

«Сервис Плюс». Лучшие решения для любого формата.



pos-терминалы сканеры штрихкода
 терминалы сбора данных **весы с печатью**
фискальные регистраторы принтеры этикеток
 упаковщики front & back office обучение гарантийное обслуживание
техническая поддержка



(495) 780-55-56
www.servplus.ru

РЕЙТИНГ Rm

ПАРТНЕР ПРОЕКТА
 Microsoft Dynamics

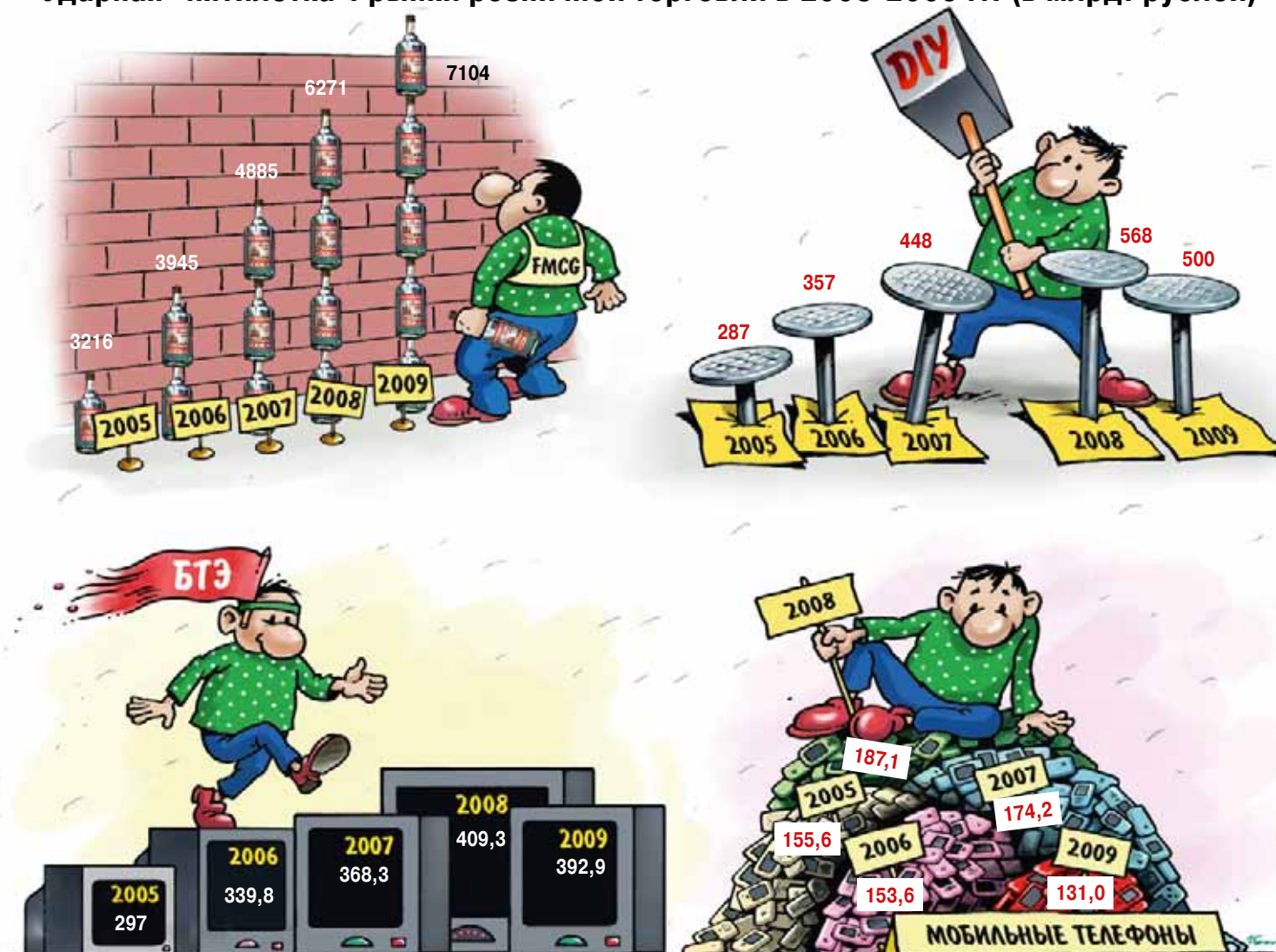
COLUMBUS IT INFOline

Топ-50 РОССИЙСКИХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ

Первые среди равных и лучшие среди первых

Традиционный ежегодный рейтинг Rm, изучив который, вы сможете узнать, как повлиял кризис на отечественный ритейл, кто показал самые впечатляющие обороты с квадратного метра и на кого из лидеров стоит ориентироваться в будущем. Рейтинг подготовлен агентством INFOline по заказу ИД Retailer при поддержке компании Microsoft.

Ударная «пятилетка»: рынки розничной торговли в 2005-2009 гг. (в млрд. рублей)*



* по данным агентства INFOline

Категория	Доля (%)
FMCG	69,9
BTЭ	17,2
DIY	6,6
мобильные телефоны	3,7
мебель	3,7
детские товары	2,4
косметика	1,8
спорт	1,5
аптеки	1,2

Категория товаров	Доля в обороте (%)
DIY & Household	33%
мобильные телефоны	17%
спорт	15%
FMCG	15%
СРЕДНИЙ	12%
мебель	10%
аптеки	6%
косметика	6%
БТЗ	0%
детские товары	-3%

Категория	Среднее количество единиц
мобильные телефоны	11,6
аптеки	10,4
косметика	9,6
FMCG	7,9
спорт	7,2
СРЕДНИЙ	7,0
DIY & Household	4,8
БТЗ	4,5
мебель	3,2
детские товары	2,7

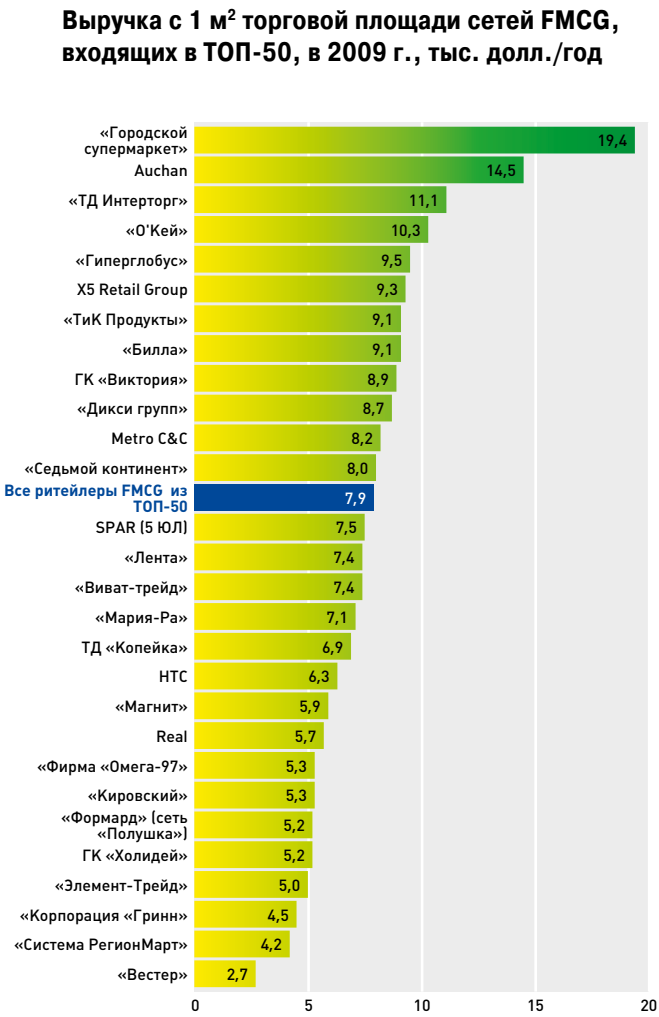
12,8% составила доля продуктовых сетей, входящих в топ-50 ритейлеров России, в совокупном обороте розничной торговли продовольственными товарами. **21 из 29** крупнейших продуктовых ритейлеров в 2008 г. снизили объем выручки в долларовом выражении, у 7 крупнейших продуктовых ритейлеров упал объем выручки в рублях. **\$19,4 тыс./год** выручка сети «Азбука вкуса» с 1 кв. м в 2009 г.

Компания	Доля оборота (%)
«Гиперглобус»,	48%
«ТД Интерторг»,	43%
«Новый Импульс-50»,	35%
Real,	31%
«Билла»,	31%
«О'Кей»,	31%
«Система РегионМарт»,	29%
«Магнит»,	28%
Auchan,	27%
X5 Retail Group,	25%
«Мария-Ра»,	17%
Все ритейлеры FMCG из TOP-50 ,	16%
SPAR (5 ЮЛ),	14%
«Элемент-Трейд»,	14%
«Диски групп»,	12%
«Седьмой континент»,	12%
ТД «Копейка»,	10%
«Лента»,	9%
«Городской супермаркет»,	9%
«Корпорация «Гринин»,	8%
«Кировский»,	4%
Metro C&S,	3%
«Тик Продукты»,	2%
ГК «Виктория»,	-5%
«Формард» [сеть «Полушка»],	-5%
«Виват-трейд»,	-6%
ГК «Холидей»,	-18%
НТС,	-21%
«Фирма «Омега-97»,	-26%
«Вестер»,	-41%

Компания	Доля оборота (%)
«Гиперглобус»	16%
«ТД Интерторг»	12%
«Новый Импульс-50»	6%
Real	3%
«Билла»	3%
«ОКей»	3%
«Система РегионМарт»	1%
«Магнит»	0%
Auchan	0%
X5 Retail Group	-2%
«Мария-Ра»	-8%
Все ритейлеры FMCG из ТОП-50	-9%
SPAR (5 ЮЛ)	-11%
«Элемент-Трейд»	-11%
«Дикси групп»	-12%
«Седьмой континент»	-12%
ТД «Копейка»	-14%
«Лента»	-14%
«Городской супермаркет»	-15%
«Корпорация «Грини»	-16%
«Кировский»	-19%
Metro С&С	-20%
«Тик Продукты»	-20%
ГК «Виктория»	-25%
«Формард» (сеть «Полушка»)	-26%
«Виват-трейд»	-27%
ГК «Холидей»	-36%
НТС	-38%
«Фирма «Омега-97»	-42%
«Вестер»	-54%

№2 (18), ИЮНЬ 2010 RETAILER MAGAZINE 9

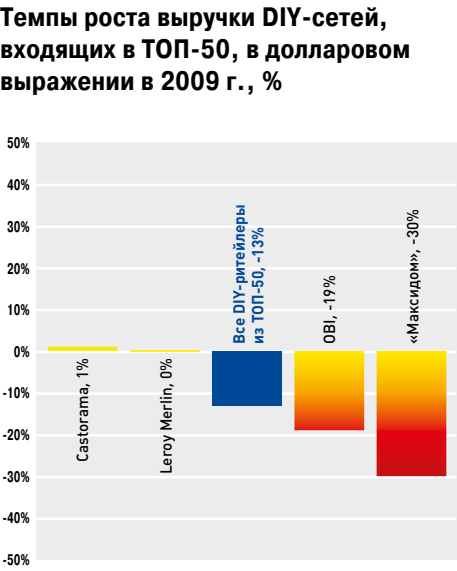
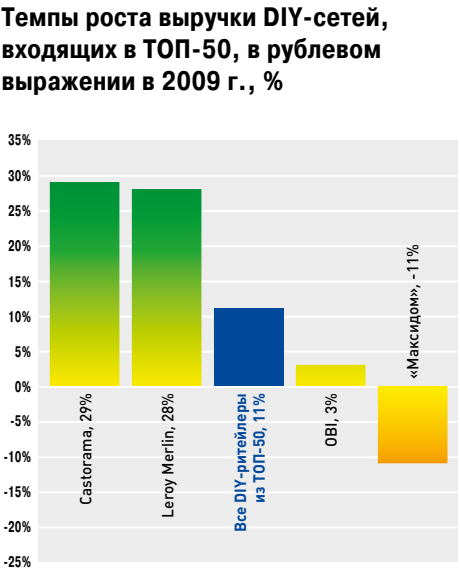
Однако были в прошлом году и приятные сюрпризы. Например, компания «Городской супермаркет» (развивает сеть «Азбука вкуса») показала впечатляющую выручку с квадратного метра (\$19,4 тыс./год), обойдя по этому показателю даже Auchan (\$14,5 тыс./год).



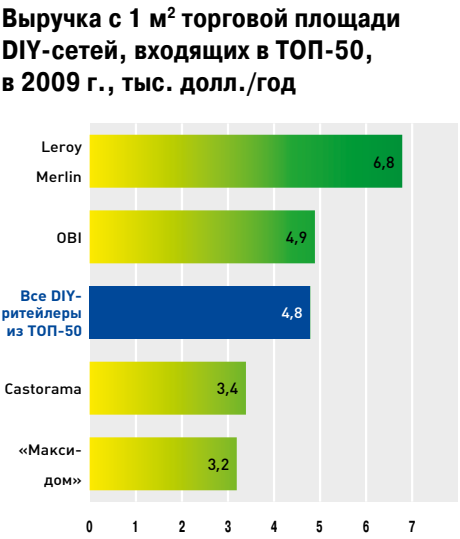
Ключевым событием 2009 г. для FMCG-ритейла стало принятие федерального закона «О торговле», который существенно изменил отношения ритейлеров и поставщиков, установил порог доминирования розничных сетей на региональных рынках, а также определил полномочия органов власти в области регулирования торговли.

Другим значимым событием для рынка стало подписание в декабре 2009 г. постановления правительства РФ «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии», которое вступило в силу 15 февраля 2010 г. Данным постановлением некоторые виды продукции были переведены из перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, в перечень продукции, подлежащей обязательному декларированию соответствия. Официальной причиной к принятию этих мер послужили действовавшие избыточные процедуры проверки качества многих видов продукции. Впрочем, ни ритейлеры, ни потребители особых перемен в правилах игры на рынке пока не видят.

По данным агентства INFOLine, доля крупнейших сетей DIY & Household, входящих в топ-50 ритейлеров, в 2009 г. составила 15,2% (рост на 3,2% по сравнению с 2008 г.). При этом «большая тройка» международных ритейлеров – OBI, Leroy Merlin и Castorama (в отличие от их российских коллег) – смогла нарастить выручку в рублевом выражении даже в условиях экономического кризиса. Крупнейший из российских ритейлеров, «Максидом», в 2009 г. снизил выручку в рублевом выражении на 10,8% и вынужден был закрыть гипермаркет в Краснодаре. А в 2010 г. акционеры, не удовлетворенные динамикой развития сети, и вовсе сменили генерального директора.



Самые лучшие показатели по выручке с 1 кв. м по сети в целом в 2009 г. продемонстрировал Leroy Merlin (\$6,8 тыс./год). Также неплохие результаты, по данным INFOLine, показали московские магазины сети OBI (около \$10 тыс./год). Если бы не кризис в строительстве, повлекший за собой резкое падение продаж в корпоративном сегменте, DIY-сети выглядели бы намного лучше. Впрочем, были в 2009 г. приятные моменты и для этого сегмента рынка. В частности, зимой и весной, в связи с девальвацией рубля, большинство сетей смогли увеличить свою маржинальность за счет повышения цен на импортную продукцию.



Цифры

500 млрд руб. составила емкость рынка DIY и товаров для дома в 2009 г.

15,2% достигла доля DIY-ритейлеров, входящих в топ-50, в 2009 г.

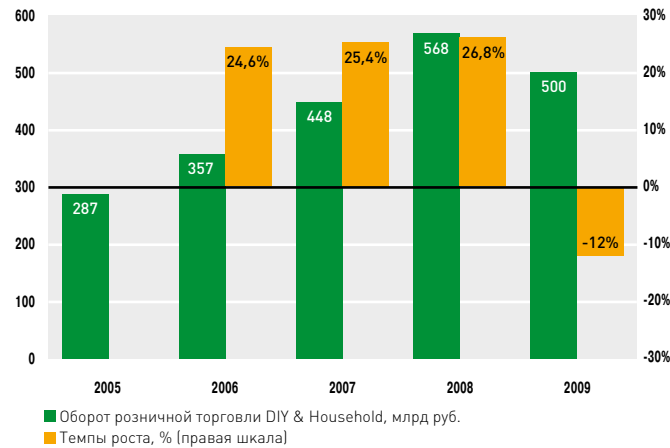
-11% составил прирост выручки крупнейшего российского DIY-ритейлера «Максидом» в 2009 г. Это худший показатель на рынке.

\$6,8 тыс./год зарабатывал Leroy Merlin с 1 кв. м в 2009 г.

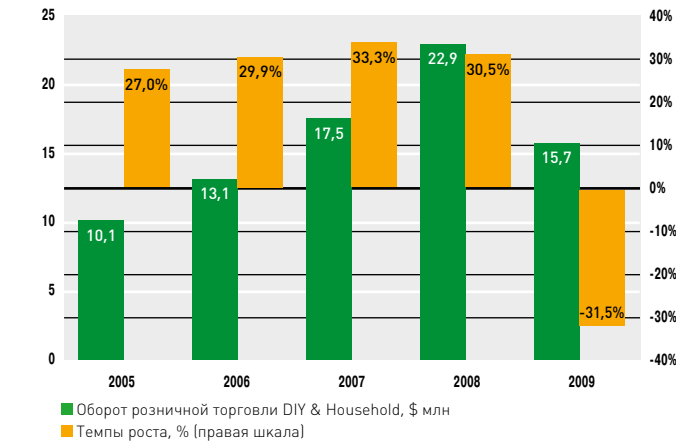
Формат «Сделай сам»

По данным INFOLine, емкость рынка DIY & Household в 2009 г. снизилась на 12% в рублевом выражении и на 31,5% в долларовом и составила 500 млрд руб (\$15,7 млрд).

Динамика оборота розничной торговли DIY & Household в России в рублевом выражении, 2005–2009 гг.



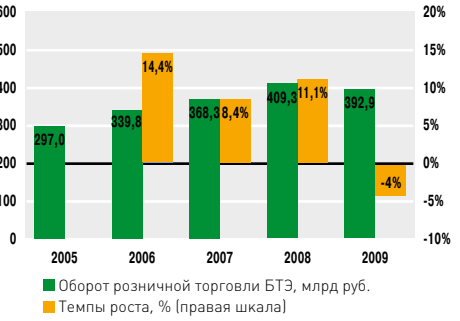
Динамика оборота розничной торговли DIY & Household в России в долларовом выражении, 2005–2009 гг.



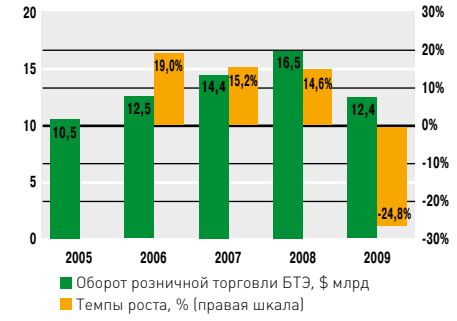
Технические вы наши

По данным INFOLine, в 2009 г. объем рынка БТЭ составил \$12,4 млрд, что почти на 25% меньше по сравнению с предыдущим годом. Впрочем, из-за девальвации и роста рублевых цен снижение в рублях оказалось незначительным (всего 4%).

Динамика оборота розничной торговли БТЭ в России в рублевом выражении, 2005–2009 гг.

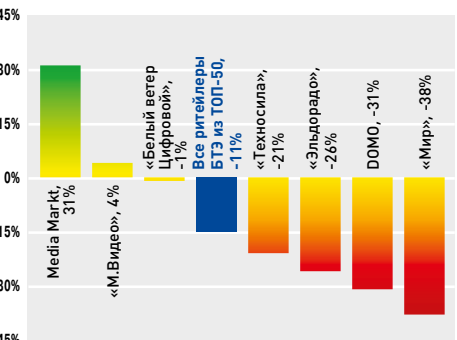


Динамика оборота розничной торговли БТЭ в России в долларовом выражении, 2005–2009 гг.

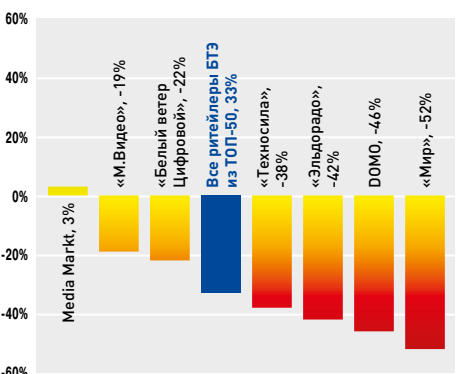


Доля крупнейших сетей рынка БТЭ, вошедших в топ-50 ритейлеров по версии Retailer Magazine, в обороте розничной торговли бытовой техникой в 2009 г. составила 57%, снизившись по сравнению с 2008 г. на 7,3%. Если вспомнить, какие неприятности в прошлом году пережи-

Темпы роста выручки сетей БТЭ, входящих в ТОП-50, в рублевом выражении в 2009 г.



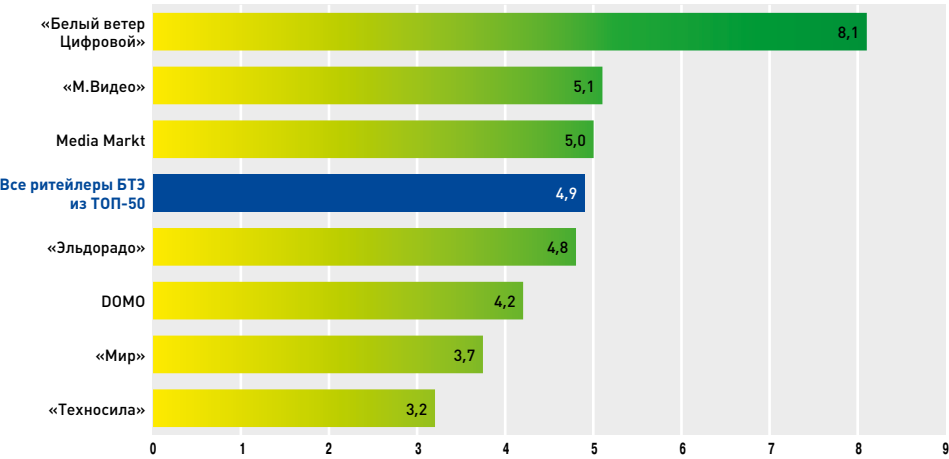
Темпы роста выручки сетей БТЭ, входящих в ТОП-50, в долларовом выражении в 2009 г., %



Позвони мне, позвони
Рынок мобильных телефонов ожидаемо оказался среди лидеров падения. В 2009 г. его объем в долларовом выражении сократился на 45% по сравнению с 2008 г. и составил \$4,1 млрд. Падение в рублях было чуть менее заметным (-30%).

вали два крупнейших игрока рынка «Техносила» и «Мир», этому вряд ли стоит удивляться. «Техносила» и «Мир» в 2009 г. ожидаемо продемонстрировали отрицательную динамику выручки; зато сюрпризом стало то, что к ним присоединилась и сеть «Эльдорадо», которую

Выручка с 1 м² торговой площади сетей БТЭ, входящих в ТОП-50, в 2009 г., тыс. долл./год



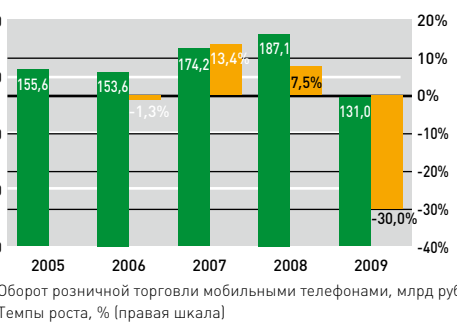
Цифры

25% составило падение емкости рынка БТЭ в 2009 г. в долларовом выражении. В рублях за счет девальвации и роста цен рынок просел всего на 4%.
57% составила доля крупнейших ритейлеров в совокупном обороте торговли техникой и электроникой. Это на 7,3% меньше, чем в 2008 г.
\$8,1 тыс./год зарабатывал «Белый ветер Цифровой» с 1 кв. м в 2009 г.

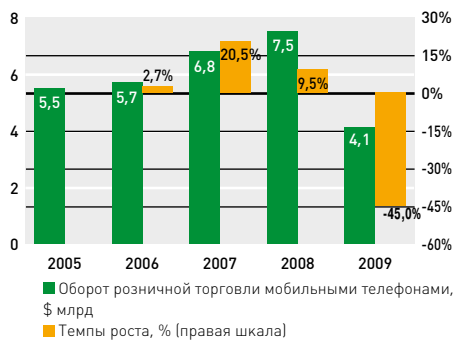
не спасла даже оптимизация торговых площадей. Однако «Медиа-Маркт-Сатурн» и «М.Видео» порадовали рынок, увеличив рублевую выручку на 31,5% и 3,64% соответственно. А вот самую хорошую выручку с 1 кв. м в прошлом году показал «Белый ветер Цифровой».

2009 г. стал критическим сразу для трех крупнейших российских сетей: «Мир», «Техносила» и «Эльдорадо». В связи с финансовыми трудностями компания «Мир» практически покинула рынок (к началу 2010 г. оказались закрыты все 18 магазинов московского дивизиона, а 30 магазинов, работающих в регионах, начали распродавать складские остатки). «Техносила» столкнулась с чрезмерной долговой нагрузкой и начала процедуру банкротства (в августе 2009 г., после того как владельцы «ГК «СВ» Виктор и Вячеслав Зайцевы заложили

Динамика оборота розничной торговли мобильными телефонами в России в рублевом эквиваленте

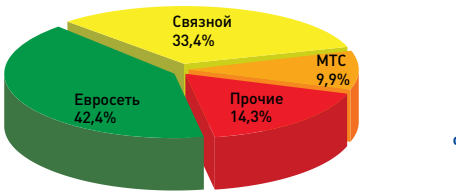


Динамика оборота розничной торговли мобильными телефонами в России в долларовом эквиваленте



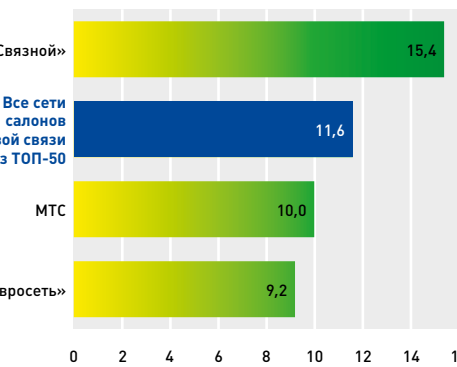
49% сети по кредиту на \$161 млн, МДМ банк стал залогодержателем ее основных активов и объявил, что намерен перепродать компанию). «Эльдорадо» тоже был вынужден закрыть ряд магазинов, а в итоге и вовсе продать оставшуюся часть бизнеса чешской PPF Group.

Доля ТОП-50 сетей в обороте розничной торговли мобильными телефонами в 2009 г., %



Из плюсов 2009 г. для рынка мобильных телефонов было, пожалуй, только то, что доля крупнейших сетей из топ-50 ритейлеров в обороте торговли мобильными телефонами составила 85,7%, увеличившись по сравнению с 2008 г. на 10%. Однако даже лидеры рынка демонстрировали отрицатель-

Выручка с 1 м² торговой площади сетей салонов сотовой связи ТОП-50 в 2009 г., тыс. долл./год



ную динамику выручки. Так, темпы роста оборота ГК «Связной» в долларовом выражении снизились на 45,7%, а «Евросети» – на 45%.

Ключевыми событиями 2009 г. на рынке мобильных телефонов стали банкротства крупных ритейлеров: с начала кризиса ушли с рынка «Диксис», «Беталинк» и «Цифроград». «Диксис» прекратила свою работу после неудачной попытки Альфа-банка спасти сеть. «Беталинк» сам подал иск о банкротстве, не сумев договориться о партнерстве с МТС. «Цифроград», который до кризиса был третьим сотовым ритейлером России по продажам телефонов, не смог договориться с «Мегафоном» и в августе 2009 г. подал иск о банкротстве. Зато в 2009 г. ряды сотовых ритейлеров пополнились новым игроком – сетью МТС, которая вышла на рынок путем покупки сетей «Телефон.ру», «Телефорум» и «Эльдорадо», отчего сразу же оказалась в тройке лидеров по доле рынка и дебютантом рейтинга Retailer Magazine.

Специальные номинации Retailer Magazine

- 1. Лучшая среди равных (лидеры по обороту в своем сегменте рынка)**
FMCG – X5 Retail Group (275,1 млрд руб.)
БТЭ – «Эльдорадо» (75,4 млрд руб.)
Мебель – IKEA (32,0 млрд руб.)
DIY – OBI (30 млрд руб.)
Мобильные телефоны – «Евросеть» (55,5 млрд руб.)
Аптеки – «36,6» (16,0 млрд руб.)
Косметика и парфюмерия – «Л'Этуаль», Sephora (16,6 млрд руб.)
Детские товары – «Детский мир» (18,5 млрд руб.)

- 2. Дебютанты (новички рейтинга ТОП-50 российских сетей по версии Retailer Magazine)**
Globus (ООО «Гиперглобус»)
«Рив Гош» (ООО «Арома Люкс»)
МТС (ОАО «ТС-Ритейл»)
«7-я» (ООО «ТД Интерторг»)
«Утконос» (ООО «Новый импульс -50»)
«Виват» (ООО «Виват Трейд»)
«Фармакор» (ЗАО «Фармакор»)

- 3. Крепкие регионалы (сети из ТОП-50, основанные не в Москве и не в Санкт-Петербурге, лидеры своих регионов)**
«Магнит» (ОАО «Магнит», Краснодар)
«Линия» (ЗАО «Корпорация Гринн», Курск)
«Монетка» (ООО «Элемент-Трейд», Екатеринбург)
«Холидей» (ГК «Холидей», Новосибирск)
«Мария-Ра» (ООО ПКФ «Мария-Ра», Барнаул)
«Чибис» (ООО «Система РегионМарт», Кемерово)
DOMO (ОАО «Домо», Казань)
«Виват» (ООО «Виват Трейд», Пермь)

- 4. Самые динамичные (лидеры по показателям роста выручки к торговой площади)**

Сеть	Прирост рублевой выручки (%)	Прирост торговых площадей (%)
Globus	47,5	0
«Иль де Ботэ»	70,7	26,9
«Утконос»	35	- 3,5
«Рив Гош»	30	6,7
Billa	31,1	13,2

Место	Компания	Название сети	СЕО	Тип сети	Выручка за 2009 г., млрд руб.	Общее количество магазинов, 2009 г.
1	X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток, Карусель	Хасис Лев Аронович, главный исполнительный директор	FMCG	275,1	1372
2	Магнит, ОАО	Магнит	Сергей Николаевич Галицкий, генеральный директор	FMCG	169,9	3228
3	Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Радуга	Жермен Жан-Пьер, генеральный директор	FMCG	163,0*	38
4	МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	Metro C&C	Байер Акин, генеральный директор по России	FMCG	114,3	52
5	Эльдорадо, ООО	Эльдорадо	Кобахидзе Каха, генеральный директор	бытовая техника и электроника	75,4*	400*
6	М.Видео, ООО	М.Видео	Тынкован Александр Анатольевич, президент	бытовая техника и электроника	70,6	177
7	О'Кей, ООО	О'Кей, О'Кей-экспресс	Лонге Патрик, генеральный директор	FMCG	67,0	46
8	Торговый дом Копейка, УК ОАО	Копейка, Копейка Супер	Солодов Сергей Евгеньевич, президент	FMCG	56,8	587
9	Лента, ООО	Лента	Дюннинг Ян, генеральный директор	FMCG	55,6	36
10	Евросеть, ООО	Евросеть	Малис Александр Адольфович, президент	мобильные телефоны	55,5	4236
11	Дикси групп, ОАО (ДИСКОНТцентр, ЗАО)	Мегамарт, Минимарт, Дикси	Якубсон Илья Адольфович, президент	FMCG	54,2	537
12	Седьмой Континент, ОАО	Седьмой Континент, Наш гипермаркет	Морозов Борис Владимирович, генеральный директор	FMCG	44,7	142
13	Связной СПБ, ОАО (юр. лицо в СПб), Связной МС, ЗАО (юр. лицо в Москве)	Связной	Ноготков Максим Юрьевич, президент	мобильные телефоны	43,7*	1918
14	Икея, ООО	IKEA	Боргстром Лейф, генеральный директор «ИКЕА Россия и СНГ»	мебель	32,0*	12
15	Техносила, ООО	Техносила	Еременко Юрий Борисович, генеральный директор	бытовая техника и электроника	31,8*	117
16	ГК Виктория, ОАО	Виктория, Кэш, Дешево, Квартал	Жуников Олег Викторович, генеральный директор	FMCG	30,4	208
17	ОБИ Франчайзинговый Центр, ООО	OBI	Стрикланд Иан, генеральный директор OBI – Россия	строительные материалы и товары для дома	30,0*	15
18	Спортмастер, ООО	Спортмастер	Страхов Леонид Борисович, генеральный директор	спорт	28,0*	150
19	Леруа Мерлен Восток, ООО	Leroy Merlin	Гоффруа Венсан, генеральный директор	строительные материалы и товары для дома	27,5*	14
20	SPAR (5 отдельных юридических лиц)	SPAR	Павлов Алексей, генеральный директор SPAR Russia B.V.	FMCG	24,8	208
21	Корпорация Гринн, ЗАО	Линия	Грешилов Николай Николаевич, генеральный директор	FMCG	23,7	20
22	Элемент-Трейд, ООО	Монетка, Монетка Супер	Заболотнов Роман Николаевич, генеральный директор	FMCG	21,5	226
23	Реал-Гипермаркет, ООО	Real	Баптиста Антонио, генеральный директор	FMCG	19,3	15
24	ГК Холидей	Холидей Классик, Сибириада, Кора, Палата, Турне	Захаров Алексей Владимирович, генеральный директор	FMCG	18,5	139
25	Детский Мир-Центр, ОАО	Детский мир	Чуйкин Алексей Анатольевич, генеральный директор	детские товары	18,5	128

* По оценкам агентства INFOline

Магазин у дома, 2009 г.	Супермаркет, 2009 г.	Гипермаркет, 2009 г.	Торговые площади, тыс. кв. м, 2009 г.	Прирост выручки, %	Прирост площадей, %	Региональная представленность (краткая)
1039	275	58	1063,0	25,1%	21,6%	Центральный ФО, Северо-Западный ФО, Южный ФО, Уральский ФО, Приволжский ФО, Украина
3204		24	1059,9	28,3%	28,7%	Южный ФО, Центральный ФО, Уральский ФО, Северо-Западный ФО, Приволжский ФО
		38	386,6	27,2%	13,7%	Центральный ФО, Южный ФО, Приволжский ФО, Сибирский ФО, Уральский ФО
		52	466,3	2,8%	8,3%	Южный ФО, Северо-Западный ФО, Сибирский ФО, Приволжский ФО, Центральный ФО, Уральский ФО
		400	470	-26,0%	-9,6%	47 регионов России
		177	467	3,6%	12,0%	Центральный ФО, Северо-Западный ФО, Южный ФО, Уральский ФО, Приволжский ФО, Сибирский ФО
	18	28	232,7	31,0%	21,4%	Южный ФО, Сибирский ФО, Северо-Западный ФО, Центральный ФО
574	13		274,8	10,1%	9,9%	Центральный ФО, Приволжский ФО
		36	247,4	9,4%	6,3%	Южный ФО, Сибирский ФО, Приволжский ФО, Северо-Западный ФО, Сибирский ФО
4236			167,5	-29,7%	-17,4%	Все субъекты РФ
514	8	15	206,0	12,2%	7,9%	Центральный ФО, Северо-Западный ФО, Уральский ФО
81	51	10	184,0	12,0%	7,0%	Центральный ФО, Северо-Западный ФО, Приволжский ФО, Уральский ФО, Республика Беларусь
1918			96,1	-30,6%	11,4%	Все субъекты РФ
		12	337	3,6%	9,8%	Северо-Западный ФО, Центральный ФО, Приволжский ФО, Сибирский ФО, Южный ФО, Уральский ФО
		117	316	-20,6%	0,6%	Сибирский ФО, Северо-Западный ФО, Южный ФО, Центральный ФО, Приволжский ФО, Дальневосточный ФО, Уральский ФО
191	16	1	104,6	-4,7%	-4,1%	Северо-Западный и Центральный ФО
		15	219,0	3,3%	18,4%	Южный ФО, Северо-Западный ФО, Центральный ФО, Приволжский ФО, Сибирский ФО, Уральский ФО
	140	10	135*	12,0%	15,4%*	Сибирский ФО, Центральный ФО, Южный ФО, Приволжский ФО, Уральский ФО, Северо-Западный ФО
		14	180	27,9%	80,0%	Южный ФО, Центральный ФО, Сибирский ФО, Северо-Западный ФО, Приволжский ФО
89	119		113,7	13,8%	13,2%	Центральный ФО, Приволжский ФО
	2	18	174,9	7,7%	7,4%	Центральный ФО
205	19	2	149,7	13,7%	17,6%	Центральный ФО, Приволжский ФО, Уральский ФО
		15	124,3	31,3%	26,1%	Южный ФО, Центральный ФО, Приволжский ФО, Северо-Западный ФО
81	51	7	114,4	-18,1%	2,1%	Сибирский ФО
1	115	12	214,7	-7,2%	-2,8%	Сибирский ФО, Центральный ФО, Южный ФО, Северо-Западный ФО, Приволжский ФО, Уральский ФО

Место	Компания	Название сети	СЕО	Тип сети	Выручка за 2009 г., млрд руб.	Общее количество магазинов, 2009 г.
26	Гиперглобус, ООО	Globus	Кристиан Хайнц, генеральный директор	FMCG	18,0*	5
27	Медиа-Маркт-Сатурн, ООО	Media Markt	Бернд Гуральчик, генеральный директор	бытовая техника и электроника	17,9	23
28	Мария-Ра ПКФ, ООО	Мария-Ра	Ракшин Александр Федорович, генеральный директор	FMCG	17,6	200
29	Алькор и Ко, ООО	Л'Этуаль, Sephora	Мурадов Кирилл Иосифович, генеральный директор	косметика	16,6*	610
30	Аптеки 36,6, ЗАО	Аптечная сеть 36,6	Солок Валерия, генеральный директор	аптеки	16,0	1019
31	Арома Люкс, ООО	Rive Gauche (Рив Гош)	Карабань Лариса Дмитриевна, генеральный директор	косметика	15,8*	115
32	Единая Европа-С.Б., ОАО	ILE DE BEAUTE	Николаев Андрей Станиславович, генеральный директор	косметика	14,0*	116
33	Супермаркет Кировский, ЗАО	Кировский	Ковпак Игорь Иванович, президент	FMCG	13,7	125
34	Билла, ООО	Billa	Пешев Димитар, генеральный директор	FMCG	13,5*	63
35	Система РегионМарт, ООО	Чибис, Поляна, Бонус, Спутник	Колесник Сергей Александрович, генеральный директор	FMCG	13,3	161
36	ТС-Ритейл, ОАО	МТС	Румянцев Сергей, генеральный директор	мобильные телефоны	13,0*	2010
37	Магазины электроники Мир, ООО	МИР	Кабанов Евгений Александрович, президент	бытовая техника и электроника	12,0*	48
38	Ригла, ООО	Ригла	Гусев Андрей, генеральный директор	аптеки	11,3	577
39	Городской супермаркет, ООО	Азбука вкуса	Садовин Владимир Альбертович, генеральный директор	FMCG	11,0	26
40	Новые торговые системы, ОАО	Столичный, Квартал, Сибалко	Насоленко Евгений Михайлович, генеральный директор	FMCG	10,5	143
41	ТД Интерторг, ООО	Семья, Идея	Рыбаков Олег Владимирович, генеральный директор управляющей компании	FMCG	10,5	104
42	Фирма Омега-97, ООО	Патэрсон	-	FMCG	10,4*	82
43	Максидом, ООО	Максидом	Голиков Сергей Валентинович, генеральный директор	строительные материалы и товары для дома	10,2*	8
44	Вестер, ФС	Вестер, Сосед	Болычев Олег Николаевич, председатель совета директоров	FMCG	10,0*	50
45	Фармакор, ЗАО	Фармакор (с учетом франчайзинга)	Милевич Илья Моисеевич, генеральный директор	аптеки	8,5*	406
46	Домо, ОАО	ДОМО	Сайфутдинов Антон Ринатович, генеральный директор	бытовая техника и электроника	8,4*	44
47	Новый Импульс-50, ООО	Утконос	Богданов Андрей Викторович, генеральный директор	FMCG	8,2*	164
48	Касторама Рус, ООО	Castorama	Писклов Олег Владимирович, генеральный директор	строительные материалы и товары для дома	8,1	12
49	Виват-трейд, ООО	Виват	Мальков Константин Игоревич, генеральный директор	FMCG	7,9*	59
50	Белый ветер Цифровой, ООО	Белый ветер-Цифровой	Тимченко Илья Владимирович, генеральный директор	бытовая техника и электроника	7,9	89

Магазин у дома, 2009 г.	Супермаркет, 2009 г.	Гипермаркет, 2009 г.	Торговые площади, тыс. кв. м, 2009 г.	Прирост выручки, %	Прирост площадей, %	Региональная представленность (краткая)
		5	60,0	47,5%	0,0%	Центральный ФО
		23	138*	31,5%	61,7%*	Центральный ФО, Южный ФО, Сибирский ФО, Приволжский ФО, Северо-Западный ФО, Уральский ФО
178	22		85,0	17,0%	13,1%	Сибирский ФО
610			91,5	16,3%	-0,7%	Сибирский ФО, Дальневосточный ФО, Северо-Западный ФО, Центральный ФО, Южный ФО, Приволжский ФО, Уральский ФО
1019			63,7	-23,2%	13,0%	Южный ФО, Центральный ФО, Северо-Западный ФО, Приволжский ФО, Сибирский ФО, Уральский ФО
115			34	30,0%	6,7%	Северо-Западный ФО, Южный ФО, Центральный ФО, Приволжский ФО, Сибирский ФО
116			33,5	70,7%	26,9%	Южный ФО, Центральный ФО, Сибирский ФО, Северо-Западный ФО, Приволжский ФО, Уральский ФО, Дальневосточный ФО
116	9		89,9	3,8%	16,3%	Свердловская область
	63		50,9	31,1%	13,2%	Центральный ФО
142	10	9	110,1	29,1%	16,6%	Сибирский ФО
2010			75*			Практически все субъекты РФ
	40		77	-38,5%	-33,8%	Южный ФО, Сибирский ФО, Приволжский ФО, Северо-Западный ФО, Центральный ФО, Уральский ФО
577			28,85	8,2%	-1,4%	Южный ФО, Центральный ФО, Приволжский ФО, Сибирский ФО, Северо-Западный ФО, Уральский ФО
	26		18,1	8,9%	1,7%	Москва, Московская область
131	12		51,7	-20,6%	-1,6%	Сибирский ФО
95	9		38,5	43,2%	50,3%	Центральный ФО, Северо-Западный ФО
	82		63,0	-25,6%	2,6%	Северо-Западный ФО, Южный ФО, Центральный ФО, Приволжский ФО, Уральский ФО, Азербайджан
		8	96,2	-10,8%	-7,9%	Нижегородская область, Санкт-Петербург
9	23	18	108,2	-40,6%	-9,9%	Центральный ФО, Северо-Западный ФО, Приволжский ФО, Южный ФО, Центральный ФО, Казахстан, Республика Беларусь
406			20*	14,8%	-3,1%*	Центральный ФО, Северо-Западный ФО, Приволжский ФО, Уральский ФО
	21	23	55,6	-31,1%	-21,4%	Сибирский ФО, Южный ФО, Приволжский ФО, Уральский ФО
164			9,7	35,0%	-3,5%	Калужская область, Москва, Московская область, Тульская область
		12	104	28,6%	71,3%	Центральный ФО, Южный ФО, Приволжский ФО, Северо-Западный ФО
	58	1	35,8	-6,2%	9,2%	Пермский край, Удмуртская Республика
	89		23	-0,8%	-34,1%	Северо-Западный ФО, Центральный ФО, Уральский ФО, Сибирский ФО, Приволжский ФО, Южный ФО

* По оценкам агентства INFOline