

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 2018 года

Перспективы развития в 2019–2020 годах

Инициатор исследования:

POPAI

PART OF THE **shopi** GLOBAL NETWORK

Исполнитель:

iNFO *Line*

информационное агентство

information agency

СОДЕРЖАНИЕ ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- **Терминология рынка и методология исследования**
- **Часть I. Характеристика и объем рынка POSM**
 - 1.1. Динамика и структура рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга
 - 1.2. Динамика и структура производства и продаж POSM в России
 - 1.3. **ADD:** Факторы, влияющие на рынок POSM в России
 - 1.4. **ADD:** Перспективы развития рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга
- **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 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
- **Часть III. Сегментация рынка POSM по товарным категориям**
 - 3.1. Характеристика товарных категорий
 - 3.2. Продукты питания и безалкогольные напитки
 - 3.3. **NEW:** Алкогольные напитки
 - 3.4. Парфюмерия, косметика, средства по уходу
 - 3.5. **NEW:** 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 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. **ADD:** Взаимодействие в процессе заказа и производства POSM и услуг технического мерчандайзинга
 - 4.5. **NEW:** Взаимодействие в процессе размещения POSM

NEW- новый раздел по сравнению с исследованием 2018 года
ADD- раздел расширен по сравнению с исследованием 2018 года
- **Часть V. Заказ и размещение POSM**
 - 5.1. **ADD:** Заказ и размещение POSM: оценка держателей бюджетов
 - 5.2. **ADD:** Размещение POSM: оценка торговых сетей
 - 5.3. **NEW:** Основные требования к POSM со стороны владельцев брендов и торговых сетей
 - 5.4. **NEW:** Стоимость размещения POSM в торговых объектах
- **Часть VI. Эффективность POSM**
 - 6.1. **ADD:** Оценка эффективности POSM держателями бюджетов и торговыми сетями
 - 6.2. **ADD:** Оценка эффективности POSM в различных товарных сегментах
- **Часть VII. Совместные акции и их эффективность**
 - 7.1. **ADD:** Оценка эффективности совместных акций держателями бюджетов
 - 7.2. **ADD:** Оценка эффективности совместных акций торговыми сетями
- **Часть VIII. Тенденции развития рынка POSM**
 - 8.1. Направления развития рынка POSM
 - 8.2. Технологические тенденции и инновации
- **Часть IX. NEW: Основные тренды потребительского рынка**
 - 9.1. Тренды оказывающие влияние на рынок POSM
 - 9.2. Развитие СТМ розничными торговыми сетями
 - 9.3. Порционность упаковок
 - 9.4. ЗОЖ и экологичность
 - 9.5. Маркировка как способ убеждения
 - 9.6. Поляризация розничных форматов
 - 9.7. E-commerce и омниканальность
 - 9.8. Диджитализация
- **Часть X. Состояние розничной торговли**
 - 10.1. Динамика и структура оборота розничной торговли
 - 10.2. Доходы населения и поведение потребителей
 - 10.3. **NEW:** Состояние розничной торговли Food
 - 10.4. **NEW:** Состояние розничной торговли Non-Food
- **ПРИЛОЖЕНИЯ**
 - Список опрошенных в ходе Исследования компаний
 - Профиль опрошенных респондентов
 - Перечень базовых видов POSM

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 и Non-Food



**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 86 компаний, от которых получены
анкеты, приходится более 70%
рынка POSM)



более **300**

крупнейших компаний –
владельцев брендов
(на 165 компаний, от которых получены
анкеты, приходится более 60%
товарного рынка)



более **500**

крупнейших розничных
торговых сетей
(на 105 компаний, 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 РОССИИ

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



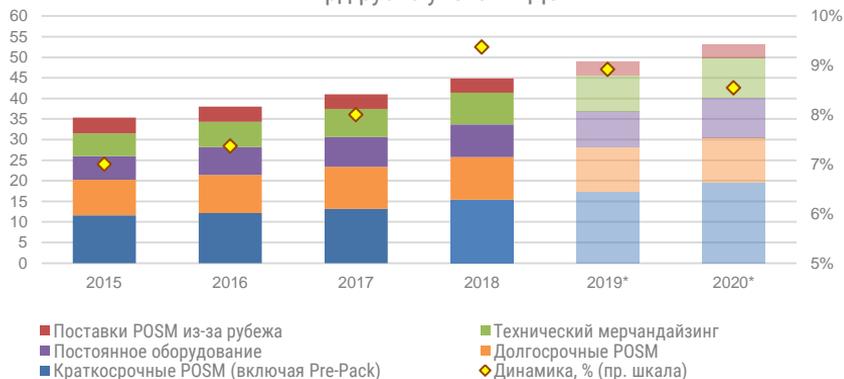
- 1.1. Динамика и структура рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга
- 1.2. Динамика и структура производства и продаж POSM в России
- 1.3. Факторы, влияющие на рынок POSM в России
- 1.4. Перспективы развития рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга

В полной версии – 13 слайдов, 17 диаграмм

1.1.1. ДИНАМИКА И СТРУКТУРА РЫНКА POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

- Рост оборота розничной торговли в денежном выражении ускорился до ***% в 2018 г. по сравнению с ***% в 2017 г., в то время как рост рынка indoor-рекламы, напротив, замедлился до 6% (на 1 п.п. меньше, чем в 2017 году).
- Объем рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга в России в 2018 г. вырос на ***% до *** млрд руб. (с учетом НДС) в ценах производителей (стоимость разработки, производства и обслуживания POSM).
- По итогам 2018 года ***% поставщиков POSM и услуг технического мерчандайзинга зафиксировали увеличение объема продаж, причем ***% – рост продаж на 10% и более.
- Согласно прогнозу INFOline, сформированному по результатам анализа рынка и операционной деятельности поставщиков, а также анкетирования представителей крупнейших заказчиков и торговых сетей, в 2019–2020 гг. темпы роста рынка POSM и услуг тех. мерчандайзинга в денежном выражении будут близки к ***% (в 2019 г. выше из-за повышения НДС).
- Темпы роста рынка технического мерчандайзинга по прогнозу будут несколько выше (около ***% в год) за счет расширения региональной представленности федеральных сетей и увеличения частоты смены POSM в торговых объектах.

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

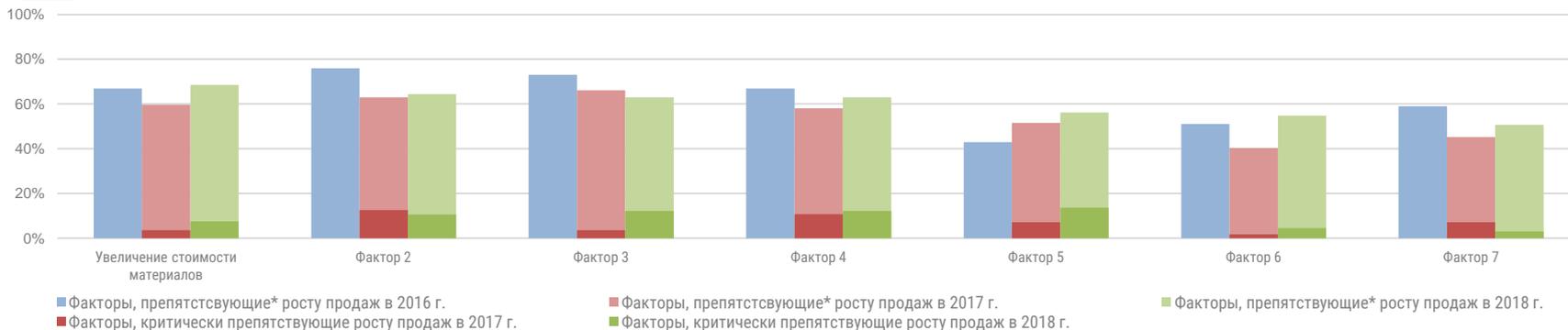
1.3. ФАКТОРЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РОСТУ ПРОДАЖ POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

- В условиях ценового давления со стороны заказчиков обеспокоенность поставщиков вызывают проблемы роста себестоимости и недобросовестной конкуренции. Выросла на **8 п.п.** доля поставщиков, отметивших негативное влияние фактора увеличения стоимости материалов для производства POSM, который по значимости вышел на первое место, обогнав факторы недобросовестной конкуренции и заморозки инвестиций заказчиками. Доля оценивших этот фактор как критически препятствующий выросла более чем в **2 раза**. Увеличение стоимости материалов в условиях заморозки инвестиций заказчиками (назвали критически препятствующим **11%** в 2018 г. при **3%** в 2017 г.) и недостаточного спроса (соответственно **12%** и **6%**) обуславливает рост себестоимости и снижение маржинальности поставщиков POSM.
- Резкий рост доли отметивших негативное влияние фактора, связанного с сокращением количества торговых объектов (**+15 п.п.** к уровню 2017 года), связан с усиливающимся давлением на Non-Food ритейлеров со стороны online-продаж, консолидацией рынка и уходом с него ряда региональных ритейлеров, а также резким замедлением темпов органического роста торговых площадей сетевого ритейла практически во всех сегментах розничного рынка по сравнению с 2017 годом.

* На диаграмме приведены суммарные показатели по ответам «Критически препятствует», «Очень препятствует» и «Скорее препятствует»



Основные факторы, препятствующие* росту производства и продаж POSM в России, %



Источник: анализ INFOLine ответов на вопрос A52. Укажите факторы, препятствующие росту производства и продаж рекламных материалов в точках продаж (POSM) в России (в 2016 г. критические факторы не были выделены в анкете).

ЧАСТЬ II. РЕЙТИНГ ПОСТАВЩИКОВ POSM УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

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



- 2.1. Методология построения рейтинга
- 2.2. Характеристика участников рынка
- 2.3. Интегральный рейтинг поставщиков POSM
- 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 – 26 слайдов, 6 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		–	–	–

TOP11 – TOP25:

ЧАСТЬ III. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ

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



- 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

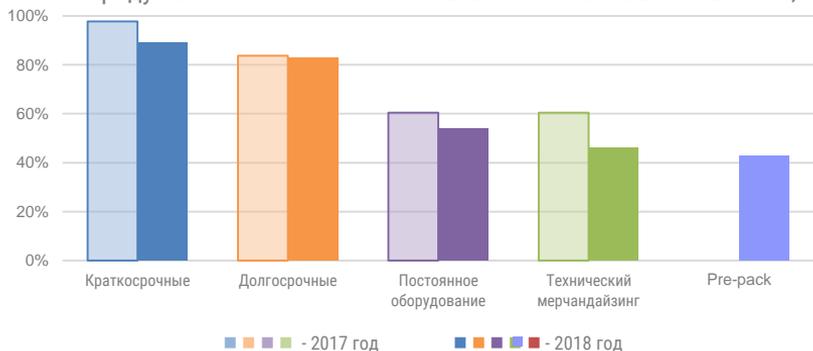
В полной версии – 26 слайдов, 36 диаграмм

3.2.1. ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ И БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ: ПОПУЛЯРНОСТЬ ВИДОВ POSM

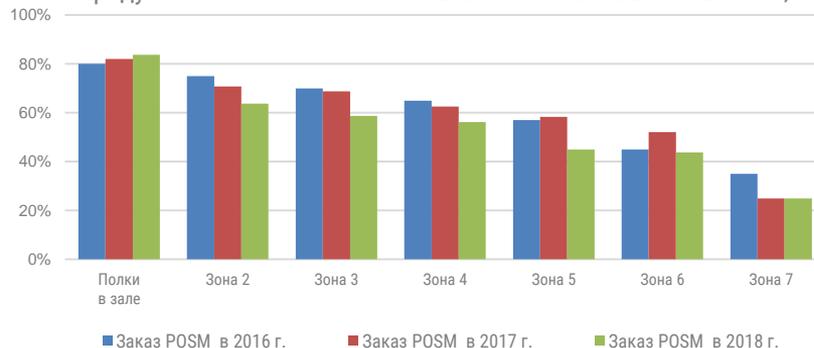


- В сегменте «Продукты питания и безалкогольные напитки» подавляющее число компаний в 2018 году заказывали краткосрочные и долгосрочные POSM (***% и ***% соответственно), причем сокращение доли заказывавших краткосрочные POSM связано с выделением в 2018 г. новой категории Pre-pack (с данным видом POSM работали ***% компаний сегмента), а не с сокращением спроса на краткосрочные POSM. Заказ постоянного оборудования и услуг технического мерчандайзинга осуществляли около ***% опрошенных компаний.
- Компании данного сегмента в 2018 г. продолжили наращивать размещение POSM в полочном пространстве, несколько снизив частоту их размещения в остальных зонах торгового зала, что обусловлено усилением конкуренции на полке, стремлением максимально выделить товар и ростом акционной активности.
- Сокращение частоты размещения напольных дисплеев, паллет, торцевых стеллажей, POSM в прикассовой и входной зонах в 2018 г. варьировалось в диапазоне от **7** до **13 п.п.** По бэкволлам показатель остался на уровне 2017 г.

Размещение заказов на различные виды POSM в сегменте «Продукты питания и безалкогольные напитки» в 2017–2018 гг., %



Распределение POSM по зонам размещения в сегменте «Продукты питания и безалкогольные напитки» в 2016–2018 гг., %



Источник: анализ INFOline ответов на вопросы B5/C6. Какие виды POSM по сроку службы Вы закупили в 2018 году? B10/C13. Какие типы рекламных материалов в точках продаж (POSM) по месту размещения Вы закупили в 2018 году?

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

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



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

В полной версии – 15 слайдов, 20 диаграмм

4.1. МЕТОДЫ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКОВ POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

- По итогам 2018 года произошел рост доли держателей бюджетов, самостоятельно занимающихся процессом закупки POSM: **75%** заказчиков не передавали и не планируют передавать функции закупок сторонним организациям (+7 п.п.).
- Передачу функции закупок в сторонние агентства в основном осуществляют торговые сети: так, большинство ритейлеров FMCG передало функции закупок и размещения POSM в сторонние агентства, что обусловлено ужесточением законодательных ограничений в сфере торговли продовольственными товарами с 1 января 2017 г.
- Сохраняется тенденция перехода заказчиков на тендерную систему выбора поставщиков: причем в 2018 году увеличилась доля заказчиков, использующих только открытые электронные торги. Проблемы, связанные с качеством и срывом сроков, с которыми регулярно сталкиваются заказчики, особенно при взаимодействии с непроверенными или недобросовестными поставщиками, обуславливают рост доли тех, кто для минимизации рисков использует исключительно схему закупки через единственного поставщика (проверенного предыдущим опытом сотрудничества).



Источник: анализ INFOline ответов на вопросы B17. Каким образом Ваша компания проводит отбор поставщиков рекламных материалов в точках продаж (POSM) и/или сервисных услуг (технического мерчандайзинга)? B21. 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»:

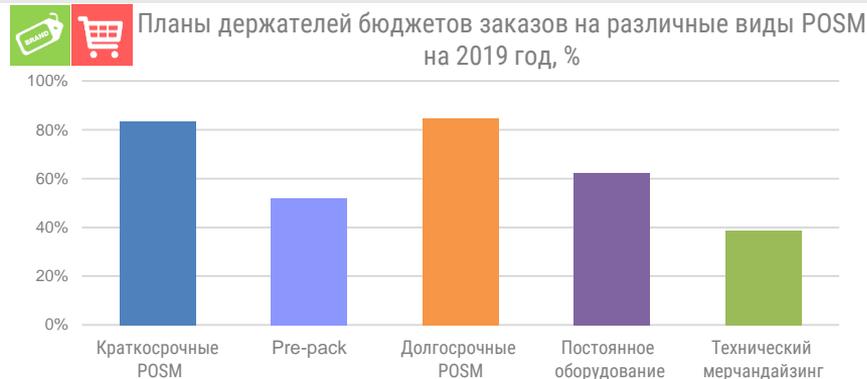
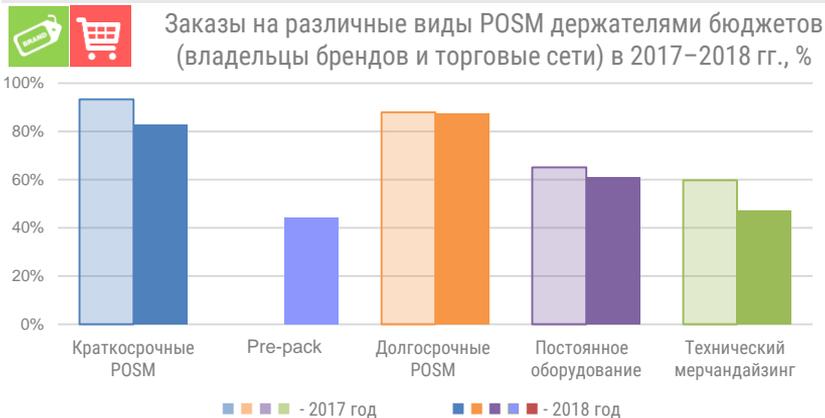


- 5.1. Заказ и размещение POSM: оценка держателей бюджетов
- 5.2. Размещение POSM: оценка торговых сетей
- 5.3. Основные требования к POSM со стороны владельцев брендов и торговых сетей
- 5.4. Стоимость размещения POSM в торговых объектах

В полной версии – 18 слайдов, 28 диаграмм

5.1.1. ЗАКАЗ И РАЗМЕЩЕНИЕ POSM В ТОРГОВЫХ ТОЧКАХ ПО ВИДАМ

- Выделение в 2018 г. в рамках Исследования отдельного сегмента Pre-pack обусловило снижение на *** п.п. показателя по краткосрочным POSM (в 2017 г. агрегированный показатель по краткосрочным POSM и Pre-pack).
- Рост активности заказов на долгосрочные POSM наблюдается в сегментах «БТЭ», «Товары для животных», «Товары для детей» и «Бытовая химия», в которых динамика к уровню 2017 варьируется от *** до *** п.п. Это также может объяснять рост активности заказов на услуги технического мерчандайзинга, которые зачастую оказывают сами крупные производители долгосрочных POSM и постоянного оборудования.
- Существенный рост доли планирующих в 2019 году заказывать Pre-pack на *** п.п. при снижении или сохранении на уровне 2018 года аналогичных показателей для других видов POSM подтверждает тренд на опережающий рост в данном сегменте, а также объясняет сокращение планов по заказу услуг технического мерчандайзинга.



Источник: анализ INFOline ответов на вопросы В3. Какие виды рекламных материалов заказывала Ваша компания в 2018 году? В5|С6. Какие виды рекламных материалов в точках продаж (POSM) Ваша компания заказывала в 2018 году? В6. Какие виды рекламных материалов в точках продаж (POSM) и /или услуг Вы планируете заказывать в 2019 году?

5.1.4. ЗАКАЗ И РАЗМЕЩЕНИЕ POSM В РАЗЛИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ЗОНАХ

- Ожидания держателей бюджетов по заказам на POSM по зонам оправдались не полностью: по итогам 2018 года наблюдается снижение показателя практически во всех зонах, за исключением полочного оформления, которое заказчики считают наиболее эффективным для увеличения продаж (**% отметили эффективность в данной зоне).
- Заказчики сохраняют фокус на POSM, размещенных в непосредственной близости от места расположения товара в торговом зале и зон локализации промопредложений.
- Наиболее активно для размещения POSM используются полки в торговом зале и напольные дисплеи в проходах, где преобладают краткосрочные POSM (больше в полочном оформлении) и долгосрочные (больше в сегменте напольных стоек и дисплеев) POSM. Pre-rack наиболее активно представлен в сегменте напольных стоек и дисплеев.
- Планы по размещению POSM в 2019 году более консервативны и практически по всем зонам сохраняются на уровне 2018 г. Динамика доли держателей бюджетов, планирующих заказывать POSM в зоне локализации промопредложений (напольные стойки и дисплеи и торцевое оформление) и в прикассовой зоне выросла на **2 и 4 п.п.** к уровню 2018 г.



Источник: анализ INFOLine ответов на вопросы B10. Какие виды рекламных материалов в точках продаж (POSM) по зонам размещения заказывала Ваша компания в 2018 году? B11. Какие виды рекламных материалов в точках продаж (POSM) по зонам размещения Вы планируете заказывать в 2018 году?

ЧАСТЬ VI. ЭФФЕКТИВНОСТЬ POSM

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



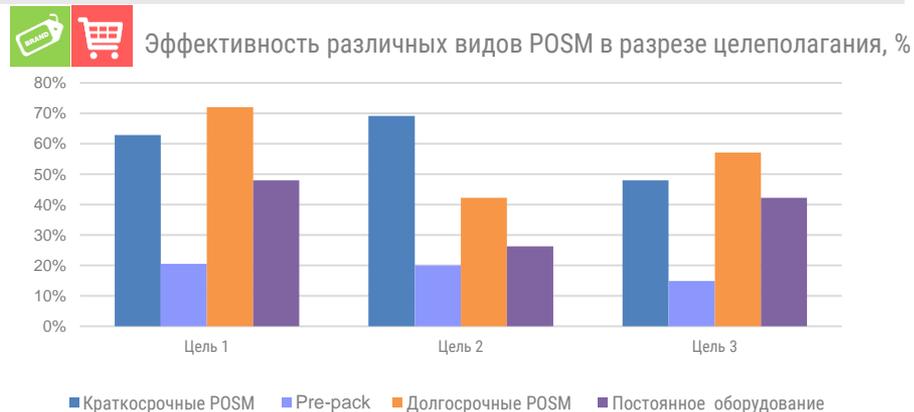
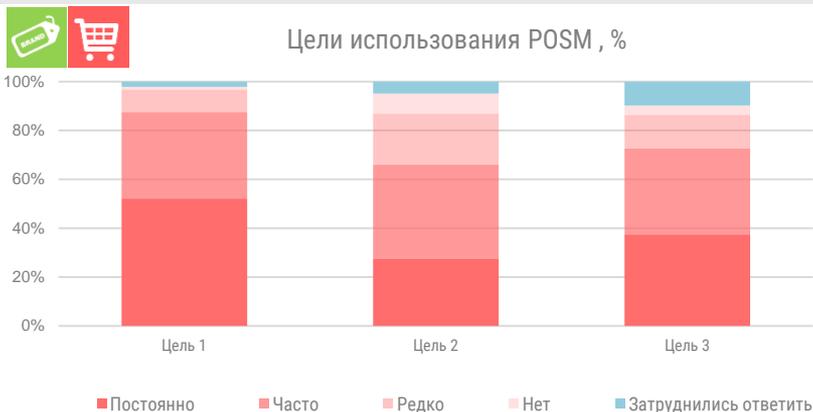
6.1. Оценка эффективности POSM держателями бюджетов и торговыми сетями

6.2. Оценка эффективности POSM в различных товарных сегментах

В полной версии – 7 слайдов, 14 диаграмм

6.1. ЭФФЕКТИВНОСТЬ POSM В РАЗРЕЗЕ ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ

- Ответом на один из ключевых потребительских трендов, связанных с потребностью в получении нового опыта, является выпуск производителями новинок. Доля заказчиков, использующих в рамках рекламных стратегий, связанных с выводом на рынок новых брендов и продуктов POSM, достаточно высока (**65%** ответивших отметили регулярное использование POSM для данной цели, в том числе **27%** постоянно), причем наиболее эффективными являются краткосрочные POSM.
- Основной задачей, для решения которой чаще всего используются POSM, является развитие уже существующего бренда или продукта (**87%** держателей бюджетов регулярно используют POSM для данной задачи, причем более **50%** постоянно). При этом можно выделить два направления в рамках решения данной задачи: увеличение продаж за счет проведения краткосрочных промоакций, для которых эффективными являются краткосрочные POSM и Pre-Pack и имиджевые маркетинговые кампании, где более эффективны долгосрочные POSM и постоянное оборудование.



Источник: анализ INFOLine ответов на вопрос В48. Для решения каких задач, связанных с увеличением продаж, вы использовали рекламные материалы в точках продаж в 2018 году? В49. 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»:



- 7.1. Оценка эффективности совместных акций держателями бюджетов
- 7.2. Оценка эффективности совместных акций торговыми сетями

В полной версии – 7 слайдов, 8 диаграмм

ПРИМЕРЫ СОВМЕСТНЫХ АКЦИИ БРЕНДОВ И ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ И КАСТОМИЗИРОВАННЫХ POSM



Совместные акции владельцев брендов и торговых сетей

Кастомизированные POSM

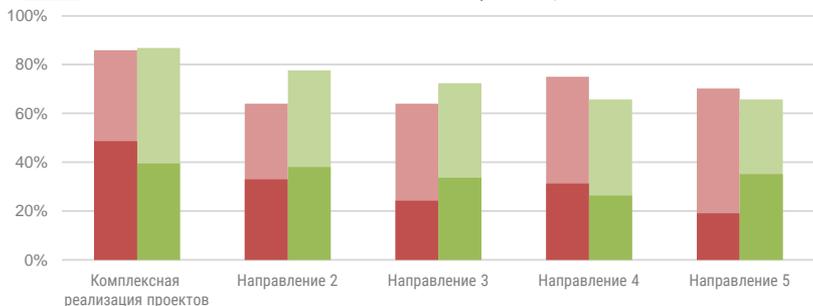
8.1. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА POSM

- Заказчики сохраняют приоритеты в оценке перспективности высокотехнологичных POSM и интеграции POSM с digital. Использование некоторыми технологически продвинутыми брендами (например, в автомобильной отрасли) инновационных технологий в POSM обусловило рост доли поставщиков POSM, оценивших данные направления как очень перспективные. По оценкам ряда поставщиков тренд на использование высокотехнологичных POSM в течение 2-3 х лет будет постепенно распространяться на сегменты бытовой техники и FMCG.
- Поставщики POSM высоко оценивают экономическую целесообразность комплексной реализации проектов, включая креативную составляющую (дизайн), которая в настоящее время часто реализуется рекламными агентствами, что снижает маржинальность процесса производства и превращает производителей POSM в «фабрики» в глазах заказчиков.
- Четко сформировавшийся тренд роста вовлеченности владельцев брендов и торговых сетей в проведение совместных акций, а также формирующийся тренд проведения совместных акций между торговыми сетями обусловил рост доли производителей, оценивших перспективность участия в такого рода совместных проектах (+16 п.п. к уровню 2017 года).

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



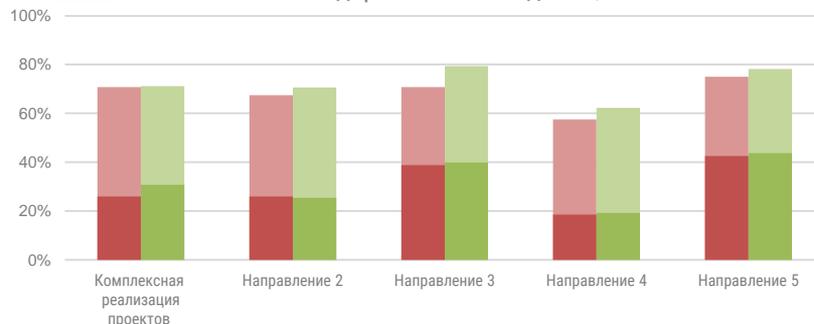
Оценка перспективности направлений развития рынка POSM поставщиками, %



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



Оценка перспективности направлений развития рынка POSM держателями бюджета, %



■ Перспективные* направления в 2017 г. ■ Перспективные* направления в 2018 г.
 ■ Очень перспективные направления в 2017 г. ■ Очень перспективные направления в 2018 г.

Источник: анализ INFOLine ответов на вопросы A53. Какие направления развития рынка рекламных материалов в точках продаж (POSM), на Ваш взгляд, наиболее перспективны в 2019 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. Поляризация форматов магазинов
- 9.7. E-commerce и омниканальность
- 9.8. Диджитализация

В полной версии – 20 слайдов, 15 диаграмм



ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ POSM ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ СТМ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ



Функциональные POSM СТМ в товарном сегменте «Товары для детей» в рамках акций «Собери свой гипермаркет»



Функциональный POSM СТМ



Паллетное оформление СТМ



Полочное оформление СТМ



Инновационный POSM СТМ в товарном сегменте «Парфюмерия и косметика»

ЧАСТЬ X. СОСТОЯНИЕ И ПРОГНОЗ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

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



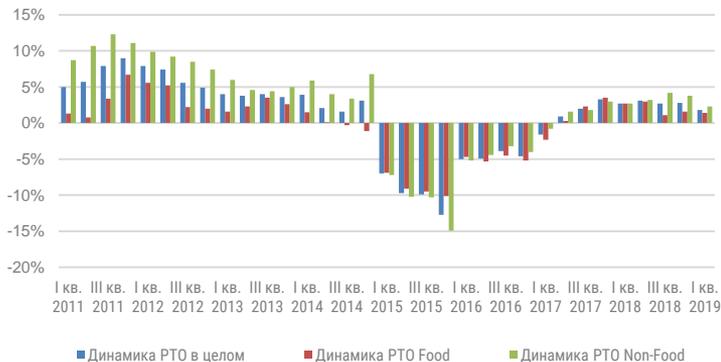
- 10.1. Динамика и структура оборота розничной торговли
- 10.2. Доходы населения и поведение потребителей
- 10.3. Состояние розничной торговли Food
- 10.4. Состояние розничной торговли Non-Food

В полной версии – 13 слайдов, 29 диаграмм

10.1. ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

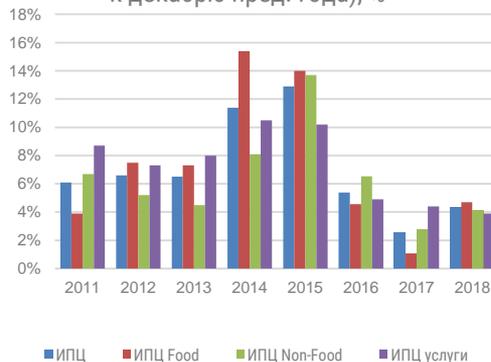
- В 2018 г. оборот розничной торговли (РТО) России продолжил демонстрировать положительную динамику, начавшуюся в 2017 г. после двух лет спада *****%** в 2016 г. и *****%** в 2015 г.). За 2018 г. РТО составил ******* трлн руб., увеличившись на *****%** в физическом выражении и на *****%** в денежном. В 2019 г. МЭР ожидает, что рост РТО в физическом выражении замедлится до *****%**, в 2020 г. – ускорится до *****%**, 2021 г. – до *****%**.
- В 2018 г. продолжилась тенденция снижения доли продовольственных товаров в РТО: доля РТО Food за 2018 г. составила *****%**, что на ******* п.п. ниже, чем за 2017 г. При этом в сегменте Non-Food наибольший рост продаж наблюдался в категориях мобильные телефоны, компьютеры, бытовая техника, спортивные товары и автомобили.
- В среднем за 2018 г. инфляция (ИПЦ) составила *****%**. ИПЦ в I кв. 2019 г. ускорился до *****%**, в том числе ИПЦ Food – *****%**, ИПЦ Non-Food – *****%**, а ИПЦ на услуги – *****%**. Наибольший рост цен по продовольственным товарам был отмечен в категориях сахар и яйца куриные, а по непродовольственным товарам – в категориях табачные изделия и бензин автомобильный.

Оборот розничной торговли, в % к соотв. периоду пред. года



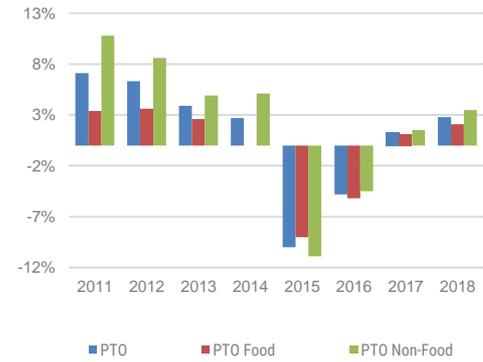
Источник: ФСГС

Темпы роста потребительских цен (декабрь 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
- Стоимость размещения POSM в торговых сетях
- Основные тренды потребительского рынка и их влияние на рынок POSM
- Тенденции развития рынка POSM
- Анализ розничной торговли в России в сегментах FMCG и Non-Food



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

ИССЛЕДОВАНИЕ «РЫНОК РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ТОЧКАХ ПРОДАЖ РОССИИ: ИТОГИ 2018 Г, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В 2019-2020 ГГ.» (ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ)



Дата выхода: **апрель 2019**
Кол-во страниц: **191 (Кол-во диаграмм: 191)**
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 (13 слайдов) Динамика рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга, структура рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга, факторы, влияющие на рынок POSM, динамика и структура бюджетов заказчиков на POSM, оценка динамики объемов производства и продаж POSM производителями, развитие рынка POSM и услуг технического мерчендайзинга в 2019-2020 годах

Часть II. Рейтинг поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга (26 слайдов) Методология построения рейтинга, характеристика участников рынка, интегральный рейтинг поставщиков POSM и услуг технического мерчендайзинга, рейтинг компаний в сегменте краткосрочных POSM, рейтинг компаний в сегменте долгосрочных POSM, рейтинг компаний в сегменте постоянного оборудования, рейтинг компаний в сегменте технического мерчендайзинга

Часть III. Сегментация рынка POSM по товарным категориям (26 слайдов) Характеристика товарных категорий, рейтинг компаний по ключевым товарным категориям

Часть IV. Взаимодействие в процессе заказа, изготовления и размещения POSM (15 слайдов). Критерии выбора и оценки поставщиков, методы выбора поставщиков POSM и тех. мерчендайзинга, дополнительные требования к поставщикам, основные сложности в процессе заказа и производства POSM и услуг технического мерчендайзинга (поставщики, заказчики), основные сложности в процессе размещения POSM в торговых сетях (заказчики, торговые сети)

Часть V. Заказ и размещение POSM (18 слайдов) Заказ и размещение POSM- оценка держателей бюджетов, размещение POSM: оценка торговых сетей, основные требования к POSM со стороны владельцев брендов и торговых сетей, стоимость размещения POSM в торговых объектах и факторы, влияющие на ее формирование

Часть VI. Эффективность POSM (7 слайдов) Оценка эффективности POSM держателями бюджетов и торговыми сетями, Оценка эффективности POSM в различных товарных сегментах

Часть VII. Совместные акции и их эффективность (7 слайдов) Оценка эффективности совместных акций держателями бюджетов, оценка эффективности совместных акций торговыми сетями

Часть VIII. Тенденции развития рынка POSM (5 слайдов). Направления развития рынка POSM, технологические тенденции и инновации (оценка поставщиков, заказчиков и торговых сетей)

Часть IX. Основные тренды потребительского рынка (20 слайдов). 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, E-commerce и омниканальность, диджитализация

Часть X. Состояние и прогноз розничной торговли (13 слайдов). Динамика и структура оборота розничной торговли, доходы населения и поведение потребителей, состояние розничной торговли food и nonfood

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.

ПАРТНЕРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ:



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



Холдинг PVG предоставляет полный спектр услуг в области POSM, торгового оборудования, упаковки и широкоформатной печати. Цель работы с клиентами заключается не только в создании качественных и уникальных рекламных материалов, но и в формировании преимущества бренда в местах продаж.

Svetofor Cardboard Display – современная, динамично развивающаяся компания, признанный клиентами лидер в производстве качественных рекламных стоек из картона, рекламных материалов (POSM) и упаковки из картона в Москве и Санкт-Петербурге.

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

pr@popairussia.com | mail@advis.ru

КОМПЛЕКСНАЯ ЛИНЕЙКА ИССЛЕДОВАНИЙ И ОБЗОРОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ

INFOLine Retail Russia TOP-100

Foodtech: онлайн-торговля и службы доставки. Рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail (итоги 2018 года и ежеквартальный обзор)

Розничная торговля Food и Non-Food и потребительский рынок России. Итоги 2018 года. Тенденции 2019 года. Прогноз до 2021 года

Состояние розничной торговли РФ и рейтинг торговых сетей FMCG России (итоги 2018 года и ежемесячный обзор)

Аналитическая база: 700 торговых сетей FMCG РФ (стандартная и расширенная версии)

Исследование Рынок DIY России. Итоги 2018 года. Тенденции 2019 года. Прогноз до 2021 года (стандартная и расширенная версии)



Информационное агентство INFOLine также проводит индивидуальные исследования в соответствии с вашим техническим заданием.

По вопросу индивидуальных исследований Вы можете обратиться по электронной почте retail@advis.ru или по телефонам +7(812)322-68-48 или +7(495)772-76-40

NEW! ЕЖЕКВАРТАЛЬНЫЙ ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР FOODTECH: ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ И СЛУЖБЫ ДОСТАВКИ. РЕЙТИНГ INFOLINE RUSSIA TOP ONLINE FOOD RETAIL



Дата выхода: **март 2019 (обновление: ежеквартально)**

Кол-во страниц: **от 60**

Язык отчета: **Русский**

Формат предоставления: **PDF**

Стоимость (месяц): **50 000 руб.**

Подписка на год (Итоги 2018 г., I-III кв. 2019 г.): **100 000 руб. (скидка 50%)**

Содержание продукта

- Рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail
- События и тренды в индустрии онлайн-торговли
- Показатели и основные события служб доставки
- Показатели и основные события интернет-магазинов крупнейших сетей FMCG
- Крупнейшие онлайн-ритейлеры на рынке Food
- Крупнейшие службы доставки в сегменте HoReCa
- Крупнейшие маркетплейсы

Преимущества Исследования

- Ежеквартальный анализ и структурированное описание потребительского рынка и важнейших событий онлайн-торговли продовольственными товарами
- Ежеквартальный мониторинг деятельности крупнейших интернет-магазинов, служб доставки, маркетплейсов, включающий: информацию о ключевых событиях, операционной, финансовой, инвестиционной деятельности, характеристику компании (год запуска, регионы действия, число посетителей сайта и т.д.)

NEW! ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР FOODTECH: ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ И СЛУЖБЫ ДОСТАВКИ. РЕЙТИНГ INFOLINE RUSSIA TOP ONLINE FOOD RETAIL. ИТОГИ 2018 ГОДА. ТЕНДЕНЦИИ I КВАРТАЛА 2019 ГОДА



Дата выхода: **март 2019**
Кол-во страниц: **60**
Язык отчета: **Русский**
Формат предоставления: **PDF**
Стоимость: **50 000 руб.**

Структура обзора:

Рейтинг INFOLINE Russia TOP online food retail

Наличие интернет-магазинов у крупнейших сетей FMCG
Рейтинг интернет-магазинов FMCG и служб доставки
Посещаемость сайтов интернет-магазинов и сервисов доставки

Раздел I. События и тренды в индустрии онлайн-торговли

Важнейшие события, способные оказать влияние на онлайн-торговлю России
Регулирование интернет-торговли
Развитие сети постаматов
Проекты онлайн-ритейлеров
Новости российских компаний
Новости зарубежных компаний
Кейсы «Проблемы и решения для торговых сетей на рынке E-grocery» и др.

Раздел II. Показатели и основные события служб доставки

АйГудс Системс, ООО / Служба доставки продуктов iGoods
Инстамарт Сервис, ООО / Служба доставки продуктов Instamart
Лама - М, ООО / Служба доставки продуктов GoLama
Сейв Тайм, ООО / Служба доставки продуктов Save Time

Раздел III. Показатели и основные события интернет-магазинов крупнейших сетей FMCG

X5 Retail Group N. V. (ТД «Перекресток», АО) / Торговая сеть «Перекресток»
Auchan Retail Россия / Торговая сеть «Ашан»
METRO Кэш энд Керри, ООО / Торговые сети METRO
ОКЕЙ, ООО / Торговые сети «ОКЕЙ», «ОКЕЙ-Экспресс»
Городской супермаркет, ООО / Торговые сети «Азбука Вкуса», AB Daily, «AB Маркет»

Раздел IV. Крупнейшие онлайн-ритейлеры на рынке Food

Новый Импульс-50, ООО / Онлайн-ритейлер «Утконос»
OZON Group (Интернет-решения, ООО) / Онлайн-ритейлер Ozon.ru
Раздел V. Крупнейшие службы доставки в сегменте HoReCa
Деливери Клуб, ООО / Служба доставки Delivery Club
Яндекс.Еда, ООО / Служба доставки «Яндекс.Еда»

ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР СОСТОЯНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РФ И РЕЙТИНГ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ FMCG РОССИИ. ИТОГИ 2018 ГОДА



Дата выхода: **март 2019**
Кол-во страниц: **370**
Язык отчета: **Русский**
Формат предоставления: **PDF**
Стоимость: **80 000 руб.**

Структура обзора:

Рейтинг торговых сетей FMCG России

Операционные итоги ТОП-200 сетей FMCG России по форматам (количество и площади по гипермаркетам, супермаркетам, дискаунтерам, магазинами у дома)
Рейтинги (количество, площадь, выручка) **TOP-50 по итогам 2018 года**
Финансовые показатели публичных ритейлеров
Инвестиционная активность ТОП-200 крупнейших сетей FMCG России

Раздел I. Развитие розничной торговли в России

Макроэкономические показатели розничной торговли
Структура РТО по видам товаров, организаций, по регионам
Государственное регулирование розничной торговли
Инфляция
Доходы и расходы населения, кредиты и депозиты
Потребительские ожидания

Раздел II. Основные события розничной торговли FMCG

Санкции ЕС, США и др. стран, и их влияние на розничную торговлю России Важнейшие события, способные оказать влияние на розничную торговлю
Системы качества и маркировки
Деятельность INFOline

Раздел III. Кейсы о развитии российского ритейла

Кейсы по потребительскому поведению и ожиданиям, состоянию домохозяйств, ключевым трендам развития рынка розничной торговли, тенденции и технологии развития рынка и др.)

Раздел IV. События и планы развития ТОП-200 сетей FMCG России

Оперативная информация по более 200 компаниям, включающая:
Итоги и перспективы развития сети
Операционные и финансовые показатели
Сделки M&A, инвестиционная деятельность, корпоративные события
Логистика, взаимодействие с поставщиками и потребителями
NEW! Региональная представленность торговых сетей (табличная форма)
NEW! Открытия и закрытия объектов торговых сетей (табличная форма)

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ОБЗОР СОСТОЯНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РФ И РЕЙТИНГ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ FMCG РОССИИ

Русская версия



Английская версия



Обновление: **ежемесячно**

Язык отчета: **Русский/Английский**

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

Формат предоставления: **PDF**

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

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

Описание проекта

- Описание развития розничной торговли России (макроэкономика, госрегулирование и др.)
- Описание важнейших событий в розничной торговле FMCG России (в том числе кейс по актуальным вопросам)
- Основные события и планы развития более 200 торговых сетей FMCG России (операционные, финансовые показатели, планы и прогнозы развития, сделки M&A и др.)

Преимущества Обзора

- Динамика с 2014 года
- Ежемесячный мониторинг деятельности более 200 крупнейших торговых сетей FMCG России
- Ежемесячный анализ потребительского рынка и влияния важнейших событий на розничную торговлю FMCG России
- Проверенные контактные данные
- Табличные и /или графические материалы по:
 - операционным и финансовым показателям сетей;
 - инвестиционной активности;
 - региональной представленности;
 - открытиям/закрытиям объектов.
- Более 5 000 анализируемых источников

АНАЛИТИЧЕСКАЯ БАЗА: 700 ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ FMCG РФ

Расширенная версия

Стандартная версия



Дата выхода: **май 2018 (обновление: май 2019)**
Кол-во страниц: **530**
Версии отчета: **Стандартная / Расширенная**
Язык отчета: **Русский / Английский (по запросу)**
Формат предоставления: **PDF**
Стоимость: **80 000 руб.**

Содержание продукта

- Состояние рынка розничной торговли FMCG России
- Рейтинг TOP-50 (в расширенной TOP-100) крупнейших ритейлеров FMCG (в расширенной также TOP-10 сетей АЗС и TOP-20 специализированных сетей)
- Описание основных форматов сетевой торговли FMCG
- База данных «700 сетей и 600 складов сетей FMCG России»

Преимущества Исследования

- Динамика макроэкономических показателей с 2007 года
- **Операционные и финансовые итоги крупнейших сетей FMCG**
- Прогноз и тенденции развития рынка розничной торговли FMCG России
- **Аналитическая база операционных и финансовых показателей по 700 сетям FMCG России в разрезе федеральных округов с выделением специализированных сетей и сетей в формате «магазин при АЗС»**

ИССЛЕДОВАНИЕ «РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ FOOD И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. ИТОГИ 2018 ГОДА И ТЕНДЕНЦИИ 2019 ГОДА»



Дата выхода: март 2019
 Кол-во страниц: 135 (Кол-во диаграмм: 162)
 Язык отчета: Русский / Английский
 Формат предоставления: Презентация (PDF)
 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. Инфляция на рынке продовольственных товаров. Доходы и расходы населения. Денежно-кредитная политика. Потребительские ожидания и уверенность населения.

Часть II. Важнейшие события розничной торговли (19 слайдов) Государственное регулирование розничной торговли. События и деятельность международных компаний на рынке страны. Контроль качества потребительских товаров.

Часть III. Показатели розничной торговли FMCG (50 слайдов) Динамика и структура рынка, доли крупнейших игроков, количество объектов и торговых площадей ритейлеров (на основе выборки ТОП-200 ритейлеров FMCG России), динамика и прогноз инвестиционной активности, тенденции и перспективы развития. Рейтинги сетей по выручке, торговой площади, в разрезе форматов торговли, перспективы развития крупнейших ритейлеров. Развитие online-торговли сетями FMCG, оптовой торговли, сервисов доставки. Ввод РЦ, сделки M&A, отставки и назначения.

Часть IV. Крупнейшие сети FMCG России (27 слайдов). Операционные, финансовые показатели, региональная представленность, ключевые события и планы развития ТОП-8 сетей FMCG России (X5 Retail Group, «Магнит», Auchan Retail Россия, ГК «ДИКСИ», «Лента», Metro Cash&Carry, ГК «О'КЕЙ», Globus) и трех лидеров сегментов («Красное&Белое» - алкоголь, «ВкусВилл» и «Избенка» - натуральные продукты, «Светофор» - жесткие дискаунтеры).

Часть V. Региональное развитие розничной торговли FMCG (9 слайдов) Региональная структура РТО, food и non-food. Рейтинги сетей FMCG по 8 федеральным округам.

Часть VI. 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 VII. Конъюнктурный опрос крупнейших поставщиков FMCG (4 слайда). Динамика продаж крупнейших поставщиков FMCG, доля продаж крупнейших поставщиков через сети сегмента FMCG. Развитие компаний и государственное регулирование. Взаимодействие ведущих поставщиков с сетями FMCG. **Обновление в мае 2019 года.**

Часть VIII. Прогноз развития розничной торговли Food (7 слайдов). Сценарные условия и показатели экономического развития России в 2019-2021 годах, разработанные INFOline сценарии развития розничной торговли Food, 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. **Обновление в мае 2019 года.**

ИССЛЕДОВАНИЕ «РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ NON-FOOD И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК. ИТОГИ 2018 ГОДА И ТЕНДЕНЦИИ 2019 ГОДА»



Дата выхода: март 2019

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

Язык отчета: Русский / Английский

Формат предоставления: Презентация (PDF)

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 (76 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 дрoгeри, 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 2019 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. Конъюнктурный опрос крупнейших поставщиков Non-Food (4 слайда). Динамика и доля продаж крупнейших поставщиков. Развитие компаний и госрегулирование. Взаимодействие ведущих поставщиков с сетями non-food. **Обновление в июне 2019 года.**

Часть VI. Прогноз PTO Non-Food по сегментам в 2019-2021 гг. (6 слайдов) Сценарные условия и показатели экономического развития России в 2019-2021 гг., разработанные INFOline 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 дрoгeри, аптечный сегмент, online-торговля. **Обновление в июне 2019 года.**

ИССЛЕДОВАНИЕ «INFOLINE RETAIL RUSSIA TOP-100. ИТОГИ 2018 ГОДА. ТЕНДЕНЦИИ 2019 ГОДА. ПРОГНОЗ ДО 2021 ГОДА»



Дата выхода: **май 2019**
 Кол-во страниц: **260 (Кол-во диаграмм: 300)**
 Язык отчета: **Русский**
 Формат предоставления: **Презентация (PDF)+Excel**
 Стоимость: **100 000 руб.**

Структура исследования:

ЧАСТЬ I. Показатели розничной торговли России (7 слайдов) Макроэкономические показатели

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, структура рынка и уровень консолидации розничной торговли

ЧАСТЬ II. Рейтинг крупнейших ритейлеров INFOLINE Retail Russia TOP-100 (18 слайдов)

Структура розничного рынка России и прогноз на 2020 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 и динамике плотности продаж, по финансовым показателям, самые быстрорастущие и быстропадающие сети, рейтинг сетей по online-продажам.

ЧАСТЬ III. Ожидания динамики потребительского рынка (8 слайдов) 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

Часть IV. Крупнейшие сделки M&A на рынке розничной торговли (8 слайдов) Анализ

процессов консолидации и описание реализованных в 2017-2018 гг. сделок M&A по сегментам FMCG, DIY&Household и мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника и мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дрoгeри, детские товары, аптеки и online

Часть V. Отставки и назначения на рынке розничной торговли (8 слайдов) 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 дрoгeри, детские товары, аптеки и online

Часть VI. Развитие online-торговли (4 слайда) Ключевые события развития online-торговли в 2018-

2019 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 дрoгeри, детские товары и аптеки.

ЧАСТЬ VII. TOP-100 крупнейших сетей России (203 слайда) Бизнес-справки включают

стандартизированное структурированное описание операционных показателей (количество объектов, торговая площадь), финансовых показателей и показателей эффективности, ключевые 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.

ИССЛЕДОВАНИЕ «ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И НАПИТКОВ РОССИИ. ИТОГИ 2018 ГОДА И ТЕНДЕНЦИИ 2019 ГОДА. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДО 2021 ГОДА»



- ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ
- КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СОБЫТИЯ
- ПОЛОЖЕНИЕ В ОТДЕЛЬНЫХ ОТРАСЛЯХ
- КОНЪЮНКТУРНЫЙ ОПРОС ПОСТАВЩИКОВ СЕТЕЙ FMCG
- КЕРНУЮ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ
- СПРАВКИ ПО КРУПНЕЙШИМ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ
- ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Дата выхода: **июнь 2019**

Кол-во страниц: **более 150**

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

Формат предоставления: **Презентация (PDF)**

Стоимость: **150 000 руб.**

Структура исследования:

Часть I. Основные показатели отрасли (от 8 слайдов)

- Динамика структуры ВВП
- Основные показатели производства и торговли пищевых продуктов, напитков и табака
- Финансирование домохозяйств
- Внешнеэкономическая деятельность: экспорт и импорт
- Кредитование предприятий пищевой и перерабатывающей отрасли
- Инвестиционные проекты в пищевой отрасли

Часть II. Ключевые события отрасли (от 17 слайдов)

- Государственное регулирование и поддержка
- Крупнейшие сделки M&A, отставки и назначения
- Важнейшие события отрасли

Часть III. Конъюнктурный опрос крупнейших поставщиков FMCG (от 4 слайда)

Часть IV. Положение в отдельных отраслях (более 60 слайдов)

- Основные показатели отраслей
- Внешнеэкономическая деятельность: экспорт / импорт
- Введенные предприятия и инвестиционные проекты и планы в отдельных отраслях

Часть V. Рейтинг крупнейших производителей продуктов питания РФ (от 23 слайда)

- Рейтинг крупнейших производителей продуктов питания РФ
- Бизнес-справки по 10 крупнейшим производителям отрасли

Часть VI. Тренды потребительского поведения (от 25 слайдов)

- Развитие собственных торговых марок (СТМ) розничных сетей
- Порционность упаковок
- Акцент на ЗОЖ в продуктах питания
- Использование маркировки
- E-commerce и омниканальность в продуктах питания

Часть VII. Перспективы развития пищевой отрасли в 2019-2021 гг. (от 2 слайдов)

- Сценарии развития пищевой промышленности России до 2021 года
- Перспективы развития пищевой промышленности России до 2021 года

ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР «АКТУАЛЬНЫЕ ТRENДЫ НА РЫНКЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ РФ И МИРА: 2018-2018 гг.»



Дата выхода: март 2019

Кол-во страниц: 116

Язык отчета: Русский

Формат предоставления: Презентация (PDF)

Стоимость: 70 000 руб.

Структура обзор:

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. ТОП-250 новинок на рынке продуктов питания в России по версии INFO Line

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