

Сравнительный экспресс-анализ крупнейших публичных ритейлеров в сегменте FMCG: итоги 2020

2021 RBC Moscow



КРАТКОЕ ОГЛАВЛЕНИЕ

Краткое оглавление	2
Полное оглавление	3
Розничная выручка крупнейших публичных ретейлеров в сегменте FMCG за 2020 г.	4
Онлайн-продажи крупнейших публичных ретейлеров в сегменте FMCG	13
Развитие розницы крупнейших публичных ретейлеров в сегменте FMCG в 2020 г.	17
Список диаграмм	20
Список таблиц	21

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 2020 г.	4
Динамика роста выручки крупнейших FMCG-ретейлеров за 2019-2020 гг.....	7
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 2020 г.	17
Динамика развития розницы крупнейших FMCG-ретейлеров в 2019-2020 гг.....	19
Список диаграмм	20
Список таблиц	21

РОЗНИЧНАЯ ВЫРУЧКА КРУПНЕЙШИХ ПУБЛИЧНЫХ РЕТЕЙЛЕРОВ В СЕГМЕНТЕ FMCG ЗА 2020 Г.

Несмотря на сложную эпидемиологическую ситуацию, вызванную пандемией COVID-19, крупнейшие продовольственные ретейлеры продолжили демонстрировать положительные темпы роста продаж. Наиболее успешным 2020 год оказался для X5 Retail Group. Компания сумела удержать лидерство как по обороту, так и по динамике роста выручки в отрасли. За 2020 год розничные продажи X5 увеличились на 14,2%: с $\text{R}1,7$ до $\text{R}2,0$ трлн. Динамичное развитие стало результатом 8,3% роста торговых площадей. За прошедший год X5 Retail Group увеличил розницу на 1 410 магазинов или на 601 тыс. м², что в целом обеспечило рост продаж компании на 8,8%.

Сопоставимые продажи также внесли значимый положительный вклад в увеличении розничной выручки оператора. LFL-продажи X5 Retail Group выросли на 5,5% в 2020 году и на 5,1% в последнем квартале. 6% снижение трафика, вызванное изменением в поведении покупателей, а именно их стремлением ограничить частоту посещения магазинов из-за COVID-19, X5 удалось преодолеть за счет 12% роста среднего чека. Положительно на LFL-продажи Группы сказались расширение собственного ассортимента готовой продукции, постоянная ориентация компании на эффективность, а также новые концепции магазинов «Перекресток» и «Пятерочка». Отметим, что в 2020 году были реконструированы 583 «магазина у дома» и 46 супермаркетов. С учетом новых открытий доля розничных точек, работающих в новой концепции на конец года, составила 13% среди сети «Пятерочка» и 12% среди сети «Перекресток».

В условиях COVID-19 X5 Retail Group уделил особое внимание развитию цифрового бизнеса. На сегодняшний день данное направление включает онлайн-гипермаркет «Перекресток Впрок», экспресс-доставку и 5Post. За прошедший год выручка от цифрового бизнеса выросла на 362% и достигла $\text{R}20,1$ млрд, что позволило оператору добиться дополнительных +0,9 п.п. к темпу роста годовой консолидированной выручки.

Второй ключевой игрок на рынке продуктовой розницы – «Магнит» – за 2020 год увеличил розничные продажи на 13,3%, до $\text{R}1,5$ трлн. Компания, как и X5 Retail Group, сумела, невзирая на эпидемиологическую ситуацию и снижение доходов россиян, добиться двузначных показателей роста выручки. Ян Дюннинг, генеральный директор «Магнита», следующим образом прокомментировал итоги 2020. «Компания сосредоточилась на повышении операционной эффективности существующей сети магазинов, добилась высоких LFL результатов и улучшения плотности продаж. Мы возобновили рост эффективности бизнеса», – отметил он.

Действительно, годовая прибыль ретейлера увеличилась на 120,8%, до $\text{R}37,8$ млрд. сопоставимые продажи компании в 2020 году выросли на 7,4%, чему поспособствовал 14,1% рост среднего чека, сопровождаемый 5,9% падением трафика. Сильных показателей LFL-продаж удалось достичь за счет качественной трансформации розницы. В 2020 году «Магнит» продолжил оптимизацию розницы, закрыв 453 неэффективных магазина. Наряду с этим оператор провел редизайн 280 «магазинов у дома», 25 супермаркетов и 80 магазинов дрoгери. В результате, розничные точки в обновленной концепции в отмеченных форматах достигли доли в 72%, 29% и 56%.

Компания продолжила открытия и новых магазинов. За прошедший год розница «Магнит» (с учетом всех форматов) увеличилось на 839 точек и достигла по данным на конец декабря – 21 564 магазинов. При этом торговая площадь компании выросла на 3,6% год-к-году или на 258 тыс. м².

Для повышения эффективности бизнеса, «Магнит» уделил большое внимание вопросам цифровизации и внедрению передовых IT-решений. Оператор направил немалые усилия на трансформацию цепочек поставок, начав внедрение единой системы прогнозирования спроса и планирования запасов на базе облачного решения Relex Solutions. Также была запущена и протестирована система Vendor Managed Inventory для поставщиков по прогнозированию и пополнению запасов на распределительных центрах.

COVID-19 заставил «Магнит» пересмотреть отношение к интернету как каналу продаж. Во второй половине 2020 года «Магнит» начал сотрудничество с Delivery Club и «Яндекс.Едой». Наряду с этим оператор запустил собственный сервис онлайн-заказов и доставки продуктов из магазинов. По данным ретейлера к концу 2020 года к сервисам e-commerce были подключены более тысячи розничных точек «Магнит» в 47 регионах и 72 городах России. В течение текущего года компания планирует подключить к онлайн-доставке не менее 1,5 тыс. магазинов.

По динамике роста продаж «Лента» вдвое уступает как X5 Retail Group, так и «Магниту». По итогам 2020 года чистая розничная выручка оператора увеличилась на 7,3%, до 437,5 млрд. Напомним, что конкуренты ретейлера – X5 и «Магнит» – росли соответственно на 14,2% и 13,3% год-к-году. Таким образом, отрыв лидеров от «Ленты» за прошедший год продолжил нарастать.

Несмотря на отставание от динамики розничных продаж конкурентов, 2020 год в «Ленте» считают довольно успешным, учитывая падение доходов россиян и сложную эпидемиологическую ситуацию. Позитивной оценке способствуют и показатели 2019 года. Напомним, что тогда розничные продажи оператора выросли лишь на 1% год-к-году.

Более динамичному росту выручки «Ленты» в 2020 году поспособствовали открытия новых розничных магазинов. Из-за COVID-19 компания активно занялась экспансией лишь во второй половине года. В отличие от первых 6 месяцев прошедшего года, когда «Лента» закрыла 1 локацию, во втором полугодии ретейлер сумел переломить негативную динамику и расширил представленность за счет открытия 14 розничных точек. Таким образом, в целом за 2020 год чистый прирост сети «Лента» составил 13 магазинов. За счет новых объектов торговая площадь оператора выросла на 2% или 29,4 тыс. м², а число магазинов, работающих под вывеской «Лента», достигло 393.

Более существенным оказался вклад сопоставимых продаж в рост розничной выручки оператора. На фоне 5,5% снижения трафика магазинов и 11,6% роста среднего чека, LFL-продажи «Ленты» выросли на 5,4%. Опасения подхватить вирусную инфекцию в период I и II волны коронавируса привели к падению посещаемости магазинов ретейлера. Однако этот же факт поспособствовал увеличению среднего количества позиций в чеке. Наряду с этим рост затрат в магазинах ретейлера был обусловлен и трендом на приобретение более дорогих товаров.

«Лента» активно развивает онлайн-сервисы, которые сыграли значимую роль в поддержке бизнеса компании в 2020 году. Онлайн-выручка оператора в условиях COVID-19 выросла в 6,6 раза и достигла 6,3 млрд. Таким образом, онлайн-сервисы позволили оператору добиться дополнительно +1,5 п.п. к темпу роста годовой консолидированной выручки.

Динамику развития, схожую с «Лентой», демонстрирует и Группа «О'Кей». Компания также значительно уступает лидерам (X5 и «Магнит») по темпам роста. По итогам 2020 года чистые розничные продажи оператора увеличились на 5,9% и составили 172,7 млрд. Во многом положительную динамику обеспечил рост LFL-продаж. Выручки сопоставимых магазинов оператора выросли на 5,4% год-к-году.

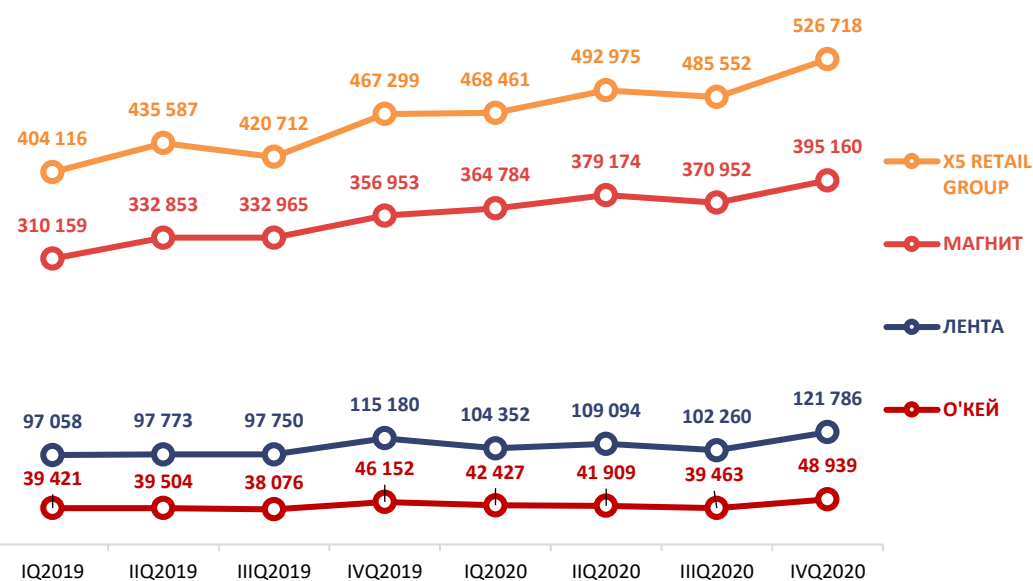
Более динамичному развитию группы «О'Кей» как и «Ленты», препятствует наблюдаемый кризис крупных форматов ретейла. В частности, розничные продажи гипермаркетов «О'Кей» в 2020 году выросли лишь на 1%, до ₹146,8 млрд. Для сравнения сеть дискаунтеров «ДА!», входящая в Группу, продемонстрировала рекордный рост: чистая розничная выручка формата в 2020 году увеличилась на 45,3% до ₹26,0 млрд при значительном росте LFL-продаж на уровне 27,8%. Таким образом, формат дискаунтеров продолжает увеличивать долю в продажах оператора. Если в 2019 году сеть «ДА!» занимала 10,9% в структуре розничной выручки оператора, то в 2020 году – уже 15%.

Группа «О'Кей» заинтересована в развитии формата дискаунтеров, который пользуется спросом среди российских покупателей. Несмотря на пандемию COVID-19, оператор продолжил открытия магазинов «ДА!». За 2020 год сеть выросла на 18 точек продаж до 118 магазинов. При этом сеть гипермаркетов недосчиталась 1 локации, в результате количество гипермаркетов «О'Кей» к концу года сократилось до 77. За 2020 год торговая площадь Группы практически не изменилась: она выросла лишь на 0,2% или 1 228 м² и составила 599,5 тыс. м².

Как и компании-конкуренты, в условиях пандемии «О'Кей» уделил значительное внимание развитию онлайн-канала продаж. К концу года оператор расширил географию доставки онлайн-заказов на 20 городов России, таким образом, охватив все регионы своего присутствия. В целом за 2020 год онлайн-оборот ретейлера вырос на 28,4%. Напомним, что в 2019 году онлайн-продажи Группы составляли ₹2 млрд.

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




© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 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. – IVQ 2020 г., ₹ млн без НДС*

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
X5RETAILGROUP	404 116	435 587	420 712	467 299	1 727 714	468 461	492 975	485 552	526 718	1 973 706

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
МАГНИТ										
 МАГНИТ	310 159	332 853	332 965	356 953	1 332 929	364 784	379 174	370 952	395 160	1 510 071
ЛЕНТА										
 ЛЕНТА	97 058	97 773	97 750	115 180	407 761	104 352	109 094	102 260	121 786	437 493
О'КЕЙ										
 О'КЕЙ	39 421	39 504	38 076	46 152	163 153	42 427	41 909	39 463	48 939	172 738

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 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, III и IV кварталах стал замедляться. Чистая розничная выручка оператора за сентябрь – декабрь 2020 года увеличилась на 10,7% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. В результате, по итогам 2020 года X5 Retail Group превзошел по динамике развития своего конкурента, став лидером не только по продажам, но и росту.

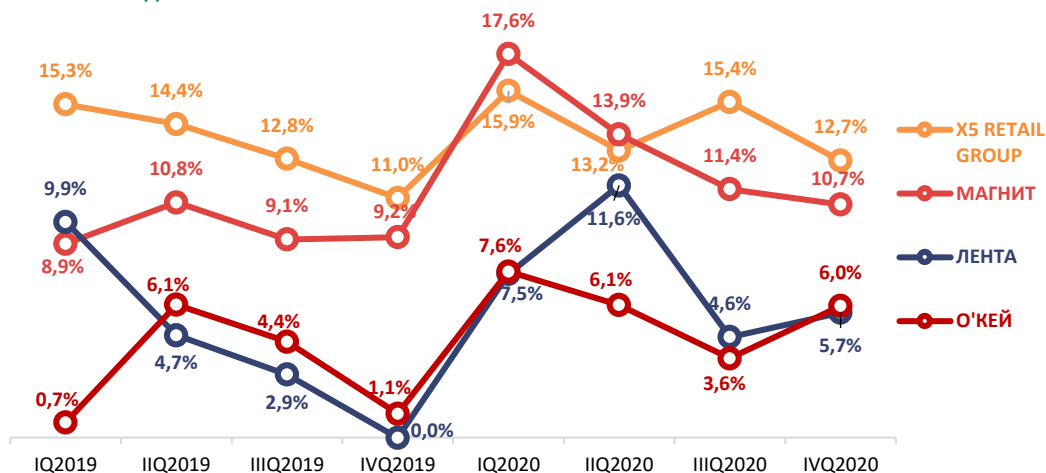
Прирост чистой розничной выручки Группы оказалась на 0,9 п.п. выше показателя по «Магниту». Отметим, что за 2020 год операторы сумели увеличить розничные продажи соответственно на 14,2% и 13,3%.

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 лидера рынка.

Не так активно растут выручки «Ленты» и «О'Кей». По итогам 2020 года темпы прироста показателя для компаний составили соответственно 7,3% и 5,9% 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 2,5 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 данных компаний. В частности, основным драйвером роста ГК «О'Кей» стала не сеть гипермаркетов, а дискаунтеры «ДА!». Последние за 2020 год показали прирост выручки на 45,3%, в то время как оборот магазинов «О'Кей» за тот же период увеличился лишь на 1%.

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

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 года

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

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
X5 RETAIL GROUP										
X5RETAILGROUP	15,3%	14,4%	12,8%	11,0%	13,3%	15,9%	13,2%	15,4%	12,7%	14,2%
МАГНИТ										
МАГНИТ	8,9%	10,8%	9,1%	9,2%	9,5%	17,6%	13,9%	11,4%	10,7%	13,3%
ЛЕНТА										
ЛЕНТА	9,9%	4,7%	2,9%	0,0%	1,0%	7,5%	11,6%	4,6%	5,7%	7,3%
О'КЕЙ										
О'КЕЙ	0,7%	6,1%	4,4%	1,1%	3,0%	7,6%	6,1%	3,6%	6,0%	5,9%

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 года

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

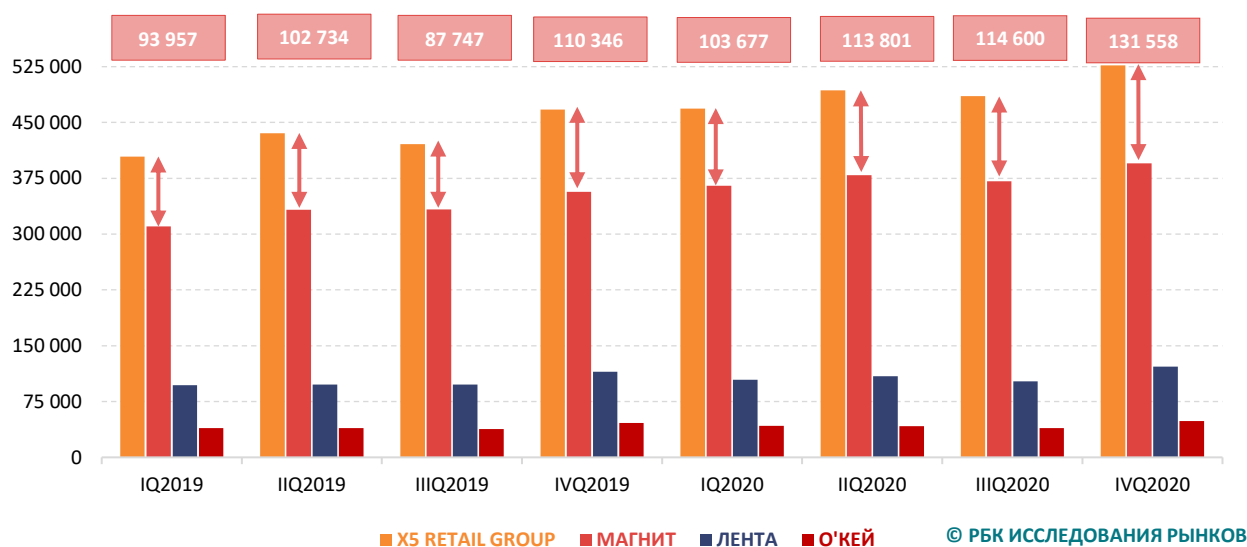
В течение 2020 года разрыв в розничной выручке между крупнейшими FMCG-ритейлерами увеличивался. За счет стабильного динамичного роста X5 Retail Group усилил преимущество в сравнении с ближайшим конкурентом – «Магнитом», который после I квартала 2020 года сбавил темпы развития. Выручка компании-лидера за I квартал 2020 года на 28,4% превысила показатель «Магнита». А к IV кварталу отрыв X5 Retail Group от конкурента увеличился до 33,3%, что в абсолютном выражении составило ₹131,6 млрд. Таким образом, по итогам 2020 года отставание «Магнита» от лидера рынка достигло ₹463,6 млрд. Для сравнения, преимущество X5 Retail Group по выручке за предыдущий год составляло ₹394,8 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 конце года. Так, разрыв выручек «Ленты» и X5 Retail Group в IV квартале 2020 года превысил ₹404 млрд, а по итогам года достиг ₹1 536 млрд. В 2019 году аналогичные показатели

были ниже. Отставание «Ленты» от лидера рынка при сравнении квартальных выручек не превышало ₹353 млрд, а по итогу 2019 года составило ₹1 320 млрд. Разрыв в финансовых результатах между «Лентой» и «Магнитом» также увеличился в 2020 году. Уже в I квартале последний опережал «Ленту» по выручке на 250%, или на ₹260,4 млрд. В IV квартале преимущество «Магнита» усилилось: выручка компании за указанный отчетный период превысила аналогичный показатель «Ленты» на 224,5% или на ₹273,4 млрд. В 2020 году «Магнит» опередил «Ленту» по показателю чистых розничных продаж почти на ₹1 073 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 кварталах 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. Более успешным для оператора оказались последние 3 месяца года. В IV квартале чистые розничные продажи «О'Кей» выросли на 6,0%. Несмотря на это, наибольшая глубина разрыва с конкурентами в абсолютном выражении для «О'Кей» пришлось именно на IV квартал. Отставание игрока по выручке за указанный отчетный период от X5 Retail Group достигло ₹477,8 млрд, от «Магнита» – ₹346,2 млрд, от «Ленты» – ₹72,8 млрд. По итогам 2020 года финансовые результаты ГК «О'Кей» в 2,5 раза ниже, чем у «Ленты», а по сравнению с «Магнитом» и X5 Retail Group разница составила 8,7 и 11,4 раза соответственно.

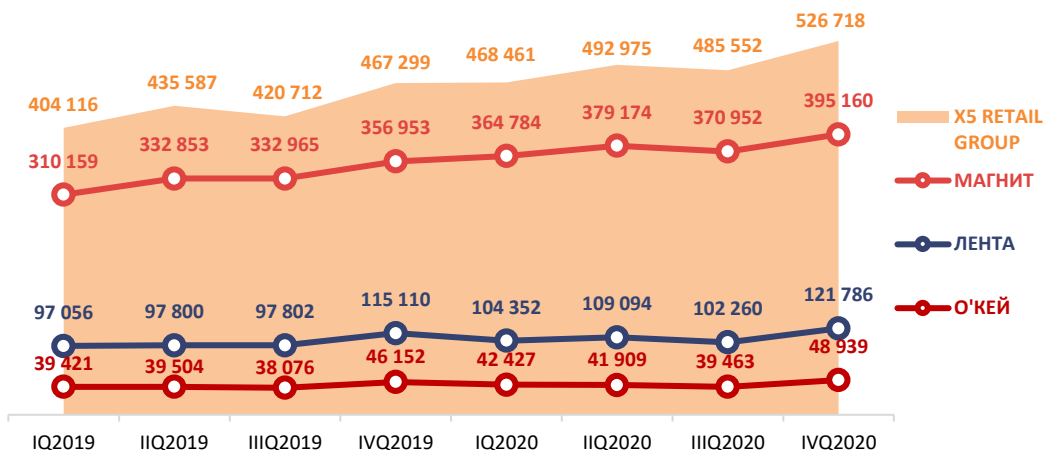
Рис. 3. Розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IVQ 2020 г., ₹ млн без НДС*



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 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. - IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*

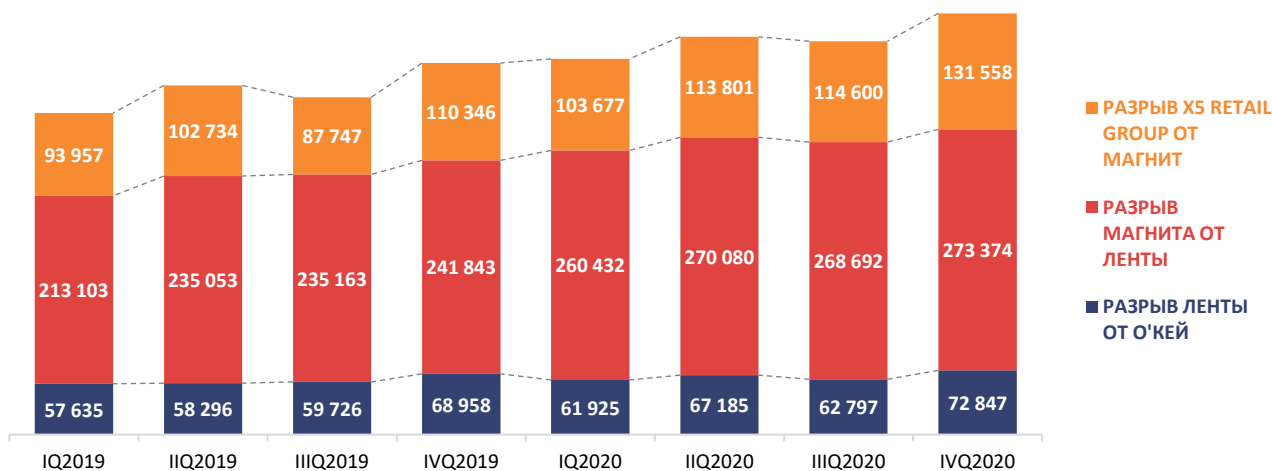
© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 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. - IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 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. - IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*, % (отрыв от ближайшего конкурента по выручке)

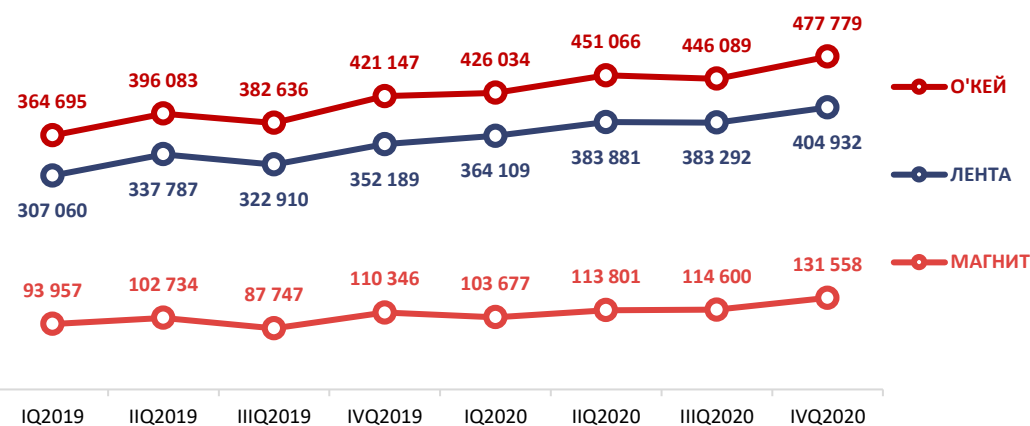
КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
X5 RETAIL GROUP										
X5RETAILGROUP	93 957	102 734	87 747	110 346	394 785	103 677	113 801	114 600	131 558	463 635
	30,3%	30,9%	26,4%	30,9%	29,6%	28,4%	30,0%	30,9%	33,3%	30,7%
МАГНИТ										
МАГНИТ	213 103	235 053	235 163	241 843	915 429	260 432	270 080	268 692	273 374	1 072 578
	219,6%	240,3%	240,4%	210,1%	219,3%	249,6%	247,6%	262,8%	224,5%	245,2%

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
ЛЕНТА										
	57 635	58 296	59 726	68 958	252 414	61 925	67 185	62 797	72 847	264 755
	146,2%	147,6%	156,9%	149,4%	152,9%	146,0%	160,3%	159,1%	148,9%	153,3%

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 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. – IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 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

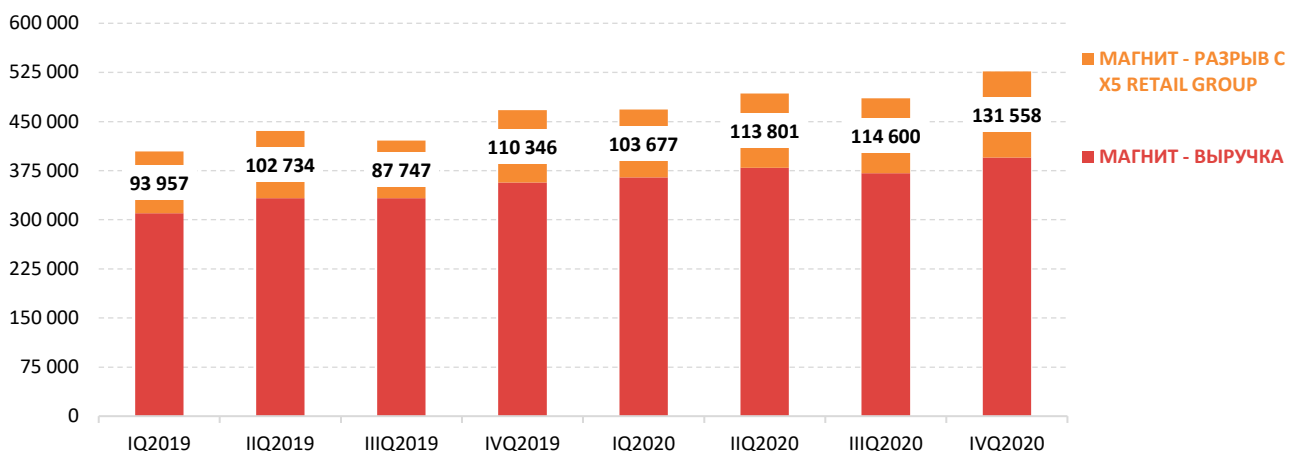
Табл. 4. Разрыв в розничной выручке между X5 Retail Group и другими крупнейшими FMCG-ритейлерами за IQ 2019 г. – IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*, % (отрыв X5 Retail Group от конкурентов по выручке)

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
МАГНИТ										
	93 957	102 734	87 747	110 346	394 785	103 677	113 801	114 600	131 558	463 635
	30,3%	30,9%	26,4%	30,9%	29,6%	28,4%	30,0%	30,9%	33,3%	30,7%
ЛЕНТА										
	307 060	337 787	322 910	352 189	1 310 214	364 109	383 881	383 292	404 932	1 536 213
	316,4%	345,4%	330,2%	306,0%	313,8%	348,9%	351,9%	374,8%	332,5%	351,1%
О'КЕЙ										
	364 695	396 083	382 636	421 147	1 562 628	426 034	451 066	446 089	477 779	1 800 968
	925,1%	1 002,6%	1 004,9%	912,5%	946,6%	904,2%	976,3%	1030,4%	876,3%	942,6%

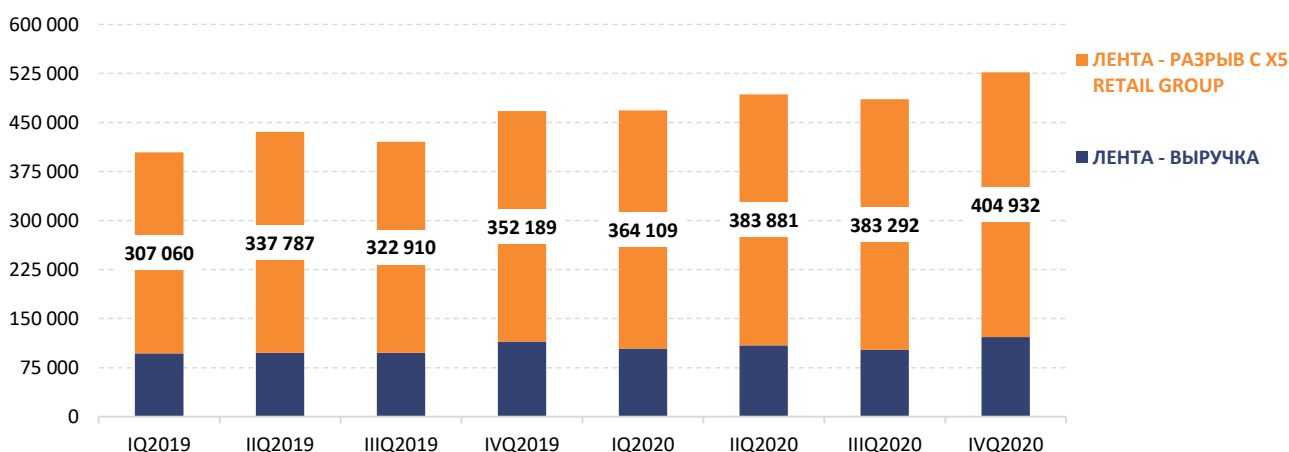
Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 года; * в таблице представлены данные, полученные на основе чистых розничных выручек операторов – выручки от операционной деятельности сетевой розницы без учета доходов от оптовой, франчайзинговой и др. деятельности

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

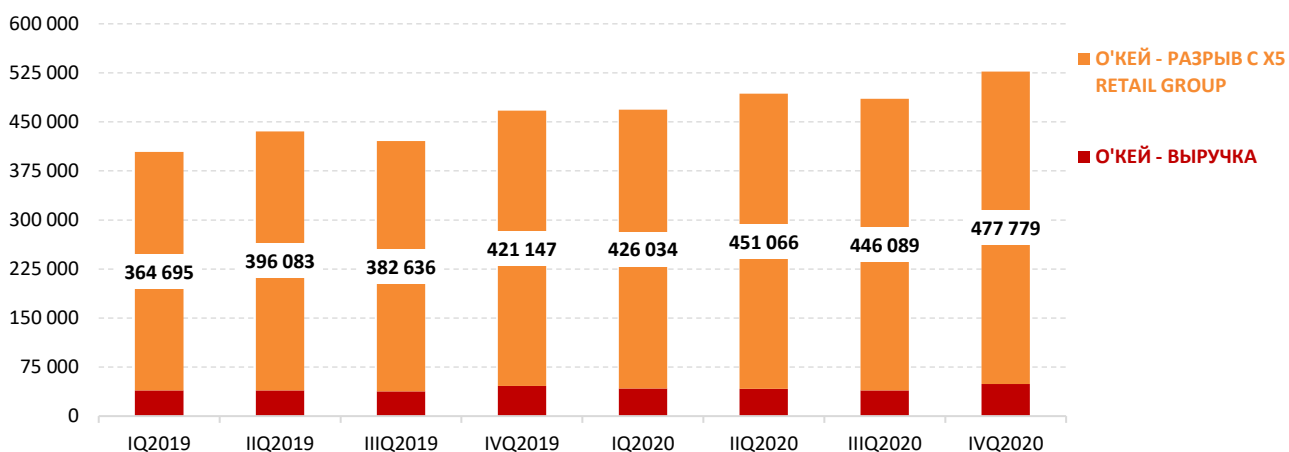
© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 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

По итогам 2020 года X5 Retail Group продолжает лидировать по выручке от онлайн-канала, более чем в 2 раза опережая других крупнейших продовольственных ретейлеров. Оборот от продаж через основной интернет-актив компании – онлайн-гипермаркет «Перекресток Впрок», вырос в 3 раза и достиг $\text{R}13,3$ млрд против $\text{R}4,3$ млрд в 2019 году. Увеличилась и его доля в выручке компании: с 0,2% в 2019 году до 0,7% в 2020 году.

Высоких показателей роста компания смогла достичь благодаря активному масштабированию на фоне увеличения спроса из-за пандемии. Так, в течение 2020 года ретейлер запустил два новых даркстора, а также более, чем в два раза расширил присутствие «тёмных магазинов» в Санкт-Петербурге, а также запустил доставку в Нижнем Новгороде. При этом оператору пришлось увеличить автопарк на 20%.

К концу 2020 года доставка из «Перекрестка Впрок» стала доступна в 13 регионах, в то время как по итогам 2019 года услуга функционировала всего в 4 регионах. За год к Москве, Московской области, Санкт-Петербургу и Ленинградской области прибавились еще 9 городов. Таким образом, география доставки онлайн-гипермаркета расширилась на Нижний Новгород, Тулу, Рязань, Великий Новгород, Владимир, Тверь, Казань, Чебоксары и Ростов-на-Дону.

Помимо «Перекрестка Впрок», X5 Retail Group развивает направление экспресс-доставки из магазинов своих сетей. В 2020 году компания активно масштабировала этот бизнес. Начав с доставки из «Пятерочки» в нескольких районах Москвы, оператор расширил доступность сервиса до 13 регионов, запустил экспресс-доставку из «Перекрестка», а также сервис-агрегатор «Около», объединяющий в одном приложении возможность заказа из локальных магазинов X5 Retail Group, в том числе, из «Карусели». Отметим, что сервис «Около» был запущен в ноябре 2020 года, услуга экспресс-доставки через приложения охватывает столицу и область.

По данным компании, выручка от направления экспресс-доставки, включая сервис «Около», принесла X5 Retail Group по итогу 2020 года $\text{R}6,1$ млрд, что составляет 0,3% от выручки ретейлера. При этом наилучший результат был зафиксирован в IV квартале, когда объем продаж направления достиг $\text{R}3,4$ млрд.

Ближайший конкурент X5 начал тестировать сервисы e-commerce во второй половине 2020 года. Собственный сервис онлайн-заказа и доставки из магазинов сети «Магнит» запустил в начале ноября в Москве, чуть позже расширив предложение доставки из гипермаркетов в Краснодаре. Услуга доступна в приложении «Магнит Доставка». Ранее, в III квартале оператор запустил экспресс-доставку продуктов в партнерстве с Delivery Club и «Яндекс.Едой», а также онлайн-заказы из «Магнит Аптеки». В декабре спектр онлайн-услуг оператора пополнился доставкой из «Магнит Косметик» в партнерстве с Delivery Club в Екатеринбурге и Краснодаре. По данным на февраль 2021 года, сервисы e-commerce «Магнита» охватывают более 1 тыс. магазинов сети в 47 регионах и 72 городах. При этом 50% выручки онлайн-сегмента ретейлера генерируются за пределами Москвы и Санкт-Петербурга.

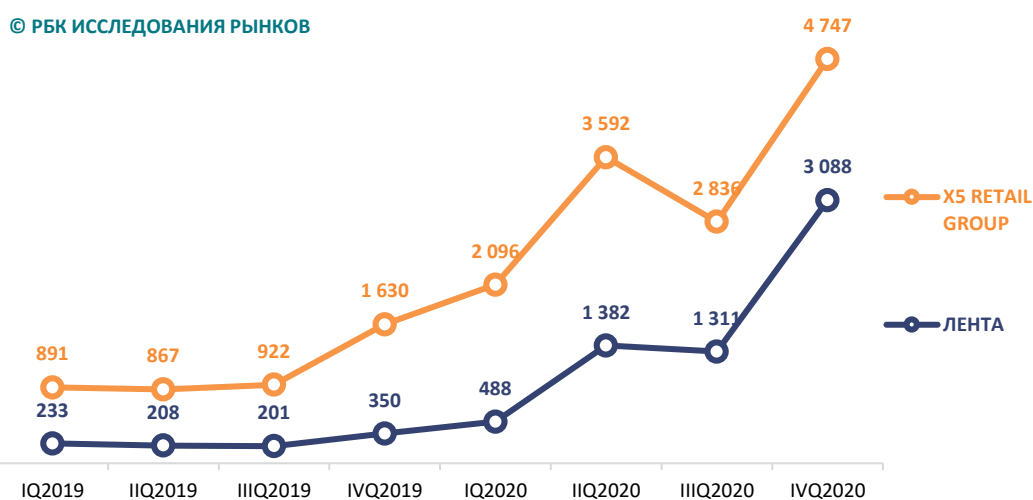
«Магнит» не раскрывает финансовые показатели по онлайн-сегменту. Все e-commerce проекты ретейлера пока находятся в стадии пилотного проекта. Однако, по оценке компании, исходя из оборота за декабрь 2020 года, экстраполированная годовая выручка (run rate) онлайн-направления «Магнита» составляет $\text{R}2,2$ млрд.



Наибольший темп прироста онлайн-продаж среди крупнейших продовольственных ретейлеров по итогу 2020 года зафиксирован у «Ленты». Выручка от e-commerce сегмента оператора увеличилась более чем в 6 раз и достигла отметки в ¥6,3 млрд против ¥1 млрд в 2019 году. При этом доля онлайн-продаж в обороте сети выросла с 0,2% до 1,4%. Рост показателей e-commerce «Ленты» обусловлен повышенным спросом на фоне пандемии, а также расширением географии доставки. Так, количество интернет-заказов по сравнению с 2019 годом увеличилось на 716% и достигло 3,2 млн. В течение 2020 года ретейлер активно расширял географическую доступность доставки и наращивал количество сервисов-партнеров, которое достигло 36. Если на конец 2019 года доставка из «Ленты» была доступна в 27 городах, то по итогам 2020 года охватила все 88 городов присутствия гипермаркетов сети. Собственный сервис экспресс-доставки «Ленточка», который компания начала тестировать в декабре 2019 года на территории Москвы, теперь работает в 80 городах России. Услуга заказа и самовывоза Click & Collect по итогам 2020 года охватывает всю сеть «Ленты» и стала доступна во всех 88 городах присутствия.




Сеть гипермаркетов «О'Кей» пока отстает от конкурентов по объему продаж через собственную платформу доставки. По итогу 2020 года выручка от данного канала составила ¥2,6 млрд, что лишь на 28,4% больше, чем в предыдущем году. В отличие от других крупнейших компаний, e-commerce направление «О'Кей» развивается не столь динамично. В то же время доля онлайн-продаж в выручке компании выше, чем у конкурентов. В 2020 году показатель составил 1,5% против 1,2% в 2019 году. Фокус в развитии доставки ретейлер делает на столичные регионы, где компания развивает собственный сервис доставки. Так, онлайн-доставка «О'КЕЙ» занимает 3,7% от чистой розничной выручки «О'КЕЙ» в Москве и 2,1% – в Санкт-Петербурге. В компании видят большой потенциал развития канала и намерены продолжать инвестировать в собственный онлайн-бизнес, фокусируясь, в первую очередь, на Москве и Санкт-Петербурге – основных городах присутствия ретейлера. Также в 2020 году, в дополнение к собственной доставке в Москве и Санкт-Петербурге, компания расширила онлайн-бизнес и охватила все крупные города своего присутствия благодаря партнерству с федеральными операторами доставки, в числе которых – iGooods и «СберМаркет».

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






Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 года

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

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
X5 RETAIL GROUP*										
 X5RETAILGROUP	891	867	922	1 630	4 310	2 096	3 592	2 836	4 747	13 271
ЛЕНТА										
 ЛЕНТА	233	208	201	350	1 000	488	1 382	1 311	3 088	6 269
О'КЕЙ**										
 О'КЕЙ	Н/Д	Н/Д	Н/Д	Н/Д	2 000	Н/Д	Н/Д	Н/Д	Н/Д	2 568

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 года; * выручка крупнейшего онлайн-актива компании Perekrestok.ru, ** выручка интернет-магазина «О'Кей»

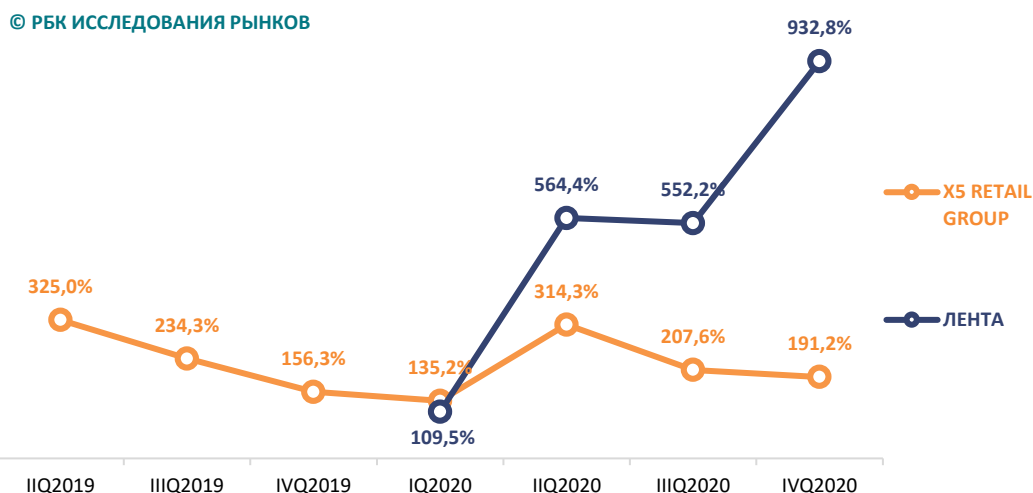
Табл. 6. Доля онлайн-каналов в выручке крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. – IV Q 2020 г., ₽ млн без НДС*

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
X5 RETAIL GROUP*										
 X5RETAILGROUP	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,4%	0,7%	0,6%	0,9%	0,7%
ЛЕНТА										
 ЛЕНТА	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,5%	1,3%	1,3%	2,5%	1,4%
О'КЕЙ**										
 О'КЕЙ	Н/Д	Н/Д	Н/Д	Н/Д	1,2%	Н/Д	Н/Д	Н/Д	Н/Д	1,5%

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 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. - IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 года

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

КОМПАНИЯ	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
X5 RETAIL GROUP*									
 X5RETAILGROUP	325,0%	234,3%	156,3%	234,1%	135,2%	314,3%	207,6%	191,2%	207,9%
ЛЕНТА									
 ЛЕНТА	Н/д	Н/д	Н/д	Н/д	109,5%	564,4%	552,2%	932,8%	565,5%
О'КЕЙ**									
 О'КЕЙ	Н/д	Н/д	Н/д	20,0%	Н/д	Н/д	Н/д	Н/д	28,4%

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 года; * выручка крупнейшего онлайн-актива компании Perekrestok.ru, ** выручка интернет-магазина «О'Кей»

РАЗВИТИЕ РОЗНИЦЫ КРУПНЕЙШИХ ПУБЛИЧНЫХ РЕТЕЙЛЕРОВ В СЕГМЕНТЕ FMCG В 2020 Г.

В 2020 году темпы открытий розничных продовольственных магазинов значительно снизились. Активная географическая экспансия как стратегия развития ведущих ретейлеров стала не столь актуальной. Пандемия и падение доходов россиян, спровоцировавшие существенные изменения в потребительском поведении покупателей, заставили операторов пересмотреть планы по расширению розницы и предпочесть количественному развитию качественную трансформацию бизнеса.

Сокращения темпов экспансии стали наблюдаться и среди ведущих операторов. Так, розница X5 Retail Group по итогам 2020 года увеличилась на 8,7% за счет расширения сети на 1 410 магазинов. Для сравнения в 2018 и 2019 гг. темпы открытий позволили компании увеличить представленность соответственно на 2 310 и 1 866 точек продаж. «Магнит» также значительно пересмотрел стратегию развития. В 2020 году количество магазинов ретейлера (с учетом всех форматов) выросло лишь на 899 точек или 4%. Годом ранее темпы экспансии «Магнита» были втрое выше текущих показателей: чистый прирост розницы в 2019 году составил 2 326 магазинов (+16,6% относительно 2018 года).

Решение операторов по снижению динамики открытий было связано с реконцепцией сетей. Так, в мае 2019 года X5 обновила концепцию «Пятерочек», в феврале 2020 года был пересмотрен бренд «Перекресток». Компания «Магнит» также последовала примеру конкурента. В сентябре 2019 года был пересмотрен формат «магазин у дома», в августе 2020 года был запущен формат «городского супермаркета» «Магнит Сити». Редизайн, направленный на актуализацию формата под текущие потребности покупателей, позволил операторам за счет меньших объемов инвестиций существенно повысить эффективность бизнеса.

В частности, по данным X5 Retail Group магазины «Пятерочка» в новой концепции по итогам 2020 года демонстрировали вдвое более высокий рост LFL-продаж в сравнении с точками, не подвергшимися реконструкции. В целом за 2020 год были реконструированы 583 «магазина у дома» и 46 супермаркетов. С учетом новых открытий доля розничных точек, работающих в новой концепции, на конец года составила 13% среди сети «Пятерочка» и 12% среди сети «Перекресток».

«Магнит» также довольно быстро проводит обновление розницы. В 2020 году оператор провел редизайн 280 «магазинов у дома», 25 супермаркетов и 80 магазинов дрoгери. В результате, розничные точки в обновленной концепции в отмеченных форматах достигли доли в 72%, 29% и 56%.

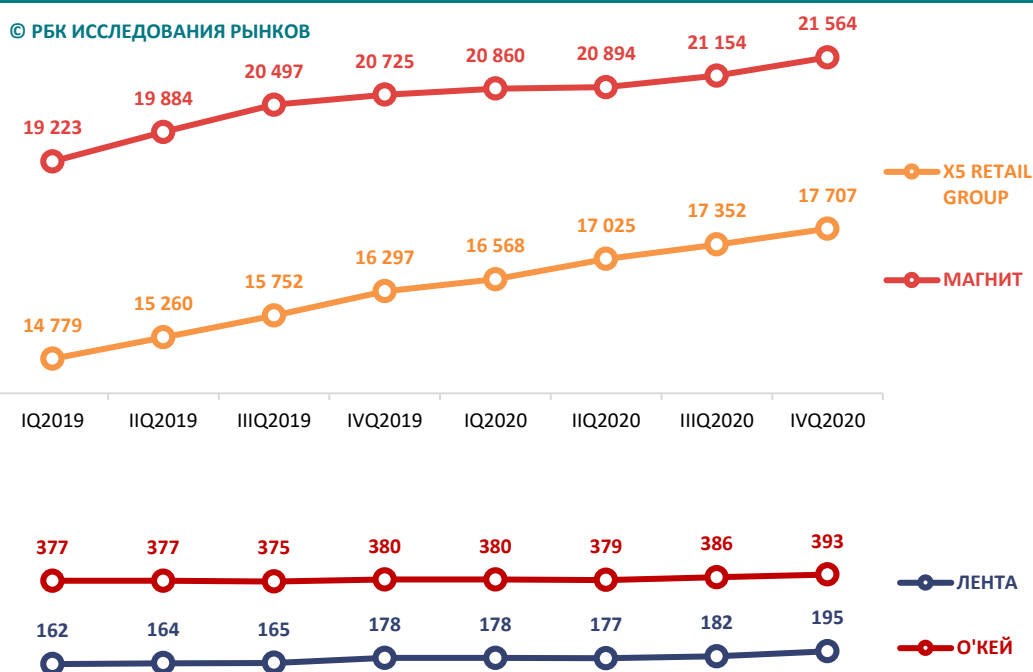
Негативно на динамике открытий ретейлеров в 2020 году сказались и дополнительные инвестиционные вложения операторов в развитие онлайн-бизнеса. Впрочем, учитывая трехзначные темпы роста онлайн-оборотов ретейлеров, подобный шаг вполне оправдан и актуален в свете изменений потребительских привычек россиян, начинающих ценить удобство интернета при совершении покупок товаров повседневного спроса.

На динамику развития розницы ретейлеров оказало влияние и снижение интереса россиян к крупноформатным магазинам. В условиях падения продаж гипермаркетов операторы предпочли развивать сети других форматов, демонстрирующие лучшие финансовые результаты. В частности, X5 Retail Group сконцентрировал усилия на открытии магазинов «Пятерочка» и «Перекресток». За 2020 год прирост указанных сетей составил соответственно 1 355 и 81 магазина. В то же время сеть «Карусель» недосчиталась 35 гипермаркетов.

В «Магните» наблюдаются аналогичные процессы. За 2020 год наиболее высокие темпы роста сопоставимых продаж демонстрировали форматы «магазин у дома» и дрогери: показатели по итогам года составили 8,2% и 10,3% соответственно. В этой связи вполне обоснованным стало решение оператора расширять представленность именно данных сетей. Количество магазинов «Магнит» формата «у дома» и «Магнит Косметик» за прошедший год приросло на 289 и 553 точек, в то время как формат супермаркетов недосчитался 3 точек.

Кризис крупных форматов продовольственной розницы повлиял на «Ленту» и «О'Кей». За 2020 год розничные сети операторов приросли лишь на 13 и 17 точек соответственно. При этом основные открытия также были обеспечены за счет супермаркетов в случае «Ленты» (+8 магазинов указанного формата) и дискаунтеров – если анализировать структуру открытий сети «О'Кей» (+18 магазинов «ДА!»).




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



Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 года

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

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
X5 RETAIL GROUP										
X5RETAILGROUP	14 779	15 260	15 752	16 297	16 297	16 568	17 025	17 352	17 707	17 707
Пятёрочка	13 917	14 385	14 850	15 354	15 354	15 739	16 096	16 385	16 709	16 709
Перекрёсток супермаркет	771	785	811	852	852	846	867	910	933	933
ГИПЕРМАРКЕТ КАРУСЕЛЬ	91	90	91	91	91	73	62	57	56	56
МАГНИТ										
МАГНИТ	19 223	19 884	20 497	20 725	20 725	20 860	20 894	21 154	21 564	21 564
МАГНИТ У ДОМА	13 909	14 231	14 507	14 622	14 622	14 594	14 581	14 699	14 911	14 911

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
МАГНИТ СУПЕРМАРКЕТ	467	466	467	473	473	472	472	469	470	470
 МАГНИТ КОСМЕТИК	4 847	5 187	5 523	5 630	5 630	5 794	5 841	5 986	6 183	6 183
ЛЕНТА										
 ЛЕНТА	377	377	375	380	380	380	379	386	393	393
О'КЕЙ										
 О'КЕЙ	162	164	165	178	178	178	177	182	195	195
ГИПЕРМАРКЕТЫ О'КЕЙ	78	78	78	78	78	78	77	77	77	77
ДИСКАУНТЕРЫ ДА!	84	86	87	100	100	100	100	105	118	118

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 года

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

Табл. 9. Абсолютный прирост розницы крупнейших FMCG-ритейлеров IIQ 2019 г. – IVQ 2020 г., шт.

КОМПАНИЯ	IQ2019	IIQ2019	IIIQ2019	IVQ2019	2019	IQ2020	IIQ2020	IIIQ2020	IVQ2020	2020
X5 RETAIL GROUP										
 X5RETAILGROUP	348	481	492	545	1 866	271	457	327	355	1 410
 Пятёрочка	395	468	465	504	1 832	385	357	289	324	1 355
 Перекрёсток супермаркет	11	14	26	41	92	-6	21	43	23	81
 ГИПЕРМАРКЕТ КАРУСЕЛЬ	-3	-1	1	0	-3	-18	-11	-5	-1	-35
МАГНИТ										
 МАГНИТ	824	661	613	228	2 326	135	34	260	410	839
МАГНИТ У ДОМА	482	322	276	115	1 195	-28	-13	118	212	289
МАГНИТ СУПЕРМАРКЕТ	0	-1	1	6	6	-1	0	-3	1	-3
 МАГНИТ КОСМЕТИК	342	340	336	107	1 125	164	47	145	197	553
ЛЕНТА										
 ЛЕНТА	-2	0	-2	5	1	0	-1	7	7	13
О'КЕЙ										
 О'КЕЙ	2	2	1	13	18	0	-1	5	13	17
ГИПЕРМАРКЕТЫ О'КЕЙ	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	-1
ДИСКАУНТЕРЫ ДА!	2	2	1	13	18	0	0	5	13	18

Источник: отчетность компаний, дата актуализации – февраль 2021 года

СПИСОК ДИАГРАММ

Рис. 1. Чистая розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. – IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	6
Рис. 2. Темпы прироста чистой розничной выручки крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. – IVQ 2020 г., % относительно аналогичного периода прошлого года	8
Рис. 3. Розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	9
Рис. 4. Розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	10
Рис. 5. Разрыв в розничной выручке между ближайшими конкурентами среди крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IVQ 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. – IVQ 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. - IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	12
Рис. 8. Выручка крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IQ 2019 г. – IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС	14
Рис. 9. Темпы прироста выручки крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IIQ 2019 г. - IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС	15
Рис. 10. Количество магазинов крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. – IVQ 2020 г., шт.	18

СПИСОК ТАБЛИЦ

Табл. 1. Чистая розничная выручка крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. – IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	6
Табл. 2. Темпы прироста чистой розничной выручки крупнейших FMCG-ритейлеров IQ 2019 г. – IVQ 2020 г., % относительно аналогичного периода прошлого года	8
Табл. 3. Разрыв в розничной выручке между ближайшими конкурентами среди крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. - IVQ 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. – IVQ 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. – IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	15
Табл. 6. Доля онлайн-каналов в выручке крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. – IV Q 2020 г., ₽ млн без НДС*	15
Табл. 7. Темпы прироста выручки крупнейших FMCG-ритейлеров от онлайн-каналов за IIQ 2019 г. - IVQ 2020 г., ₽ млн без НДС*	16
Табл. 8. Количество магазинов крупнейших FMCG-ритейлеров за IQ 2019 г. – IVQ 2020 г., шт.	18
Табл. 9. Абсолютный прирост розницы крупнейших FMCG-ритейлеров IIQ 2019 г. – IVQ 2020 г., шт.	19