

Сравнительный экспресс-анализ крупнейших публичных ритейлеров в сегменте FMCG

2020 RBC Moscow



КРАТКОЕ ОГЛАВЛЕНИЕ

Краткое оглавление	2
Полное оглавление	3
Розничная выручка крупнейших публичных ретейлеров в сегменте FMCG за 2019-2020 гг. .	4
Онлайн-продажи крупнейших публичных ретейлеров в сегменте FMCG	13
Развитие розницы крупнейших публичных ретейлеров в сегменте FMCG в 2019-2020 гг. ..	16
Список диаграмм	19
Список таблиц	20

О маркетинговом агентстве РБК

Маркетинговое агентство РБК Исследования рынков (Департамент консалтинга РБК) проводит исследования во всех ключевых сферах бизнеса – полевые исследования, кабинетные маркетинговые исследования рынков, стратегический консалтинг и бизнес-планирование, оптимизация бизнес-процессов, управление затратами, оценка инвестиционной привлекательности, конкурентный анализ, оценки спроса, удовлетворенности потребителей, лояльности к бренду и многое другое. Маркетинговые исследования, анализ рынков и консалтинговые рекомендации базируются на информационных источниках холдинга РБК, непосредственном изучении игроков рынка, обширных базах данных, результатах экспертных интервью с ключевыми игроками рынков.

В 2012 году Маркетинговое агентство РБК Исследования рынков успешно завершило более 80 проектов, как инициативных маркетинговых отчетов, так и исследований по индивидуальным заказам. Мы работаем с 2001 года, используя свой опыт и внутренние ресурсы для быстрого и качественного обслуживания российских и иностранных клиентов.

Маркетинговое агентство РБК Исследования рынков имеет опыт реализации российских проектов в финансовом секторе, потребительском секторе, сетевой розничной торговле, топливно-энергетическом комплексе, машиностроении, транспортной инфраструктуре и логистике, металлургии, телекоммуникационном секторе, пищевой, фармацевтической, автомобильной и строительной промышленности. Компания обладает мощной исследовательской и технологической базой, собственными разработками в области консалтинга и маркетинга. В Маркетинговом агентстве РБК Исследования рынков работают кандидаты наук и дипломированные специалисты, обладающие глубокими знаниями в маркетинге и конкретных отраслях экономики.

ПОЛНОЕ ОГЛАВЛЕНИЕ

Краткое оглавление	2
Полное оглавление	3
Розничная выручка крупнейших публичных ретейлеров в сегменте FMCG за 2019-2020 гг. . 4	
Динамика роста выручки крупнейших FMCG-ретейлеров за 2019-2020 гг.....	6
Разрыв в розничной выручке между крупнейшими FMCG-ретейлерами за 2019-2020 гг.....	8
Онлайн-продажи крупнейших публичных ретейлеров в сегменте FMCG	13
Динамика роста выручки от онлайн-продаж крупнейших FMCG-ретейлеров за 2019-2020 гг.	15
Развитие розницы крупнейших публичных ретейлеров в сегменте FMCG в 2019-2020 гг. ..	16
Динамика развития розницы крупнейших FMCG-ретейлеров в 2019-2020 гг.....	18
Список диаграмм	19
Список таблиц	20

РОЗНИЧНАЯ ВЫРУЧКА КРУПНЕЙШИХ ПУБЛИЧНЫХ РЕТЕЙЛЕРОВ В СЕГМЕНТЕ FMCG ЗА 2019-2020 ГГ.

По итогам 2019 года чистая розничная выручка лидера российского FMCG-рынка X5 Retail Group превысила $\text{R}1,7$ трлн, продемонстрировав рост в 13,3% по сравнению с 2018 годом. Стоит отметить, что компания показала лучшие результаты как по выручке, так и по сопоставимым продажам среди российских публичных ретейлеров. На протяжении всего года X5 Retail Group уделяла повышенное внимание обратной связи от покупателей, динамике LFL-продаж и развитию новых направлений бизнеса. Снизив темпы открытий в 2019 году, X5 получила возможность сфокусироваться на росте лояльности клиентов за счет улучшения ассортимента и сервисов внутри магазинов.

После закономерного замедления темпов органического роста компании, основное внимание уделялось оптимизации расходов, в связи с чем в магазинах «Пятерочка» в частности наблюдалось сокращение товарных потерь, а новые технологии позволили снизить потребление энергии и усовершенствовать систему утилизации отходов. В 2019 году «Пятерочка» и «Перекресток» обновили свое ценностное предложение и утвердили новые концепции магазинов, которые начали активно масштабироваться, начиная с 2020 года. При разработке этих концепций основной акцент был сделан на пожеланиях покупателей: дальнейшем расширении ассортимента в категории «фреш» и продуктах для здорового питания, а также повышении комфорта посетителей магазинов.

Финансовые и операционные результаты компании продемонстрировали ее высокую устойчивость и в 2020 году, на фоне кризиса. Так, чистая розничная выручка X5 Retail Group за 9 месяцев года увеличилась на 14,8% год-к-году, до $\text{R}1,5$ трлн. Притом, согласно отчетности оператора, наибольший вклад в развитие бизнеса на фоне пандемии внесли формат «магазинов у дома» и онлайн-каналы. Так, новые бизнесы X5 – «Перекресток Впрок», 5Post и другие – продемонстрировали рост выручки на уровне 224% год-к-году в III квартале 2020 года, составив $\text{R}3,0$ млрд. Стратегический фокус на данных направлениях, сделанный на фоне перетока трафика из традиционных форматов, безусловно, положительно сказался на результатах X5.

Второй ключевой игрок на рынке продуктовой розницы – «Магнит», – за 2019 год увеличил чистую розничную выручку на 9,5%, до $\text{R}1,3$ трлн. В то же время валовая прибыль ретейлера за 2019 год составила $\text{R}312,0$ млрд, а валовая маржа снизилась на 22,8% (-114 б. п. год к году). Данные показатели связаны, в первую очередь, с ростом потерь и увеличением доли низкомаржинального оптового сегмента, частично скомпенсированными ростом высокомаржинального формата дрогери. При этом «Магнит», так же, как и X5, активно внедрял новую концепцию магазинов и развивал кроссформатную программу лояльности.

Чистая розничная выручка «Магнита» также продемонстрировала устойчивый рост за период с января по сентябрь 2020 года, поднявшись на 14,2% до $\text{R}1,1$ трлн. Впрочем, темпы роста показателя за III квартал были менее впечатляющими, чем у X5 Retail Group: 11,4% против 15,4% год-к-году. Тем не менее, третий квартал подряд прирост чистой розничной выручки «Магнита» опережал прирост торговых площадей благодаря сильным показателям LFL-продаж. При этом компания отмечает, что драйвером последних стал средний чек. На фоне снижения частоты посещения людных мест растет наполняемость корзины, и население чаще закупается продуктами впрок. Как и в случае X5 Retail Group, показатели «Магнита» демонстрируют, что формат «у дома» является наиболее популярным в текущих условиях. Так, в III квартале 2020 года «Магнит у дома» генерировал 76,7% розничной выручки оператора.

Несколько менее устойчивую динамику демонстрировала «Лента». За 2019 год чистая розничная выручка оператора выросла лишь на 1% год-к-году до 417,5 млрд. Одной из ключевых причин столь неоднозначного развития выступила политика оптимизации розничной сети компании, в рамках которой пересматривалась рентабельность действующих точек «Ленты». Так, за 2019 год были открыты в общей сложности 11 торговых точек, в то время как закрыли свои двери для посетителей 10. Несмотря на это, совет директоров «Ленты» согласовал инвестиции размером в 1,9 млрд в открытие 29 супермаркетов в Москве в 2020-2021 годах. Тем не менее, на фоне COVID-19 компания активно занялась экспансией лишь осенью 2020 года. По словам Германа Тинга, бывшего генерального директора компании, не самые впечатляющие показатели сети на протяжении 2019 года были также продиктованы падающим интересом к крупным форматам продуктового ретейла, а также некоторым несоответствием ассортиментной матрицы оператора ожиданиям покупателей. Действительно, падение популярности гипермаркетов и супермаркетов наблюдается на рынке уже не первый год.

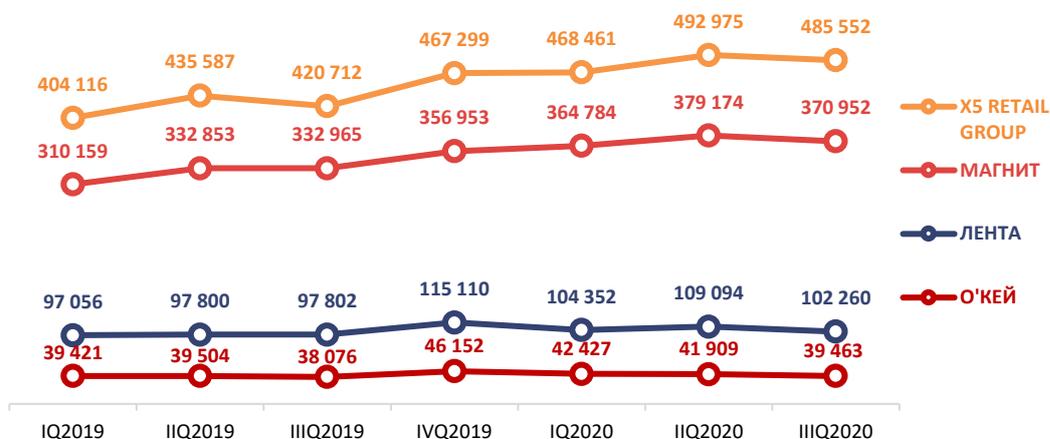
В то же время, события 2020 года подтолкнули «Ленту» к более динамичной перестройке под меняющиеся потребительские запросы. Наибольший рост оборота, на 11,6%, был зафиксирован во II квартале, когда на фоне сниженного трафика LFL-продажи оператора выросли на 10%, а сопоставимый средний чек – на 24%, преимущественно за счет активно развивающихся онлайн-бизнесов. К ним относятся запущенная в 2020 году собственная служба экспресс-доставки «Ленточка» и новый сервис заказа и самовывоза Click & Collect. На данный момент проект работает в 150 гипермаркетах «Ленты» по всей территории России. При этом средний чек покупки через систему более чем в 2 раза превышает стандартный средний чек в магазинах.

Аналогично с «Лентой», испытывал трудности в связи с кризисом крупных форматов ретейла и «О'Кей». На фоне неоднозначной динамики открытий и снижения трафика, в 2019 году розничная выручка компании увеличилась лишь на 3% относительно 2018 года, достигнув 165 млрд. Несмотря на то, что на фоне пандемии компания была вынуждена сокращать число торговых точек, по итогам девяти месяцев 2020 года чистая розничная выручка группы выросла. Показатель увеличился на 5,8% в годовом выражении до 123,8 млн, главным образом на фоне роста выручки сопоставимых магазинов. Притом основным драйвером роста бизнеса компании в 2020 выступила сеть продуктовых дискаунтеров «Да!».



Рис. 1. Чистая розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * на графике представлена чистая розничная выручка операторов – выручка от операционной деятельности сетевой розницы без учета доходов от оптовой, франчайзинговой и др. деятельности

Табл. 1. Чистая розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	9 МЕС. 2020
X5 RETAIL GROUP									
X5RETAILGROUP	404 116	435 587	420 712	467 299	1 727 714	468 461	492 975	485 552	1 446 988
МАГНИТ									
МАГНИТ	310 159	332 853	332 965	356 953	1 332 929	364 784	379 174	370 952	1 114 910
ЛЕНТА									
ЛЕНТА	97 056	97 800	97 802	115 110	417 500	104 352	109 094	102 260	315 707
О'КЕЙ									
О'КЕЙ	39 421	39 504	38 076	46 152	165 086	42 427	41 909	39 463	123 793

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * в таблице представлена чистая розничная выручка операторов – выручка от операционной деятельности сетевой розницы без учета доходов от оптовой, франчайзинговой и др. деятельности

Динамика роста выручки крупнейших FMCG-ритейлеров за 2019-2020 гг.

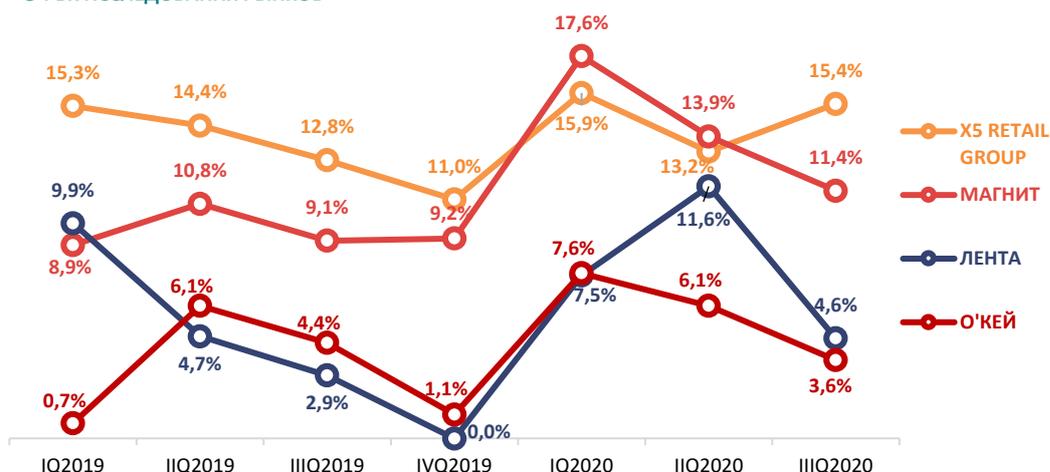
В то время как X5 Retail Group в течение 2020 года поддерживал темп прироста квартальных розничных выручек на уровне 13%-16% по сравнению с аналогичными периодами предыдущего года, «Магнит», установивший в I квартале рекордный показатель прироста в 17,6%, во II и III кварталах стал замедляться. Чистая розничная выручка оператора за июль – сентябрь 2020 года увеличилась на 11,4% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. В результате, за 9 месяцев 2020 года оба игрока показали схожую динамику. Прирост оборота компаний к январю – сентябрю 2019 года составил для X5 Retail Group и «Магнита» соответственно 14,8% и 14,2%. В целом можно видеть, что операторы в 2020 году развиваются более динамично. Для сравнения, за весь 2019 года X5 Retail Group и «Магнит» показали прирост выручек к предыдущему году на 13,3% и 9,5% соответственно. Драйверами для обеих компаний в 2020 году стали магазины формата «у дома», генерирующие значительную

часть оборота. Кроме этого, на результатах X5 Retail Group позитивно сказалось развитие онлайн-каналов продаж, которые в 2020 году демонстрировали трехзначные темпы роста. Пока они занимают незначительную долю в выручке компании. Однако, на фоне пандемии и перетока части аудитории из офлайна, онлайн-сегмент оказал значимую поддержку развитию игрока.

Не так активно растут выручки «Ленты» и «О'Кей». По итогам 9 месяцев 2020 года темпы прироста показателя для компаний составили соответственно 7,9% и 5,8% к аналогичному периоду предыдущего года. То есть «Лента» за рассматриваемый период развивалась почти в 2 раза медленнее X5 Retail Group и «Магнита», а «О'Кей» – почти в 3 раза. Тем не менее, налицо позитивные изменения по сравнению с предыдущим годом – темп прироста оборотов «Ленты» и «О'Кей» существенно ускорился за последний год. Так, по итогам 2019 года выручки компаний практически не увеличились. Темпы прироста их оборотов находились на уровне 1% и 3% соответственно. Не столь высокая динамика выручек игроков в сравнении с конкурентами в том числе связана с падающим интересом потребителей к крупным форматам FMCG-розницы, в рамках которых работает существенная часть магазинов компаний. В частности, драйвером роста ГК «О'Кей» стала не сеть гипермаркетов, а дискаунтеры «ДА!». Последние за 9 месяцев 2020 года показали прирост выручки на 46,6%, в то время как оборот магазинов «О'Кей» за тот же период увеличился лишь на 2,8%.

Рис. 2. Темпы прироста чистой розничной выручки крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., % относительно аналогичного периода прошлого года

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года

Табл. 2. Темпы прироста чистой розничной выручки крупнейших FMCG-ритейлеров IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., % относительно аналогичного периода прошлого года

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	9 МЕС. 2020
X5 RETAIL GROUP									
X5RETAILGROUP	15,3%	14,4%	12,8%	11,0%	13,3%	15,9%	13,2%	15,4%	14,8%
МАГНИТ									
МАГНИТ	8,9%	10,8%	9,1%	9,2%	9,5%	17,6%	13,9%	11,4%	14,2%
ЛЕНТА									
ЛЕНТА	9,9%	4,7%	2,9%	0,0%	1,0%	7,5%	11,6%	4,6%	7,9%
О'КЕЙ									

КОМПАНИЯ	I Q2019	II Q2019	III Q2019	IV Q2019	2019	I Q2020	II Q2020	III Q2020	9 МЕС. 2020
О'КЕЙ	0,7%	6,1%	4,4%	1,1%	3,0%	7,6%	6,1%	3,6%	5,8%

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года

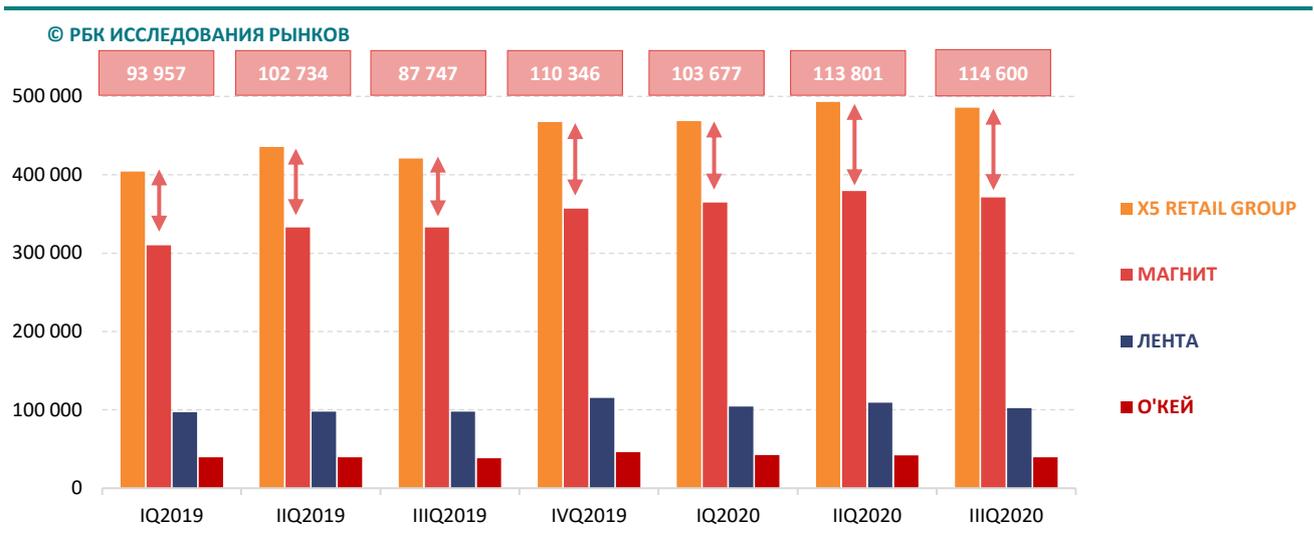
Разрыв в розничной выручке между крупнейшими FMCG-ритейлерами за 2019-2020 гг.

В течение 2020 года разрыв в розничной выручке между крупнейшими FMCG-ритейлерами увеличивался. За счет стабильного динамичного роста X5 Retail Group усилил преимущество в сравнении с ближайшим конкурентом – «Магнитом», который во II и III кварталах сбавил темп развития. Выручка компании-лидера за I квартал 2020 года на 28,4% превысила показатель «Магнита». А к III кварталу отрыв X5 Retail Group от конкурента увеличился до 30,9%, что в абсолютном выражении составило ₽114,6 млрд. Таким образом, по итогам 9 месяцев 2020 года отставание «Магнита» от лидера рынка достигло ₽332,1 млрд. Для сравнения, преимущество X5 Retail Group по выручке за аналогичный период предыдущего года составляло ₽284,4 млрд.

Нарастает отставание от лидеров рынка компаний «Лента» и «О'Кей», которые существенно уступают ведущим игрокам как по обороту, так и по динамике развития. Наибольшая разница в финансовых показателях операторов фиксировалась в середине года. Так, разрыв выручек «Ленты» и X5 Retail Group во II и III кварталах 2020 года превысил ₽380 млрд, а по итогам 9 месяцев достиг ₽1 131,3 млрд. В 2019 году аналогичные показатели были ниже. Отставание «Ленты» от лидера рынка при сравнении квартальных выручек не превышало ₽353 млрд, а по итогу 9 месяцев года составило менее ₽1 трлн. Разрыв в финансовых результатах «Ленты» и «Магнита» также увеличился в 2020 году. Уже в I квартале последний опережал «Ленту» по выручке на 250%, или на ₽260,4 млрд. В III квартале преимущество «Магнита» усилилось как в относительном, так и в абсолютном выражении, – выручка компании за указанный отчетный период превысила аналогичный показатель «Ленты» на 263%, или на ₽268,7 млрд. По результатам 9 месяцев 2020 года «Магнит» опережал «Ленту» почти на ₽800 млрд, или в 3,5 раза.

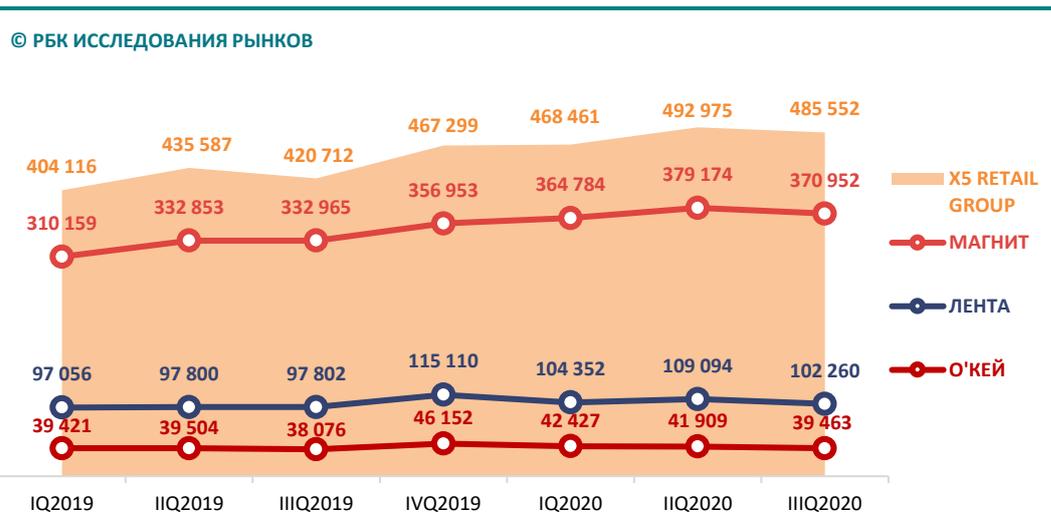
Отставание «О'Кей» от крупнейших FMCG-ритейлеров также усилилось. Оборот компании продолжает расти довольно медленно. Во II и III квартале динамика финансовых результатов оператора показала замедление. Темп прироста розничной выручки ритейлера снизился с 7,6% в I квартале (по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года) до 3,6% в III квартале. В итоге наибольшая глубина разрыва с конкурентами в абсолютном выражении для «О'Кей» пришлось на II квартал. Отставание игрока по выручке за указанный отчетный период от X5 Retail Group достигло ₽451,1 млрд, от «Магнита» – ₽337,3 млрд, от «Ленты» – ₽67,2 млрд. По итогу 9 месяцев 2020 года финансовые результаты ГК «О'Кей» в 3 раза ниже, чем у «Ленты», а по сравнению с «Магнитом» и X5 Retail Group разница составила 9 и 12 раз соответственно.

Рис. 3. Розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., Р млн без НДС*



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * на графике представлена чистая розничная выручка операторов – выручка от операционной деятельности сетевой розницы без учета доходов от оптовой, франчайзинговой и др. деятельности

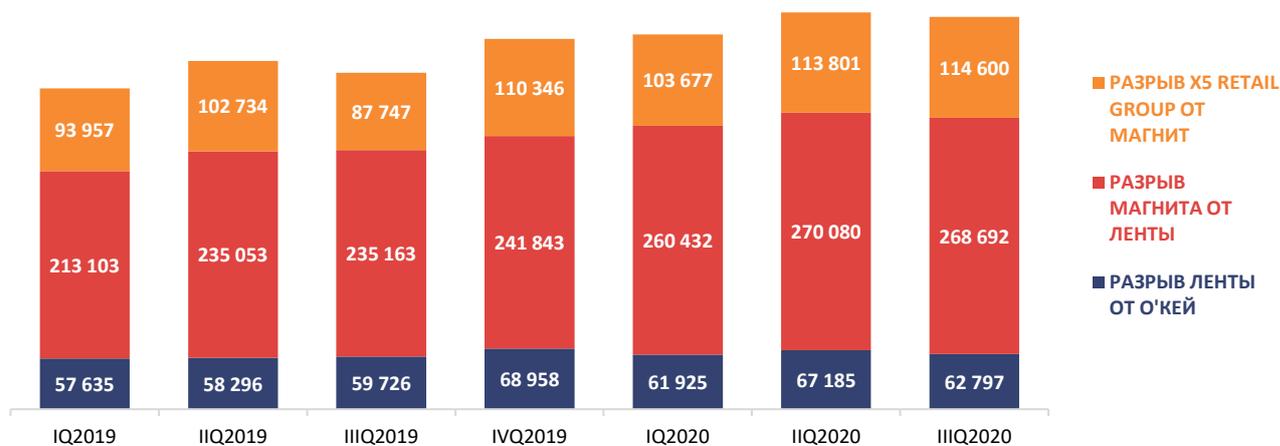
Рис. 4. Розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., Р млн без НДС*



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * на графике представлена чистая розничная выручка операторов – выручка от операционной деятельности сетевой розницы без учета доходов от оптовой, франчайзинговой и др. деятельности

Рис. 5. Разрыв в розничной выручке между ближайшими конкурентами среди крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * на графике представлены данные, полученные на основе чистых розничных выручек операторов – выручки от операционной деятельности сетевой розницы без учета доходов от оптовой, франчайзинговой и др. деятельности

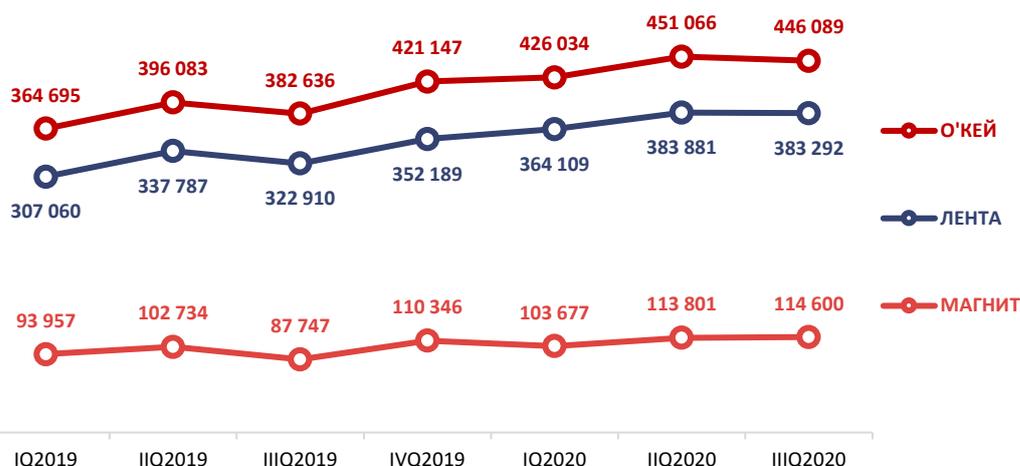
Табл. 3. Разрыв в розничной выручке между ближайшими конкурентами среди крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*, % (отрыв от ближайшего конкурента по выручке)

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	9 МЕС. 2020
X5 RETAIL GROUP									
X5RETAILGROUP	93 957	102 734	87 747	110 346	394 785	103 677	113 801	114 600	332 078
	30,3%	30,9%	26,4%	30,9%	29,6%	28,4%	30,0%	30,9%	29,8%
МАГНИТ									
МАГНИТ	213 103	235 053	235 163	241 843	915 429	260 432	270 080	268 692	799 203
	219,6%	240,3%	240,4%	210,1%	219,3%	249,6%	247,6%	262,8%	253,1%
ЛЕНТА									
ЛЕНТА	57 635	58 296	59 726	68 958	252 414	61 925	67 185	62 797	191 914
	146,2%	147,6%	156,9%	149,4%	152,9%	146,0%	160,3%	159,1%	155,0%

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * в таблице представлены данные, полученные на основе чистых розничных выручек операторов – выручки от операционной деятельности сетевой розницы без учета доходов от оптовой, франчайзинговой и др. деятельности

Рис. 6. Разрыв в розничной выручке между X5 Retail Group и другими крупнейшими FMCG-ритейлерами за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * на графике представлены данные, полученные на основе чистых розничных выручек операторов – выручки от операционной деятельности сетевой розницы без учета доходов от оптовой, франчайзинговой и др. деятельности

Табл. 4. Разрыв в розничной выручке между X5 Retail Group и другими крупнейшими FMCG-ритейлерами за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*, % (отрыв X5 Retail Group от конкурентов по выручке)

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	9 МЕС. 2020
МАГНИТ									
	93 957	102 734	87 747	110 346	394 785	103 677	113 801	114 600	332 078
	30,3%	30,9%	26,4%	30,9%	29,6%	28,4%	30,0%	30,9%	29,8%
ЛЕНТА									
	307 060	337 787	322 910	352 189	1 310 214	364 109	383 881	383 292	1 131 281
	316,4%	345,4%	330,2%	306,0%	313,8%	348,9%	351,9%	374,8%	358,3%
О'КЕЙ									
	364 695	396 083	382 636	421 147	1 562 628	426 034	451 066	446 089	1 323 195
	925,1%	1 002,6%	1 004,9%	912,5%	946,6%	1 004,2%	1076,3%	1 130,4%	1 068,9%

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * в таблице представлены данные, полученные на основе чистых розничных выручек операторов – выручки от операционной деятельности сетевой розницы без учета доходов от оптовой, франчайзинговой и др. деятельности

Рис. 7. Разрыв в розничной выручке между X5 Retail Group и другими крупнейшими FMCG-ритейлерами за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * на графике представлены данные, полученные на основе чистых розничных выручек операторов – выручки от операционной деятельности сетевой розницы без учета доходов от оптовой, франчайзинговой и др. деятельности

ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ КРУПНЕЙШИХ ПУБЛИЧНЫХ РЕТЕЙЛЕРОВ В СЕГМЕНТЕ FMCG

Пандемия COVID-19 выступила катализатором для развития отечественного e-grocery. Впрочем, некоторые компании-лидеры FMCG-рынка уже не первый год развивали сервисы доставки, осознав растущую значимость онлайн-каналов. Среди них – X5 Retail Group, крупнейшим онлайн-активом которой является интернет-магазин Perekrestok.ru (с августа 2020 года – «Перекресток Впрок»), работающий на рынке с 2017 года. Выручка канала по итогам 2019 года превысила ₽4,3 млрд, увеличившись за последующие 9 месяцев более чем вдвое.

Сейчас X5 Retail Group делает ставку на развитие интернет-торговли и стремится увеличить свою долю на этом рынке. В конце 2019 года стартовал пилотный проект экспресс-доставки из «Пятерочки» для Московского региона, который был ускорен в марте 2020 года в связи с введением карантинных мер. По состоянию на 30 сентября 2020 года услуга экспресс-доставки была доступна из 473 магазинов в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Казани, Краснодаре, Нижнем Новгороде и Воронеже. X5 также рассматривает введение услуги Click&Collect и опции доставки продуктов в сеть постаматов 5Post по модели Amazon. Помимо прочего, компания может выйти на рынок доставки готовой еды в контексте конкуренции с Delivery Club и «Яндекс.Едой». При этом, согласно данным компании, только за III квартал 2020 года совокупная выручка от продаж онлайн-гипермаркета «Перекресток Впрок» и экспресс-доставки из магазинов «Пятерочка» и «Перекресток» достигла ₽4 млрд. В сентябре среднее количество заказов в день составило 21,5 тысяч в онлайн гипермаркете «Перекресток Впрок» и экспресс-доставке из «Пятерочки» и «Перекрестка».

Ближайший конкурент X5 достаточно долго не участвовал в формировании российского рынка e-grocery. До пандемии COVID-19 «Магнит» оставался одним из немногих лидеров FMCG-рынка, остающихся в стороне от активной онлайн-торговли продуктами питания. Летом 2019 года компания начала делать первые шаги в этом направлении, запустив партнерскую доставку совместно с BroniBoy в Краснодаре и с iGooods в Москве и Казани. Однако введение режима самоизоляции заставило «Магнит» несколько сменить приоритеты. В III квартале оператор запустил экспресс-доставку продуктов в партнерстве с Delivery Club и «Яндекс.Едой», а также начал тестирование онлайн-аптеки, которая позволяет заказывать товары более чем из 100 аптек Московского региона. 2 октября 2020 года «Магнит» запустил собственную доставку продуктов, тестировать которую начал с родного для сети региона, Краснодарского края.

В свою очередь, согласно новой стратегии по развитию, разработанной «Лентой» после смены крупнейших акционеров, компания также сфокусировалась на интернет-торговле и быстрой доставке при сохранении формата гипермаркета. Наибольший вклад в развитие онлайн в рамках бизнеса оператора внесла пандемия. В апреле 2020 года были запущены собственные интернет-магазины ретейлера, расположенный на платформах iGooods и «СберМаркет», а в июне компания открыла фирменную витрину на AliExpress. Параллельно продолжал развиваться и собственный сервис доставки оператора. Так, во II квартале 2020 года оборот «Ленты» от онлайн увеличился в 6 раз, сохраняя аналогичные темпы роста и в последующие 3 месяца. Всего за 9 месяцев 2020 года показатель достиг ₽3,1 млрд, что эквивалентно росту на 395% год-к-году. Всего на онлайн-канал приходится 1% от совокупного оборота сети. К собственным онлайн-бизнесам «Ленты» также относятся запущенная в 2020 году собственная служба экспресс-доставки «Ленточка» и новый сервис заказа и самовывоза Click & Collect. На данный момент проект работает в 150 гипермаркетах «Ленты» по всей территории России.



Сеть гипермаркетов «О'Кей» запустила собственный интернет-магазин еще в 2015 году. Согласно годовому отчету компании, к концу 2019 года оборот от канала достиг отметки в ₽2 млрд, что составило 1,2% от общей розничной выручки компании. При этом онлайн-продажи собственной интернет-доставки «О'Кей» за 9 месяцев 2020 года выросли на 30% в годовом выражении и в третьем квартале 2020 года составили 3,6% и 1,9% чистой розничной выручки сети в Москве и Санкт-Петербурге соответственно. В связи с растущим спросом на омниканальный покупательский опыт, «О'Кей» расширила свое онлайн-присутствие в девяти городах России в дополнение к собственной доставке в Москве и Санкт-Петербурге. Во II квартале 2020 года «О'Кей» начала сотрудничество с сервисом iGooods, который осуществляет доставку товаров гипермаркета в Екатеринбурге, Тюмени, Сургуте, Ростове-на-Дону и Краснодаре. Позднее, в октябре, компания заключила соглашение со «СберМаркетом» относительно организации доставки в Омске, Уфе, Ростове-на-Дону и Нижнем Новгороде. Ретейлер планирует в дальнейшем развивать собственный сервис доставки в Москве и Санкт-Петербурге – главных городах присутствия, при этом расширяя региональное присутствие за счет партнерства с ведущими операторами.

Рис. 8. Выручка крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года

Табл. 5. Выручка крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	9 МЕС. 2020
X5 RETAIL GROUP*									
X5RETAILGROUP	891	867	922	1 630	4 310	2 096	3 592	2 836	8 524
ЛЕНТА									
ЛЕНТА	233	208	201	350	1 000	488	1 382	1 311	3 181
О'КЕЙ**									
О'КЕЙ	Н/Д	Н/Д	Н/Д	Н/Д	2 000	Н/Д	Н/Д	Н/Д	Н/Д

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * выручка крупнейшего онлайн-актива компании Perekrestok.ru, ** выручка интернет-магазина «О'Кей»

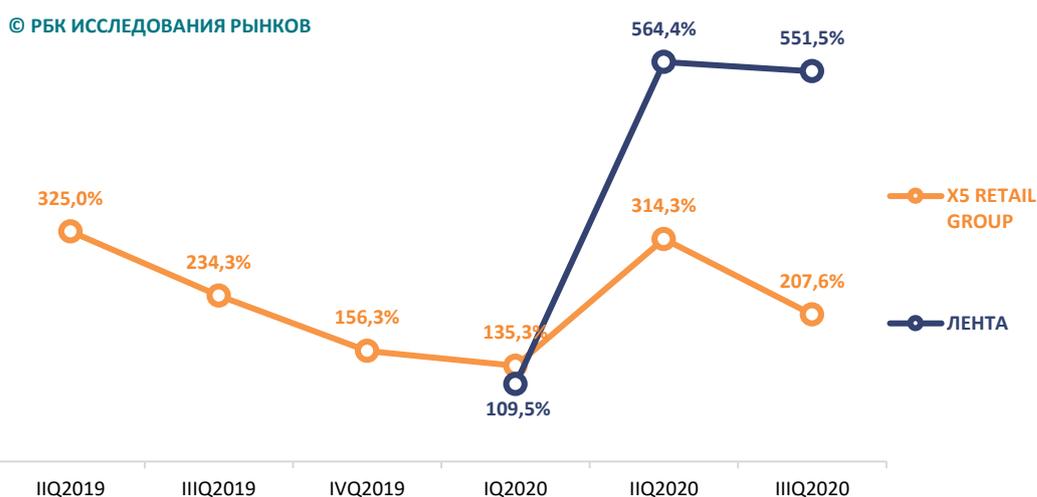
Табл. 6. Доля онлайн-каналов в выручке крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	9 МЕС. 2020
X5 RETAIL GROUP*									
 X5RETAILGROUP	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,4%	0,7%	0,6%	0,6%
ЛЕНТА									
 ЛЕНТА	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,5%	1,3%	1,3%	1,0%
О'КЕЙ**									
 О'КЕЙ	Н/Д	Н/Д	Н/Д	Н/Д	1,2%	Н/Д	Н/Д	Н/Д	Н/Д

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * выручка крупнейшего онлайн-актива компании Perekrestok.ru, ** выручка интернет-магазина «О'Кей»

Динамика роста выручки от онлайн-продаж крупнейших FMCG-ритейлеров за 2019-2020 гг.

Рис. 9. Темпы прироста выручки крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IIQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года

Табл. 7. Темпы прироста выручки крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IIQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*

КОМПАНИЯ	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	9 МЕС. 2020
X5 RETAIL GROUP*								
 X5RETAILGROUP	325,0%	234,3%	156,3%	234,1%	135,3%	314,3%	207,6%	218,1%
ЛЕНТА								
 ЛЕНТА	Н/Д	Н/Д	Н/Д	Н/Д	109,5%	564,4%	551,5%	395,1%
О'КЕЙ**								
 О'КЕЙ	Н/Д	Н/Д	Н/Д	20,0%	Н/Д	Н/Д	Н/Д	Н/Д

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года; * выручка крупнейшего онлайн-актива компании Perekrestok.ru, ** выручка интернет-магазина «О'Кей»

РАЗВИТИЕ РОЗНИЦЫ КРУПНЕЙШИХ ПУБЛИЧНЫХ РЕТЕЙЛЕРОВ В СЕГМЕНТЕ FMCG В 2019-2020 ГГ.

В 2017-2018 годах «Пятерочка» и «Магнит» осуществляли активную географическую экспансию, увеличивая количество регионов присутствия и долю на рынке. Однако к концу 2018 года стала явной необходимость переходить от количественного развития к качественному и работать с уже существующими точками, чтобы удержать потребителей. В 2019 году крупные игроки продолжали снижать темп открытий: так, X5 планировал открыть не более 2000 точек в форматах «у дома» и «супермаркет», Магнит порядка 750 продуктовых магазинов (исключая аптеки и магазины косметики).

Действительно, несмотря на то, что по итогам 2019 года фирменная розница обоих FMCG-гигантов расширилась на 13% по сравнению с предыдущим годом, компании уделяли больше внимания качественным преобразованиям. В первую очередь, это касается пересмотра концепций и обновления действующих магазинов. В мае 2019 года X5 обновила концепцию «Пятерочек», чтобы та больше соответствовала потребительским запросам. Аналогичный шаг последовал со стороны «Магнита» в сентябре того же года. Обновление более крупных форматов также не заставило себя долго ждать - «Перекресток» пересмотрел собственный бренд и начал масштабировать новую концепцию в феврале 2020 года, а «Магнит» запустил формат «городского супермаркета» «Магнит Сити» в августе 2020 года.

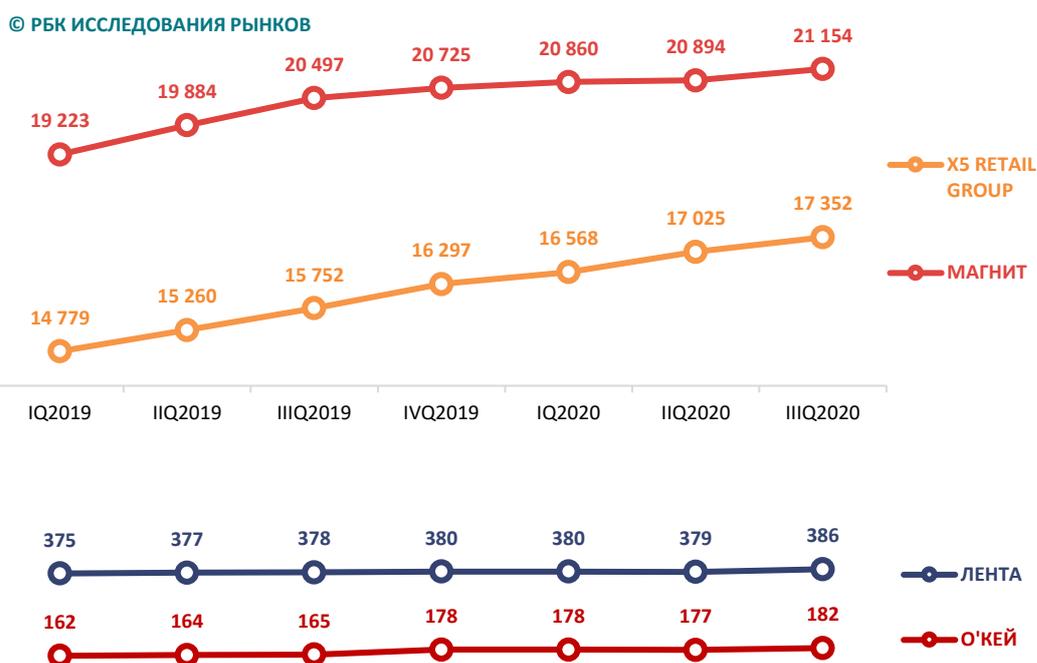
Как заметно из динамики числа торговых точек, формат «магазин у дома» чувствует себя наиболее уверенно в текущих рыночных условиях. «Пятерочка» закончила год с более чем 15 тысячами точек, что на 13,5% выше, чем годом ранее. «Магнит у дома», в свою очередь, вырос на 12,9% до 14,6 тысяч локаций. В то же время гипермаркеты «Карусель» и «Лента» демонстрировали неустойчивую динамику, вынужденно избавляясь от наименее рентабельных точек. Прирост последней составил лишь одну новую точку за год. Несмотря на это, совет директоров «Ленты» согласовал инвестиции размером в ¥1,9 млрд в открытие 29 супермаркетов в Москве в 2020-2021 годах. В конце августа компания продолжила открытия на месте ушедшего с Северо-Запада франчайзи SPAR, а месяцем позже открыла супермаркет в столице в рамках долгосрочного партнерства с девелопером ADG Group.

«О'Кей» закончила 2019 год с более осязаемым показателем роста, увеличившись на 11,3% год-к-году. При этом большинство из 18 открытий компании за год пришлось на IV квартал. На фоне падения популярности формата гипермаркетов, оператор обратил свои усилия по развитию розницы в направлении сети дискаунтеров «ДА!». Именно их открытия обеспечили игроку прирост точек продаж, в то время как число магазинов «О'Кей» в течение года оставалось неизменным. В 2020 году новых открытий было гораздо меньше. За 9 месяцев текущего года компания закрыла 1 гипермаркет и запустила 5 дискаунтеров, открытие которых пришлось на III квартал. Тем не менее, до конца года оператор намерен ускорить динамику развития сети «ДА!», открыв еще 18 магазинов. Данный формат Группа рассматривает в качестве основного фактора роста выручки и прибыли в средне- и долгосрочной перспективе.

В отношении сети «О'Кей» игрок придерживается стратегии качественной трансформации. Так, в сентябре после реконструкции был открыт гипермаркет в новой концепции в Москве, разработанной с учетом долгосрочных тенденций в поведении потребителей. Проект направлен на улучшение покупательского опыта и клиентского сервиса, а также более эффективное использование торговых площадей. Группа планирует дальнейшую модернизацию магазинов «О'КЕЙ» на базе новой концепции с целью повышения конкурентоспособности бренда.



Рис. 10. Количество магазинов крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., шт.



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года

Табл. 8. Количество магазинов крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., шт.

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020
X5 RETAIL GROUP								
X5RETAILGROUP	14 779	15 260	15 752	16 297	16 297	16 568	17 025	17 352
Пятёрочка	13 917	14 385	14 850	15 354	15 354	15 739	16 096	16 385
Перекрёсток супермаркет	771	785	811	852	852	846	867	910
ГИПЕРМАРКЕТ КАРУСЕЛЬ	91	90	91	91	91	73	62	57
МАГНИТ								
МАГНИТ	19 223	19 884	20 497	20 725	20 725	20 860	20 894	21 154
МАГНИТ У ДОМА	13 909	14 231	14 507	14 622	14 622	14 594	14 581	14 699
МАГНИТ СУПЕРМАРКЕТ	467	466	467	473	473	472	472	469
МАГНИТ КОСМЕТИК	4 847	5 187	5 523	5 630	5 630	5 794	5 841	5 986
ЛЕНТА								
ЛЕНТА	375	377	378	380	380	380	379	386
О'КЕЙ								
О'КЕЙ	162	164	165	178	178	178	177	182
ГИПЕРМАРКЕТЫ О'КЕЙ	78	78	78	78	78	78	77	77
ДИСКАУНТЕРЫ ДА!	84	86	87	100	100	100	100	105

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года

Динамика развития розницы крупнейших FMCG-ритейлеров в 2019-2020 гг.

Табл. 9. Абсолютный прирост розницы крупнейших FMCG-ритейлеров IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., шт.

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020
X5 RETAIL GROUP								
 X5RETAILGROUP	348	481	492	545	1 866	271	457	327
 Пятёрочка	395	468	465	504	1 832	385	357	289
 Перекрёсток супермаркет	11	14	26	41	92	-6	21	43
 ГИПЕРМАРКЕТ КАРУСЕЛЬ	-3	-1	1	0	-3	-18	-11	-5
МАГНИТ								
 МАГНИТ	824	661	613	228	2 326	135	34	260
МАГНИТ У ДОМА	963	322	276	115	1676	-28	-13	118
МАГНИТ СУПЕРМАРКЕТ	8	-1	1	6	14	-1	0	-3
 МАГНИТ КОСМЕТИК	567	340	336	107	1350	164	47	145
ЛЕНТА								
 ЛЕНТА	-4	2	1	2	1	0	-1	7
О'КЕЙ								
 О'КЕЙ	2	2	1	13	18	0	-1	5
ГИПЕРМАРКЕТЫ О'КЕЙ	0	0	0	0	0	0	-1	0
ДИСКАУНТЕРЫ ДА!	2	2	1	13	18	0	0	5

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – ноябрь 2020 года

СПИСОК ДИАГРАММ

Рис. 1. Чистая розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	6
Рис. 2. Темпы прироста чистой розничной выручки крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., % относительно аналогичного периода прошлого года	7
Рис. 3. Розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	9
Рис. 4. Розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	9
Рис. 5. Разрыв в розничной выручке между ближайшими конкурентами среди крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	10
Рис. 6. Разрыв в розничной выручке между X5 Retail Group и другими крупнейшими FMCG-ритейлерами за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	11
Рис. 7. Разрыв в розничной выручке между X5 Retail Group и другими крупнейшими FMCG-ритейлерами за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	12
Рис. 8. Выручка крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС	14
Рис. 9. Темпы прироста выручки крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IIQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС	15
Рис. 10. Количество магазинов крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., шт.	17

СПИСОК ТАБЛИЦ

Табл. 1. Чистая розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	6
Табл. 2. Темпы прироста чистой розничной выручки крупнейших FMCG-ритейлеров IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., % относительно аналогичного периода прошлого года	7
Табл. 3. Разрыв в розничной выручке между ближайшими конкурентами среди крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*, % (отрыв от ближайшего конкурента по выручке)	10
Табл. 4. Разрыв в розничной выручке между X5 Retail Group и другими крупнейшими FMCG-ритейлерами за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*, % (отрыв X5 Retail Group от конкурентов по выручке)	11
Табл. 5. Выручка крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	14
Табл. 6. Доля онлайн-каналов в выручке крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	15
Табл. 7. Темпы прироста выручки крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IIQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	15
Табл. 8. Количество магазинов крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., шт.	17
Табл. 9. Абсолютный прирост розницы крупнейших FMCG-ритейлеров IQ 2019 г. - IIIQ 2020 г., шт.	18