

Москва
2013 год

INFO *Line*

**Развитие
СТМ 2012-2013**

Докладчик: Федяков Иван,
генеральный директор
ИА “INFOLine”

«INFOLine» партнер по исследованиям крупнейших ритейлеров и поставщиков



Мы гордимся клиентами
Они рекомендуют нас

«INFOLine» - 8 лет успешных проектов в сфере исследований розничной торговли FMCG и DIY



Современные тенденции развития**Состояние
потребительского
рынка**

- Первые итоги 2012 года, оборот сегмента FOOD
- Первые итоги рейтинга - INFOLine Retailer FMCG TOP

**СТМ в России и
мире**

- История и перспективы развития СТМ в мире
- Показатели развития СТМ международных сетей

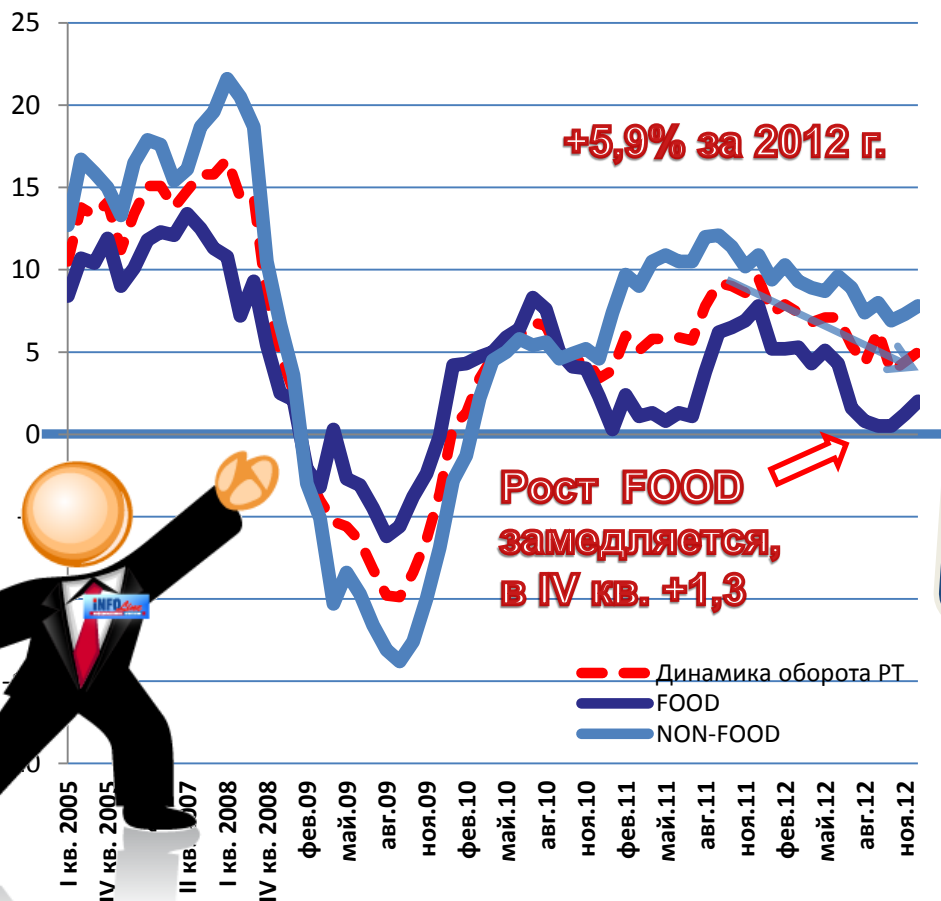
**Рекомендации и
стратегия**

- Стратегия сетей
- Рекомендации производителям



Динамика РТО РФ 2005-12

в % к соответствующему периоду предыдущего года



Хорошее

Плохое

Большой выбор ТЦ

Усиление конкуренции за потребителя

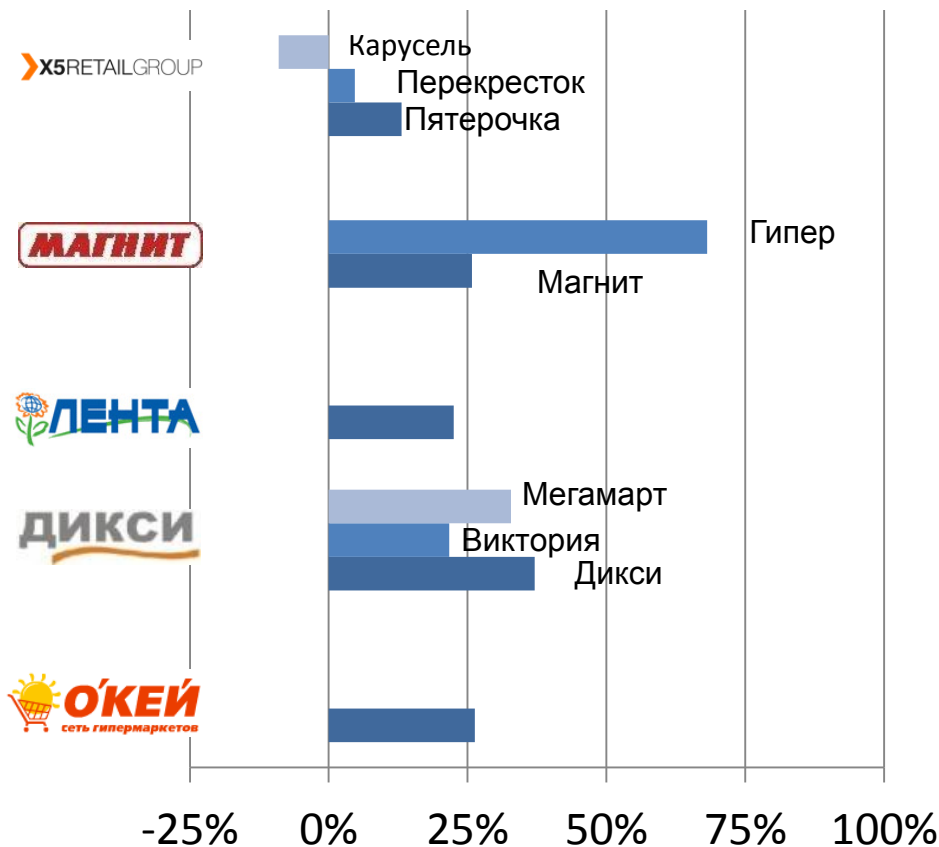
Рост коммунальных расходов

Снижение темпов ЗП и пенсий

Рост арендных ставок для ритейла



Динамика чистой выручки (без учета НДС) сетей FMCG за 9 месяцев 2012 году



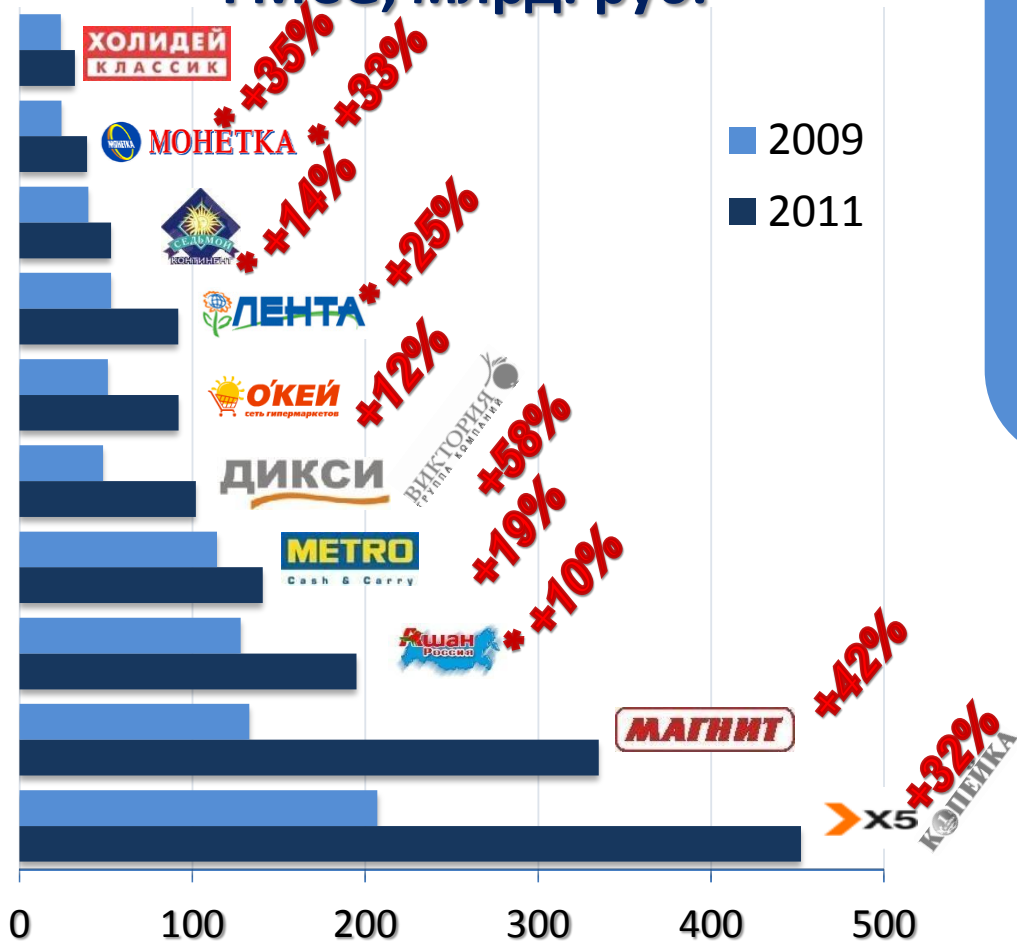
like-for-like за 9 мес. 2012 г., % в рублях

Юридическое название	Бренд	like-for-like за 9 мес. 2012, %
X5 Retail Group N.V.	Пятерочка	+ 0,7
	Перекресток	- 2,7
	Карусель	- 12,7
Магнит, ОАО	Магнит	+ 4,5
	Магнит (Гипер)	+ 5,7
Дикси групп, ОАО	Дикси	+ 3,7
	Виктория	+ 9,7
	Мегамарт	+ 10,4
О'Кей, ООО	О'Кей	+ 6,7

Инфляция +6,6%



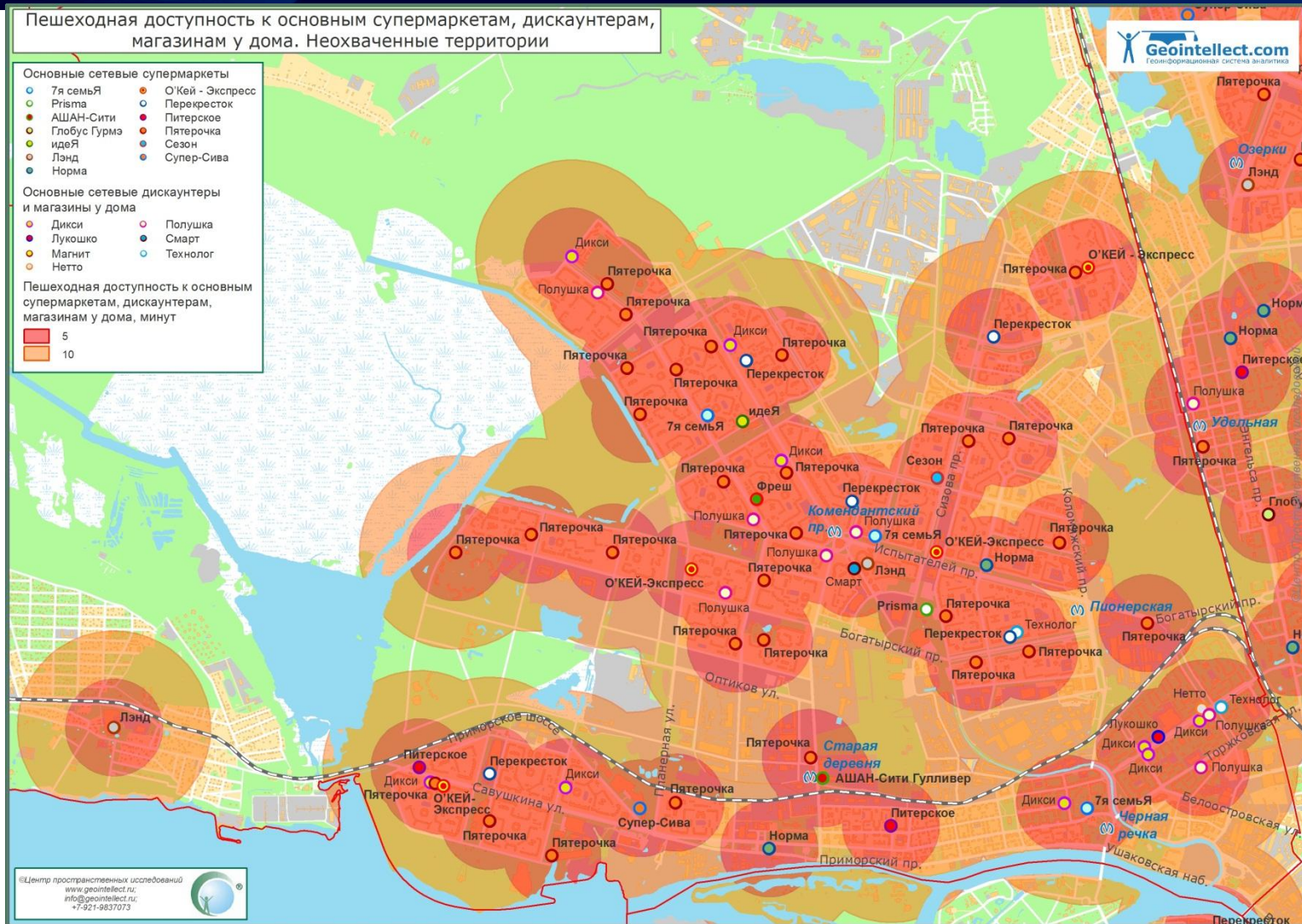
Выручка ТОП-10 сетей FMCG, млрд. руб.



ТОП-10 сетей FMCG

- доля рынка Food - 16,3% (в 2010 – 14%)
- выручка – 1,53 трлн. руб. (в 2010 – 1,24 трлн. руб.)
- 10000 магазинов
- 6,3 млн. кв. м. площадей





Этапы развития СТМ:

Дифференциация стратегий СТМ

Конкуренция "СТМ-Бренд"

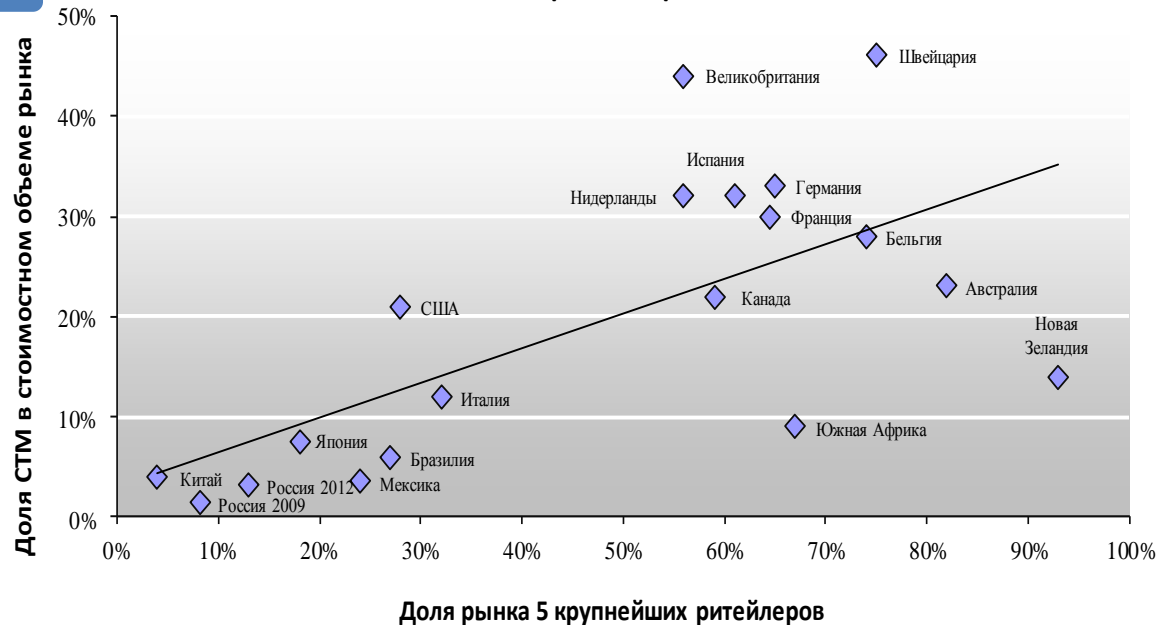
Конкуренция "СТМ-СТМ"

Перспективы развития рынка



В развитых странах доля СТМ выше **20%**, в России – около **3%**
 Консолидация **неизбежно** ведет к росту доли СТМ

Взаимосвязь доли собственных торговых марок и консолидации торговли FMCG в странах мира в 2010 г.



Основная
СТМ



Great
Value



Carref
our



6 CTM



Tesco



UP&UP



Auchan



EDEKA

Общее
количес
тво SKU

16 тыс.

14 тыс.

13 тыс.

12 тыс.

6 тыс.

8 тыс.

2,5
тыс.

Доля
СТМ в
обороте

34%

25%

18%

38%

10%

19%

19%

Организационные дисбалансы

Неверные KPI департаментов СТМ

Недостаточно эффективный контроль качества

Избыточное количество SKU

Дисбаланс предложения брендов и СТМ

Размытое ценовое позиционирование

Избыточное давление на поставщика

Неэффективная организация поставок, out-of-stock

Отсутствие обратной связи с потребителем



Увеличение числа SKU
осложняет управление
эффект каннибализма
распыление ресурсов



■ Структурирование предложения



2013 год

качество



- Эффективный мерчендайзинг и отсутствие OOS



- Качественный дизайн и упаковка




- Замещение всех брендов 3 и частично 2 эшелона




Gibellini,
собственная
торговая марка
Lidl




Выгоды для поставщиков




- Укрепление позиций в сетях-партнерах



- Сокращение удельных производственных издержек




- Ослабление позиций конкурентов




- Оптимизация логистических издержек


Рекомендации для поставщиков




- Учет стратегий партнеров и развития канала продаж



- SMART цели и правильные KPI



- Продуманная ценовая политика



- Сокращение издержек по цепочке поставок

Исследование «Собственные торговые марки сетей FMCG России»



Знание – сила

- не экономить на информации о бизнесе конкурентов и партнеров

Смена приоритетов

- реализовывать стратегию, учитывая интересы ритейлера и покупателя

Построение партнерства

- повышать качество клиентского сервиса и минимизировать потери

Стратегия поставок

- разработать и реализовывать стратегию развития канала продаж

Гармония отношений

- повышать качество контактов и строить стратегическое партнерство

**Время работы в вакууме прошло:
have information, best practice, partners choice!**



Спасибо за внимание!



Тема доклада:
**Собственные торговые марки сетей
FMCG России**

Докладчик: Федяков Иван,
генеральный директор “INFOLine”

Web: www.infoline.spb.ru,
Телефон: (495) 772-7640, (812) 322-6848
E-mail: mail@infoline.spb.ru.

