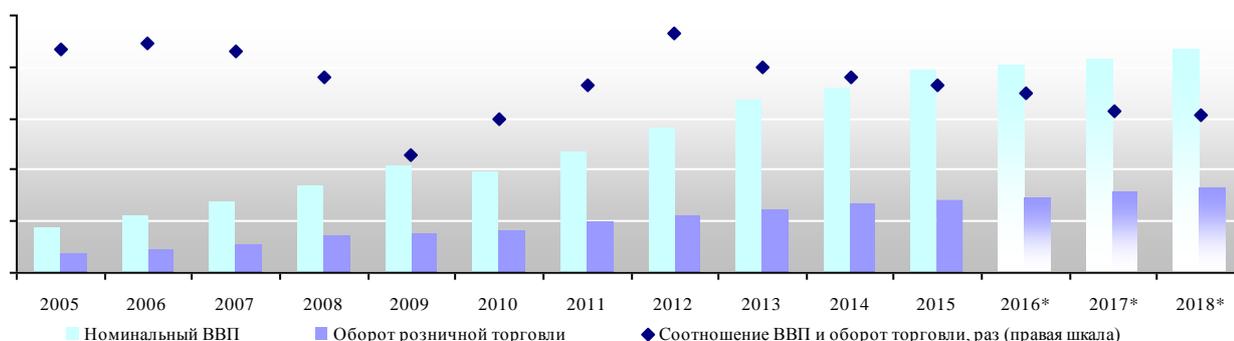
Раздел I. Состояние рынка розничной торговли

Макроэкономические показатели розничной торговли и крупнейших торговых сетей FMCG

Динамика и прогноз основных показателей российского розничного рынка

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

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



Источник: данные ФСТС, ИА INFOLine



Структура оборота розничной торговли по видам товаров

В структуре продажи основных видов продовольственных товаров в течение 2005-2015 гг. произошли значительные изменения, наиболее важными из которых стало сокращение доли алкогольных напитков, мяса и продуктов из мяса, а также сахара, жирных сыров и хлебобулочных изделий. При этом 2015 году все основные категории продовольственных товаров, кроме свежего картофеля продемонстрировали отрицательную динамику.



Таблица 2. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2005-2016 гг.

Показатель	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I кв. 2015	I кв. 2016
Оборот розничной торговли	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
продовольственные товары	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
непродовольственные товары	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля продовольственных товаров, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
доля непродовольственных товаров, %	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: данные ФСТС



Таблица 1. Структура продаж основных продуктов питания в 2005-2015 гг.

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

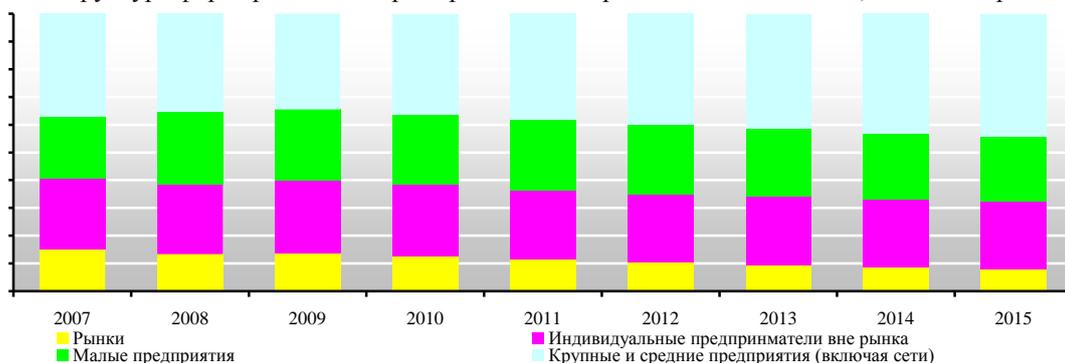
Источник: данные ФСТС



Структура оборота розничной торговли по видам организаций

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

Рисунок 2. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2015 гг., по видам организаций, %



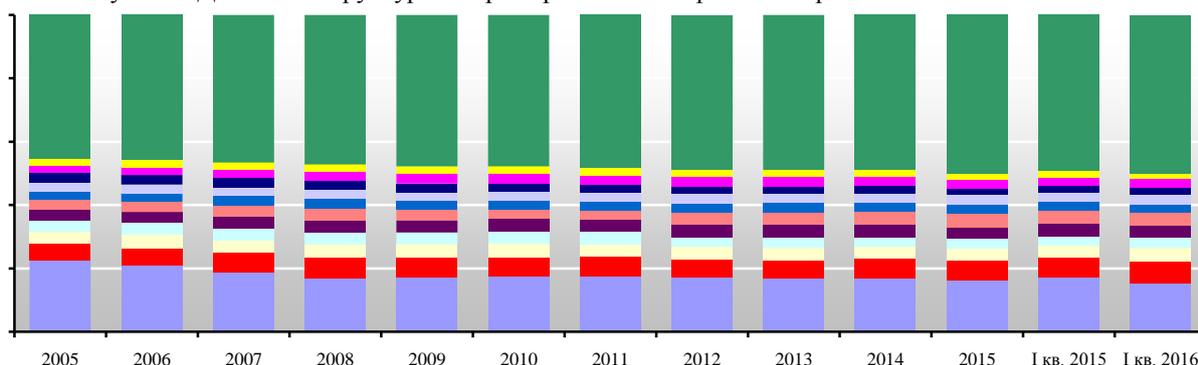
Источник: данные ФСГС

При этом в 2015 году на розничных рынках и ярмарках население покупает около 6,7% пищевых продуктов и табачных изделий и 10,1% непродовольственных товаров. <...>

Региональная структура оборота розничной торговли

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

Рисунок 3. Динамика структуры оборота розничной торговли по регионам России в 2005-2016 гг.

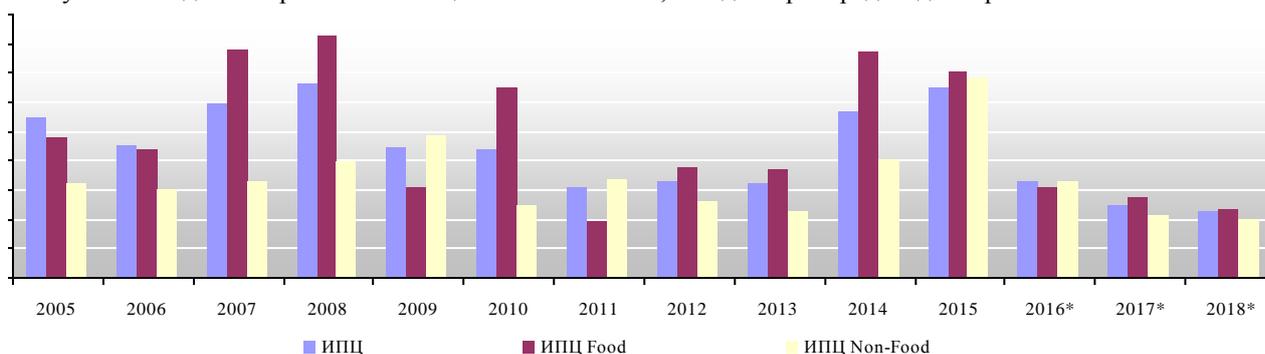


Источник: данные ФСГС

Инфляция на рынке продовольственных товаров

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

Рисунок 4. Индекс потребительских цен в 2005-2015 гг., % к декабрю пред. года и прогноз на 2016-2018 гг.



Источник: данные ФСГС

<...>

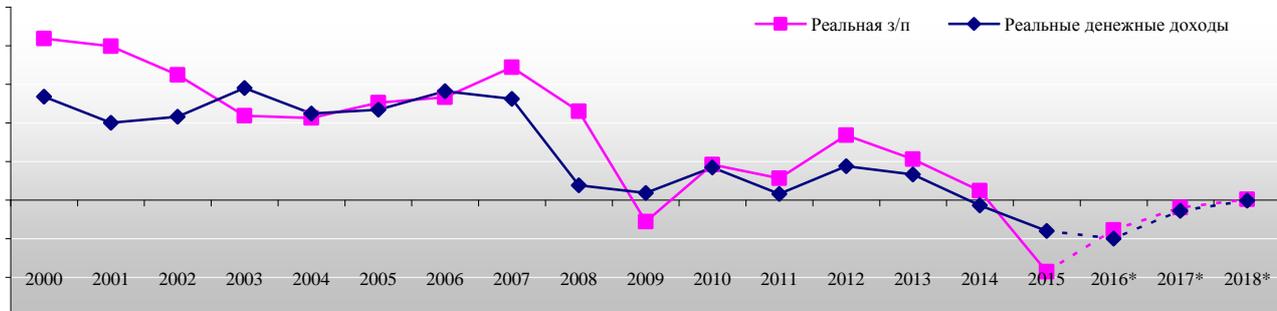


Динамика спроса на потребительском рынке

Динамика заработной платы и денежных доходов населения

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

Рисунок 5. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2016-2018 гг. (консервативный), %



Источник: данные ФСТС

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

Следует отметить, что количество выданных кредитов по итогам I кв. 2016 года выросло на 48% по сравнению с аналогичным периодом 2015 года, причем объемы кредитования выросли на 56%. В I кв. 2016 года количество выданных кредитов наличными выросло на 40%, а объемы увеличились на 80%. В I квартале было выдано 3,23 млн. кредитов наличными на сумму 316,6 млрд. руб., за аналогичный период 2015 года – 2,3 млн. на 176 млрд. руб. Средний размер выданного кредита наличными вырос с 76 до 97 тыс. руб. <...>

Рисунок 6. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.

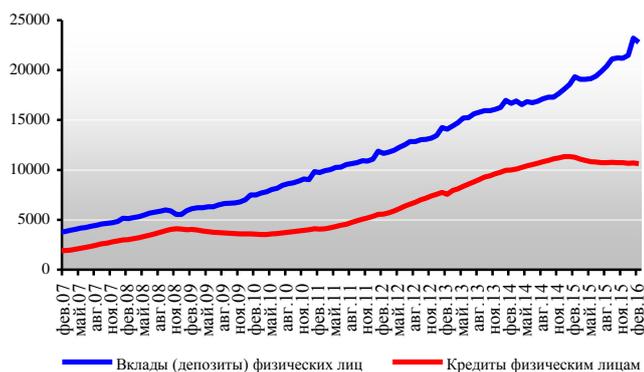
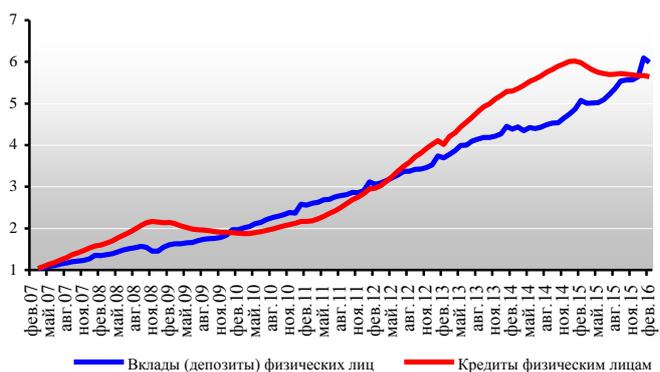


Рисунок 7. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2007 года

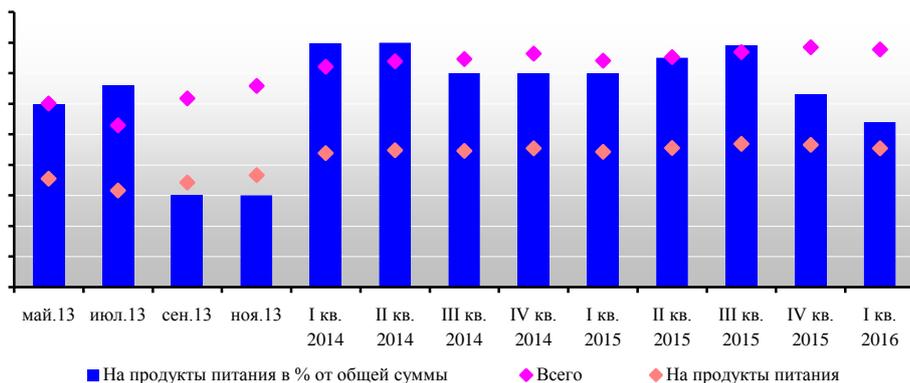


Источник: данные ЦБ РФ

Потребительское поведение населения

Индекс потребительской уверенности в 2016 году незначительно вырос и составил % в I кв. 2016 года против % в IV кв. 2015 года. Хотя по-прежнему наблюдается высокая чувствительность к уровням цен и сильная тенденция к переходу на более дешевые товары, все же есть признаки дальнейшей нормализации потребительских привычек – возможно, это указывает на то, что восстановление приближается (хотя и будет очень медленным). <...>

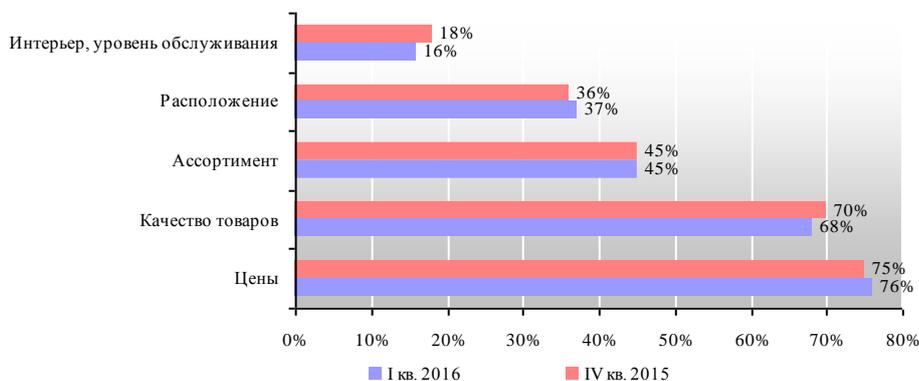
Рисунок 8. Сколько денег вы потратили вчера, руб.



Источник: данные Сбербанк СІВ

В I кв. 2016 года потребители сокращали количество посещаемых торговых сетей, несмотря на высокую промоактивность ритейлеров, что свидетельствует о большей лояльности покупателей и в перспективе снизит необходимость в ценовых инвестициях <...>

Рисунок 9. Факторы, влияющие на выбор магазина



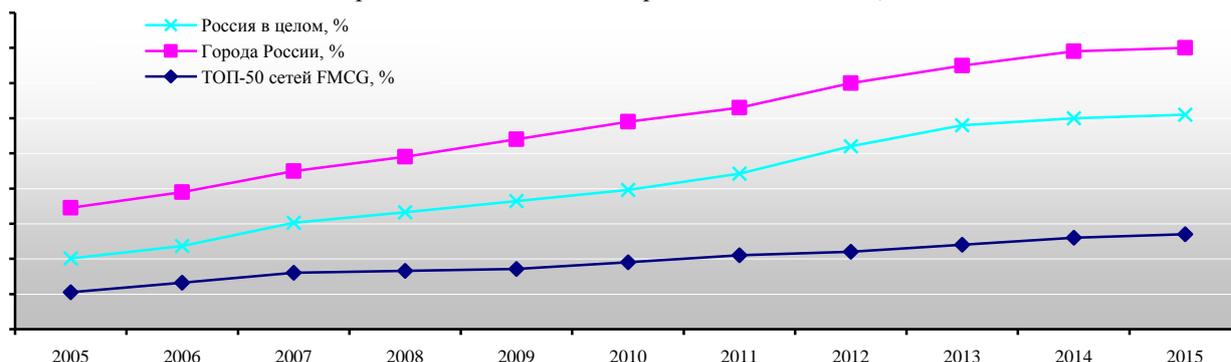
Источник: данные Сбербанк СІВ

История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG

Основные этапы развития торговли в России

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

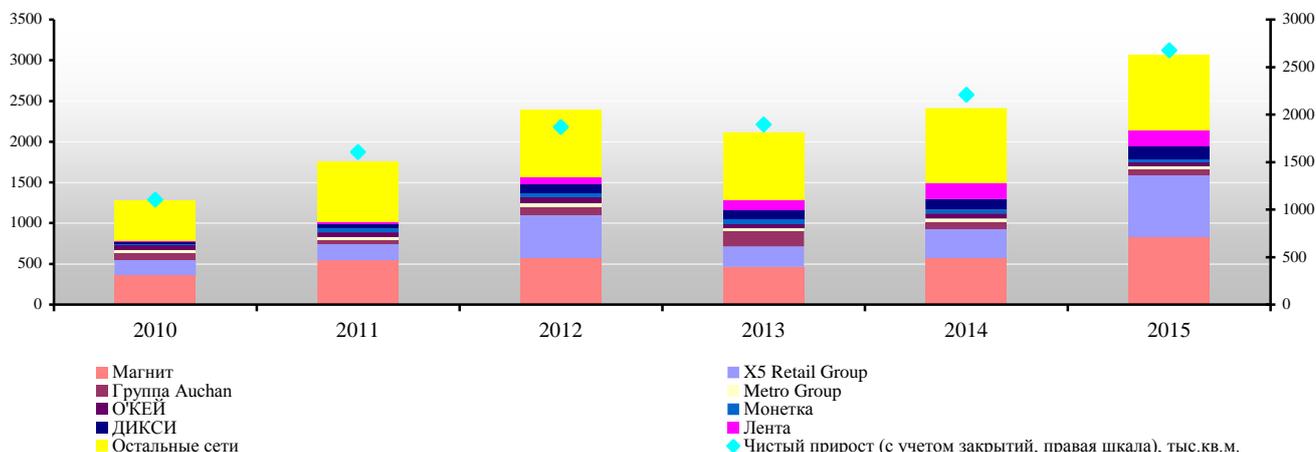
Рисунок 50. Доля современных форматов и ТОП-50 сетей FMCG в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 2005-2015 гг., %



Основные количественные показатели развития торговли в России

В 2015 году прирост торговых площадей по 150 крупнейшим сетям составил более 2676 тыс. кв. м., что является абсолютным рекордом за весь период анализа, причем наибольший вклад в прирост торговых площадей в 2015 году внесли компании «Магнит» и X5 Retail Group, на долю которых пришлось 26,8% и 24,8% соответственно. <...>

Рисунок 10. Динамика прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2009-2015 гг., тыс. кв. м.



Раздел II. Рейтинг ТОП-50 (100 – в расширенной версии) ритейлеров FMCG

По итогам 2015 года в рейтинг ТОП-100 крупнейших сетей FMCG¹ вошли сети с выручкой более 4 млрд. руб., в рейтинг ТОП-50 – с выручкой более 10,4 млрд. руб. При этом ряд компаний входивших в ТОП-100 сетей FMCG по итогам 2014 года, в 2015 году в рейтинг не попали в связи с поглощением более крупными ритейлерами. Так, в апреле 2015 года X5 Retail Group приобрела 27 магазинов ГК «Универсал» в Республиках Марий Эл и Чувашия (оставшиеся магазины сети были закрыты) и 100% АО «Спар Ритэйл», управлявшее 26 супермаркетами SPAR в Москве, Московской и Владимирской областях. Кроме того, в июле 2015 года X5 Retail Group приобрела 100 магазинов сети «СосеДДушка» в Оренбургской области, общей торговой площадью 36,7 тыс. кв. м. Кроме того, в ТОП-100 крупнейших сетей FMCG не попали сети, которые столкнулись со снижением продаж (и свернули бизнес): «Акваркет» (сети «Экономька», «Ноград», «Акватория»), ГК «КИЯ» (сеть «Солнышко»), «Нева-Ритейл» (сеть XL), ХК «Партнер» (сети «Мосмарт», SPAR, «Подсолнух»). <...>

Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов

Информация о количестве магазинов крупнейших ритейлеров FMCG России (с выручкой более 10,4 млрд. руб. по итогам 2015 года) в 2009-2015 гг. и в I кв. 2015-2016 гг. приведена в таблице.

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

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

Источник: данные ИА INFOLine

¹ Без учета сетей при АЗС и специализированных сетей.

Рейтинг сетей FMCG по общей торговой площади

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

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

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

Источник: данные ИА INFOLine

Динамика общей торговой площади крупнейших сетей FMCG России (с выручкой более 10,4 млрд. руб. в 2015 году) в 2010-2016 гг. приведена в таблице.

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

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

Источник: данные ИА INFOLine

Рейтинг сетей FMCG по чистой выручке

Информация о чистой выручке³ крупнейших ритейлеров FMCG России в 2009-2015 гг. приведена в таблице.

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

№ пп	Основное операционное юрид. лицо	Бренд	Основные форматы	Данные	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	МСФО	156,5	212,3	287,7	364,2	450,8	577,8	*
		Гипермаркет Магнит	Г		13,1	23,8	46,2	75,4	106,2	139,7	*
		Магнит Семейный	С		0,0	0,0	0,8	3,1	10,7	25,5	*
		Магнит-Косметик	М		0,0	0,0	0,9	5,7	11,9	19,8	*
		все форматы	все форматы		169,6	236,1	335,6	448,5	579,5	762,7	*
...	*

Источник: данные ИА INFOLine

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

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

№ пп	Основное операционное юрид. лицо	Бренд	Основные форматы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Среднегодовой 2010-2015
1	Магнит, ПАО (Тандер, ЗАО)	Магнит	Д	35,6	35,5	26,6	23,8	28,2	*	*
		Гипермаркет Магнит	Г	82,2	93,9	63,3	40,8	31,5	*	*
		Магнит Семейный	С	-	-	288,4	244,6	139,1	*	*
		Магнит-Косметик	М	-	-	542,1	107,1	66,4	*	*
		все форматы	все форматы	39,2	42,1	33,6	29,2	31,6	*	*
...	

Источник: данные ИА INFOLine

Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади РЦ

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

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

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

Источник: ИА INFOLine

В расширенной версии Исследования также представлен Рейтинг крупнейших торговых сетей FMCG по объемам прямого импорта, а также рейтинги ТОП-100 по всем разделам.

² Представлен среднегодовой прирост торговой площади за период работы компании.

³ Данные приводятся по сети в целом.



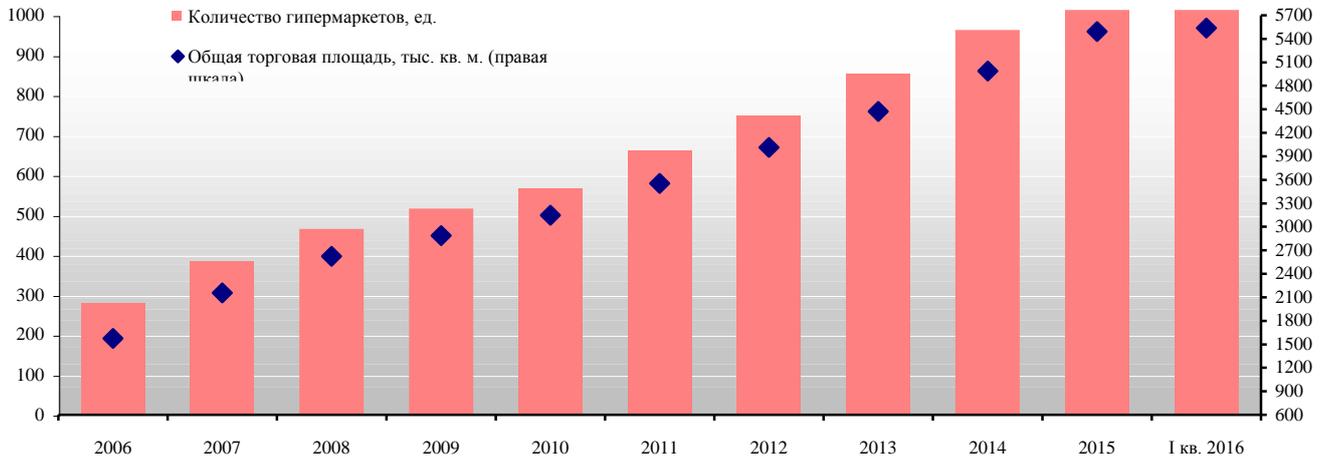
Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

Развитие сетей FMCG в формате «гипермаркет»

Основные параметры формата «гипермаркет»

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

Рисунок 11. Динамика количества и торговой площади гипермаркетов FMCG в России в 2006-2016 гг.



Источник: данные ИА INFOLine

Основные характеристики гипермаркетов России

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

Таблица 26. Количество, торговая площадь и региональная представленность гипермаркетов крупнейших сетей на 1.1.2015

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

Источник: данные компаний, оценки ИА INFOLine

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

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

Источник: данные компаний, оценки ИА INFOLine

<...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст подраздела содержит рейтинги и характеристики форматов «супермаркет», «дискаунтер», «магазин у дома»

ДЕМО-ВЕРСИЯ

В расширенной версии Исследования также представлена динамика развития сетей формата («гипермаркет», «супермаркет», «дискаунтер», «магазин у дома») в 2010-2015 гг., а также Рейтинг ТОП-20 сетей в каждом из форматов и специализированных сетей в формате «магазин при АЗС»

Раздел IV. База 700 торговых сетей FMCG

База данных включает информацию по 700 крупнейшим торговым сетям FMCG, которые используют более 600 складов и РЦ, предназначена для оптимизации взаимодействия с торговыми сетями, включает следующие поля:

- Бренд сети;
- Юридическое название;
- Менеджмент сети: генеральный директор, директор по закупкам (коммерческий директор), финансовый директор, IT директор, директор по логистике, директор по развитию;
- Фактический адрес;
- Телефон;
- Факс;
- E-mail;
- Web-сайт;
- Интернет-магазин;
- Общее количество магазинов сети на 1 января 2016 года;
- Количество магазинов на 1 января 2016 года по форматам (гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома);
- Общая торговая площадь магазинов сети на 1 января 2016 года;
- Чистая выручка (без учета НДС) торговой сети в 2014-2015 гг., млрд. руб.;
- Региональная представленность (в каких регионах размещены магазины сети с указанием их количества)
- Количество РЦ/складов на 1.1.2016 года. К типу «РЦ», в случае если иное не указано компанией, относится склад, площадью более 5 тыс. кв. м. К типу «склад» относится склад, площадью менее 5 тыс. кв. м. Следует отметить, что крупные торговые сети используют классические РЦ, а небольшие сети складские комплексы, выполняющие распределительные функции и ориентированные на одну категорию товаров (фрукты и овощи, алкогольная продукция, непродовольственные товары и др.).
- Общая площадь РЦ/складов на 1.1.2016 года
- Регион присутствия РЦ/складов на 1.1.2016 года

Контактные данные по компаниям представлены по состоянию на начало 2016 года. Компании⁴, представленные в базе, разделены по федеральным округам в зависимости от места расположения головного офиса компании, в порядке убывания выручки (без НДС) за 2015 год. Федеральные и международные сети, сети в формате «магазины при АЗС», специализированные сети⁵ (в разбивке по специализации объектов) выделены в отдельные подразделы.

Таблица 7. Региональная структура торговых сетей из базы 700 сетей FMCG

Тип/ФО	Количество компаний	Количество, ед.			Общая торговая площадь, тыс. кв. м.	Выручка (без НДС) в 2015 году, млрд. руб.
		Г	С	М		
Федеральные ⁶ и международные сети	22 ⁷	*	*	*	*	*
Центральный ФО	150	*	*	*	*	*
Северо-Западный ФО	77	*	*	*	*	*
Южный ФО	22	*	*	*	*	*
Северо-Кавказский ФО	11	*	*	*	*	*
Приволжский ФО	123	*	*	*	*	*
Уральский ФО	52	*	*	*	*	*
Сибирский ФО	79	*	*	*	*	*
Дальневосточный ФО	32	*	*	*	*	*
Крымский ФО	5	*	*	*	*	*
Сети магазинов на АЗС	35	*	*	*	*	*
Специализированные сети по направлениям: алкогольная продукция, мясная продукция, молочная продукция, хлебобулочные и кондитерские изделия	*	*	*	*	*	*

Источник: ИА INFOLine

В базе также представлен Центральный Союз Потребительских Обществ РФ, объединяющий потребсоюзы на всей территории РФ и включающий более 41 тыс. торговых объектов. Потребительские союзы отдельных субъектов РФ в базе 700 торговых сетей FMCG не представлены. Кроме того, в базе представлена

⁴ Одна компания может развивать несколько торговых сетей.

⁵ В базе 700 торговых сетей FMCG представлены специализированные сети с расширенным ассортиментом (включает в себя ограниченный перечень товаров повседневного спроса).

⁶ Федеральной считается сеть, присутствующая в 2 и более федеральных округах России и не в менее чем 6 регионах.

⁷ Без учета Центрального Союза Потребительских Обществ РФ, включающего более 37 тыс. торговых объектов, ОАО "Железнодорожная торговая компания", включающего около 750 торговых объектов и ФГУП "Почта России", включающего более 41900 почтовых отделений.



«Железнодорожная торговая компания», основным направлением деятельности которой является организация розничной торговли на сети железных дорог. Эти сети отнесены к разделу «Федеральные и международные сети».

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

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

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

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

Таблица 8. Компании, представленные в базе и прекратившие свою деятельность или находящиеся в стадии банкротства или продажи бизнеса

Основное операционное юридическое лицо	Бренды	Регионы присутствия сети, до закрытия
Райцентр, ООО	Райцентр, Рай цен, Точка	Нижегородская обл.
Рост, ООО	Рост, Молодежный	Тюменская обл.
Эконом, ООО	Эконом	Краснодарский край
Ассорти, ЗАО	Ассорти, Эконом, SPAR	Коми респ.
Синтез, ООО	7 Копеек, Матур	Башкортостан респ.

Источник: ИА INFOLine

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

Таблица 9. Сделки M&A в FMCG ритейле в 2015 году, повлиявшие на состав базы 700 торговых сетей FMCG

Дата	Предмет и объект сделки	Основное операционное юридическое лицо	Место нахождения торговых объектов	Компания-покупатель	Описание сделки
Апрель 2015	27 магазинов торговых сетей «Наш» и «Гурман»	ООО «Универсал»	Республика Марий-Эл и Чувашия	X5 Retail Group	***
Апрель 2015	30 магазинов SPAR	АО «Спар-Ритейл»	Москва, Владимир, Московская область	X5 Retail Group	***
Июль 2015	100 магазинов сети «СосеДушка»	ИП Пикалов А.А.; Соседушка, ООО	Оренбург, Оренбургская область	X5 Retail Group	***
Август 2015	104 магазина «Росинка», «Апельсин» и «Сберегайка»	ГК «Росинка»	Орловская область, Воронежская область, Липецкая область, Курская область, Тамбовская область	X5 Retail Group	***
Сентябрь 2015	12 объектов сети «Добрыня»	РС-Добрыня, ООО	Пермь	X5 Retail Group-	***
Октябрь 2015	19 объектов сети «Калинка»	Ронис, ООО	Хабаровский край	ГК «Невада»	***
Декабрь 2015	9 объектов сети «Сетка»	ООО «Сотка»	Санкт-Петербург	ООО «Торговый дом «Реаль»	***
Декабрь 2015	Магазы сети «Фреш»	ТД «Мега-Дон»	Ростовская область	ГК «Миллениум»	***
***	***	***	***	***	***

Источник: ИА INFOLine

Кроме того, прекратили свою деятельность целый ряд мелких региональных розничных торговых сетей, которые не выдержали конкуренцию с "Магнитом" и "Пятерочкой", а также крупнейшими региональными ритейлерами.

Таблица 10. Некоторые региональные торговые сети, прекратившие деятельность в 2015 году

Юридическое лицо	Бренды	Регионы присутствия сети, до закрытия
Вакторг, ООО	Манго	Москва, Московская обл.
Содружество 9, ООО; Содружество 10, ООО	Кир 24	Санкт-Петербург
ТКПФ Титан, ООО	Титан	Краснодарский край
Дворцовый ряд-МС, ООО	Дворцовый ряд	Ульяновская обл.
ТД Воронежский-2000, ООО	В десяточку	Воронежская обл.
***	***	***

Источник: ИА INFOLine

Внешний вид представления торговых сетей в Базе «700 сетей и 600 складов сетей FMCG»

Федеральные и международные сети

Операционная компания: Лента, ООО

Бренды: Лента

Контактные данные:

Фактический адрес: 197374, Санкт-Петербург, ул.

Савушкина, д. 112

Телефон: (812) 3806131

Факс: (812) 3806150

E-mail: info@lenta.com

Сайт: www.lenta.com

Интернет-магазин: нет

Персоналии:

Генеральный директор: Ян Дюннинг

Директор по закупкам: Херман Тинга, коммерческий директор

Финансовый директор: Яхо Лемменс

IT-директор: Всеволод Кузьмич

Директор по логистике: Йорн Арнхольд

Директор по развитию: Павел Ремезов, директор по развитию форматов

Операционные показатели:

Общее количество магазинов на 1.1.2016: 172

Количество гипермаркетов на 1.1.2016: 140

Количество супермаркетов на 1.1.2016: 32

Общая торговая площадь на 1.1.2016: 891,5 тыс. кв. м.

Финансовые показатели:

Выручка в 2015 году: 252,8 млрд. руб. без НДС

Выручка в 2014 году: 194,0 млрд. руб. без НДС

Региональная представленность (столицы): Астрахань-*;

Барнаул-*; Белгород-*; Брянск-*; Великий Новгород-*;

Волгоград-*; Вологда-*; Воронеж-*; Ижевск-*; ***

Региональная представленность (субъекты): Алтайский

край-*; Астраханская обл.-*; Белгородская обл.-*;

Брянская обл.-*; Волгоградская обл.-*; Вологодская обл.-

; Воронежская обл.-; ***

Логистика:

Количество складов на 1.1.2016: 6

Общая площадь складов, тыс. кв. м: 195

Региональная представленность складов: Санкт-Петербург (п. Шушары)-1; Новосибирская обл. (п. Толмачево)-1; Московская обл. (Чехов)-1; Самарская обл. (Тольятти)-1; Ростов-на-Дону-1; Екатеринбург-1

Сети Сибирского ФО

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

Бренды: Мария-Ра

Контактные данные:

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

Телефон: (3852) 223416, 223434

Факс: (3852) 238580

E-mail: partner@maria-ra.ru

Сайт: www.maria-ra.ru

Интернет-магазин: нет

Персоналии:

Генеральный директор: Яблонский Александр Сергеевич

Директор по закупкам: Дьяков Денис Валерьевич

Финансовый директор: Ракшина Алла Александровна

IT-директор: Назаров Владимир Александрович

Операционные показатели:

Общее количество магазинов на 1.1.2016: 790

Количество супермаркетов на 1.1.2016: 115

Количество магазинов у дома на 1.1.2016: 675

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

Финансовые показатели:

Выручка в 2015 году: 66,4 млрд. руб. без НДС

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

Региональная представленность (столицы): ***

Региональная представленность (субъекты): ***

Логистика:

Количество складов на 1.1.2015: 1

Общая площадь складов, тыс. кв. м.: 32

Региональная представленность складов: Алтайский край-1



Перечень таблиц и графиков

Таблицы

Раздел I. Состояние рынка розничной торговли

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

Раздел II. Рейтинги ТОП-50 ритейлеров FMCG

- Таблица 11. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2009-2016 гг., по состоянию на конец периода, шт.
Таблица 12. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2009-2016 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м.
Таблица 13. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2010-2016 гг., %
Таблица 14. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2009-2015 гг., млрд. руб.
Таблица 15. Динамика прироста выручки крупнейших сетей FMCG России в 2010-2015 гг., %
Таблица 16. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2015-2016 гг.
Таблица 17. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2015-2016 гг.
Таблица 18. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2009-2015 гг., тыс. руб. в год
Таблица 19. Динамика прироста чистой выручки (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2010-2015 гг., %
Таблица 20. Характеристики РЦ и складов торговых сетей FMCG России по состоянию на 1.1.2016 года
Таблица 21. Характеристики РЦ крупнейших торговых сетей FMCG России на 1.1.2016

Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

- Таблица 22. Количество, торговая площадь и региональная представленность гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года
Таблица 23. Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года
Таблица 24. Количество, торговая площадь и региональная представленность супермаркетов крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года
Таблица 25. Характеристики супермаркетов крупнейших ритейлеров России по состоянию на 1 января 2015 года
Таблица 26. Количество, торговая площадь и региональная представленность магазинов у дома (дискаунтеров) крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года
Таблица 27. Характеристики магазинов у дома (дискаунтеров) крупнейших ритейлеров России
Таблица 28. Количество, торговая площадь и региональная представленность магазинов у дома некоторых крупнейших ритейлеров России на 1 января 2016 года
Таблица 29. Характеристики магазинов у дома некоторых крупнейших ритейлеров FMCG России

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

- Таблица 30. Региональная структура торговых сетей из базы 700 сетей FMCG
Таблица 31. Компании, представленные в базе и прекратившие свою деятельность или находящиеся в стадии банкротства
Таблица 32. Сделки M&A в FMCG ритейле России в 2015 году, повлиявшие на состав базы 700 торговых сетей FMCG
Таблица 33. Компании, прекратившие деятельность в 2015 году

Рисунки

Раздел I. Состояние рынка розничной торговли

- Рисунок 1. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016-2018 гг., млрд. руб.
Рисунок 2. Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016-2018 гг., %
Рисунок 3. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007-2016 гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года
Рисунок 4. Динамика РТО food 2011-2016 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года
Рисунок 5. Динамика РТО non-food 2011-2016 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года
Рисунок 6. Динамика оборота розничной торговли и денежной массы в 2007-2016 гг., млрд. руб.
Рисунок 7. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2005-1 кв.2016 гг., %
Рисунок 8. Динамика доли продовольственных товаров в обороте розничной торговли в 2007-2016 гг., %
Рисунок 9. Динамика оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2016 гг. (по месяцам), млрд. руб.
Рисунок 10. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2016 гг. (по месяцам), %
Рисунок 11. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2015 гг., по видам организаций, %
Рисунок 12. Динамика оборота торгующих организаций и рынков в 2011-2016 гг. (по месяцам), трлн. руб.
Рисунок 13. Структура оборота розничной торговли в 2011-2016 гг. (по месяцам), %
Рисунок 14. Динамика количества рынков в РФ и их доли в обороте розничной торговли в 2003-2015 гг.
Рисунок 15. Динамика структуры оборота розничной торговли по регионам России в 2005-2016 гг.
Рисунок 16. Динамика оборота розничной торговли по округам в 2010-2016 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года, в сопоставимых ценах
Рисунок 17. Динамика оборота розничной торговли по регионам России в 2005-2016 гг., млрд. руб.
Рисунок 18. Динамика доли 69 регионов России (кроме 11 крупнейших) в обороте розничной торговли в 2003-2016 гг., %



- Рисунок 19. Количество регионов с позитивной динамикой оборота розничной торговли в физическом выражении к аналог. периоду пред. года
- Рисунок 20. Динамика оборота розничной торговли по федеральным округам в 2005-2016 гг., млрд. руб.
- Рисунок 21. Индекс потребительских цен на конец периода в 2005-2015 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз на 2016-2018 (консервативный) гг.
- Рисунок 22. Структура вклада в инфляцию в 2007-2015 гг., проц. пунктов
- Рисунок 23. Индекс потребительских цен в 2011-2016 гг., в % к предыдущему месяцу
- Рисунок 24. Функциональная схема ЕГАИС в розничной торговле
- Рисунок 25. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2016-2018 гг. (консервативный), %
- Рисунок 26. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 27. Динамика номинальной начисленной зарплаты и среднедушевых доходов населения в 2000-2016 гг. и прогноз на 2016-2018 гг., тыс. руб.
- Рисунок 28. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2016 гг., %
- Рисунок 29. Динамика курса доллара и евро в 2005-2016 гг., руб.
- Рисунок 30. Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 31. Структура использования денежных доходов населения в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 32. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, % к предыдущему месяцу года
- Рисунок 33. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.
- Рисунок 34. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2016 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2007 года
- Рисунок 35. Доля просроченной задолженности (90+ дней) по кредитам, предоставленным физическим лицам, в общем объеме накопленной задолженности в 2013-2015 гг., %
- Рисунок 36. Структура розничного кредитного портфеля на 1.1.2016
- Рисунок 37. Основные поводы для беспокойства
- Рисунок 38. Доля респондентов, считающих экономическую ситуацию нестабильной
- Рисунок 39. Насколько текущие экономические условия благоприятны для сбережений
- Рисунок 40. Сколько денег вы потратили вчера, руб.
- Рисунок 41. Стали ли вы покупать более дешевые товары первой необходимости в последние два-три месяца
- Рисунок 42. Структура расходов россиян, доля от дохода
- Рисунок 43. Темпы роста цен на продукты питания по оценкам респондентов по официальным данным
- Рисунок 44. Рост расходов на продукты и инфляция по данным официальной статистики
- Рисунок 45. Рост цен на продукты в крупнейших сетях по оценкам респондентов
- Рисунок 46. Факторы, влияющие на выбор магазина
- Рисунок 47. Индекс потребительского восприятия цен в продуктовых розничных сетях
- Рисунок 48. Индекс уверенности потребителей России 2007-2016 гг.
- Рисунок 49. Оценка экономической ситуации в России потребителями 2007-2016 гг.
- Рисунок 50. Оценка личного материального положения потребителями России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 51. Оценка текущего положения потребителями России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 52. Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж в 2004-2015 гг., млрд. руб. (без НДС)
- Рисунок 53. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов (без НДС) в России в 2005-2015 гг., млрд. руб.
- Рисунок 54. Динамика прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2010-2015 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 55. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2010-2015 гг., %
- Рисунок 56. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2014 году, %
- Рисунок 57. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2015 году, %
- Рисунок 58. Динамика чистого прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России в 2013-2015 гг. по месяцам (данные – за месяц предшествующий отчетному, чтобы учесть публичные компании), тыс. кв. м.
- Рисунок 59. Структура розничного рынка food в 2015 году, %
- Рисунок 60. Крупнейшие по выручке FMCG ритейлеры России в 2015 году (*- оценка), млрд. руб. (без НДС)
- Рисунок 61. Динамика прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I кв. 2010-2016 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 62. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I кв. 2010-2016 гг., %
- Рисунок 63. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I кв. 2015 года, %
- Рисунок 64. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I кв. 2016 года, %

Раздел II. Рейтинг ТОП-50 ритейлеров FMCG

Рисунок 65. Уровень централизации поставок крупнейших торговых сетей FMCG России в 2008-2015 гг., %

Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

Рисунок 66. Динамика количества и торговой площади гипермаркетов FMCG в России в 2006-2016 гг.

Рисунок 67. Количество и общая торговая площадь гипермаркетов сетей FMCG РФ по состоянию на 1 января 2016 года

Об информационных продуктах ИА INFOLine

В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и общеэкономических событий в России и мире. Решение данной задачи не представляется возможным без профессионального и высокоэффективного информационного отдела. Агентство INFOLine - это Ваш информационный отдел, который будет работать на пользу и развитие Вашего бизнеса, услугами которого смогут воспользоваться все сотрудники Вашей фирмы. Агентство INFOLine является независимой компанией и работает на рынке Исследований различных отраслей России с 2001 года. Проведенные в 2005-2015 гг. исследования Розничной торговли специалистами агентства INFOLine являются лучшими на рынке, что признано многочисленными клиентами и партнерами.



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

Исследование «Аналитическая база «700 торговых сетей FMCG России»

Аналитическая база «700 торговых сетей FMCG России» содержит:

Раздел I. Состояние рынка розничной торговли

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

Раздел II. Рейтинг ТОП-100 ритейлеров FMCG

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

Раздел III. Развитие сетей FMCG по форматам

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

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

- Федеральные и международные сети
- Сети Центрального ФО
- Сети Северо-Западного ФО
- Сети Южного ФО
- Сети Северо-Кавказского ФО
- Сети Приволжского ФО
- Сети Уральского ФО
- Сети Сибирского ФО
- Сети Дальневосточного ФО
- Сети АЗС
- Специализированные сети FMCG

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

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



Дата выхода:	Июнь 2016
Количество страниц:	600
Способ предоставления:	электронный
Цена, руб.	70 000



Аналитическая база "700 торговых сетей FMCG России – 2016" Стандартная версия (демонстрационная версия)

Готовые исследования по розничной торговле и торговой недвижимости

Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена ⁸
Аналитическая база «700 торговых сетей FMCG РФ». Стандартная версия / Расширенная версия	Расширенная База содержит разделы: Состояние рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, а также структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручки торговых объектов по форматам); Рейтинги ТОП-100 торговых сетей FMCG России по количеству, торговой площади, выручке и эффективности продаж, логистике, а также рейтинг ТОП-7 компаний по прямому импорту; Бизнес-справки по ТОП-10 ритейлерам; База данных 700 сетей и 600 РЦ сетей с указанием: Оператор розничной сети, Бренды, Контактные данные, Менеджмент сети (Генеральный директор, Директор по закупкам, Финансовый директор, IT директор), общее количество магазинов, Общая торговая площадь, Выручка, Региональная представленность, Количество распределительных центров.	Июнь 2016 / Июль 2016	50 000 / 70 000 руб.
Рынок гипермаркетов FMCG России», база «1000 гипермаркетов FMCG РФ»	Состояние рынка розничной торговли FMCG России, история и перспективы развития форматов и формата "гипермаркет", бизнес-справки по 30 ритейлерам, развивающим формат "гипермаркет", база данных 1000 действующих гипермаркетов сетей FMCG.	Декабрь 2015	от 40 000 руб.
Рынок Household РФ. Тенденции 2016 г., прогноз до 2018 г. База «ТОП-100 сетей Household»	Анализ состояния и прогноз развития розничной торговли товарами для дома, сада (рынка Household), описание и рейтинг торговых сетей и форматов торговли Household&DIY и информация о потребительских предпочтениях покупателей товаров для дома, сада и строительного-отделочных материалов. База данных 100 крупнейших сетей Household.	Апрель 2016	70 000 руб.
Рынок DIY России. Тенденции 2016 года. Прогноз до 2018 года	Содержит информацию о текущем состоянии рынка розничной торговли строительными и отделочными материалами России и прогноз развития на период до 2018 года, а также описание крупнейших розничных и оптово-розничных операторов рынка DIY.	Апрель 2016	от 50 000 руб.
Аналитическая база «600 универсальных и специализированных сетей РФ»	Структурированное описание крупнейших игроков рынка DIY, Рейтинг ТОП-50 крупнейших операторов DIY России, который включает показатели чистой выручки, выручки на единицу площади, количества торговых объектов и совокупной торговой площади. Операционные и финансовые показатели, а также контактные данные и ТОП-менеджмент по 300 универсальным и 300 специализированным торговым сетям DIY	Июнь 2016	35 000 руб.
Геоатлас «Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы и Московской обл.; Санкт-Петербурга и Ленинградской обл.»	Геоатлас Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Санкт-Петербурга и Ленинградской области состоит из 2-х частей: Аналитической и Картографической. Аналитическая содержит описание макроэкономической ситуации в Москве и Санкт-Петербурге, характеристику их инвестиционных потенциалов, а также анализ ситуации на рынке гипермаркетов FMCG и DIY. Геоатлас также содержит набор карт-схем и картограмм, отражающих как социально-экономическую ситуацию в Москве и Санкт-Петербурге, так и показатели рынка торговых центров и гипермаркетов FMCG и DIY.	III кв. 2016	от 30 000 руб.

Готовые реестры производителей продуктов питания

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

Периодические продукты по продовольственному рынку и розничной торговле:

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

Внимание! Вышеперечисленный набор продуктов и направлений не является полным.

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



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

⁸ Здесь и далее все цены приведены без учета НДС

