

Allretail Digest
February 2010

All Retail

allretail.com.ua - лаборатория ритейла
allretail.com.ua - лаборатория ритейла

All Retail



ALL RETAIL Дайджест, Февраль 2010

www.allretail.com.ua

Новости ритейла	Стр.	Аналитика ритейла	Стр.
Антимонопольный комитет и Госценинспекция начали проверки операторов рынка сахара	3	Иностранный опыт: сеть супермаркетов Intermarché	10
Сеть «Седьмой континент» отчиталась за 2009 год	3	Иностранный опыт: Сеть гипермаркетов Auchan	11
Тенденции развития private labels в Польше	3	Мнение: Нужен ли Украине Закон о торговле?	12
Инвестфонд "Бенефит" сконцентрировал 100% акций ЗАО "Фора Ритейл"	4	Компания "Торговый дизайн" - комплексное оснащение торговых объектов	14
Готовые решения для АНАЛИЗА продаж и виды отчетности в торговых сетях	4	Все игрушки учтены	15
Bestseller улучшает мерчайдаизинг	4	Food-ритейл Украины: Топ-30 по торговой площади	16
Сеть супермаркетов «ЕКО-маркет» подвела итоги 2009 года	4		
VolWest Group планирует привлечь 7 млн. дол. инвестиций	4		
Розничный товарооборот Латвии упал больше всего	5		
Львов в ожидании открытия King Cross Leopoldis и «Ашана»	5		
Три подразделения Fozzy Group завершили 2009 г. с убытком	5		
Компания «Айсберг» освоила новую модель холодильной витрины	5		
Открылись новые дискаунтеры "АТБ"	5		
Объемы продаж "Филип Моррис" в Украине снизились в 2009 году на 11,1%	6		
Сеть супермаркетов «Амстор» продана	6		
На Nemiroff нашелся первый покупатель	6		
Розничный товарооборот в Украине в январе сократился на 5,5%	6		
Блюда от Marks & Spencer	6		
Владельцы облигаций "Каравана" требуют возврата долга	7		
Netto укрепляет свои позиции в Скандинавии	7		
Хорошие показатели сети E.Leclerc	7		
Франция: Чистая прибыль Carrefour снизилась до 74%	7		
Крупные сети присматриваются к Словакии	7		
Практикум по управлению ассортиментом и решениям для анализа продаж торговых сетей	8		
Максимизация чистой прибыли за счет эффективного управления товарными запасами торговой сети	8		
Компания Parkridge намерена развиваться в Украине	8		
Carrefour урезает цены	9		
Россия: Воруют все!	9		
Результаты работы социальной программы «Хороший Сосед» от сети "Брусница"	9		

Портал www.allretail.com.ua – это многофункциональный ритейл-ресурс, охватывающий большое количество сервисов, которые позволяют удовлетворить потребности самой широкой аудитории в информации о рынке розничной торговли.

AllRetail
allretail.com.ua - лаборатория ритейла

Антимонопольный комитет и Госценнинспекция начали проверки операторов рынка сахара



01.02.2010 - Антимонопольный комитет и Госценнинспекция начали проверки операторов рынка сахара, чтобы определить причины его подорожания на 30%. По подсчетам чиновников, розничная цена сахара сейчас не должна превышать 8,5 грн/кг.

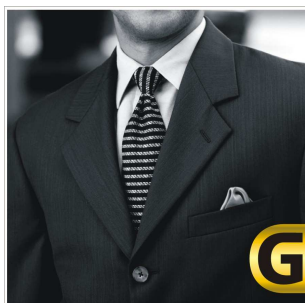
Впрочем, снизить стоимость с нынешних 11 грн/кг до этой отметки будет сложно, так как в стране дефицит сахара, говорят эксперты.

На резкий рост розничных цен на сахар отреагировали контролирующие госорганы, пишет "КоммерсантЪ". Антимонопольный комитет (АМКУ) в пятницу начал рассмотрение дела по факту подорожания сахара в среднем на 30%. "Значительное подорожание сахара может иметь признаки нарушения конкурентного законодательства со стороны участников рынка", – объяснил и. о. председателя АМКУ Александр Мельниченко. Комитет уже обратился в Минэкономики и Минагрополитики с просьбой предоставить факты злоупотребления участниками рынка монопольным положением.

Обоснованность роста цен проверит и Госценнинспекция. Несмотря на то что проверки проходят в плановом порядке, все факты безосновательного повышения цен на сахар будут выявлены до конца 2010 года, пообещала глава ведомства Наталья Немодрук. "Я обращаюсь к тем производителям, которые пока колеблются. Необоснованное повышение цен будет рано или поздно раскрыто, и штраф придется платить", – заявила она. По расчетам Госценнинспекции, стоимость сахара в рознице не должна превышать 8,5 грн/кг, тогда как сейчас она составляет 11 грн/кг.

Если госорганы выявят нарушения, торговцев обяжут отдать государству доходы, полученные от незаконного повышения цены, и заплатить штраф в их двукратном размере. Но, по данным Госценнинспекции, компании выигрывают 90% таких дел в судах первой инстанции и 50% – апелляционной инстанции. Уклоняются компании и от обязательного декларирования подорожания сахара более чем на 1% в месяц. Вместо регистрации изменения цены создается новая компания, которая декларирует изначально завышенную цену. "Сейчас мы вместе с Минэкономики готовим законодательные изменения, чтобы заставить предпринимателей обосновывать цены на социальные группы продуктов питания и при первичной регистрации", – сказала госпожа Немодрук.

Участники рынка считают проверки неэффективной мерой. "Правительство стало жертвой недостоверной информации о том, что в стране достаточно сахара. Украина произвела всего 1,3 млн т, и как минимум половина этого объема уже продана. Сейчас в стране дефицит сахара, что вызывает рост цен", – утверждает председатель наблюдательного совета "Сахарный союз "Укррос" Сергей Федоренко. "Завоз сырья в декабре был провален. По нашим данным, 80% квоты получила фирма, которая так и не завезла продукцию", – говорит владелец одного из сахарных заводов. Из квоты в 260 тыс. т сахара-сырца в 2009 году в Украину было ввезено всего 64 тыс. т. "Сбить цены на сахар можно лишь импортом, а квоты на ввоз сахара-сырца в текущем году еще не распределены", – отмечает директор консалтинговой компании AAA Сергей Наливка.



Профессиональные исследования рынка розничной торговли



www.gtpartners.com.ua

Сеть «Седьмой континент» отчиталась за 2009 год



02.02.2010 - «Седьмой Континент» опубликовал финансовые итоги работы в 2009 г. По данным компании, по сравнению с данными за 2008 г. выручка увеличилась на 12%, - сообщает Retailer.Ru.

По данным управленческой отчетности, за 2009 г. валовая торговая выручка компании составила 49 077 млн. руб. (\$1 556 млн.). Рост среднего чека в магазинах «Седьмой Континент» в 2009 г. к показателю 2008 составил 0,6%. Количество покупателей увеличилось на 11%. Рост выручки по сопоставимым магазинам (LFL) за 2009 г. в рублевом выражении составил 4,2%. Торговая площадь магазинов («Седьмой Континент», «Наш гипермаркет» и «Простор») выросла на 7% и составила 184,0 тыс. кв. м.

За декабрь 2009 г. торговая выручка увеличилась на 17% в рублевом выражении и составила 5 664 млн. руб. Рост региональных продаж за декабрь 2009 составил 13% в рублях.

С начала 2009 г. компания открыла пять новых магазинов, в том числе два гипермаркета. На 2010 г. в планах ритейлера запуск трех гипермаркетов в Вологде, Обнинске, Реутове, а также одиннадцати супермаркетов в Московском регионе.

«За счёт ввода новых площадей и дальнейшей работы над операционной эффективностью, компания намерена значительно увеличить денежные потоки и снизить долговую нагрузку. Согласно управленческой отчетности по состоянию на 31.12.2009 консолидированный долг компании составил 8,8 млрд. руб.», - сказано в сообщении ритейлера.

Тенденции развития private labels в Польше



02.02.2010 - В 2009 году продажа продовольственных товаров под собственными торговыми марками в Польше выросла на 19,4%, а бытовой химии - на 28%, информирует Nielsen. Рост продаж продуктов питания под СТМ был в три раза выше, чем в среднем по рынку.

Собственные торговые марки пользуются большой популярностью в Польше благодаря сравнительно низким ценам. Наибольший ассортимент СТМ предлагают дискаунтеры: здесь доля продуктов питания составляет 57,3%, а бытовой химии - 64,8%. В гипермаркетах доли private labels незначительно превышают 5%, в супермаркетах - 7,7%.

Наибольший рост продаж СТМ в Польше продемонстрировали товары в категориях "нектары", "напитки" и "соки".

Инвестфонд "Бенефит" сконцентрировал 100% акций ЗАО "Фора Ритейл"



02.02.2010 - ОАО "Закранный недиверсифицированный венчурный корпоративный инвестиционный фонд "Бенефит" сконцентрировало 100% акций (415 тыс. штук) ЗАО "Фора Ритейл". Об этом сообщается в официальном отчете предприятия. При этом пакеты акций ЗАО "Фоззи Ритейл" и физического лица сократились до 0 голосующих акций, - пишет "РБК-Украина".

Согласно решению внеочередного общего собрания акционеров ЗАО "Фора Ритейл" от 29 января 2010 г. освобожден от должности председатель наблюдательного совета - акционер ЗАО "Фоззи Ритейл" в лице представителя Владимира Костельмана, председателем наблюдательного совета назначен В.Костельман.

Готовые решения для АНАЛИЗА продаж и виды отчетности в торговых сетях



03.02.2010 - Как известно, глубокий анализ продаж продукции позволяет ритейлеру более глубоко понять наметившиеся тенденции спада или роста продаж. Эффективные результаты анализа позволяют принимать бизнес-решения для максимизации эффективности работы сотрудников на

местах, увеличения продаж, повышения эффективности маркетинговых действий и оптимизации остатков на складе.

5 февраля 2010 компания «АСТОР-Украина» провела практикум «Готовые решения для АНАЛИЗА продаж и виды отчетности в торговых сетях». У аудитории была возможность на примерах практических кейсов ознакомиться с различными вариантами ABC-XYZ анализа по ключевым показателям продаж, аналитиками импульсивных покупок, аналитиками продаж в разрезе торгового оборудования и др. посредством новейших технологий управления ключевыми бизнес-процессами и возможностями программного обеспечения АСТОР.

Компания "АСТОР-Украина" - один из ведущих системных интеграторов современных технологичных отраслевых ERP-решений (ТОР) для управления и учета в сфере розничной торговли, складских комплексах, ресторанном бизнесе и индустрии развлечений.

Bestseller улучшает мерчандайзинг



С 15 января 2010 г. компанией Bestseller запущена акция, целью которой является предоставление возможности протестировать качество выполняемых компанией услуг мерчандайзинга.

В рамках этой акции любая компания, обратившаяся до 15 февраля 2010 в офис

компании Bestseller получит возможность заказать услугу бесплатного мерчандайзинга в течении одной недели в любых трёх супермаркетах Украины.

Контакты – Рыбаков Константин, тел. +38 050 463 87 03,

www.bestseller.ua

Справка All Retail:

Компания Bestseller была основана в 2006 году, объединив в себе компетенции в области управления цепочками поставок и практический опыт в сфере управления продажами. Сегодня Bestseller предлагает полный комплекс услуг, связанных с импортом, дистрибуцией, мерчандайзингом и продвижением товаров массового спроса в Украине.

Сеть супермаркетов «ЕКО-маркет» подвела итоги 2009 года



04.02.2010 - По словам генерального директора сети «ЕКО-маркет» Виктора Повницы, ушедший год не был самым простым в истории сети. Тем не менее, показатели 2009 года позволяют делать достаточно оптимистические прогнозы на следующий год.

В 2009 году товароборот ООО «ЕКО», владеющего украинской сетью супермаркетов «ЕКО-маркет», составил 2,1 млрд. гривен, что на 23,5% превысило показатели 2008 года. Тогда этот показатель был зафиксирован на уровне 1,7 млрд. гривен

«В 2010 году одним из наиболее приоритетных направлений деятельности для нас станет развитие сети в тех регионах, где мы на сегодняшний день уже представлены, — отмечает Виктор Повница. - Как и ранее, наша сеть планирует придерживаться политики мультиформатности. Это позволит нам, сохраняя корпоративные стандарты, учитывать потребности наших покупателей в каждом городе и регионе». Всего, по словам Виктора Повницы, в планах сети открытие более 20 маркетов, но реализация планов будет зависеть напрямую от состояния рынка.

«2009 год во многом стал определяющим — нам довелось пересмотреть собственную политику, максимально оптимизировать работу всей компании для того, чтоб она сумела выстоять в сложной экономической ситуации и продолжать эффективно работать, — говорит Виктор Повница. - Надеемся, что принятые решения позитивно отразятся на работе каждого нашего супермаркета. И покупатели смогут оценить изменения к лучшему».

VolWest Group планирует привлечь 7 млн. долл. инвестиций



В инвестиционные планы компании VolWest Group входит привлечение не менее 7 млн. долл. для развития торговой сети «Наш Край». Это дало бы возможность компании увеличить свое присутствие на рынке Западного региона Украины до 10%.

На сегодня ведутся переговоры с несколькими иностранными инвестиционными фондами и финансовыми компаниями, которые интересуются рынком Украины. VolWest Group рассматривает несколько вариантов сотрудничества. Один из них – это привлечение стратегического инвестора с опытом в ритейле, в частности на рынках стран Восточной Европы (Польша, Словакия, Прибалтика и др.), которые уже прошли тот путь развития отрасли, который проходит в настоящий момент Украина.

Игорь Ференц, генеральный директор инвестиционной группы «VolWest Group»: «Общий инвестиционный потенциал ритейла в Западном регионе Украины может составлять до 7 млрд. грн. (1 млрд. долл.). Это связано, в первую очередь, с недостаточным развитием организованного ритейла в Украине. Поэтому, невзирая на экономический кризис, он просто обречен на развитие в ближайшее время. Именно сегодня, при условии наличия дополнительных средств, появляются благоприятные условия для развития в связи со снижением цен на недвижимость и высвобождением многих интересных объектов. 7 млн. долл. – это тот минимум, который на сегодня необходим нашей сети для возобновления темпов развития и реализации амбициозных планов».

Александр Тимофеев, управляющий партнер компании GT Partners Ukraine: «Сегодня каждая вторая розничная компания декларирует поиск стратегических и портфельных партнеров. Однако этот процесс у многих затягивается на долгое время. В случае с сетью «Наш Край» стоит отметить, что данная компания развивается в формате «магазин у дома», который является одним из наименее уязвимых в нынешних кризисных условиях. Поэтому у них есть большая вероятность привлечь инвестиции».

Розничный товароборот Латвии упал больше всего



05.02.2010 - Латвия в 2009 году стала государством, в котором объемы розничной торговли в 2009 году снизились больше всего среди государств-членов Европейского Союза. Вместе с тем, в других балтийских странах, таких как Литва и Эстония розничные продажи также очень

сильно упали. Об этом свидетельствуют данные европейского статистического ведомства (Eurostat).

По информации Biz.Liga.Net, среди государств-членов ЕС такие страны, как Польша (+4,6%), Швеция (+3,1%) и Австрия (+2,7%) больше всего увеличили объемы розничных продаж в 2009 году против 2008 года. Самые значительные спады продаж были зафиксированы в Латвии (-30,2%), Литве (-27,2%) и Эстонии (-16,4%).

В декабре 2009 года объемы продаж в розничной торговле в еврозоне остались стабильными, а в ЕС-27 – упали на 0,1% по сравнению с ноябрем 2009 года. В ноябре 2009 г. индекс продаж в розничной торговле в еврозоне и в ЕС-27 упал на 0,5%.

По сравнению с декабрем 2008 года объемы розничной торговли в декабре 2009 г. в еврозоне упали на 1,6%, в ЕС-27 – на 1,0%.

В целом, за 2009 год средний индекс продаж в розничной торговле снизился на 2,3% в еврозоне и в ЕС-27 – на 1,0% по сравнению с показателями 2008 года.

К странам еврозоны (ЕЗ)-16 относятся: Бельгия, Германия, Ирландия, Греция, Испания, Франция, Италия, Кипр, Люксембург, Мальта, Нидерланды, Австрия, Португалия, Словения, Словакия и Финляндия.

К странам ЕС-27 относятся: Бельгия, Болгария, Чешская Республика, Дания, Германия, Эстония, Ирландия, Греция, Испания, Франция, Италия, Кипр, Латвия, Литва, Люксембург, Венгрия, Мальта, Нидерланды, Австрия, Польша, Португалия, Румыния, Словения, Словакия, Финляндия, Швеция и Великобритания.

Львов в ожидании открытия King Cross Leopolis и «Ашана»



05.02.2010 - 3 марта 2010 во Львове планируют открыть торгово-развлекательный центр King Cross Leopolis.

Несмотря на определенное сходство в названии, речь идет не о том ТРЦ «Леополис», который строит экс-владелец компании «Интермаркет» Роман Шлапак. В данном случае

проект реализовывают львовская компания «Комфорт-Инвест» и итальянская King Cross Group. Сумма инвестиций составляет 103 млн. евро, срок окупаемости - 15-20 лет.

ТРЦ расположен на пересечении ул. Стрыйской и Кольцевой автодороги. Он будет состоять, условно говоря, из трех частей: торговой галереи, гипермаркета и развлекательной зоны. В последнюю входят кинотеатр на семь залов, каток площадью 800 кв. м, детский развлекательный центр, фитнес-зал, боулинг. В торговом центре будут работать банки, химчистки, мастерские по пошиву одежды, наземный и подземный паркинги на 1800 мест.

Якорными объектами King Cross Leopolis будут гипермаркет «Ашан», строительный гипермаркет Praktiker и супермаркет бытовой техники FoxMart. Общая площадь ТРЦ составит 105 тыс. кв. м.

Три подразделения Fozzy Group завершили 2009 г. с убытком



10.02.2010 - ЗАО "Сильпо Ритейл", структурное подразделение группы компаний Fozzy Group (Киев), в 2009 году получило 46,745 млн грн чистого убытка, тогда как в 2008 году его чистая прибыль составляла 780 тыс. грн, - сообщает "Интерфакс-Украина".

Текущие обязательства компании в минувшем году сократились на 51,6% и составили 24,82 млн грн, тогда как долгосрочные обязательства возросли на 26,3% - до 457,096 млн грн.

Сегодня также опубликованы отчеты еще двух структурных подразделений Fozzy Group - ЗАО "Фоззи-В" (Киев) и ЗАО "Фоззи Юг" (Одесса). Согласно указанным объявлениям, чистый убыток "Фоззи-В" в 2009 году сократился на 58,1% по сравнению с 2008 годом - до 44,398 млн грн, текущие обязательства - на 99,8%, до 311 тыс. грн, долгосрочные обязательства - на 88,4%, до 8,193 млн грн. Чистый убыток "Фоззи Юг" в 2009 году уменьшился на 17% и составил 88,463 млн грн, тогда как текущие обязательства возросли на 63,6% - до 246,824 млн грн, долгосрочные обязательства - на 5,6%, до 271,99 млн грн.

Компания «Айсберг» освоила новую модель холодильной витрины



11.02.2010 - Компания ООО «Айсберг» ЛТД освоила новую модель холодильной витрины для магазинов самообслуживания «Медуза МЕГА». Отличие от основной модели холодильной системы заключается в размещении испарителя. Испаритель установлен вертикально, что улучшает

эксплуатацию витрины: удобство уборки и дезинфекции днища, снижает коррозию испарителя, возможность затопливания вентиляторов и других электрических деталей в случае забивки канализации. Перенос испарителя позволяет увеличить торговую площадь за счет понижения уровня нижнего поддона. Аэродинамика витрины обеспечивает равномерную температуру на полках и хорошие энергетические показатели. Данная витрина может использоваться как в пристенном, так и в островном варианте; имеет несколько вариантов исполнения по ширине, глубине полок и высоте.

Австрийская сеть супермаркетов Villa для нового магазина в Херсоне выбрала именно эту модель в положении МАХІ (высота 2240 мм, ширина полок 500 мм).

Для мясного отдела в линию была встроена пристенная витрина высотой 1280 мм по окну мясного цеха. Для витрин мяса и пресервов установлен энергосберегающий стеклянный отбойник. Днище витрины, выполненное из оцинкованной стали, дополнительно покрыто антикоррозийным порошковым напылением.

Открылись новые дискаунтеры "АТБ"



11.02.2010 - Лидер рейтинга 2009 года по количеству магазинов – сеть дискаунтеров «АТБ» с начала нынешнего года уже открыла 5 новых торговых точек.

Главной особенностью экспансии «АТБ» в новом году стал выход в новый регион – Житомирскую область. Так, 28 января 2010 годы на месте бывших магазинов «Буми-маркет» открылись «АТБ» в Житомире: по адресам ул. Королева, 44 и ул. Бородия, 64. 5 января также был открыт дискаунтер «АТБ» в г. Красный Лиман Донецкой области – по ул. Кирова, 19-В (бывший «Фуршет»). В феврале были открыты новые магазины «АТБ» в Полтавской и Донецкой области: 2 февраля – в Кременчуге, по ул. 60 лет Октября, 81 и 11 февраля – в Мариуполе по ул. Бахчиванжи, 17.

Объемы продаж "Филип Моррис" в Украине снизились в 2009 году на 11,1%



15.02.2010 - В Украине в прошлом году объемы отгрузок "Филип Моррис" снизились на 11,1% вследствие ухудшения экономической конъюнктуры и значительного повышения цен, произошедшего вследствие налоговых изменений, - сообщает "Дело"

В четвертом квартале снижение объемов отгрузок сократилось до 4,1%. Доля рынка компании выросла на 0,7 п.п. до 35,9%. Рост доли рынка в Украине происходил в основном за счет премиального Parliament, среднеценового Chesterfield, что было частично нивелировано сокращением доли Marlboro.

Как сообщалось, в 2009 году разводненная прибыль на одну акцию "Филип Моррис Интернэшнл Инк." составила \$3,24 против \$3,31 в 2008 году. Без учета воздействия изменения валютных курсов разводненная прибыль на акцию в 2009 г. выросла на 13,9%.

Сеть супермаркетов «Амстор» продана



15.02.2010 - Совладельцы комбината «Запорожсталь» Алекс Шнайдер и Эдуард Шифрин продали сеть супермаркетов «Амстор» (Запорожье).

Отныне магазинами владеет российский бизнесмен, собственник компании «Смарт-холдинг» Вадим Новинский.

Известно, что дружественные Новинскому структуры уже сконцентрировали почти 60%-ную долю в уставном капитале ООО «Амстор» — материнской компании группы. Ее новыми соучредителями стали три кипрские фирмы, зарегистрированные по одному и тому же адресу: Klinsa Consulting, Krioril Consulting и Pegoline Holding (последняя структура является акционером подконтрольного «Смарт-холдингу» Евпаторийского завода строительных материалов). Компанию им составило криворожское ООО «Финтехнологии», традиционно занимающееся операциями с ценными бумагами в интересах «Смарт-холдинга», сообщает Деловая столица.

Справка All Retail:

В сеть «Амстор» входят 24 гипермаркета в Донецкой, Запорожской, Полтавской, Николаевской и Луганской областях.

В прошлом году «Амстор», годовой оборот которого в 2008 г. составил 2,8 млрд. грн., считался потенциальным банкротом (на конец 2009 г. долги компании превысили 2 млрд. грн.).

На Nemiroff нашелся первый покупатель

Nemiroff

16.02.2010 - Производитель и дистрибьютор алкогольных напитков Central European Distribution Corporation (CEDC) может стать новым владельцем украинской водочной компании Nemiroff, - пишет "Дело".

О намерении принять участие в переговорах о приобретении украинского производителя водки заявил президент CEDC Уильяма Кэри. CEDC претендует на контрольный пакет украинского производителя. «Нашим интересом соответствовало бы приобретение 70–80 процентов акций Nemiroff. У нас есть несколько сотен миллионов долларов свободной наличности, можно также использовать банковские кредиты», — сказал Уильям Кэри.

Несмотря на то, что в Nemiroff отрицают намерение продать пакет акций компании, участники рынка неофициально заявляют о проводящейся предпродажной подготовке украинского водочного гиганта.

Компания Nemiroff основана в 1992 году. Основные торговые марки — «Nemiroff Оригинальный», «Украинская медовая с перцем», «Украинская березовая особая», «Житная с медом», Nemiroff Premium и Nemiroff Lex.

CEDC является крупнейшим производителем водки в мире, с годовым объемом продаж свыше 280 миллионов литров. Компания является лидером дистрибуции водки в Польше, России и Венгрии.

Розничный товароборот в Украине в январе сократился на 5,5%



"Коммерсантъ".

16.02.2010 - 15 февраля Государственный комитет статистики сообщил, что розничный товароборот предприятий розничной торговли и ресторанного хозяйства Украины в январе 2010 года сократился в сопоставимых ценах на 5,5% по сравнению с январем 2009 года, - пишет

По данным Госкомстата, розничный товароборот за прошедший месяц составил 17,46 млрд грн по сравнению с 22,622 млрд грн в декабре минувшего года и 19,494 млрд грн - в ноябре.

Госкомстат напоминает, что в январе 2009 года розничный товароборот составил 16,35 млрд грн и снизился в сопоставимых ценах с январем-2008 на 7,8%.

По данным комитета, в январе 2010 года сильнее всего упал розничный товароборот в Николаевской области - на 9,9%, Ривненской - на 9,8%, Винницкой и Сумской - на 9,7%, Одесской - 9,6%, Киеве и Киевской области - соответственно на 9,4% и 9,3%.

Наименьшее падение зафиксировано в Черновицкой области - на 0,2%, Закарпатской - на 0,9%, Черниговской - на 0,7%, Севастополе - на 1% и Полтавской области - на 1,2%.

Лидерами по абсолютным показателям объема розничного товарооборота в январе 2010 года были Киев (3,32 млрд грн), Днепропетровская (1,67 млрд грн), Донецкая (1,67 млрд грн), Харьковская (1,27 млрд грн), Одесская (1,05 млрд грн) и Львовская (0,96 млрд грн) области.

Блюда от Marks & Spencer



16.02.2010 - Британская торговая сеть Marks & Spencer внедрила в продажу в своих деликатесных магазинах готовые блюда. Они продаются под собственной торговой маркой Simply Fuller Longer. В таком меню находится 34 наименований продуктов, в частности, первые блюда, салаты, сэндвичи. Все они характеризуются

большим содержанием протеина, а также небольшим количеством углеводов из фасоли и овощей.

Справка All Retail:

Marks & Spencer является всемирно известной компанией, продающей одежду, нижнее белье, комплектующие и деликатесные продукты питания. В компании работает 75 000 человек, Marks & Spencer располагает ок. 600 магазинами в Великобритании и 280 магазинами в других 39 странах.

Владельцы облигаций "Каравана" требуют возврата долга



17.02.2010 - Держатели облигаций ООО "Караван", управлявшего шестью одноименными гипермаркетами, предприняли очередную попытку взыскать долг с его владельцев, - пишет "Коммерсантъ". Украинская ассоциация инвестиционного бизнеса обратилась в ГКЦБФР с просьбой установить связь между акционерами

"Каравана" и Karavan Real Estate, занимающейся строительством торгово-развлекательных центров. Если связь будет доказана, кредиторы могут потребовать погашения долга за счет родственной структуры.

Украинская ассоциация инвестиционного бизнеса (УАИБ) в минувшую пятницу обратилась в Госкомиссию по ценным бумагам и фондовому рынку (ГКЦБФР) с просьбой установить связь между собственниками Karavan Real Estate, занимающейся строительством торгово-развлекательных центров (ТРЦ) "Караван", и владельцами ООО "Караван". Обе компании входят в одноименную группу.

В УАИБ утверждают, что с марта 2009 года ООО "Караван", управлявшее шестью гипермаркетами, нарушало обязательства по выплате процентного дохода и выкупу облигаций. Всего было выпущено три серии бумаг на общую сумму 190 млн грн. Компания предложила погасить лишь 50% этой стоимости, но держатели облигаций ответили отказом. После этого без уведомления кредиторов активы были переведены с ООО "Караван" на новое юрлицо – ООО "Адвентис". ООО "Караван" было перерегистрировано из Киева в Николаев, а в конце прошлого года Хозсуд Николаевской области признал его банкротом.

Справка All Retail:

Первый гипермаркет группы "Караван" был открыт в 2003 году в Киеве. Сейчас сеть объединяет шесть ТРЦ в Харькове, Черновцах, Днепропетровске, Киеве и Житомире. В 2008 году убыток компании составил 16,857 млн грн против чистой прибыли 10,56 млн грн в 2007 году. Согласно презентации для потенциальных инвесторов за ноябрь 2007 года, по 40% "Каравана" принадлежит Андрею Гордиенко и Сергею Хрипкову, 20% были проданы за \$155 млн структурам Citigroup.

Сейчас, как утверждают в УАИБ, Karavan Real Estate планирует возобновить строительство ТРЦ в Днепропетровске (общая площадь – 122,33 тыс. кв. м) и Кривом Роге (88,133 тыс. кв. м). "Эмитент под предлогом финансовых проблем пытается не выплачивать долги. Таким образом он портит кредитную историю и в будущем на публичном рынке заимствования с ним не будут работать", – считает член совета УАИБ Юрий Билецкий. По его словам, держатели облигаций рассчитывают, доказав связь между двумя компаниями, смогут истребовать долг с ООО "Караван" из средств Karavan Real Estate.

Получить комментарии в ГК "Караван" не удалось – гендиректор Karavan Real Estate Денис Случинский на звонки не отвечал. Между тем полномочия Госкомиссии по данному вопросу ограничены. "ГКЦБФР не может подать заявление в прокуратуру, так как не является заемщиком", – говорит господин Билецкий. Вчера ГКЦБФР сообщила, что ее департамент по вопросам контрольно-правовой работы по факту нарушения на рынке ценных бумаг принял решение о применении санкций к "Каравану" в виде предупреждения. ООО "Караван" должно до 11 марта оплатить процентный доход по облигациям серии С с третьего по пятый купонный период. Впрочем, какими будут санкции, если это требование не будет выполнено, в ГКЦБФР не уточнили.

Netto укрепляет свои позиции в Скандинавии



18.02.2010 - Руководство датской сети дискаунтеров Netto заявило о планах открытия 22 новых магазинов в Швеции в течении текущего года.

На сегодняшний день дискаунтеры сети Netto действуют в пяти странах - Дании, Германии, Польше,

Великобритании и Швеции. Торговая площадь стандартного магазина Netto составляет около 660 кв.м.

Хорошие показатели сети E.Leclerc



18.02.2010 - В 2009 году товарооборот магазинов E.Leclerc в Франции возрос на 5,6% - до 27,2 млрд евро.

По мнению руководства французского ритейлера, положительные финансовые показатели стали

результатом программы "урезания цен", которую сеть E.Leclerc активно внедряла в своих магазинах в течении 2009 года.

Франция: Чистая прибыль Carrefour снизилась до 74%



19.02.2010 - Группа французских супермаркетов Carrefour заявила в пятницу, что ее чистая прибыль за год упала до 74,2%, что составило 327 млн евро, а объем продаж снизился на 1,0% до 87,4 млрд евро.

Компания заявила, что за прошлый год ее издержки от всего товарооборота

составили 1,1 млрд евро, в том числе 766 млн евро в Италии. Передает Market Watch.

Компания также заявила, что в 2010 году ситуация на рынке останется такой же сложной.

Крупные сети присматриваются к Словакии



23.02.2010 - После затишья в 2009 году, крупные розничные сети возобновляют свой интерес к рынку ритейла Словакии.

В частности, уже в текущем году в стране должны открыться около 70 новых магазинов. Главными претендентами на экспансию в Словакии являются сети COOP Jednota (планирует открыть 40 торговых точек в 2010 году), Tesco (15 магазинов), Billa (6 магазинов) и Kaufland (12 магазинов).



Практикум по управлению ассортиментом и решениям для анализа продаж торговых сетей



19.02.2010 - 19 февраля 2010 компания «АСТОР-Украина» провела практикум по управлению ключевыми бизнес-процессами в торговых сетях и магазинах.

Участниками данного мероприятия стали ТОП-менеджеры, управленцы

динамичных розничных сетей Украины, таких как: «Папирус», «Добрый купец», «Х5 Ритейл Групп Украина», «Мастер», TUSO, MTI, «Наталка», «Украфлора», «Чумацкий шлях».

Резюмируя мероприятие, можно выделить ключевые тематики, наиболее интересные участникам, вызывавшие оживленные обсуждения.

Конструирование ассортиментной политики сети должно начинаться с выделения отдельных ассортиментных матриц для различных групп магазинов. В качестве признака разбиения на группы может выступать площадь торговых объектов, их расположение, формат торговли, вид представленного товара и др. Когда ассортиментная политика сформирована главным категорийным менеджером компании, - дело за ежедневными операциями по пополнению и исключению позиций из ассортимента.

Многие менеджеры уже научились использовать ABC-анализ, но мало кто из них осознает, что одного ABC-анализа недостаточно. Для понимания структуры потребительского спроса необходимо проведение анализа по целой группе показателей. Например, при маркетинговой политике выталкивания менеджеру просто необходимо располагать результатами ABC-анализа по обороту и по прибыли, а также XYZ-анализа по коэффициенту вариации спроса, иначе картина будет слишком искаженной.

Менее формализованным, но не менее важным, является анализ ценовых рядов. При изменениях ассортимента необходимо видеть степень заполненности ценовых сегментов ассортиментной матрицы магазина товарами - нет ли излишнего затоваривания или пустот в каких-либо сегментах. И не стоит забывать о контроле. Дабы линейный менеджер не начал получать подарки от поставщиков за введение в ассортимент их товаров, коммерческий директор должен отслеживать изменения ассортимента. А для этого ему необходим инструмент утверждения действий линейных менеджеров.

Следующий практикум 5 марта 2010 компания «АСТОР-Украина» посвятит тематике управления ЗАПАСАМИ в торговых сетях. Ведь свои запасы сети планируют, в основном, исходя из продаж за предыдущие несколько дней. Но он дает хорошие результаты только при краткосрочном анализе и неприменим для долгосрочных прогнозов. К тому же, не учитывает сезонные и иные всплески товарного спроса.

Максимизация чистой прибыли за счет эффективного управления товарными запасами торговой сети



24.02.2010 - Компания «АСТОР-Украина» приглашает посетить Практикум, посвященный максимизации чистой прибыли за счет эффективного управления товарными запасами торговой сети, который состоится 5 марта 2010!

Большинство сетей стараются

сконцентрировать в центре процессы управления запасами. А свои запасы сети планируют, в основном, исходя из продаж за предыдущие несколько дней. Но он дает хорошие результаты только при краткосрочном анализе и неприменим для долгосрочных прогнозов. К тому же не учитывает сезонные и иные всплески товарного спроса.

Эффективное управление запасами позволяет организации удовлетворять или превышать ожидания потребителей, создавая такие запасы каждого товара, которые максимизируют чистую прибыль.

Место проведения: г. Киев, ул. Петропавловская, 47, Конференц-зал

Время проведения: 10:00-12:30

Компания Parkridge намерена развиваться в Украине



23.02.2010 - Как сообщил управляющий директор Parkridge Retail Ukraine Дмитрий Сенниченко, компания Parkridge Retail Ukraine, принадлежащая британской Parkridge Holdings, изучает возможность покупки земли под строительство

торгово-развлекательных центров (ТРЦ), - пишут "Экономические известия". «На фоне общего падения рынка, а в особенности корректировки чрезвычайно завышенных цен 2007-2008 гг. на землю мы начали изучать возможности приобретения площадок в столице и Одессе»,— сказал он. При этом, еще в конце 2008 г., Parkridge Retail Ukraine не планировала строительство ТРЦ в Киеве, объясняя это решение необоснованно завышенной стоимостью земли.

Ранее Parkridge Retail Ukraine планировала построить в Украине пять ТРЦ под брендом Focus до 2013 г. Для реализации этих целей акционеры Parkridge Holdings создали фонд в объеме EUR300 млн. Parkridge Retail Ukraine намерена строить свои объекты с нуля и заинтересована в покупке участков общей площадью от 3 до 5 га.

Эксперты и аналитики считают, что сейчас наиболее удачный момент для выхода на украинский рынок ввиду того, что стоимость земли и готовых помещений упала в разы. По данным Украинской торговой гильдии, в декабре средняя арендная ставка на свободные площади в ТРЦ столицы составляла 57,14 \$/кв. м в месяц, тогда как год назад — 117 \$/кв. м.

Как отмечает генеральный директор GT Partners Ukraine Игорь Гугля, кроме снижения арендных ставок, можно отметить еще два благоприятных фактора — это ненасыщенность украинского розничного рынка и недостаточное развитие сегмента магазинов большого формата в нашей стране. Так, в Украине на 1 млн. жителей приходится около 1,5 гипермаркета, тогда как в Польше этот показатель составляет 7, в Германии — 22.

С ним согласен и ритейл-аналитик Сергей Костромцов. По его мнению, еще одним фактором можно назвать меньшую конкурентоспособность национального бизнеса.

Одновременно за последние несколько месяцев украинский рынок ритейла заметно оживился. Так, первые магазины в Украине открыли компания Real (розничное подразделение Metro Group) и литовская продуктовая сеть «Новус».

В конце октября в Киеве состоялось официальное открытие первой очереди ТРЦ Dream Town общей площадью первого блока 80 тыс. кв. м. Открытие второй очереди, площадь которой составит 82 тыс. кв. м, запланировано на второй квартал 2011 г. Общая площадь Dream Town составит 162 тыс. кв. м, в том числе арендная площадь — 95 тыс. кв. м.

По словам Игоря Гугля, британцы станут конкурентом не только для «Каравана» и Dream Town, но и для АШАНа, «Большевика» («Мегамаркета») и «Материка» («Рейнфорд»). «Две главных составляющих успеха при этом — эффективная локация торгового объекта и его правильное позиционирование»,— считает эксперт.

Однако, как отмечают аналитики, пока рано говорить о том, что рынок ритейла ожил. «Скорее, ряд новых игроков готов брать на себя риск и работать на перспективу, учитывая, что процесс покупки участка земли и строительства ТРЦ может занять три-четыре года»,— отмечает аналитик инвестиционной компании Concorde Capital Андрей Гостик.

Результаты работы социальной программы «Хороший Сосед» от сети «Брусница»



23.02.2010 - В начале 2009 года торговая сеть «Брусница» запустила программу «Хороший сосед», основная цель которой – совместно с жителями районов благоустроить территории. Суть программы – каждый месяц 1% от товарооборота каждого магазина направляется на решение конкретной

проблемы микрорайона: благоустройство дворовых территорий (к примеру, ремонт дорог, освещение дворов, ремонт газонов и т.д.), установка новых детских и спортивных площадок, возможно - помощь школам и детским садам.

Результаты работы программы "Хороший сосед" за 2009 г.:

Алчевск: установка детской площадки, освещение двора, установка лавочек и ограждения вокруг газонов;

Горловка: установка детской площадки и организация футбольного поля;

Шахтерск: установка детской площадки;

Константиновка: было установлено ограждение вокруг детского сада; в детском саду-интернате была заменена система отопления здания, ремонт фасада и подъезда дома;

Торез: установка детской площадки;

Донецк: установка детской площадки;

Красный Луч: замена электрошита для жителей дома, организация места для сбора мусора, помощь местной церкви в установке купола;

Енакиеве: установка ограждения вокруг детского сада.

Руководство компании «Брусница» предлагает жителям районов, где расположены супермаркеты выбрать Общественный комитет жильцов, а также составить список первоочередных проблем, и обсудить, каким образом «Брусница» может оказать помощь в их решении. Также в магазинах «Брусница» установлены специальные ящики, в которые каждый житель микрорайона сможет опустить свои предложения по благоустройству, которые будут рассмотрены комитетом.

Успешность программы будет зависеть во многом от активности и жителей, поэтому в комитеты должны войти люди дела, которые смогут по-хозяйски распоряжаться выделенными средствами.

Действия общественных комитетов будет регламентировать Положение об их работе и будет доступно каждому жителю района. Комитеты будут определять, на что направить средства, какой подрядчик будет выполнять работы и т.п, а по итогам работы будут предоставлять жителям района отчет о результатах. Вся информация о ходе работ и их результатах будет размещаться на информационной доске в магазине «Брусница».

Carrefour урезает цены



24.02.2010 - Французский ритейлер Carrefour планирует инвестировать около 1 млрд евро в акционные предложения, целью которых является значительное понижение цен на продукцию в магазинах сети.

Благодаря этому Carrefour намеревается укрепить свои позиции на рынках присутствия, и, естественно, увеличить товарооборот. Сегодня около 40% всех продаж сети Carrefour приходится на родной французский рынок. В то же время ритейлер осторожно инвестирует в рынки других стран. Тем не менее, несмотря на слухи в масс-медиа, глава Carrefour Ларс Олофссон заявил, что сеть не планирует уходить из рынков Китая и Бразилии.

Россия: Воруют все!



25.02.2010 - Глава X5 Retail Group Лев Хасис поведал, что одной из проблем торговли является воровство, причем в этом неблагоприятном занятии уличены как продавцы с покупателями, так и менеджеры с поставщиками.

Судя по всему, в торговле не ворует только ленивый. Оказывается, если посмотреть на мир глазами директора сети супермаркетов, то одной из ключевых проблем станет даже не новый закон о торговле, запрещающий брать бонусы с поставщиков, а элементарное... воровство. Причем выясняется, что воруют или пытаются что-то украсть практически все: продавцы, менеджеры, поставщики и, разумеется, покупатели.

Как сообщил главный исполнительный директор крупнейшей российской розничной компании X5 Retail Group Лев Хасис, службы безопасности магазинов группы задерживают около 20 тыс покупателей в месяц. "Ежемесячно наша служба безопасности задерживает около 20 тыс. покупателей, которые пытаются что-то украсть. При этом тех, кто не попадает, примерно вдвое больше", - сказал Л.Хасис в интервью газете "Ведомости".

Причем, по его словам, зачастую складываются анекдотические ситуации. "Перед Новым годом женщина на кассе потеряла сознание. Когда ей начали оказывать помощь, оказалось, что она спрятала под одежду замороженного осетра, от чего и переохладилась", - рассказал глава торговой сети.

Мало того, от покупателей пытаются не отстать и продавцы. "В среднем в месяц задерживаем около 600 человек, но это в основном сотрудники магазинов. С учетом текучки - около 3% персонала", - поделился статистикой Л.Хасис. Здесь, по его словам, иногда тоже доходит до курьезов. "Недавно продавщица была задержана при попытке вынести из магазина в нижнем белье шесть пачек сливочного масла и 18 куриных окорочков", - рассказал директор X5 Retail Group.

Но, оказывается, от простых тружеников прилавка не отстают и менеджеры. Только ставки здесь гораздо крупнее, поскольку управленцы работают с поставщиками, готовыми предложить, мягко говоря, вознаграждение за доступ товаров на полки популярных торговых сетей. "Если говорить о менеджерах, получавших вознаграждение от наших контрагентов, - (попадает) человек десять за год", - говорит Л.Хасис.

Что касается поставщиков, то в 2009 году, по словам Л.Хасиса, поставщики попадались на попытках подкупа около 20 раз, и это при том, что каждого поставщика проверяет служба безопасности группы. "Кстати, по нашей статистике, в 80% случаев менеджеры поставщиков вымогают у своих хозяев деньги якобы на подкуп наших сотрудников, а потом эти деньги присваивают", - утверждает глава X5 Retail Group.

По его словам, руководство группы борется с таким явлением, как подкуп менеджеров, как кнутом в виде увольнений и возбуждения уголовных дел, так и пряником в виде материальных поощрений за честность. "Мы с этим беспощадно боремся. Если есть доказательства - возбуждаем уголовные дела. Иногда юридически факт подкупа доказать невозможно, поэтому мы просто увольняем менеджеров, если есть основания считать, что человек получал комиссионные", - рассказал Л.Хасис.

С другой стороны, по его словам, с 2009 года в магазинах группы проводится эксперимент: в договорах с поставщиками стали прописывать, что за любую попытку подкупа сотрудника поставщик будет оштрафован на сумму около 3 млн руб. При этом, если наш сотрудник предварительно заявляет, что кто-то из поставщиков пытается его коррумпировать, он получает 10% от этой суммы. В 2010 году в X5 Retail Group пошли еще дальше. "Теперь мы будем не только штрафовать поставщиков, но и премировать их, если они предоставят нам и правоохранительным органам факты вымогательства денег нашими сотрудниками. Размер премии будет таким же, как и размер штрафа", - сообщил Л.Хасис. "Я готов платить эти деньги за то, чтобы воров внутри компании не было", - добавил он.

Иностраный опыт: сеть супермаркетов Intermarché



INTERMARCHÉ

Les Mousquetaires

Intermarché – это европейская сеть продуктово-промышленных супермаркетов, находящаяся под управлением группы компании «Мушкетеры» (Les Mousquetaires). Сеть организована по принципу закупочного кооператива под единой вывеской, при этом сам бренд Intermarché принадлежит частной компании ITM Entreprises (ей также принадлежит крупный пакет компании Intercontessa, владеющей 77% розничного оператора Spar).

Кроме магазинов Intermarché, «Мушкетеры» развивают также ряд других розничных направлений, в частности сеть магазинов формата DIY («сделай сам») Bricomarché.

Сегодня магазины сети Intermarché располагаются в 8 странах: в Франции, Польше (145 магазинов), Бельгии, Испании, Португалии и в Балканских странах.

Оборот всех розничных сетей «Мушкетеров» в 2008 году составил 34,8 млрд. евро, сегодня на компанию работают около 130 00 человек.

Рекламный девиз сети Intermarché гласит: «Intermarché – ты любишь покупки», а также «Intermarché – дешево и свежо».

История «Мушкетеров»

1969 - Жан-Пьер Ле Рош объединил вокруг себя 75 независимых торговцев в общество под названием EX, которое впоследствии было переименовано в Intermarché. Так возникла группа Les Mousquetaires.

1979 - «Мушкетеры» открывают первый магазин для сада и огорода Bricomarché и декларируют один из самых главных своих принципов – «один человек, одна команда».

1982 - «Мушкетеры» запускают еще одну специализированную сеть – центры обслуживания автомобилей Stationmarché.

1986 - Появляются две новых компании: Stationmarché (во Франции в марте 2006 года она была переименована в Vetli) и Ecomarché.

1988 - «Мушкетеры» выходит на международную арену, открывая первый магазин Intermarché в Испании.

1991 - Открываются первые магазины Intermarché в Бельгии и Португалии.

1995 - Открываются первые Ecomarché в Португалии.

1997 - Открытие первых Intermarché в Польше. «Мушкетеры» укрепляют свой торговый потенциал, налаживая партнерские взаимоотношения с другими торговыми группами – компанией Rona (Квебек, Канада), лидером рынка протомаров на канадском рынке, и компанией SPAR AG (Германия).

1998 - «Мушкетеры» запускают новую сеть магазинов - Logimarché. Открытие Stationmarché и Bricomarché в Португалии.

1999 - Основатели «Мушкетеров» Жан-Пьер и Мари-Терез Ле Рош инициировали открытие Фонда Мушкетеров во Франции.

2000 - «Мушкетеры» создают альянс с лидером промышленной дистрибуции в Германии – компанией Zeus, и создают центральный закупочный пункт Arena.

2002 - Запуск первой АЗС при магазине Intermarché в Польше. Альянс с лидером дистрибуции Испании Eroski и создание общей закупочной платформы Alidis.

2004 - Открытие 100-го магазина Intermarché в Польше.

2005 - «Мушкетеры» увеличивают свою торговую мощь, налаживая партнерство с немецкой группой Edeka. В рамках Arena начинает функционировать сеть магазинов для дома и сада Bricostore, первые ее магазины открываются в Венгрии, Румынии и Хорватии.



Главные принципы работы компании

Дешево: Intermarché знает, насколько важную роль играет цена. Понимая свою важность в жизни потребителя, руководители Intermarché регулярно инициируют переговоры, направленные на гарантирование Клиенту возможность сделать покупку по максимально низким ценам.

Свежо: Благодаря современной логистической системе, Intermarché обеспечивает ежедневную доставку свежих продуктов в свои магазины. Intermarché – специалист по свежим продуктам.

Выгодно: Просторный торговый зал, постоянная коммуникация с Клиентом и широкая ассортиментная гамма позволяют всегда делать выгодные и комфортные покупки. Пытаясь удовлетворить запросы потребителя, персонал Intermarché поможет и посоветует в любой ситуации.

Intermarché в СНГ

В конце 2003 года в ряде российских СМИ появилась информация о том, что Intermarché заинтересовался розничным рынком Татарстана и ведет переговоры об открытии супермаркета в казанском торговом центре "Мега-дом".

Однако, как оказалось впоследствии, французский ритейлер на российский рынок так и не вышел. Видать, носом чувствовали приближение экономического кризиса...

Иностраный опыт: Сеть гипермаркетов Auchan



Группе Auchan SA (правильно произносить Ошан) является французской сетью гипер- и супермаркетов, представленной сегодня во многих странах мира. Штаб-квартира находится в городе Лилль (Франция). Номинально, Ашан является главным структурным подразделением семейной мегакорпорации «Ассоциация семьи Мюлье».

История

Компания Auchan была основана в 1961 году человеком, который ныне носит звание председателя Совета директоров — Жераром Мюлье (Gérard Mulliez).

Название «Auchan» — это сознательно неточная орфографическая запись слов фр. Hauts champs — «Высокие поля» (название квартала Лилля, где был создан первый магазин).

Основные вехи развития Auchan:

1961 – в районе Hauts champs (г. Лилль, Северная Франция) был открыт первый магазин Auchan торговой площадью 600 кв.м. Компания начала свою деятельность, одной из первых предложив потребителю симбиоз формата самообслуживания с формулой «дискаунтера».

1967 – в окрестности Лилля открывается первый гипермаркет площадью 13 000 кв.м.

1969 - в пригороде Лилля возникает первый торговый центр (в стандартном понимании этого слова) с якорным арендатором в лице гипермаркета Auchan.

1970 – Auchan выходит в новые регионы Франции, возникают первые торговые центры (сначала в парижском регионе, а потом – по целой стране).

1981 – Auchan начинает международную экспансию: открывается первый гипермаркет в Сарагосе (Испания), Люксембурге, Португалии, Китае.

1996 – Auchan поглощает компанию Docks de France (Франция) и Pao de Açucar (Португалия). Открывается первый гипермаркет в Польше (в Пясечне, пригород Варшавы).

1997 – Auchan становится партнером итальянской группы IFIL – собственником сети магазинов «La Rinascente».

1998 – открываются первые гипермаркеты в Венгрии.

2001 – соглашение с компанией RT Mart (Тайвань) ускоряет развитие Auchan в мире. Открываются очередные гипермаркеты в Китае.

2002 – Auchan открывает магазины в Касабланке под брендом ACIMA. Открывается первый Auchan в России. В Италии компания поглощает сеть супермаркетов SMA.

По состоянию на 30 октября 2009 года группе Auchan принадлежало 479 гипермаркетов и 735 супермаркетов по всему миру. В общемировой классификации «Global Powers of Retailing» 2009 года (подготовлена компанией Deloitte), сеть находится на 12-ом месте среди крупнейших ритейлеров планеты.

Вся деятельность компании осуществляется под марками Auchan (гипермаркеты), Leroy Merlin (магазины стройматериалов и товаров для дома), St. Maclo (товары для дома), Decathlon (спорттовары), Nogauto (автоаксессуары), Kiabi (одежда), Atak и Elea (супермаркеты).

Примечательно отметить, что никто из членов семьи Мюлье — владельцев компании с годовым оборотом в \$ 35 млрд, не является миллиардером, так как все они имеют равную долю состояния в каждой компании. Это одно из главных правил семьи, скрепленных договором.

Сегодня Auchan функционирует в 13 странах мира. Совокупная численность персонала сети на 2008 год составляла 209 тыс. человек. Выручка сети Auchan в 2008 году составила €39,5 млрд (в 2007 году — €36,7 млрд), чистая прибыль — €744 млн (€762 млн).

Auchan в России

Первый гипермаркет Auchan в России был открыт 28 августа 2002 года в городе Мытищи Московской области. В настоящее время в России действует уже более 60 магазинов французской компании (в Москве и Московской области, Нижегородской и Ленинградской областях, Екатеринбурге, в Краснодаре, Самаре, Ростове-на-Дону, Новосибирске, Омске).

В декабре 2007 года Auchan заключил договор с турецкой компанией Енка о передаче гипермаркетов сети «Рамстор». Согласно достигнутому соглашению Auchan приобрел в собственность 1 гипермаркет, а на 13 магазинов получил долгосрочные права аренды. После сделки был проведен ребрендинг, в результате которого магазины из «Рамстор» были переименованы в «Ашан-Сити».

Ещё одним, сравнительно новым направлением являются супер- и гипермаркеты «Ашан-Сад», специализирующиеся на товарах для сада, декорирования и на товарах для животных. На данный момент в этом формате в России открыты 2 магазина (в Москве и Подмосковье).

Выручка Auchan в России по итогам 2007 г. — около \$3,4 млрд. Генеральный директор «Ашан Россия» — Жан-Пьер Жермен (с 2007 г.).

В конце 2009 года, Auchan реализовал в России новый проект «Радуга», т. н. «супермаркет XXI века». Это новая концепция, ориентирующаяся на технологичность и экономию людских и энергоресурсов. В таком типе магазинов отсутствуют прилавки, кассы, продавцы и кассиры. Покупатели будут сами сканировать товары, и оплачивать их через особые платёжные терминалы. Ашан планирует развёртывать такие магазины в городах с населением 300—700 тыс. человек. Первый «тестовый» магазин открыт в Пензе. В случае успеха, магазины планируется открыть в таких городах как Калуга и др.

Auchan на Украине

Открытие первого гипермаркета сети на Украине состоялось 26 марта 2008 года в Киеве по адресу пр. Московский, 15-а.

По состоянию на конец 2009 года в Украине уже действовало 7 гипермаркетов Auchan (4 - в Киеве, по 1 – в Донецке, Кривом Роге и Запорожье). В марте 2010 года откроется новый Auchan во Львове. Генеральным директором «Ашан Украина» является Жерар Галле.



Мнение: Нужен ли Украине Закон о торговле?

В последнее время в России продолжается активная дискуссия о преимуществах и недостатках принятого Закона о торговле. Как известно, в Украине пока нет единой унифицированной нормы, регулирующей деятельность рынка розничной торговли в нашей стране.

Может ли власть в Украине помочь нашей рознице? Что даст внедрение такой нормы в Украине? Стоит ли игра свеч? – с этими вопросами мы обратились к экспертам розничного рынка.

Сергей Янчук, директор по маркетингу X5Retail Group Ukraine (сеть супермаркетов "Перекресток"):

- *Нужен ли Закон о торговле в Украине?*

- Нужен. И такой Закон должен быть направлен на:

- защиту прав потребителей;
- создание единых, прозрачных правил ведения торговли на территории Украины;
- исключение норм, которые ведут к взяточничеству;
- стимулирование развития торговли на Украине;
- нормы Закона не должны противоречить другим законодательным актам и двояко трактоваться;
- стимулирование национального производителя;
- противодействие образованию торговых монополий.

- *В чем должно заключаться государственное регулирование торговли?*

- Считаю, что такое регулирование должно учитывать:

- а) налогообложение для предприятий торговли;
- б) регулирование работы контролирующих органов за работой предприятий торговли;
- в) регулирование работы органов, которые занимаются разрешительной документацией;
- г) регулирование работы предприятий торговли в отношении потребителя.

- *Эффективна ли практика ограничения наценки на «социальные товары»?*

- По факту - нет. Средняя наценка на социальные товары в сетях розничной торговли еще ниже рекомендованной государственными органами. Это вызвано в первую очередь рыночной конкуренцией. Тем не менее, это не предотвращает рост стоимости товаров социального значения.

- *Что, по-Вашему, сегодня может реально помочь украинской розничной торговле?*

- Внешние факторы, которые позволят улучшить деятельность предприятий розничной торговли:

1. Социально экономическое состояние (влияет на покупательскую способность населения Украины).
2. Законодательная база (влияет на условия ведения бизнеса в Украине, стимулирует приток инвестиционного капитала).
3. Регулирование рынка земли (влияет на развитие предприятий розничной торговли).
4. Банковский сектор (влияет на возможность предприятия быстро развиваться).
5. Уменьшения коррупции и давления со стороны разрешительных и контролирующих государственных структур.



Глеб Вышлинский, Custom Research Director, GfK Ukraine:

- *Нужен ли Закон о торговле в Украине?*

- Государственное регулирование должно быть направлено на решение какой-либо общественной проблемы. Торговля сама по себе проблемой не является. Есть смысл обсуждать конкретные изменения правового поля, которые какие-либо из групп интересов считают целесообразными.

- *В чем должно заключаться государственное регулирование торговли?*

- Существующее регулирование торговли мне кажется достаточным. Его главной составляющей является защита прав потребителей, которая в Украине регламентирована в достаточной степени.

- *Эффективна ли практика ограничения наценки на «социальные товары»?*

- Этот вид регулирования является декларативным, проконтролировать соблюдение данных ограничений невозможно. Задачами государства в данном вопросе являются: а) предотвращение монополизации отдельных рынков и злоупотреблений монопольным положением; б) формирование государственного резерва товаров, подверженных ценовым колебаниям, и интервенции на рынки для недопущения спекуляции.

- *Что, по-Вашему, сегодня может реально помочь украинской розничной торговле?*

- Улучшение инвестиционного имиджа Украины и повышение доступности кредитных ресурсов, что позволит торговле возобновить остановленную экспансию.



Олег Крижанивский, директор по развитию «ПАККО-Холдинг»:

- *Нужен ли Закон о торговле в Украине?*

- Однозначно – нужен. Наше государство должно учитывать, что в данном секторе экономики задействовано 4 млн человек, а это почти 10% от общего населения. Считаю, что подобный Закон обязан ограждать предприятия от лишней бюрократии и всячески стимулировать развитие торговли.

- *В чем должно заключаться государственное регулирование торговли?*

- На мой взгляд, основное влияние государства в данный момент должно заключаться в: упрощении и уменьшении действующего налогообложения, либерализации административных процедур и, естественно, в адаптации законодательной базы, которая будет нацелена на эффективное развитие рынка.

- *Эффективна ли практика ограничения наценки на «социальные товары»?*

- Такие методы неэффективны. Важно учитывать высокий уровень конкуренции в данном сегменте экономики, где ценообразование формируется и дальше должно формироваться именно рыночными рычагами, а не под влиянием госчиновников.

- *Что, по-Вашему, сегодня может реально помочь украинской розничной торговле?*

- Экстренные шаги, которые могут помочь украинскому розничному рынку – это:

- рефинансирование кредитных обязательств, которыми сегодня обременено большинство ритейлеров;

- возобновление кредитования розничных предприятий по демократическим ставкам.



Андрей Костин, адвокат, эксперт по иностранным инвестициям, слияниях и поглощениях, компания Arzinger:

- *Нужен ли Закон о торговле в Украине?*

- Нужна скорее полная ревизия всего массива законодательства, регулирующего торговую деятельность, для того, чтобы придать как нормам законов, так и подзаконных актов системность, устранить внутренние противоречия, единообразно определить и применять юридические определения понятий. По итогам такой ревизии и внесения дополнений и изменений в соответствующие нормативные акты, было бы целесообразно издать Свод законодательства о торговле. Торговая деятельность достаточно разносторонняя и принятие Закона о торговле само по себе может не решить проблемы нормативного регулирования этого вида деятельности

- *В чем должно заключаться государственное регулирование торговли?*

А) эффективная защита интересов потребителя (безопасность товара, информированность о его происхождении и свойствах, упрощение процедуры обмена или компенсации стоимости некачественного товара);

б) создание и обеспечение свободной конкурентной среды для всех участников рынка и вытекающая из этого обязанность противостоять монополизации рынков;

в) прогнозируемая и прозрачная регуляторная политика (изменение налоговых, таможенных норм, правил сертификации и т.п. для следующего года должно производиться не позднее 30 июня текущего года, при надлежащем информировании участников рынка).

- *Эффективна ли практика ограничения наценки на «социальные товары»?*

- В предпринимательском смысле – абсолютно неэффективна. Применением таких ограничений государство прикрывает системные недостатки государственного регулирования хозяйственной деятельности. Тем не менее, как кратковременная мера (законом должен быть установлен максимальный срок ограничения), может применяться для ограниченного круга товаров с целью предотвращения неблагоприятных социальных последствий. Сложно, однако, однозначно определиться с номенклатурой таких товаров (к примеру, далеко не все люди употребляют хлеб и молоко, однако подавляющее большинство людей постоянно носят обувь).

Основная причина применения ограничения торговой наценки – это стремление ликвидировать дефицит товара (объективный или искусственно созданный), вследствие которого увеличение цены на этот товар начинает угрожать социальному равновесию в обществе.

Однако, ограничивая наценку, государство не стимулирует торговлю к привлечению дополнительных объемов аналогичного товара, что могло бы естественным образом ликвидировать дефицит и восстановить справедливую цену на такой товар.

- *Что, по-Вашему, сегодня может реально помочь украинской розничной торговле?*

- Единообразные, простые, прогнозируемые правила осуществления торговой деятельности;

- Устранение противоречий между нормативными актами, изъятие из нормативных актов, регулирующих торговую деятельность, взяткоёмких норм, неопределенное толкование которых позволяет привлекать к ответственности даже добросовестных участников рынка;

- Прогнозируемость и адекватность налоговой, таможенной и регуляторной политики государства.

Компания "Торговый дизайн" - комплексное оснащение торговых объектов



«Торговый Дизайн» - это крупная и динамично развивающаяся компания, уже не первый год находящаяся в авангарде продвижения современных технологий торговли и общественного питания.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- Проектирование и комплексное оснащение предприятий торговли, общественного питания, автозаправочных станций, фаст - фудов, пиццерий, гостиничных комплексов, хлебопекарной и кондитерской промышленности, а также мясоперерабатывающих цехов. "Торговый дизайн" предлагает полный комплекс инжиниринговых услуг на этапе проектирования, поставку оборудования и услуги по вводу объектов в эксплуатацию.

- Розничная и оптовая продажа профессионального торгового, холодильного, технологического, хлебопекарного и мясоперерабатывающего оборудования. Поставщики компании – это ведущие отечественные и зарубежные производители. "Торговый дизайн" выбирает партнеров на основе всестороннего анализа предложений производителей оборудования с оптимальным соотношением цены, качества и функциональных возможностей.

- Сервисное обслуживание, работы по вводу объектов в эксплуатацию, гарантийному и послегарантийному обслуживанию осуществляет собственный сервисный центр в Киеве. "Торговый дизайн" гарантирует постоянное наличие запасных частей на складе, минимальные сроки реагирования и возможность обслуживания объектов в любой точке Украины.

КЛИЕНТЫ КОМПАНИИ "ТОРГОВЫЙ ДИЗАЙН":

- Предприятия торговли и питания:

Сети супермаркетов: «Spar», «ОКЕЙ», «Перекресток», «Караван», «Таргет», «Наталка», «Сільпо», «Велика Кишеня», «Фуршет», «Пакко», «Там-Там», «БУМ», «Оливье», «ЮСИ», «Рейнфорд», «Амстор», «Країна», «Край», «Оливье», «Островок», «ЭКО-маркет», «Евротек», «Яблоко».

- Торговые центры: «Аладдин», «Мандарин Плаза», «Магеллан».

- Рестораны: «Козырная карта», «Мировая карта», «Angel», «Патипа», «44», «Сохо», «Kogona Club», «Хортиця», «Лун Ван», «Чумацкий шлях», «Феллини», «Хортиця», «Опалкова Хата», «У Хромого Пола», «Охотничий двор», «Гости», «Челентано», «Пан Пицца», «Швидко», «Визави», «Дрова», сеть кинотеатров «Линия Кино», столовая Национальной Академии Вооруженных Сил Украины, столовая Кондитерской фабрики им.К.Маркса, столовая «Николаевского глиноземного завода» (Николаев), кондитерский дом «Сластена» (Николаев), сеть кафе компании «Виннер Автомотив» (Киев), столовая в НПУ им. М.П. Драгоманова (Киев), компания «Колос Лтд» (ТМ «Віденські булочки»), сеть АЗК «Лукойл», более 100 заправок «WOG», «Shell», «ТНК».

- Гостиницы: «Хаят», «Крещатик», «Славутич», «Лыбидь», «Редиссон», «Русь», «Интерконтиненталь»(казино), «Ибис», «Домус», Днестр(Львов), «МИР»(Ровно), «Черное море»(Одесса).



СЕГОДНЯ «ТОРГОВЫЙ ДИЗАЙН» - ЭТО:

- Крупнейшая украинская компания на рынке профессионального торгового оборудования.
- Современный выставочный зал.
- Тысячи оборудованных объектов по странам СНГ.
- Широкая региональная дилерская сеть.
- Представительства, гарантийное и сервисное обслуживание по всей территории Украины, России, Беларуси и Казахстана.
- Самый большой выбор оборудования различных торговых марок лучших отечественных и мировых производителей:

ТОРГОВОЕ - STAHLER, MAGO, ALCALAIN, CADDIE;

ХОЛОДИЛЬНОЕ - BONNET NEVE, COSTAN, CRYSPI, JBG, COLD, BOLARUS, АНТ, KLIMASAN, ITALFROST, TECFRIGO, ICE TECH, FRIGOR;

ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ - ZANUSSI, RATIONAL, FAGOR, UNOX, KOVINASTROJ, ROBOT COUPE, ROLLER GRILL, BREMA, SANTOS, FAMA, JEJU, CMA, KONCAR, ЧУВАШТОРГТЕХНИКА

ХЛЕБОПЕКАРНОЕ - MIWE, BASSANINA, CUPPONE, SOTTORIVA, SIGMA, LA MONFERRINA, GGF, PASQUINI, SINMAG, ROLLMATIC, MONDIAL FORNI, DELTA;

МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЕ - KT, IOZZELLI, FREY, KARL SHNELL, TALSА, RUHLE, CATO, POLY-CLIP, MAJA, FUNK, SANDORE, DEIGHTON, KOLBE, KARPOWICZ

ПОСУДА, ИНВЕНТАРЬ - PUJADAS, STAUB, SANELLI, KOVINOPLASTIKA, ABERT, STALGAST, CAMBRO, ARCOROC, FAIRWAY.

УПАКОВОЧНОЕ - MINIPACK-TORRE, TURBOVAC.

Важнейшим направлением в деятельности компании «Торговый Дизайн» является комплексное оснащение «под ключ» торгово-холодильным, технологическим оборудованием предприятий торговли и общественного питания.

КОМПАНИЯ "ТОРГОВЫЙ ДИЗАЙН" ПРЕДЛАГАЕТ комплекс услуг по технологическому проектированию и оснащению оборудованием:

- Супер – и гипермаркетов.
- Магазинов Cash & Carry.
- Торговых комплексов.

- Небольших продуктовых и специализированных магазинов.
- Кафе, баров, ресторанов, фаст-фудов.
- Вновь строящихся и реконструируемых производств (хлебопечение, мясопереработка).
- Специализированных магазинов по продаже строительных материалов.
- Гостиничных комплексов и объектов санаторного направления.
- Объектов торговли и общественного питания на автозаправочных комплексах.



Решения по комплексному оснащению предприятий торговли, предлагаемые компанией «Торговый Дизайн» в первую очередь направлены на максимальное удовлетворение запросов потребителей, что значительно увеличивает прибыль клиента.

Многолетний опыт работы, профессионализм специалистов компании позволяет инвесторам сохранить значительные средства.

«Торговый Дизайн» предлагает самые передовые технологии в области проектирования и консалтинга, разработку бизнес – решений и концепций будущего предприятия заказчика.

Приглашаем Вас посетить выставочный зал по адресу: г.Киев, улица, Новозабарская 2/6. Информация на сайте www.trade-design.kiev.ua

Все игрушки учтены



Щепетильные родители обращают особое внимание на качество товаров для своих детей, и если им удастся обнаружить игрушку, которая больше всего нравится их ребенку, или одежду, позволяющую без опасений погружаться в самые активные игры, они останутся верны однажды выбранному бренду.

Каково же может быть разочарование родителей-потребителей, если они не обнаружат необходимую обновку или куклу под нужной маркой в привычном магазине детских товаров. Поэтому магазинам, специализирующимся на товарах для подрастающего поколения, надо обращать особое внимание на сбалансированность и широту ассортимента: здесь каждый, и родитель, и ребенок, должен найти товар по вкусу. Сеть магазинов Bambino решила проблему управления ассортиментом, введя систему штрихкодирования и установив современную учетную программу благодаря компании «1С:Бухучет и Торговля» (БИТ).

Сеть Bambino объединяет 5 магазинов, в которых заботливые родители могут найти все необходимое для своего чада любого возраста. Для самых маленьких в магазине представлены ходунки, детские колыбельки или ванночки для купания, а также широкий ассортимент развивающих игрушек, которые прекращают познание окружающего мира в настоящее приключение. Детям постарше понравятся игрушки и яркая комфортная одежда, а школьникам – модные школьные сумки и красочные портфели. Если девушка только готовится стать мамой, она сможет приобрести удобные предметы гардероба.

Для удобного учета широкого ассортимента товаров руководство сети решило присвоить всем товарам штрихкоды и передавать информацию об объеме товарных остатков и проданной продукции в информационную систему при помощи современного торгового оборудования. Для создания этикеток с информацией о товарах в сети используются принтеры этикеток ZEBRA LP2824, данные с этикеток сканируются при помощи сканеров Zebex Z 3051 HS.

Для того, чтобы регистрировать продажи в системе и предоставлять покупателям чеки, которые необходимо использовать при обмене товара, в сети Bambino применяются принтеры чеков CITIZEN CT-S280 (USB).

Для того, чтобы получать и анализировать информацию о продажах, своевременно оформлять закупки поставщикам, управлять складскими запасами и ценообразованием, специалистами компании «1С: Бухучет и Торговля» (БИТ) установлена программа «1С:Управление торговлей 8». Программное решение позволяет контролировать движение денежных средств и потоки товаров, хранить информацию о партнерах и клиентах.

Используя комплексную программу для автоматизации учета в комплекте с надежным торговым оборудованием сеть получила возможность предоставлять клиентам широкий выбор разнообразных товаров для детей и будущих мам, теперь каждый покупатель, пришедший в один из магазинов Bambino, может быть уверен в том, что найдет полезную и нужную вещь для себя или своего ребенка.

Справка All Retail:

Компания «1С:Бухучет и Торговля» (БИТ) – официальный партнер фирмы «1С» с 1997 года. За время работы компании произведено более 70 000 успешных внедрений автоматизированных систем, компания «БИТ» помогла сделать работу клиентов эффективной, а бизнес прибыльным. Система менеджмента в компании сертифицирована на соответствие международному стандарту качества ISO 9001-2000. Филиальная сеть компании представлена 44 офисами в 28-ти городах России, Украины, Казахстана. Собственная сеть, позволяет «БИТ» предоставлять весь комплекс услуг и успешно работать со всеми компаниями от небольших фирм до огромных корпораций, имеющих филиальную структуру.

Контактная информация:

1С:Бухучет и Торговля (БИТ): Киев, ул. П. Лумумбы, д. 4/6 «В», 6-й эт., оф. 616

Тел.: +38 (044) 200-02-20 – e-mail: kiev@1cbit.ru , www.1cbit.com.ua

Food-ритейл Украины: Топ-30 по торговой площади

В 2009 году, как и годом ранее, пятерка лидеров не изменилась – ими остались Fozzy Group, Metro Cash & Carry, «АТБ-маркет», «Фуршет» и «Квиза Трейд». А вот в первой десятке рейтинга за два года произошли изменения: так, по результатам 2009 года, в ТОП 10 крупнейших ритейлеров впервые вошли Auchan и «Евротек».



Данные: GT Partners Ukraine, www.gtpartners.com.ua

Крупнейшим оператором продолжает оставаться киевская Fozzy Group, сумевшая за счет развития нескольких розничных брендов разных форматов (супермаркеты «Сильпо», мягкие дискаунтеры «Фора», cash&carry «Фоззи» и магазины у дома «Буми») достичь по итогам ушедшего года отметки в более чем 260 тыс. кв.м.

Наибольший прирост торговой площади своих магазинов по сравнению с 2008 годом зафиксировали Auchan (414%), «Евротек» (214%), Rainford (101%). В прошлом году появились и новые розничные бренды – в частности сеть Novus.

В первой 30-ке рейтинга находятся лишь пять иностранных оператора – Metro, Auchan, Billa, Novus и Spar.

Учитывая размытость форматов, в которых развиваются множество операторов ритейла в Украине, довольно проблематично выделить лидеров по каждому отдельному сегменту розницы. Так, лидером среди многоформатных ритейлеров Украины, естественно, является Fozzy Group (на втором месте – «Квиза Трейд» (развивает гипер- и супермаркеты «Велика Кишеня» и супермаркеты «Просто маркет»)).

Среди операторов формата cash&carry бесспорным лидером уже на протяжении нескольких лет остается немецкий Metro Cash & Carry. В сегменте дискаунтеров лидером остается самая многочисленная в Украине сеть «АТБ».

Крупнейшей сетью гипермаркетов в Украине является донецкая сеть «Амстор», правда, в последний год к ней вплотную приблизился французский Auchan.

В целом, в 2009 году большинство ритейл-операторов из первой 30-ки рейтинга увеличили свою торговую площадь по сравнению с предшествующим годом. На первую 30-ку отечественных ритейлеров приходится более 75% всех современных продовольственных площадей Украины, при этом доля первой пятерки составляет 41,6% от общей суммы.

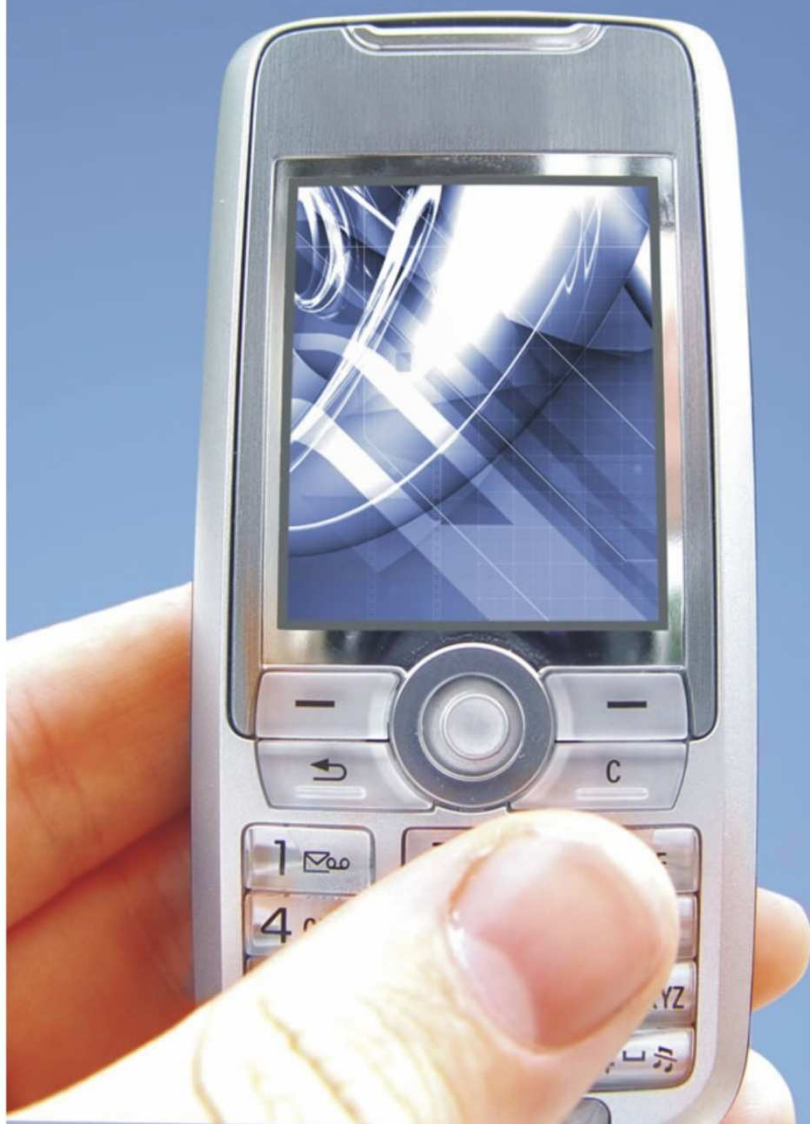
ТОП 30 продовольственных операторов Украины по суммарной торговой площади

№	Компания	Центральный офис	Сети	Суммарная торговая площадь, конец 2009	Суммарная торговая площадь, конец 2008	Прирост, %
1	ЗАО "Фоззи"	Киев	Сильпо, Фора, Фоззі, Буми-маркет	262 500	234 500	12%
2	Metro Cash & Carry Украина	Киев	Metro	217 500	198 000	10%
3	ООО "АТБ-маркет"	Днепропетровск	АТБ	191 600	152 800	25%
4	ЗАО "Фуршет"	Киев	Фуршет	156 053	153 287	2%
5	ОАО "Квиза Трейд"	Киев	Велика Кишеня, Просто маркет	121 715	131 183	-7%
6	ООО «Торговый дом «Амстор»	Донецк	Амстор	102 000	98 000	4%
7	ООО «Ашан Украина Гипермаркет»	Киев	Auchan	73 000	14 200	414%
8	ООО "ЕКО"	Киев	ЕКО-маркет	61 500	56 000	10%
9	ЗАО « Евротек»	Киев	Фреш, Арсен, Квартал, Союз, Fresh-Market	54 004	17 200	214%
10	ООО "Таврия-В"	Одесса	Таврия-В, Космос	54 000	54 000	0%
11	ТПГ "Рейнфорд"	Днепропетровск	Rainford	45 500	22 600	101%

12	"ПАККО-холдинг"	Луцк	Вопак, Пакко	43 000	42 500	1%
13	ООО "Караван"	Киев	Караван	43 000	43 000	0%
14	ООО "Украинский Ритейл"	Донецк	Брусниця	29 682	15 643	90%
15	"Билла-Украина"	Киев	Billa	28 050	18 500	52%
16	ООО "Лиa ЛТД"	Луганск	Абсолют (Луганск)	23 493	21 820	8%
17	ООО "Мегамаркет"	Киев	Мегамаркет	23 000	23 000	0%
18	ТОВ «ЦЕНТР-Т»	Киев	Novus	23 000	0	100%
19	ООО "Хотд-02"	Херсон	Оскар	21 000	17 500	20%
20	Volwest Group	Луцк	Наш Край, Наш Край-экспресс	19 500	20 700	-6%
21	"СПАР-Украина"	Киев	SPAR	18 913	15 481	22%
22	ООО "Край"	Киев	Край, Країна	18 545	18 545	0%
23	ТзОВ ТВК "Львівхолод"	Львов	Рукавичка	18 100	13 800	31%
24	ООО "Омега"	Днепропетровск	Varus	17 612	24 816	-29%
25	ООО "Торговая сеть Копейка"	Одесса	Копійка	16 300	15 600	4%
26	ООО «Торговый Дом Аванта»	Луцк	Колібрис, Наш	12 500	10 100	24%
27	ООО «ТС Обжора»	Донецк	Обжора (Донецк), Gourmet	12 000	10 500	14%
28	Abris Capital	Львов	Барвінок	11 500	11 000	5%
29	"Таргет"	Харьков	Таргет	11 450	11 450	0%
30	ООО "Эффект"	Донецк	Бум	10 915	10 165	7%

Данные: GT Partners Ukraine, www.gtpartners.com.ua

**Поднимаем средний чек
с помощью СМС-рассылки !**



**Ваш
самый ЛОЯЛЬНЫЙ клиент
www.allretail.com.ua
тел. +38 050 378 78 60**