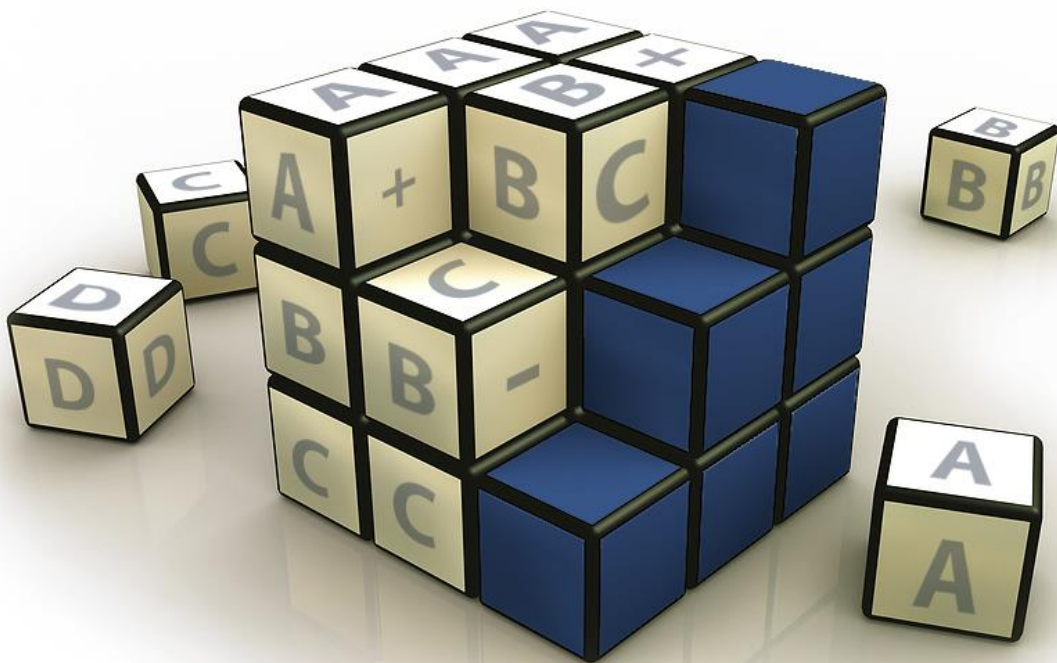




**НАЦИОНАЛЬНОЕ
РЕЙТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

**Краткий
аналитический обзор
«Российский ритейл: итоги
2018 г. – I кв. 2019 г.»**



Оглавление

.....	1
Резюме	3
Основные макроэкономические показатели	4
Результаты 2018 года	4
Изменения в статистических данных	5
Оперативные данные за I квартал 2019 года	5
Потребительские настроения и прогнозы на 2019 год	6
Крупнейшие игроки рынка	8
Топ-10 розничных сетей России	8
Финансовые показатели публичных компаний из Топ-10	10
Ключевые тенденции рынка	12
Онлайн продажи захватили и FMCG-товары	12
Гипермаркеты в проигрыше	14
Сокращения реальных доходов населения обуславливает появление новых форматов магазина - «жесткий дискаунтер»	14
Феномен специализированных магазинов	15
Консолидация ключевая тенденция на розничном рынке	15
Контакты	16

Резюме

- По итогам 2018 года отмечается увеличение оборота в розничной торговле (+2,8%) при практически отсутствии роста реальных доходов населения (+0,1%), что объясняется резким увеличением объемов розничного кредитования (+26%).
- В I квартале 2019 г. положительная динамика товарооборота сохранялась (+1,8% год к году), однако темп роста замедлился по сравнению с аналогичным показателем прошлого года (+2,7% в I квартале 2018 г.).
- Неоднократные изменения статистических данных ФСГС, связанные как с учетом полученной дополнительной информацией, так и с изменением в некоторых случаях методологических подходов, обусловили улучшения показателей последних периодов и ухудшение предыдущих.
- Согласно различным исследованиям индекс потребительских настроений имел нисходящую динамику по итогам 2018 г. Усиление налоговой нагрузки, сокращение доли доходов от предпринимательской деятельности, невысокая динамика социальных выплат не будут способствовать в 2019 году улучшению потребительских настроений.
- Учитывая замедляющуюся динамику роста товарооборота розничной торговли и сокращение реальных располагаемых доходов населения по итогам I квартала 2019 года, а также негативные настроения потребителей, Агентство не прогнозирует существенного улучшения ситуации на розничном рынке, скорее всего, динамика физического товарооборота (без учета влияния роста цен) не превысит результаты 2017-2018 гг. (1,3-2,8%).
- Состав ТОП-10 розничных сетей России по итогам 2018 г. не изменился по сравнению с прошлым годом. X5 Retail Group сохранила лидерство по выручке, у «Магнита» по-прежнему первое место по количеству торговых точек, а «Красное & Белое» удерживает лидерство по темпу роста.
- Среди ТОП-10 розничных сетей, публикующих финансовые результаты, лучший показатель по выручке, EBITDA и темпу роста выручки у X5 Retail Group, «Магнит» отличается самым низким уровнем долговой нагрузки, «М.Видео-Эльдорадо» один из лучших по темпу роста значения EBITDA (выше только у ГК «Дикси» за счет эффекта низкой базы), а Metro Cash & Carry и «Лента» лучшие в категории EBITDA margin.
- Среди ключевых тенденций рынка розничной торговли в России Агентство отмечает развитие интернет-продаж FMCG-товаров; снижение интереса потребителей к гипермаркетам как формату магазинов и как следствие преимущественно отрицательные динамики продаж компаний данной специализации; успешное развитие сетей формата «жесткий дискаунтер» на фоне сокращения реальных располагаемых доходов населения и сетей со специализацией на определенной группе товаров; а также продолжающуюся консолидацию рынка и ориентацию на «экосистемность», как способность компании удовлетворять потребностям своих клиентов, находясь при этом в тесном партнерстве с другими участниками рынка.

Основные макроэкономические показатели

Результаты 2018 года

По итогам 2018 года на основании уточненных данных Федеральной службы государственной статистики физический оборот розничной торговли вырос на 2,8% по сравнению с прошлым годом (без учета внесенных уточнений – 2,6%). Позитивная динамика в потреблении розничных товаров наблюдалась несмотря на то, что динамика реальных располагаемых доходов населения находилась в районе нулевых значений (+0,1% по новой методологии ФСГС, -0,1% по старой методологии ФСГС). Вероятнее всего рост объемов потребления происходил за счет кредитных средств – объем кредитования физических лиц вырос в 2018 году на 22,4%¹ по сравнению с 12,7% годом ранее, а рост розничного кредитного портфеля (за исключением ипотеки) физических лиц был еще выше +26% в 2018 г., что почти в 2 раза больше, чем в 2017 году, когда прирост розничного кредитного портфеля составил 11,1%. Также на позитивную динамику индекса физического товарооборота, вероятно, оказало влияние проведение Чемпионата мира по футболу в России в 2018 году.



Рис.1. Тем прироста физического оборота²

Анализируя динамику физического оборота розничной торговли в период 2001-2018 гг. можно отметить кризисные периоды – 2009 г., 2015 г. и 2016 г., когда наблюдалось сокращение физического оборота по сравнению с предыдущим годом (Рис. 1). В 2017 году наметилась позитивная динамика восстановления объемов продаж в розничной торговле, которая укрепилась в 2018 г. Однако до восстановления докризисных уровней еще далеко: в 2018 году индекс физического объема оборота розничной торговли в процентном отношении к 2000 году составил 278% против 314% в 2014 году (Рис. 2).

¹ по данным ЦБ РФ (Обзор банковского сектора РФ, март 2019)

² по данным ФСГС с учетом внесенных службой изменений в 2016 г. и 2017 г. в связи с уточнением данных



Рис.2. Индекс физического объема оборота розничной торговли³

Изменения в статистических данных

Следует отметить, что на результаты исследования оказало влияние неоднократное изменение ФСГС данных за предыдущие периоды. Так, в результате внесения уточнений в статистику, сокращение физического объема оборота за 2016 год, первоначально составлявшее -4,6%, было скорректировано до -4,7%, а в последствии еще снижено до -4,9%, этот же показатель за 2018 год в результате уточнений вырос с 2,6% до 2,8%. Также ФСГС изменила результаты расчетов реальных доходов населения ввиду принятой новой методологии в ноябре 2018 г. В результате внесенных изменений, реальные располагаемые денежные доходы населения за 2018 г. не сократились на 0,1%, а выросли на ту же величину (+0,1%).

Оперативные данные за I квартал 2019 года

По оперативным данным Федеральной службы государственной статистики в первом квартале 2019 г. физический оборот розничной торговли вырос на 1,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Положительная динамика показателя свидетельствует о сохранении позитивного тренда в розничной торговле, однако, темп прироста замедляется, так в I квартале 2018 г. прирост розничного товарооборота составлял +2,7% относительно аналогично периода 2017 г., что на 0,9% больше, чем в I квартале 2019 г.

³ по данным ФСГС с учетом внесенных службой изменений в 2016 г. и 2017 г. в связи с уточнением данных



Рис.3. Динамика оборота розничной торговли январь 2017 г. – март 2019 г.⁴

Потребительские настроения и прогнозы на 2019 год

Основное влияние на объем оборота розничной торговли оказывают доходы населения. Реальный располагаемый денежный доход населения с 2014 года и по настоящее время демонстрировал отрицательные темпы роста (исключение: +0,1% в 2018 г. по новой методологии) и по итогам последнего отчетного периода (I квартал 2019 г.) также сократился на 2,3% по оперативным данным ФСГС. Эксперты в своих оценках сходятся в том, что вряд ли стоит ожидать позитивную динамику этого показателя в 2019 году в силу таких факторов, как усиление налоговой нагрузки, сокращение доли доходов от предпринимательской деятельности, невысокая динамика социальных выплат и ряда других.

Исследование глобального потребительского доверия The Conference Board, подготовленного в сотрудничестве с Nielsen, отметило сокращение индекса потребительской уверенности, который по итогам IV квартала 2018 года составил 65 пунктов (ранее индекс составлял 67 пунктов в III квартале 2018 г. и 70 пунктов во II квартале 2018 г.). За историю наблюдений с 2013 г. ниже 65 пунктов индекс потребительского доверия опускался только в I и IV кварталах 2016 г., когда он составлял 63 пункта.

Индекс потребительской уверенности, рассчитываемый ФСГС, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, в IV квартале 2018г. также демонстрировал отрицательную динамику – минус 3% по сравнению с предыдущим кварталом. Значение индекса на конец 2018 года составило -17%. Однако, следует отметить незначительное улучшение индекса потребительской уверенности в следующем периоде – по итогам I квартала 2019 г. индекс вырос на 1 п.п. и составил -16%.

⁴ оперативная информация ФСГС – Оборот розничной торговли в марте 2019 г.



Рис.4. Индекс потребительской уверенности (I квартал 2008 г. – I квартал 2019 г.)⁵

Учитывая замедляющуюся динамику роста товарооборота розничной торговли и сокращение реальных располагаемых доходов населения по итогам I квартала 2019 года, а также негативные настроения потребителей, Агентство не прогнозирует существенного улучшения ситуации на розничном рынке, скорее всего, динамика физического товарооборота (без учета влияния роста цен) не превысит результаты 2017-2018 гг. (1,3-2,8%), если экономическая ситуация будет сохраняться на текущем уровне. Данная оценка согласуется с прогнозом Минэкономразвития, согласно которому рост товарооборота в физическом выражении в 2019 году составит 1,7%, в 2020 г. – 2%, а в 2021 г. – 2,6%.

По итогам 2018 г. объем рынка розничной торговли в России составлял 31 579,4 млрд руб. При ожидаемом темпе роста рынка в 1,3%-2,8%, объем рынка к концу года может достигнуть 31 990-32 464 млрд руб., другими словами, будет около 32 трлн руб.

Уже традиционно каждый год сокращается сегмент рыночных продаж в пользу торговых организаций. Если в 2017 г. доля ярмарок и рынков составляла порядка 6,3% от общего оборота розницы, то по итогам 2018 г. уже 5,6%, а по оперативным данным ФСГС на апрель 2019 г. только 5,4%. При этом не наблюдается замедления данной тенденции (в 2000 г. доля рынков составляла 26,2%, в 2010 г. -- 12,4%), поэтому наиболее вероятно, что по итогам 2019 года сегмент "рынков и ярмарок" еще потеряет порядка 0,5-1,0 п.п. своей доли.

Последние несколько лет рынок непродовольственных товаров рос более высокими темпами (в 2018 г. +3,5%, в 2017 г. +1,5%), чем продовольственных товаров (в 2018 г. +2,1%, в 2017 г. +1,1%). По итогам 2019 года наиболее вероятно сохранение данной динамики, т.е. рост рынка непродовольственных товаров будет несколько выше, чем продовольственных. Данная тенденция также подтверждается оперативной статистикой ФСГС: за период январь-апрель 2019 г. рынок непродовольственных товаров вырос на 2,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а рынок продовольственных -- на 1,2%.

Среди товарных групп "бум роста" переживают рынки компьютерной техники и мобильных телефонов, которые по итогам 2018 г. продемонстрировали двухзначные

⁵ по данным ФСГС

цифры роста - рынок компьютерной техники +11,4% год к году, мобильные телефоны +23,3% год к году. Для рынка мобильных телефонов 2018 г. стал третьим годом подряд, когда был зафиксирован двухзначный рост (2017 г. - 20,1%, 2016 г. - 16,5% по данным ФСГС). Ближайшие несколько лет не предвидится факторов для преломления данной тенденции – рынки компьютерной техники и мобильных телефонов будут продолжать расти темпами выше рыночных.

Продолжит сокращаться рынок тканей ввиду снижения спроса населения с целью самостоятельного пошива одежды и низкой ценовой конкурентоспособностью по сравнению с продукцией из Азиатских стран. Повышение интереса к рукоделию среди населения последние несколько лет не окажет серьезного позитивного влияния на рынок. Также продолжит сокращаться рынок периодических изданий ввиду перетекания спроса в онлайн каналы. И ожидается замедление темпов роста в сегменте товаров «телевизоры», что также связано с изменением образа жизни современного человека – повышение спроса на такие средства получения видеoinформации, как компьютерные устройства и «смартфоны». Данные тенденции подтверждаются статистической информацией за период 2010-2018 гг. и январь-апрель 2019 г. После 2014 года сегмент тканей демонстрировал только отрицательные темпы роста, а рынок периодических изданий непрерывно сужался с 2015 года.

В сегменте пищевых продуктов ожидается рост спроса на товары высокой калорийности и при этом невысокой стоимости (крупы, макароны, картофель и т.п.) как ответная реакция на продолжающееся сокращение реальных располагаемых доходов населения. Вторая ожидаемая тенденция – это повышение спроса на товары категории «здоровое питание», в т.ч. экологическую продукцию.

Крупнейшие игроки рынка

Топ-10 розничных сетей России

Рэнкинг крупнейших компаний, работающих в области розничной торговли в России представлен в таблице 1.

Таблица 1. Топ-10 розничных сетей России

Название сети	Выручка за 2018 г., млрд руб.	Динамика выручки 2018/2017	Количество торговых точек на 31.12.2018 г.	Динамика торговых точек 2018/2017
X5 Retail Group	1 532,5	18,3%	14 431	19,1%
«Магнит»	1 237,0	8,2%	18 399	12,5%
«Лента»	413,6	13,2%	379	15,5%

«М.Видео-Эльдорадо»	321,1	5,4% ⁶	941	12,2%
Auchan	306,4 ⁷	-8,5%	305	-1,6%
SPS Holding («Красное & Белое»)	301	40%	7 408	40,8%
ГК «Дикси»	298,7	5,6%	2 707	0,1%
Leroy Merlin	272,0	20,7%	90	23,3%
DNS	268,5	35,7%	1 484	1,3%
Metro Cash & Carry ⁸	202,7	-7,0%	93	3,3%

Лидер рэнкинга X5 Retail Group по итогам 2018 года заработал выручку в размере 1532,5 млрд руб., что на 18,3% больше по сравнению с прошлым годом. Темп роста выручки X5 Retail Group был выше ближайших конкурентов компании в продуктовом ритейле («Магнит», «Лента»), что способствовало укреплению лидерских позиций компании.

Первое место по количеству торговых точек принадлежит Магниту, сеть которого на 31.12.2018 г. насчитывала порядка 18 399 магазинов (+12,5% год к году). По выручке (1 237 млрд руб.) компания занимает второе место второй год подряд (в 2016 году была лидером по данному показателю). Учитывая темп роста выручки торговой сети «Магнит» (+8,2%), компания скорее теряет свои позиции, так как основные конкуренты демонстрировали более высокий темп роста выручки по итогам 2018 г.: X5 Retail Group - 18,3%, «Лента» - 13,2%.

Результаты торговой сети «М.Видео-Эльдорадо» сравнивались не просто с результатами «М.Видео» за прошлый год, как в некоторых опубликованных в СМИ материалах, где приводится рост выручки объединенной компании в 62%, а с суммарными результатами «М.Видео» и «Эльдорадо». Таким образом, по оценке Агентства выручка объединенной компании выросла на 5,4% и составила 321,1 млрд руб. на 31.12.2018 г. Компания безусловный лидер на розничном рынке цифровых и бытовых товаров, второе место принадлежит компании DNS.

DNS стремительно догоняет своего основного конкурента, демонстрируя очень высокие показатели роста – выручка компании по итогам 2018 г. увеличилась на 35,7% год к году и составила 268,5 млрд руб. Сеть DNS являет лидером по количеству торговых точек на рынке цифровых и бытовых товаров – 1 484 магазинов на 31.12.2018 г.

⁶ расчеты НРА (выручка за 2017 г. получена путем сложения выручки «М.Видео» (198 млрд руб.) и «Эльдорадо» (106 млрд руб.))

⁷ компании Auchan, SPS Holding, Leroy Merlin, DNS не публикует отчетность по российскому сегменту, данные приведены на основании оценки IFOLine-аналитика

⁸ расчеты НРА по данным официально публикуемой отчетности компании, все показатели приведены к отчетному периоду в России для сопоставимости с другими компаниями рэнкинга (отчетный период Metro Cash & Carry с 1 октября).

По данным INFOLine выручка Auchan в России сократилась на 8,5% (до 306,4 млрд руб.) в 2018 году по сравнению с прошлым годом. Auchan Holding публикует выручку в разрезе географических сегментов, так выручка Центральной и Восточной Европы в 2018 году сократилась на 7,7% по сравнению с прошлым годом и в России было закрыто 11 гипермаркетов, когда как в других странах этого региона сеть развивалась согласно отчету компании. Таким образом, компания продемонстрировала худший показатель по темпу роста выручки и темпу роста сети среди ТОП-10 розничных сетей России.

«SPS Holding» (бренд «Красное&Белое») является на текущий момент самой быстроразвивающейся компанией среди десятки лидеров рынка. По итогам 2018 г. выручка компании выросла на рекордные 40% и составила 301 млрд руб., сеть компании выросла на 40,8% и насчитывала на конец 2018 г. 7 408 магазинов. При этом в начале 2019 г. компания анонсировала свое объединение с двумя другими крупными сетями «Дикси» и «Бристоль», что вероятно выведет объединенную компанию на третью позицию рейтинга по размеру выручки.

Торговая сеть «Leroy Merlin» по итогам 2018 г. насчитывала 90 гипермаркетов, это самое низкое количество торговых точек среди ТОП-10 розничных сетей России, однако, сравнивать компанию с другими сетями рейтинга некорректно, так как это единственный представитель рынка строительных материалов.

Торговая сеть Metro Cash & Carry испытывала трудности на российском рынке, выручка компании за период 01.01.2018-31.12.2018 гг. сократилась на 7,0% и составила 202,7 млрд руб. при этом компания не стала закрывать магазины в отличие от Auchan. Слабая динамика продаж гипермаркетов Auchan и Metro Cash & Carry объясняется изменяющимися предпочтениями потребителей, которые в силу экономии времени все чаще отдают предпочтение магазинам «у дома», интернет-покупкам, сервисам доставки, а с целью экономии денежных средств выбирают товары по акциям в магазинах «у дома» или посещают магазины-дискаунтеры.

Финансовые показатели публичных компаний из Топ-10

Ключевые финансовые показатели компаний Топ-10 розничных сетей России, раскрывающих финансовую отчетность представлены в таблице 2.

Таблица 2. Финансовые показатели публичных компаний из Топ-10 розничных сетей

Название сети	Выручка за I кв. 2019 г., млрд руб.	Динамика выручки I кв.19/I кв. 18	ЕБИТДА за 2018 г., млрд руб.	Динамика ЕБИТДА 2018/2017	ЕБИТДА margin 2018 г.	Net debt /ЕБИТДА 2018 г.	Net debt /ЕБИТДА 2017 г.
X5 Retail Group	404,1	15,3%	107,6	11,9%	7,0%	1,7	1,7
«Магнит»	310,6 ⁹	8,9%	89,9	-1,9%	7,3%	1,5	1,2

⁹ чистая розничная выручка

«Лента»	99,1	6,0%	36,0 ¹⁰	1,1%	8,7%	2,6	2,6
«М.Видео-Эльдорадо»	101,4	11,7%	20,8	35,8% ¹¹	6,5%	1,6	- ¹²
ГК «Дикси»	н/д	н/д	10,7	79,5%	3,6%	2,8	4,9
Metro Cash & Carry ¹³	43,1	-1,2%	17,5	-19,7%	8,7%	н/д	н/д

По итогам I квартала 2019 г. X5 Retail Group сохраняла свое лидерство по выручке (404,1 млрд руб.) и продолжала укреплять свои позиции – самый высокий темп роста выручки (+15,3%) в I квартале 2019 г. по сравнению с I кварталом 2018 г. среди представленных компаний. Также благодаря самой высокой выручке в сегменте розничного ритейла в 2018 г. (1532,5 млрд руб.) компании удалось продемонстрировать лучший результат и по показателю EBITDA – 107,6 млрд руб. по итогам 2018 г.

Компания «Магнит» по итогам 2018 года остается компанией с самой низкой долговой нагрузкой среди лидеров розничного рынка России, показатель Net debt / EBITDA на 31.12.2018 г. составил 1,5x (на 31.12.2017 г. – 1,2x). В I квартале 2019 г. компания улучшила свой показатель по темпу роста выручки – 8,9% по сравнению с 8,2% по итогам 2018 г. и обогнала по этому показателю торговую сеть «Лента» (6,0% в I квартале 2019 г.), которая по итогам 2018 г. демонстрировала лучший, чем Магнит результат по росту выручки (13,2%).

Торговая сеть «Лента» демонстрирует по итогам 2018 года лучший результат по EBITDA margin – 8,7%, аналогичных успехов удалось достичь только Metro Cash & Carry.

«М.Видео-Эльдорадо» демонстрирует хорошие финансовые результаты по итогам 2018 г. Компания до объединения с «Эльдорадо» не имела долговых обязательств, по итогам 2018 г. долговая нагрузка появилась, но оценивается на низком уровне – показатель Net debt / EBITDA составил 1,6x на 31.12.2018 г. Объединенная компания демонстрирует высокий темп роста значения EBITDA – 35,8% год к году, что свидетельствует о положительном синергетическом эффекте от слияния с «Эльдорадо».

ГК «Дикси» значительно улучшила свои результаты по сравнению с 2017 годом, однако, среди лидеров рынка публикующих отчетность она все еще демонстрирует худший результат по EBITDA margin – 3,6% и имеет самую высокую долговую нагрузку Net debt / EBITDA – 2,8x на 31.12.2018 г., что впрочем значительно лучше значения данного показателя годом ранее – 4,9x. Благодаря эффекту низкой базы компания продемонстрировала лучший результат по темпу роста EBITDA, которая приросла на 79,5% в 2018 г. по сравнению с прошлым годом.

¹⁰ расчеты НРА на основании консолидированной финансовой отчетности Lenta Ltd. по МСФО за 2018 г.

¹¹ расчеты НРА (EBITDA за 2017 г. получена путем сложения EBITDA «М.Видео» (11,8 млрд руб.) и «Эльдорадо» (3,5 млрд руб.))

¹² По состоянию на 31.12.2017 г. компания «М.Видео» не имела долга по кредитам и займам

¹³ расчеты НРА по данным официально публикуемой отчетности компании, все показатели приведены к отчетному периоду в России для сопоставимости с другими компаниями рейтинга (отчетный период Metro Cash & Carry с 1 октября).

Metro Cash & Carry единственная сеть среди представленных лидеров, публикующих отчетность по российскому сегменту, которая продолжила демонстрировать снижение выручки. За I квартал 2019 г. выручка компании в России сократилась на 1,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, что в прочем медленнее, чем в целом за 2018 г. (-7,0%). У компании был худший результат по динамике EBITDA, которая по итогам 2018 г. сократилась на 19,7% по сравнению с прошлым годом. Однако это не помешало компании занять первое место вместе с торговой сетью «Лента» в представленном рэнкинге по показателю EBITDA margin – 8,7%, что свидетельствует о наличии запаса прочности для восстановления продаж за счет снижения операционной рентабельности.

Ключевые тенденции рынка

Отрасль розничной торговли трансформируется в ответ на изменяющийся образ жизни потребителей и развитие информационных технологий. Современный темп жизни обуславливает рост продаж в магазинах формата «у дома» и интернет-магазинах, большой популярностью пользуется услуга доставки и другие сервисы, помогающие экономить время. Другой тренд в потреблении связан с продолжающимся сокращением реальных доходов населения, который обуславливает рост спроса на промо-акции, развитие форматов «жесткий дискаунтер» и т.п. В такой ситуации магазины формата «гипермаркет» проигрывают сразу по обоим фронтам: требуют много времени для совершения покупки из-за удаленности расположения и большой площади магазина, зачастую не могут предложить на определенные категории товаров цену ниже, чем в дискаунтере или в магазине у дома по промо-акции. Данные тенденции отразились в расстановке сил в рэнкинге крупнейших ритейлеров: теряли позиции Auchan, Metro Cash & Carry, «О'Кей». При этом небольшим игрокам рынка становится все сложнее вести успешный бизнес в изменяющихся условиях. Зачастую они не могут конкурировать с крупнейшими игроками по объемам закупок и как следствие не способны предложить лучшую цену покупателям. Тенденция последних нескольких лет – это консолидация рынка. Обсуждаемые налоговые изменения – предлагаемый Министерством финансов запрет на ЕНВД и патенты для продавцов маркируемых товаров, скорее всего, только ускорят этот процесс. Еще одна значимая тенденция рынка розничной торговли «экосистемность». Ключевые игроки рынка уже активно используют big data с целью определения точки магазина, ассортимента товаров, персональных промо-акций и др., внедряют новые технологии и смежные сервисы для потребителей. Экосистемность, как способность компании удовлетворять потребностям своих клиентов, находясь при этом в тесном партнерстве с другими участниками рынка, стала глобальной тенденцией розничного рынка. Экосистемность входит в число ключевых факторов, способных обеспечивать бизнесу устойчивый рост рыночных позиций. При этом лидерство экосистемной компании в занимаемом сегменте рынка в значительной мере обеспечиваются опережающими темпами такого роста в сравнении с конкурентами.

Онлайн продажи захватили и FMCG-товары

На протяжении последних нескольких лет наблюдается активное развитие онлайн продаж. По данным исследования Data Insight продажи в российских онлайн-магазинах в 2017 году выросли на 18% по сравнению с предыдущим годом и составили около 945 млрд руб. По итогам 2018 года ожидается аналогичное увеличение продаж (+18%) до

1,15 трлн руб. (рис. 5). Данные расчеты не учитывали услуги, заказы готовой еды, билетов, отелей и игр.



Рис 5. Объем онлайн-продаж 2011-2018 гг.¹⁴

Однако, до недавнего времени, через интернет продавались преимущественно непродовольственные товары, тогда как в последние годы отмечается бурное развитие электронной торговли товарами повседневного спроса (FMCG-товары), которые по динамике прироста онлайн продаж уступали только товарам для дома и ремонта (рис. 6).

Крупнейшие ритейлеры отчитываются о росте онлайн продаж, темпами опережающими продажи в офлайн-магазинах. Например, интернет-продажи Ашана в России за 2018 г. удвоились, аналогичный рост ритейлер ожидает и в 2019 г. X5 Retail Group в годовом отчете доложил об увеличении трафика посетителей сайта в 2,3 раза и росте коэффициент конверсии с 1,3% в 2017 г. до 3,2% в 2018 г. Крупнейшие продуктовые ритейлеры инвестируют в развитие интернет-магазинов: «Перекресток», «Ашан», «ВкусВилл».

Наиболее высокие темпы роста интернет-продаж были зафиксированы в категориях товаров для дома и ремонта (+35%) и продуктах питания (+31%), что отражено на диаграмме ниже (рис. 6).



Рис.6. Динамика объема онлайн продаж по категориям товаров¹⁵

¹⁴ по данным агентства Data Insight

¹⁵ по данным Data Insight – данные по топ-300, 2017г./2016 г.

«На европейских рынках отмечены значительные социальные факторы, способствующие развитию онлайн-продаж в сегменте FMCG. Дальнейшее внедрение и ускорение продажи FMCG-товаров через интернет будет обеспечиваться такими факторами, как старение населения, все более занятый образ жизни, урбанизация и активные инвестиции крупных компаний в электронную коммерцию», – отмечает Матиас Бернхардт, глобальный бизнес-партнер, Retailer Services, Nielsen.

Согласно прогнозу Института экономической политики имени Е.Т. Гайдара российский рынок электронной торговли к 2024 году составит 2,78 трлн руб., заняв порядка 8,5% от оборота всего российского ритейла. В 2018 году доля электронной торговли от всего товарооборота составила 4,07% (в 2017 г. – 3,47%). Следует отметить, что данный прогноз самый консервативный, согласно ожиданиям банка Morgan Stanley к 2024 г. рынок e-commerce в России может составить 3,491 трлн. руб. к 2024 г., а Минпромторг России прогнозирует рост доли электронной коммерции в ритейле России до 20% к 2025 году.

Гипермаркеты в проигрыше

Ведущие сетевые гипермаркеты, такие как Auchan, «METRO» и «О'Кей» уже не один год теряют свои позиции в рэнкинге крупнейших ритейлеров России. Выручка гипермаркета «О'Кей» по итогам 2018 года сократилась на 8,5% (до 159,8 млрд руб.) по сравнению с предыдущим годом согласно консолидированной отчетности компании по МСФО за 2018 г. По данным Auchan Holding (публикует выручку в разрезе географических сегментов) выручка Центральной и Восточной Европы в 2018 году сократилась на 7,7% по сравнению с прошлым годом. По данным INFOLine выручка Auchan в России сократилась на 8,5% (до 306,4 млрд руб.) в 2018 году по сравнению с прошлым годом. Немецкая сеть гипермаркетов Metro Cash & Carry также отчиталась о сокращении своей выручки в России: по итогам 2018 года -7,0% год к году, в первом квартале 2019 г. -1,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Такая динамика продаж гипермаркетов может объясняться изменяющимися предпочтениями потребителей, которые в силу экономии времени все чаще отдают предпочтение магазинам «у дома», интернет-покупкам, сервисам доставки, а с целью экономии денежных средств выбирают товары по акциям в магазинах «у дома» или посещают магазины-дискаунтеры.

Сокращения реальных доходов населения обуславливает появление новых форматов магазина - «жесткий дискаунтер»

Основной фактор, формирующий спрос на рынке розничной торговли, это реальный располагаемый денежный доход населения, который с 2014 года и по настоящее время практически непрерывно сокращался (исключение 2018 г. +0,1% по новой методологии, по старой -0,1%): в I квартале 2019 г. реальные располагаемые доходы граждан сократились на 2,3%, в 2017 г. – на 1,2%, в 2016 г. – на 5,8%, в 2015 г. – на 3,2%, в 2014 г. – на 0,7%. Сокращение доходов отразилось на поведение потребителей, которые все

*другие категории – спорттовары, зоотовары, украшения и часы, спортивное питание, велосипеды, оружие и военные товары, товары для туризма, товары для хобби и рукоделия, радиоуправляемые модели, подарки, музыкальные инструменты, оптика.

чаще стали совершать покупки в магазинах «дискаунтерах» и приобретать товары по акционным ценам. Такие изменения стали толчком к развитию нового формата магазинов – «жесткие дискаунтеры». Для данного формата характерны следующие особенности: расположение удаленное от популярных торговых мест (экономия на аренде), отсутствие высоких затрат на оборудование магазина (товары могут продаваться с паллет), узкий ассортимент товаров, продукция преимущественно с длительным сроком хранения, а также с истекающим сроком годности, экономия на персонале и т.п. Успешным примером развития такого формата стала сеть магазинов «СВЕТОФОР», первый магазин которой открылся в 2009 г., а на текущий момент сеть насчитывает 942 магазина на территории РФ и планирует к концу 2019 г. расширение до 1800 торговых точек. Также компания управляет 22 магазинами в Казахстане и 16 магазинами в Белоруссии. Годовой оборот компании составляет порядка 80 млрд руб.¹⁶ По итогам 2017 г. выручка компании оценивалась в ~60 млрд руб., что позволяет сделать вывод о примерном темпе роста в районе 30% год к году.

Феномен специализированных магазинов

Примером успешной стратегии развития, основанной на специализации в определённой группе FMCG-товаров, стали торговые сети «ВкусВилл» и «Красное&Белое», которые за достаточно короткий промежуток времени завоевали сильные позиции в рэнкинге крупнейших ритейлеров и были отмечены как одни из самых быстрорастущих торговых сетей по итогам 2018 г. по версии INFOLine. Выручка торговой сети «ВкусВилл» в 2018 г. приросла на 66,2% год к году, а «SPS Holding» на 40%.

«ВкусВилл» начинал свое развитие в 2009 г. с небольшой торговой сети «Избенка», специализирующейся на натуральной молочной продукции, а на конец 2018 г. уже насчитывал 710 магазинов с оборотом порядка 54,6 млрд руб.

Торговая сеть «Красное&Белое» начинала развитие в 2006 г. с продажи только алкогольной продукции, но за короткое время постоянный трафик лояльных к категории специализированных товаров сети покупателей позволил значительно расширить ассортимент продукции, превратившись практически в универсальный розничный магазин товаров повседневного спроса, и существенно расширить свою географию присутствия. На конец 2018 г. торговая сеть насчитывала 7408 торговых точек с общим оборотом 301 млрд руб. (6 место в рэнкинге крупнейших ритейлеров России).

Консолидация ключевая тенденция на розничном рынке

В 2018 году продолжилась консолидация рынка, произошел ряд крупных сделок по слиянию, так подписали соглашение о слиянии торговые сети «Связной» и «Евросеть», а также торговая сеть Media Markt была продана объединенной компании «М.Видео — Эльдorado». В 1 квартале 2019 г. объявили о своем слиянии три крупных сети на рынке FMCG-товаров: «Дикси», «Красное&Белое» и «Бристоль». В результате слияния объединенная компания может занять третью позицию в рэнкинге крупнейших ритейлеров России, создав серьезную конкуренцию X5 Retail Group, «Магнит» и

¹⁶ по данным официального сайта Регионального Логиста Светофора (логистический партнер федеральной сети магазинов «СВЕТОФОР»).

«Лента». Суммарная выручка «Красное&Белое» и ГК «Дикси» за 2018 г. составила 599,7 млрд руб. Выручка торговой сети «Бристоль» за 2017 г. составляла порядка 68 млрд руб. (данные за 2018 г. отсутствовали в открытых источниках). Таким образом, выручка объединенной компании ожидается около 670 млрд руб. без учета возможного органического роста продаж.

Контакты



123610, г. Москва,
Краснопресненская набережная,
дом 12, подъезд 7, этаж 15, офис
1502
+7 (495) 122-22-55
www.ra-national.ru

Участие в индивидуальных рейтингах
Департамент клиентского обслуживания:
+7 (495) 122-22-55 #113
info@ra-national.ru

Участие в рэнкингах и дистанционных рейтингах
Департамент рейтинговых и
аналитических продуктов:
+7 (495) 122-22-55 #110
info@ra-national.ru

Настоящий документ подготовлен аналитическим управлением «Национального Рейтингового Агентства» и носит исключительно информационный характер. Все оценки и мнения, высказанные в отчете, представляют собой независимое суждение аналитиков на дату выхода отчета. Вознаграждение авторов отчета ни прямым, ни косвенным образом не увязано с представленными в отчете точками зрения. «Национальное Рейтинговое Агентство» оставляет за собой право изменять высказанные оценки и мнения в любое время без предварительного уведомления. Информация, содержащаяся в отчете, получена из источников, признаваемых нами достоверными, однако не существует никаких гарантий, что указанная информация является полной и точной, и, соответственно, она не должна рассматриваться как полная и точная. Мы оставляем за собой право не обновлять информацию на основе новых данных либо полностью отказаться от ее освещения. «Национальное Рейтинговое Агентство» и его сотрудники не несут ответственности за прямой или косвенный ущерб, наступивший в результате использования настоящей публикации или ее содержания.