

# ГОНКА НА ВЫЖИВАНИЕ

ДЛЯ 2007 Г. ХАРАКТЕРНО ПРОДОЛЖЕНИЕ БУРНОГО РОСТА ПРОДУКТОВЫХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ. ОДНАКО УЖЕ НЕ ВСЕ КОМПАНИИ МОГУТ ВЫДЕРЖИВАТЬ ВЗЯТЫЕ ТЕМПЫ — ОДНИМ ТРЕБУЕТСЯ ПЕРЕДЫШКА, ДРУГИМ ДОЗАПРАВКА, А КТО-ТО И ВО ВСЕ СОШЕЛ С ДИСТАНЦИИ.

Текст: Александр ПЫПИН

## 3

а прошедший год на рынке сетевого продовольственного ретейла внешне мало что изменилось: все более концентрировалась доля рынка в руках ведущих игроков, развивались новые форматы и программы франчайзинга, росли средние чеки и оборот на квадратный метр, осваивались новые регионы, снижалась роль рынков и киосков, а малые сети и независимые магазины предпринимали попытки создавать закупочные союзы.

Однако «черт кроется в деталях», которые в 2007 г. подпортили жизнь некоторым сетям, а в 2008-м список неудачников может расширяться...

Согласно прогнозам компании *Reneissance Capital*, оборот розничной торговли России за 2007 г. должен был вырасти с 307 млрд USD до 359 млрд USD. Однако доля роста, которая приходится на продовольственную торговлю, с каждым годом снижается: возможности домохозяйств по потреблению продуктов питания физически ограничены. Уже сейчас разрыв по обороту продуктового ретейла на человека между Россией и странами Восточной Европы составляет всего 35–40% (против 55% в 2003 г.), а непродовольственного — все еще около 100%. По прогнозу *Reneissance Capital*, оборот продовольственной торговли за прошедший год составит 165 млрд USD и вырастет на 17%.

По данным компании *X5*, в 2006 г. на долю современных форматов приходилось 15% оборота продовольственной торговли, из которых около половины — первым десяти игрокам рынка, а в 2007 г. их доля выросла до 19%, из которых уже 55% приходится на десять ведущих сетей,

т. е. 10% всего оборота продуктового ретейла. Между тем, например, в Чехии на 5 крупнейших сетей приходится 27% всего рынка, в Польше — 17%. Таким образом, уровень концентрации российского рынка продовольственной торговли, хотя и вырос с 2000 г. на порядок, все еще ниже в несколько раз, чем в Восточной Европе.

## ЛИДЕРЫ СОРЕВНОВАНИЯ

В 2007 г. окончательно сформировался пул из 10 ведущих продовольственных сетей, оборот каждой из которых по итогам года превысит 1 млрд USD. Это сети «Пятерочка», «Перекресток», «Лента», «О'Кей», «Седьмой Континент», «Дикси», «Магнит», «Ашан», *Metro Cash & Carry*, «Копейка». В 2006 г. в пуле миллиардеров были только 7 компаний: «О'Кей», «Копейка», «Седьмой Континент» перешагнули миллиардный рубеж лишь в прошлом году. Суммарный оборот миллиардеров за год превысил 16 млрд USD, а крупнейшим из них остался X5 с оборотом более 4,5 млрд USD.

В 2007 г. оборот 10 крупнейших сетей вырос на 33%. Менее стабильны в развитии были сети второго эшелона (с оборотом от 100 млн USD до 1 млрд USD): «Купец», «Кировский», «Мосмарт», «Мосмартик», «Виктория», «Монетка», «Холидей Классик», «Кора», «Мария Ра», «Матрица», «Радеж», «АЛПИ», «Семья», «Виват», «Грин», «Азбука Вкуса», «Патэрсон», «Система Чибис», «Поляна», «Молния», «Провиант», *SPAR*, «Незабудка», «Гроссмарт», «Рамстор», «Карусель», «Вестер». У кого-то оборот вырос за год на сотни процентов, у кого-то снизился. Калининградский



«ХОУМ СЕНТР», ЯРОСЛАВЛЬ

ВОЗМОЖНОСТИ ДОМОХОЗЯЙСТВ ПО ПОТРЕБЛЕНИЮ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ФИЗИЧЕСКИ ОГРАНИЧЕНЫ

«Вестер» продолжил агрессивную региональную экспансию и нарастил оборот с 78 млн USD в 2006 г. до 462 млн USD в 2007-м. А вот челябинская «Незабудка» не выдержала высоких темпов роста, взятых в 2006 г., и в первом полугодии 2007 г. фактически обанкротилась. На руку игрокам сетевой розничной торговли продуктами сыграло сразу несколько факторов. Благодаря новому Закону «О розничных рынках», вступившему в силу в апреле 2007 г., многие рынки вынуждены закрыться, и спрос потребителей переориентирован в сферу магазинов у дома и гипермаркетов, что дополнительно увеличило их долю на рынке. В некоторых городах доля рынков в продовольственной торговле упала почти на 10%. Выдержат запланированные показатели по росту оборота помог многим сетям и опережающий рост цен на продукты питания, который в среднем оказался в 2 раза выше инфляции: по итогам года, стандартная корзина продуктов питания Росстата прибавила в стоимости около 25%. И наконец, в пользу высоких показателей сыграло снижение курса доллара США. Даже учитывая, что до 50% ассортимента современных продовольственных магазинов, особенно гипермаркетов, приходится на непродовольственные товары, цены на которые изменились меньше, чем на продукты, рост оборота на 25% в долларах США свидетельствует лишь о том, что в 2007 г. реальный оборот сети фактически не изменился и свою долю на рынке она не увеличила. Аналогичный неутешительный вывод о реальном качестве работы некоторых сетей можно сделать, и анализируя

показатели роста среднего чека и оборота на 1 кв.м, пересчитав их с учетом изменения курса доллара США. Рост совокупного оборота многих сетей достигается в первую очередь за счет увеличения числа магазинов, торговой площади, а не роста эффективности — экстенсивный путь развития розничной торговли все еще преобладает над интенсивным. По всей видимости, это продолжится до тех пор, пока доля сетей не будет сопоставимой хотя бы с восточноевропейской. Когда возникнет реальная конкуренция, сети будут заняты не только открытием максимального числа магазинов, но и повышением эффективности их работы. Происходившие закрытия известных магазинов и переход их в руки новых владельцев на локальных рынках крупных городов — Нижнего Новгорода, Тольятти, Самары, Казани, Челябинска, Санкт-Петербурга, Москвы, — где концентрация продовольственной торговли в руках 5–7 крупнейших сетей достигает 50% и более, только подтверждают эту точку зрения.

## ДОЗАПРАВКА

В развитие продовольственных сетей в России в 2007 г. были вложены миллиарды долларов. Например, «Лента» оценила капитальные вложения за 2007 г. в 500 млн USD, «О'Кей» — в 200 млн USD, «Вестер» — в 230 млн USD. Естественно, подобный размер инвестиций в новые магазины потребовал дополнительных финансовых вливаний в торговые сети. Поэтому, как и в предыдущие годы, продолжился выпуск облигационных займов, выход на IPO, продажа долей в компании крупным инвесторам, >



«МОСМАРТ»

В РАЗВИТИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ В 2007 Г. БЫЛИ ВЛОЖЕНЫ МИЛЛИАРДЫ ДОЛЛАРОВ

➢ получение кредитных займов. В наиболее неудобной ситуации оказались сети, не имеющие собственных крупных инвесторов и развивающиеся исключительно за счет долгового финансирования. Они не готовы продать

долю в компании инвесторам — их соотношение долга к прибыли достигло критических значений.

С развитием во второй половине 2007 г. мирового финансового кризиса в банковском секторе возможности получить кредиты на российском или международном рынке стали стремиться к нулю. Даже крупнейшая российская объединенная сеть X5 почувствовала дыхание кризиса. В конце года «Перекресток» «выдрал» трехлетний кредит в 1,1 млрд USD у синдиката европейских банков под 7–8% годовых (*Libor*+2,25%), а между тем полгода назад он кредитовался под 5–6% (*Libor*+0,75%). Впрочем, российские банки сейчас кредитуют под 15% в рублях в лучшем случае.

Те сети, которые имеют слабые возможности привлечения заемных средств, видят возможность получить деньги для дальнейшего роста в продаже имеющейся у них в собственности торговой недвижимости. Например, «Копейка» в своем пресс-релизе сообщила, что у нее есть портфель недвижимости стоимостью в 500 млн USD, который может быть использован в качестве источника финансирования. В 2008 г. по схеме продажи профильных активов с последующей арендой (*sale & lease back*) планируется привлечь 380 млн USD. Аналогично привлекать средства в развитие за счет продажи имеющейся в собственности торговой недвижимости планирует и «Вестер». Возможности для быстрого роста ведущие сети находят не только в открытии новых магазинов, но и в скупке небольших игроков рынка. Например, «Гроссмарт» в 2007 г. купил магазины сетей в Екатеринбурге, Челябинске, Ставрополе, «Перекресток» — в Москве и Липецке. «Ашан» приобрел 14 магазинов «Рамстора», совершив тем самым

ИСТОЧНИК: BLOOMBERG, НОЯБРЬ 2007 Г.

КОМПАНИЯ	EV, МЛН USD	ВЫРУЧКА, МЛН USD		
		2006 Г.	2007 Г. О	2008 Г. П
«СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ»	1885	958	1308	1806
X5 RETAIL GROUP	9003	3485	4849	7351
«МАГНИТ»	3384	2505	3681	5123
«ДИКСИ»	846	1010	1431	1956

ОБОРОТ И ОЦЕНКА СТОИМОСТИ (EV) РОССИЙСКИХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ СЕТЕЙ, РАЗМЕСТИВШИХ АКЦИИ НА ФОНДОВЫХ БИРЖАХ

ИСТОЧНИК: ДАННЫЕ КОМПАНИЙ, ПРОГНОЗ «ДОЙЧЕ БАНК»

КОМПАНИЯ	ДОЛЯ ЗАТРАТ НА ЗАРАБОТНУЮ ПЛАТУ ОТ ВЫРУЧКИ СЕТИ, %				
	2003 Г.	2004 Г.	2005 Г.	2006 Г.	2007 Г. (ПРОГНОЗ)
«СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ»	7,0	9,3	10,4	9,7	9,4
«ПЯТЕРОЧКА»	5,6	5,9	7,4	8,2	7,6
«МАГНИТ»	0,0	6,5	7,1	7,5	8,1
«ДИКСИ»	0,0	0,0	7,4	9,5	10,3

ДОЛЯ ЗАТРАТ НА ЗАРАБОТНУЮ ПЛАТУ ОТ ВЫРУЧКИ СЕТИ

ИСТОЧНИК: ДАННЫЕ КОМПАНИЙ, ПРОГНОЗ «ДОЙЧЕ БАНК»

КОМПАНИЯ	ДОЛЯ ЗАТРАТ НА АРЕНДНУЮ ПЛАТУ ОТ ВЫРУЧКИ СЕТИ, %				
	2003 Г.	2004 Г.	2005 Г.	2006 Г.	2007 Г. (ПРОГНОЗ)
«СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ»	11,6	7,2	5,7	5,1	4,4
«ПЯТЕРОЧКА»	1,9	2,0	1,9	2,3	1,8
«МАГНИТ»	0,0	2,3	2,6	3,5	3,5
«ДИКСИ»	0,0	0,0	2,9	3,9	4,0

ДОЛЯ ЗАТРАТ НА АРЕНДНУЮ ПЛАТУ ОТ ВЫРУЧКИ СЕТИ

**ФОРМАТОМ ГОДА СТАЛ ГИПЕРМАРКЕТ. ОНИ ОТКРЫВАЛИСЬ ДЕСЯТКАМИ ПО ВСЕЙ РОССИИ, ДАЖЕ В ГОРОДАХ С НАСЕЛЕНИЕМ МЕНЕЕ 100 ТЫС. ЧЕЛОВЕК.**



первую крупную сделку на бурно растущем рынке гипермаркетов. В 2008 г. «Перекресток» может купить сеть гипермаркетов «Карусель». Ожидается и продажа инвесторам доли в компании «Седьмой Континент».

В 2007 г. сразу две сети из первой десятки успели сменить основных владельцев. Так, Владимир Груздев перед выборами в Государственную Думу продал долю в «Седьмом Континенте» за 995 млн USD своему партнеру Александру Занадворову. Сеть «Дикси» в мае провела IPO, продав на бирже 41,67% акций компании и заработав 352 млн USD. В конце года ее основной владелец Олег Леонов передал 51% акций «Дикси» группе компаний «Меркурий» за сумму, которую можно оценить в 450–500 млн USD. Событием года стал и фактически окончательный уход медленно умиравшего старожилы российского рынка, работающего здесь с 1997 г., — «Рамстора». Осенью доля компании Migros (Турция) в «Рамсторе», составляющая 50%, была выкуплена ее партнером — компанией Enka (Турция) за 545 млн USD, а в конце года 14 объектов сети были переданы под гипермаркеты «Ашан» за сумму в 250 млн USD. Продажа остальных 30 объектов «Рамстора» отложена на начало 2008 г.

Во втором эшелоне продолжилось формирование крупнейшей сибирской сети на основе компании «Холидей Классик». Еще в 2006 г. эта новосибирская сеть объединилась в родном городе с «Солнечными Продуктами» и «Сибириадой», а в 2007 г. — с сетями «Экономный» (Омск) и «Кора» (Кемерово). Оборот объединенной компании по итогам 2007 г. составил около 750 млн USD. Деньги на покупки и объединения компания получила от основного инвестора «Ренова Капитал» и за счет продажи части торговой недвижимости.

Таким образом, консолидация торговой недвижимости в руках ведущих игроков рынка в 2007 г. продолжилась, и если ранее она затрагивала в основном европейскую часть России, то теперь активно происходит и в азиатской. В некоторых регионах страны процесс достиг той стадии, когда выкупать, по сути, нечего: все приличные сети уже в руках или под контролем крупных игроков рынка из первой десятки. Такая ситуация в большинстве регионов Центральной России, в Нижегородской и Самарской областях, Краснодарском крае, Калининградской области, Санкт-Петербурге. Нетронутый лидерами «заповедник» продуктовых сетей расположен в Сибири, где благодаря географической оторванности образовался второй фронт консолидации ретейла. Крупнейшие сети пока представлены здесь либо несколькими магазинами («Перекресток», «Мосмарт», «Лента»), либо развиваются по франчайзингу («Пятерочка», «Патэрсон»). Лакомые для покупки сети остались и на Урале — «Кировский», «Купец», «Монетка», «Молния», «Семья». Однако сибиряки не дремлют: сеть «АЛПИ», наряду с федеральными, участвует в охоте на пермскую «Семью».

## НОВЫЕ МОДЕЛИ

В 2007 г. продолжилось появление новых форматов. Теперь продуктовые сетевики готовы открывать объекты

ЗАКРЫТ	ОТКРЫТ НА ИХ МЕСТЕ
«ПАТЭРСОН», ТК «ПЛАНЕТА» (ТОЛЬЯТТИ)	«Вестер»
«ПАТЭРСОН» (ТОЛЬЯТТИ, УЛ. МИРА)	«Пятерочка»
«РАМСТОР», ТРК «ГОРИЗОНТ» (РОСТОВ-НА-ДОНУ)	«Снежная Королева», Zara
«РАМСТОР», ТК «ЛИПЕЦК» (ЛИПЕЦК)	«Вестер»
«РАМСТОР», ТЦ «МЕГА» (КАЗАНЬ)	«Бахетле»
«РАМСТОР», ТЦ «МЕГАМОЛЛ» (ЧЕБОКСАРЫ)	«Гроссарт»
«РАМСТОР», ТРЦ «МЕГАСИТИ» (САМАРА)	«Домовой»
«ПЯТЕРОЧКА» (ИВАНОВО, ЯРОСЛАВЛЬ)	SPAR
«НЕЗАБУДКА» (ЧЕЛЯБИНСК)	«Гроссарт», «Продмастер»
«ПЯТЕРОЧКА» (КРАСНОДАР)	«Фаворит»
«КВАРТАЛ» (УЛЬЯНОВСК)	«Гулливер»

НЕКОТОРЫЕ ЗАКРЫТЫЕ В 2007 Г. РЕГИОНАЛЬНЫЕ МАГАЗИНЫ КРУПНЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

ИСТОЧНИК: ПУБЛИКАЦИИ МЕСТНОЙ И ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРЕССЫ, ДАННЫЕ АВТОРА, ПРЕСС-РЕЛИЗЫ КОМПАНИЙ

площадью от 1000 до 20 000 кв.м. «В связи с бурным развитием российских сетей, открытием множества новых объектов, а также освоением сетями новых форматов конкуренция на региональных рынках становится все выше и выше», — говорит Александр Астрейко, генеральный директор сети «Вестер». Форматом года стал гипермаркет. Они открывались десятками по всей России, да- >

Реклама

АРЕНДУЕМ  
ТОРГОВЫЕ  
ПЛОЩАДИ  
от 150 кв.м.

**РИВ ГОШ**  
парфюмерия и косметика

ДЛЯ ОТКРЫТИЯ  
МАГАЗИНОВ  
НА ТЕРРИТОРИИ  
РОССИИ

Свяжитесь с нами по телефону:  
Самарская область  
телефон: 812 212 712 33 33 (моб. 812)  
факс: 812 212 712 33 33  
телефон: +7 911 912 42 32  
e-mail: rivgo@yandex.ru  
www.rivgo.ru



«МОСМАРТ» В ТЦ «ГЛОБУС»

ТОРГОВЫЕ СЕТИ НАХОДЯТСЯ ПОД ПРЕССОМ ПОСТОЯННО РАСТУЩИХ ИЗДЕЖЕК

ПРОДАВЕЦ	ПОКУПАТЕЛЬ	ПАРАМЕТРЫ СДЕЛКИ
«ВЕРОНА» (ЯРОСЛАВЛЬ)	SPAR (Москва)	21 магазин, работавший под брендом «Пятерочка» по франчайзингу в Ярославской и Ивановской обл.
«ИНТЕНСИВНИК» (ЕКАТЕРИНБУРГ)	«Гроссмарт» (Москва)	3 супермаркета «Интенсивник» в Екатеринбурге
«ПЯТАЧОК» (ЕКАТЕРИНБУРГ)	«Гроссмарт» (Москва)	2 супермаркета «Пятачок» в Екатеринбурге
«ПРИВОЗ» (СТАВРОПОЛЬ)	«Гроссмарт» (Москва)	9 супермаркетов «Привоз» в Ставропольском крае
«СТРАНА ГЕРКУЛЕСИЯ» (МОСКВА)	X5 (Москва)	65 млн USD, 29 магазинов в Москве, Московской и Тверской обл.
«КОРЗИНКА» (ЛИПЕЦК)	X5 (Москва)	115 млн USD, 21 магазин «Корзинка» и 1 гипермаркет «Мы» в Липецке и Липецкой обл.
«НЕЗАБУДКА» (ЧЕЛЯБИНСК)	«Гроссмарт» (Москва)	Более 10 магазинов «Незабудка» в Челябинске и Челябинской обл.
«КОРА» (КЕМЕРОВО) И «ХОЛИДЕЙ-КЛАССИК» (НОВОСИБИРСК)	«Кора» и «Холидей-Классик»	Создание объединенной сети из 130 магазинов в Сибири – 83% акций в СП получил «Холидей-Классик», 17% акций и 80 млн USD – «Кора».
«ЭКОНОМНЫЙ» (ОМСК)	«Холидей-Классик» (Новосибирск)	Создано совместное предприятие, 26 магазинов под брендами «Экономный» и «Омич и К» в Омске
«СИБИРСКАЯ КОПЕЕЧКА» (ТОМСК)	«Поляна» (Кемерово)	Выкуп контрольного пакета акций, 12 магазинов «Сибирская копеечка» в Томске
«КВАРТАЛ» (УЛЬЯНОВСК)	«Гулливер» (Ульяновск)	5 магазинов, работавших под брендом «Квартал» по франчайзингу в Ульяновске
«РЕГИОН» (БАРНАУЛ)	«Новые торговые системы» (Новосибирск)	14 магазинов, работавших под брендом «Пятерочка» по франчайзингу в Алтайском крае
«МИР ПРОДУКТОВ» (БАРНАУЛ)	«Новые торговые системы» (Новосибирск)	6 магазинов «Мир продуктов» в Барнауле

КРУПНЕЙШИЕ СДЕЛКИ СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ТОРГОВЛИ В 2007 Г.

➤ же в городах с населением менее 100 тыс. человек. Наиболее активно развивались в 2007 г. сети гипермаркетов «Лента», «О'Кей», «АЛПИ», «ГРИНН», «Карусель», «Ашан», Real, Metro Cash & Carry. В 2007 г. первые два гипермаркета открыла сеть «Магнит». Программу по строительству гипермаркетов запус-

тил и «Перекресток». В 2008 г. ожидается долгожданное открытие первых гипермаркетов Carrefour. В некоторых городах плотность размещения гипермаркетов уже достигла критической планки в 1 магазин на 100 тыс. человек. Там же, где пока нет острой конкуренции, обороты гипермаркетов «Ашан», «Лента», «О'Кей» и им подоб-

ИСТОЧНИК: ПУБЛИКАЦИИ МЕСТНОЙ И ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРЕССЫ, ДАННЫЕ АВТОРА ПРЕСС-РЕЛИЗЫ КОМПАНИИ



**СЕТИ НАХОДЯТСЯ ПОД ПРЕССОМ ПОСТОЯННО РАСТУЩИХ ИЗДЕЖЕК – ОПЕРЕЖАЮЩИМ ТЕМПОМ РАСТУТ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫЕ РАСХОДЫ, ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА, ПОДНИМАЮТ СТАВКИ АРЕНДОДАТЕЛИ, А ПОСТАВЩИКИ – ЗАКУПОЧНЫЕ ЦЕНЫ.**

ных порой превышают 10 тыс. USD на кв.м в год. На рынке супермаркетов ситуация не столь однозначна. В силу особой политики цен и качества обслуживания магазины этого формата очень чувствительны к конкуренции и выбору места, особенно в регионах. В результате в тех городах, где конкуренция достигла предела, они закрываются из-за нерентабельности, как это, например, произошло с «Патэрсонами» в Санкт-Петербурге и Тольятти. Неуютно себя чувствуют и местные старожилы. Например, в Нижнем Новгороде, где уже представлены «Копейка», «Пятерочка», «Перекресток», SPAR, Real, «Ашан», «Рамстор», «Карусель», «Магнит», Metro Cash & Carry, сеть супермаркетов «XXI век», работавшая в городе 7 лет, решила свернуть торговый бизнес.

Магазины малых форматов – дискаунтеры – продолжили свое быстрое размножение. На конец 2007 г. в стране открылось уже более 2000 «Магнитов», около 1300 «Пятерочек», 400 «Копеек», 350 «Дикси». Одновременно продолжились появляться и развиваться различные проекты магазинов сверхмалых форматов (100–200 кв.м) – «Дейли», «Домарт», «Мосмартик», V-Mart, «Городок», однако пока они не играют заметной роли на рынке.

## ПОЛОМКИ

Не все сети в 2007 г. выдержали взятые темпы роста. Такие игроки, как «Седьмой Континент» и «Виктория», по различным причинам взяли передышку, чтобы догнать конкурентов в следующие годы. А вот «Рамстор» и «Незабудка» просто сошли с дистанции. Первый стал добычей для конкурентов скорее по внутренним причинам, а второй – ярким примером того, что слишком быстрый рост может не только подпортить рентабельность компании, истощить ресурсы, но и привести к ее неуправляемости. В 2006 г. челябинская компания удвоила число магазинов, оборот вырос на 43%, однако рентабельность стала отрицательной, поставив компанию на грань выживания. К середине 2007 г. долг компании перед поставщиками достиг десятков миллионов долларов США, а сделка по продаже всей сети «Гроссмарту» сорвалась – он в итоге купил только несколько интересных ему магазинов.

Не обошлось без потерь и у лидера рынка компании X5. Ей головной боли добавили многочисленные строптивые франчайзи. Так, ярославский франчайзи «Пятерочки» (ООО «Верона») перешел в сеть SPAR. В результате ссоры с краснодарским партнером (ООО «Фаворит») вывески «Пятерочка» были заменены на «Фаворит». Прекратила существование сеть «Пятерочек» в Харькове. В то же время обороты крупнейших партнеров X5 – «Тамерлана» из Волгограда и «Новых торговых систем» из Новосибирска – в 2007 г. превысили 100 млн USD. Масштабы партнерских сетей достигли того уровня, когда они могут диктовать свои условия и противостоять попыткам их выкупа или органического развития материнской компании в регионах присутствия. Например, в Самарской области

уже конкурируют около 60 «Пятерочек», открытых «Тамерланом», и несколько «Пятерочек», открытых X5. Но несмотря на все передраги, в целом по стране за год примерно на 250 магазинов «Пятерочки» стало больше.

Причиной более медленного, чем хотелось бы, роста сетей служат не только разногласия бизнес-партнеров. «Среди главных проблем, оказывающих влияние на развитие сети, в 2007 г. можно выделить варьирование уровня покупательской способности в регионах и недостаток торговых площадей, отвечающих требованиям развития сети», – говорит Юрий Кобладзе, управляющий директор по корпоративным отношениям X5 Retail Group. Торговые сети находятся и под прессом постоянно растущих издержек – опережающим темпом растут эксплуатационные расходы, заработная плата, арендодатели поднимают ставки, а поставщики – закупочные цены, сказывается и ограниченность продовольственного рынка. В условиях, когда зарплата кассиров в Москве к концу 2007 г. достигла 1000 USD в месяц, управление издержками, оптимизация бизнес-процессов и поиск новых источников дохода выходят на первый план. Поэтому в 2007 г. сети активно расширяли производство >

Реклама

**НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ**  
Технологии детских развлечений

Демонстрационный зал  
ул. Волынский, д. 12а, стр. 1а  
тел. (495) 387-8610, 747-5811

[www.newhorizons.ru](http://www.newhorizons.ru)

СЕТЬ	СОБСТВЕННЫЕ	ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ, ЛИЦЕНЗИОННЫЕ
«ПАТЭРСОН»	Москва, Московская обл., Магнитогорск, Кострома, Нижнекамск, Альметьевск, Архангельск, Кузнецк	Барнаул, Оренбург, Каменск-Шахтинский
«РАМСТОР»	Москва, Красноярск	—
«ЛЕНТА»	Санкт-Петербург, Барнаул, Новосибирск, Петрозаводск, Великий Новгород, Тюмень, Омск, Тольятти, Волгоград, Нижний Новгород	—
«ОКЕЙ»	Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Краснодар, Тольятти	—
«ПЕРЕКРЕСТОК»	Москва, Московская обл., Санкт-Петербург, Тольятти, Самара, Пенза, Волгоград, Йошкар-Ола, Нижний Новгород, Липецк, Ростов-на-Дону, Воронеж, Чебоксары, Казань, Набережные Челны, Краснодар, Арзамас, Ярославль, Киев, Бровары, Вышгород, Альметьевск, Владимир	—
«ПЯТЕРОЧКА»	Москва, Московская обл., Санкт-Петербург, Ленинградская обл., Екатеринбург, Челябинск, Нижний Новгород, Самара, Владимир, Тула, Рязань, Калуга, Псков, Ревда, Нижний Тагил, Новоберезовский, Пушкино, Красноуральск, Каменск-Уральский, Копейск, Миасс, Чебаркуль, Магнитогорск, Семенов, Заволжье, Дзержинск, Арзамас, Балаха, Городец	Воронежская обл., Пермский край, Башкортостан, Ульяновская обл., Саратовская обл., Волгоградская обл., Омская обл., Самарская обл., Новосибирская обл., Татарстан, Красноярский край, Вологодская обл., Алтайский край, Ростовская обл.
«МОСМАРТ»	Москва, Московская обл., Новокузнецк, Челябинск, Челябинская обл., Ульяновск, Краснодар	—
«ДИКСИ», «МЕГАМАРТ», «МИНИМАРТ»	Москва, Московская обл., Рязань, Ярославль, Кострома, Калуга, Смоленск, Санкт-Петербург, Ленинградская обл., Карелия, Псков, Екатеринбург, Тюмень, Челябинск	—
«МАГНИТ»	Более чем в 200 городах Южного, Северо-Западного, Центрального и Уральского федеральных округов	—
«МАГНИТ» (ГИПЕРМАРКЕТ)	Краснодар, Кингисепп	—
«ВЕСТЕР»	Воронеж, Ижевск, Тольятти, Набережные Челны, Липецк, Белгород, Казань, Караганда, Губкин, Москва, Симферополь, Тернополь, Тамбов, Таганрог, Старый Оскол, Ярославль	Нальчик
«ВИКТОРИЯ», «КВАРТАЛ»	Москва, Московская обл., Санкт-Петербург, Ленинградская обл.	—
«ГРИНН»	Тамбов, Елец, Калуга, Губкин, Орел	—
«ПОЛЯНА»	Кемерово, Кемеровская обл., Новокузнецк, Томск, Красноярский край, Хакасия, Новосибирская обл.	—
«КОРА ХОЛИДЕЙ-КЛАССИК»	Кемеровская область, Кемерово, Новосибирск, Барнаул, Новокузнецк	—
«КИРОВСКИЙ»	Свердловская обл., Курган	—
«КУПЕЦ»	Свердловская обл., Курган	—
«МОНЕТКА»	Московская обл., Калуга, Челябинская обл., Екатеринбург, Свердловская обл., Курганская обл., Башкортостан, Тюменская обл., ХМАО	—
«АЛПИ» (ГИПЕРМАРКЕТЫ)	Кемерово, Новосибирск, Новокузнецк, Томск, Красноярск, Омск, Калачинск, Белово	—
«МАРИЯ-РА»	Барнаул, Алтайский край, Кемеровская обл., Новосибирская обл.	—
SPAR	Москва, Ярославская обл., Ивановская обл., Владимирская обл.	Тюльская обл., Нижегородская обл., Пензенская обл., Московская обл.
«ГРОССМАРТ», «ДОМАРТ»	Москва, Московская обл., Владимирская обл., Екатеринбург, Челябинск, Ставрополь, Тульская обл., Санкт-Петербург, Татарстан, Калужская обл.	—
«КОПЕЙКА»	Москва, Московская обл., Иваново, Тольятти, Ярославль, Тамбов, Дзержинск, Кстово, Нижний Новгород, Новокузнецк, Чебоксары, Старый Оскол, Курчатов, Ливны, Брянск, Владимир, Смоленск, Рассказово, Балаково, Александров, Кинешма, Самара, Рыбинск, Рязань, Калуга, Кострома, Саров, Ковров, Белгород, Липецк, Сызрань и др.	Н/д
«НАШ ГИПЕРМАРКЕТ»	Челябинск	—
«АШАН»	Самара, Ростов-на-Дону, Краснодар	—
REAL	Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Казань, Ярославль	—
«САМОХВАЛ»	Московская обл., Нижний Новгород, Калуга, Малоярославец, Владимир, Ефремов, Орел, Гусь-Хрустальный	—
METRO C&C	Московская обл., Санкт-Петербург, Красноярск, Новосибирск, Омск, Челябинск, Нижний Новгород, Екатеринбург	—
«КАРУСЕЛЬ»	Московская обл., Санкт-Петербург, Ленинградская обл., Волгоград	—

ИСТОЧНИК ПУБЛИКАЦИИ МЕСТНОЙ И ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРЕССЫ, ДАННЫЕ АВТОРА, ПРЕСС-РЕЛИЗЫ И ДАННЫЕ КОМПАНИЙ

#### ГОРОДА И РЕГИОНЫ, ГДЕ ОТКРЫТЫ В 2007 Г. МАГАЗИНЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

➤ *Private Label*, налаживали прямые поставки товаров из Китая и производство там, вводили в ассортимент новые группы непродовольственных товаров. Многие сети («АЛПИ», «Мария Ра» и др.) развивают вертикально интегрированные холдинги, собственные аграрные производства, работающие по схеме «от поля до прилавка». Попробуют заработать сети и на финансовых потоках — в 2007 г. «Седьмой Континент» продолжил развитие «Банка Финсервис», а сеть «АЛПИ» создала «АЛПИ Банк».

Российское государство подготовило в 2007 г. сетям свой сюрприз в виде проекта «Закона о торговле», который может быть принят в 2008 г. и, возможно, приведет к новым бюрократическим препонам на пути развития розничной торговли.

Взаимоотношения ретейл-бизнеса и чиновников, наряду с дальнейшей консолидацией продовольственного ретейла и освоением все более отдаленных городов и областей, а также стран СНГ, станут основными тенденциями развития рынка в 2008 г. **М**