



РЫНОК ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА И РЕМОНТА

Россия
Декабрь 2024 года



Сервисный центр

Все Инструменты
Товары для дома, дачи, стройки и ремонта

Рынок товаров для дома и ремонта находится на этапе стремительного роста

Одной из ключевых причин активного развития DIY-сегмента стали рекордные показатели рынка жилищного строительства, связанные с действующими ранее льготными ипотечными программами

В ближайшие 2-3 года спрос на товары для дома и ремонта будет сохраняться ввиду завершения значительного объема проектов на этапе строительства. Москва останется ключевым рынком, однако влияние регионов России продолжит возрастать, в том числе ввиду роста уровня доходов населения

При этом DIY-сегмент продолжает активную трансформацию с точки зрения каналов продаж, улучшения клиентского опыта и форматов развития своей недвижимости

Оборот DIY-рынка 2024

7,3 трлн руб.

Оборот DIY-рынка
Офлайн-продажи
2024

0,5 трлн руб.

Оборот DIY-рынка
Интернет-магазины
2024

0,4 трлн руб.

Оборот DIY-рынка
Универсальные маркетплейсы
2024

Тенденции рынка товаров для дома и ремонта

1

Потребители и ремонт

Рост спроса на товары для дома и ремонта обусловлен высокой потребительской активностью и реализацией накопленного потенциала. В перспективе 2-3 лет влияние эффекта рекордных показателей объемов ввода, строительства жилья и выдачи льготных ипотек 2023 года продолжится. Несмотря на ряд ограничительных факторов, в ближайшие годы рынок продолжит увеличиваться в силу потребности в ремонте и отделке введенного в эксплуатацию жилья

2

Развитие онлайн-направления

Доля онлайн-продаж в сегменте DIY растет вместе с динамично развивающимся онлайн-рынком в целом, главным драйвером которого выступают универсальные маркетплейсы. При этом важной особенностью рынка является тренд на развитие собственных интернет-магазинов, что обусловлено запросом потребителей на получение доступа к широкому ассортименту качественных товаров и дополнительных услуг, чтобы закрыть свою потребность «под ключ»

3

Региональная экспансия

Специфика региональной экспансии DIY-ритейлеров заключается в их подходе к логистике. Некоторые ритейлеры расширяют свое присутствие как в онлайн, так и в офлайн-формате. Однако для большинства первоначально расширение без физического присутствия в регионе – за счет осуществления доставки посредством партнерских сервисов

4

СТМ

Роль товаров собственной торговой марки трансформируется. Расширение ассортиментной матрицы товаров, выпускаемых под собственным брендом, не только компенсирует пропавшие с полок вследствие трудностей с поставками позиций, но и способствует формированию лояльной аудитории

Потребительский рынок

Высокая активность потребителей поддерживает спрос на DIY-рынке

По итогам 2024 года оборот розничной торговли РФ составит 56,6 трлн руб., что на 8,6% превышает итоги 2023 года, когда показатель находился на уровне 48,2 трлн руб. Положительная динамика обусловлена ростом активности потребителей и реализацией накопленного потенциала.

Большая часть оборота розничной торговли (25,1 трлн руб. или 52% в 2023 году) приходится на непродовольственные товары, из которых около 30% (6,8 трлн руб.) – DIY-рынок. В 2024 году оборот розничной торговли на рынке строительно-отделочных материалов, товаров для дома и мебели достигнет 8,2 трлн руб., что на 21% больше итогов предыдущего года. Объем онлайн-продаж DIY-товаров без учета продаж на универсальных маркетплейсах вырастет на 23% (г/г) и составит 547 млрд руб. или 8% от оборота всего рынка строительных материалов.

Развитие DIY-рынка происходит на фоне стремительного роста онлайн-торговли в России. Однако темп роста онлайн-продаж сегмента ниже темпов роста рынка – по итогам 2024 года доля онлайн-продаж DIY-товаров составит 5% от всего оборота онлайн-торговли, что на 0,6 п.п. ниже показателей 2023 года.

Одним из драйверов роста объема онлайн-продаж DIY-рынка выступают универсальные маркетплейсы. Сегодня приобретение товаров через этот канал является частью повседневной рутины потребителей – по итогам 2024 года объем онлайн-продаж DIY-товаров на маркетплейсах составит 365 трлн руб. В то же время спросом пользуются и собственные интернет-магазины крупнейших DIY-ритейлеров. Их конкурентным преимуществом перед маркетплейсами является возможность оценить характеристики товара в офлайн-магазине бренда перед покупкой, а также развитая система логистики, позволяющая доставлять крупногабаритные товары до квартиры и даже комнаты, предлагая дополнительные услуги в виде распаковки и сборки товара, а также аренды дополнительного оборудования.

	2023	2024П
Оборот розничной торговли, трлн руб.	48,2	56,5
Оборот онлайн-торговли, трлн руб.	7,9	11,0
Оборот DIY-рынка, трлн руб.	6,8	8,2
Объем онлайн-продаж DIY без учета универсальных маркетплейсов, млрд руб.	442,8	546,8
Объем онлайн-продаж DIY на универсальных маркетплейсах, млрд руб.	295,2	364,5

*Без учета продаж DIY-товаров на маркетплейсах
Источники: Росстат

Одними из ключевых показателей, определяющих спрос на товары DIY среди населения, являются объем ввода жилой недвижимости и объем ипотечного кредитования

Рекордные показатели ввода жилья
и ипотечного кредитования в 2021-2023
предопределили рост рынка DIY
на ближайшие годы

Рекордные показатели ввода жилой недвижимости

Высокий спрос на DIY-товары в связи с реализацией новых проектов

2023 год стал рекордным для рынка жилой недвижимости по объемам ввода в эксплуатацию новых проектов – 110 млн кв. м*. За январь-октябрь 2024 года в эксплуатацию было введено 88 млн кв. м*, что на 2% превышает показатели аналогичного периода прошлого года. **В 2024 году объемы ввода также превысят 100 млн кв. м, что сохранит повышенный спрос на товары для отделки и ремонта в ближайшие 2-3 года.**

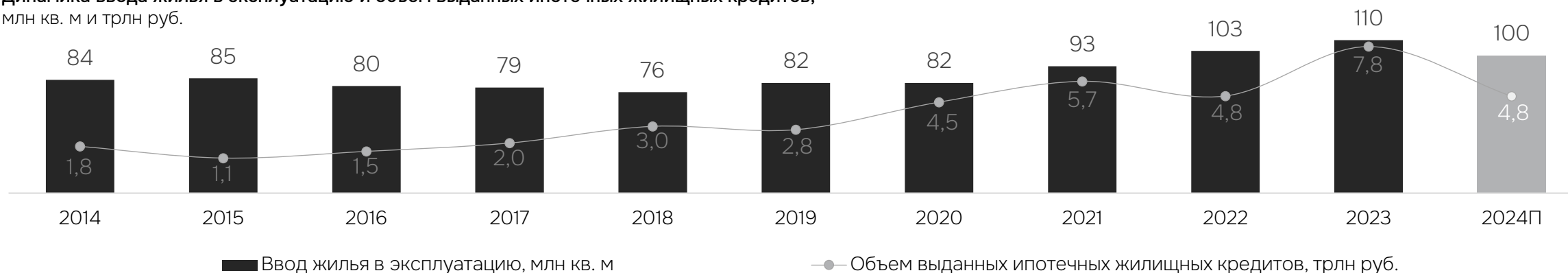
С чем связаны рекордные показатели ввода жилой недвижимости?

Запуск льготных ипотечных программ, начавшийся в 2018 году, стимулировал застройщиков к старту активного девелопмента новых проектов. Наибольший спрос на ипотечное кредитование наблюдался именно в программах с господдержкой. В 2023 году доля льготных ипотек составила 60% (+13 п.п. г/г) от общего объема в деньгах и 45% (+8 п.п. г/г) от общего количества выданных населению ипотечных кредитов. Ожидается, что по итогам 2024 года объем выданных льготных ипотек сократится по сравнению с рекордным 2023 годом, но превысит показатели 2018–2022 годов, что обусловит высокие темпы ввода жилой недвижимости в перспективе 2-3 лет.

>100 млн кв. м
Объем ввода жилья в эксплуатацию
Прогноз на 2024

4,8 -38% г/г трлн руб.
Объем выданных ипотечных кредитов
Прогноз на 2024

Динамика ввода жилья в эксплуатацию и объем выданных ипотечных жилищных кредитов, млн кв. м и трлн руб.



Исторический рекорд ввода жилья

*Учитываются ИЖС (индивидуальное жилищное строительство) и МКД (многоквартирные дома)
Источники: ДОМ.РФ, ЦБ РФ

Что будет с динамикой нового строительства?

Повышенные темпы ввода новых объектов жилой недвижимости в перспективе 2-3 лет

В ближайшие годы повышенный спрос на материалы для строительства и ремонта сохранится в связи с рекордными объемами ввода в эксплуатацию объектов жилой недвижимости. Однако в 2024 году ожидается спад объемов выдачи кредитов по льготным ипотечным программам, что преимущественно обусловлено окончанием срока действия некоторых из них. По итогам 10 месяцев 2024 года общий объем выданных льготных ипотек составил 3,0 трлн руб. (-18% г/г). **На фоне падения спроса на покупку нового жилья со стороны населения в связи с высокими процентными ставками будут сокращаться и темпы запуска новых проектов в 2025–2026 годах,** что повлечет за собой более низкие темпы ввода в эксплуатацию новых объектов жилой недвижимости с 2027 года.

Динамика выдачи кредитов по льготным ипотечным программам, трлн руб.



В связи с рекордными показателями ввода жилья спрос на товары и услуги для дома и ремонта в ближайшей перспективе будет оставаться высоким. Способствовать росту DIY-рынка будет и тот факт, что более половины квартир в новостройках продается без отделки

На фоне сокращения объемов выдачи кредитов по льготным ипотечным программам, которые в 2022–2023 годах составляли 47% и 60% соответственно, застройщики сократят количество запусков новых проектов. Однако снижение объемов ввода жилья в эксплуатацию возможно только после 2027 года. Так, в перспективе ближайших 2–3 лет ожидаются высокие темпы ввода новых объектов жилой недвижимости

География жилищного строительства в России

Топ-10 регионов России по объему строящейся жилой недвижимости*

На эти субъекты приходится 55% от общей площади строящейся в России жилой недвижимости. Потребность в DIY-товарах со стороны населения в этих регионах будет повышенной, когда строящиеся объекты начнут вводиться в эксплуатацию

119 млн кв. м
объем жилой недвижимости,
находящейся на этапе
строительства

Плановые сроки ввода 98% объема жилой недвижимости на этапе строительства приходятся на период до 2029 года включительно



* На декабрь 2024 года
Строится застройщиками – юридическими лицами, всего, согласно размещенным проектным декларациям в единой информационной системе жилищного строительства, без учета проблемных домов

Ассортиментная матрица DIY-ритейлеров

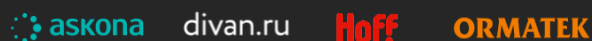
HARD DIY

Материалы для черновой отделки,
сантехника, электроинструменты



SOFT DIY

Материалы для чистовой отделки, мебель,
электротовары, ручные инструменты



HOUSEHOLD

Текстиль, предметы интерьера,
посуда и кухонные принадлежности



ВсеИнструменты.ру

Лидер по объему онлайн-продаж среди DIY-ритейлеров



Ключевые цифры



319

Города
присутствия
Декабрь 2024

1,1^{тыс.}

Кол-во ПВЗ
Россия
Декабрь 2024

126 млрд
руб.

Объем
онлайн-продаж
2023

0,6 млн
кв. м

Существующие
складские объекты
Декабрь 2024

0 тыс.
кв. м

Строящиеся
складские объекты
Декабрь 2024

ВсеИнструменты.ру – крупнейший игрок на рынке DIY по объему онлайн-продаж. В отличие от других представителей направления Hard DIY компания не имеет крупных магазинов формата Big Box, а развивает сеть собственных ПВЗ-магазинов малого формата. По прогнозам ВсеИнструменты.ру, в конце 2024 года количество ПВЗ в России достигнет почти 1,2 тыс. – стратегия развития компании подразумевает **стремительную региональную экспансию.**

Наиболее востребованным способом доставки товаров у ВсеИнструменты.ру является **доставка через пункты выдачи заказов** – 92% заказов выполняется именно таким образом. За счет наличия развитой логистической инфраструктуры **около 30% всех заказов доставляются на следующий день.** Стоимость доставки варьируется в зависимости от габаритов товара и удаленности зоны доставки от центра города.

Способы доставки последней мили

- Самовывоз из РЦ-складов
Товары весом более 70 кг, бесплатно
- Самовывоз из ПВЗ
В более чем 300 городах, бесплатно
- Доставка до двери
Товары весом менее 100 кг, от 150 руб.

Для отправки товаров в отдаленные регионы страны, где не представлена компания, ВсеИнструменты.ру сотрудничают с операторами Почта России и СДЭК.



Крупнейший складской объект



СФН Домодедово
188 тыс. кв. м

Петрович

Hard DIY-ритейлер, расширяющийся в регионах в том числе по модели e-com франшизы

Ключевые цифры

ПЕТРОВИЧ

12

Города
присутствия
Декабрь 2024

30

Кол-во ПВЗ
Россия
Декабрь 2024

63 млрд
руб.

Объем
онлайн-продаж
2023

0,2 млн
кв. м

Существующие
складские объекты
Декабрь 2024

143 тыс.
кв. м

Строящиеся
складские объекты
Декабрь 2024

Петрович развивает сеть крупных торговых центров и сеть магазинов малого формата Петрович Рядом (около 100 кв. м) – **оба формата работают и как торговые залы, и как ПВЗ**. Также ритейлер активно расширяет свое присутствие на онлайн-рынке. **Стратегия ритейлера по региональной экспансии в рамках развития онлайн-направления подразумевает работу по e-com франшизе – в партнерстве с региональными DIY-сетями.**

Скорость и стоимость доставки зависит от наличия товара в конкретном регионе, веса, объемов и габаритов заказанного товара, а также удаленности зоны доставки от центра города.

Способы доставки последней мили

- Самовывоз из РЦ-складов
Товары весом более 10 кг, бесплатно
- Самовывоз из ПВЗ
В ТЦ или в магазине Петрович Рядом
- Доставка до двери
Курьером и машиной

Помимо развития собственной системы логистики Петрович расширяет присутствие в регионах за счет сотрудничества со сторонними логистическими операторами: СДЭК, Почта России и 5Post. Благодаря совместной работе с партнерскими службами доставки товаров **Петрович покрывает совокупно 630 городов России.**







Крупнейший складской объект



НК Парк Домодедово 2
108 тыс. кв. м

Лемана ПРО

Hard DIY-ритейлер, развивающий широкую сеть гипермаркетов

Ключевые цифры



66

Города
присутствия
Декабрь 2024

111

Кол-во магазинов
Россия
Декабрь 2024

51 млрд
руб.

Объем
онлайн-продаж
2023

0,4 млн
кв. м

Существующие
складские объекты
Декабрь 2024

45 тыс.
кв. м

Строящиеся
складские объекты
Декабрь 2024

В отличие от вышеперечисленных игроков, **Лемана ПРО не имеет сети собственных ПВЗ**: получение заказов, сделанных на сайте компании, осуществляется посредством самовывоза из магазина или доставки до дома. Как и в случае с ВсеИнструменты.ру и Петрович, **Лемана ПРО развивает собственный маркетплейс**, что является приоритетным направлением развития компании.

Большинство магазинов сети представлено форматом крупных гипермаркетов со складскими пространствами, что позволяет хранить большее количество товарных позиций. В городах, где располагаются гипермаркеты Лемана Про, доставка и самовывоз из магазина осуществляется в пределах 1–2 дней.

Способы доставки последней мили

- o Самовывоз из магазина

Скорость и стоимость зависит от зоны доставки и выбранного тарифа

- o Доставка до двери

Скорость и стоимость зависит от зоны доставки и выбранного тарифа

Для расширения географии присутствия Лемана Про сотрудничает со сторонними логистическими операторами. Летом 2024 года ритейлер начал совместную работу с сервисом Яндекс Доставка, за счет чего количество партнерских ПВЗ сети достигло 19 тыс.



Яндекс Доставка











Крупнейший складской объект



Белый Раст
140 тыс. кв. м

Логистика Soft DIY-ритейлеров

Стратегии крупнейших ритейлеров, специализирующихся на мебели и товарах для дома

			Доставка до двери	Самовывоз из ПВЗ	Самовывоз из магазина / со склада
	>320 Количество магазинов в 258 городах России	78 Количество магазинов в Москве	 1-5 дней. Возможна доставка в выбранном 2-х / 4-х часовом интервале за доплату  От 500 руб. или бесплатно при заказе от 5 тыс. руб. для мелкогабаритных товаров и от 100 тыс. руб. – для крупногабаритных	1-5 дней ¹ За 1 руб. ¹	В этот же день ³ Бесплатно ³
ORMATEK	239 Количество магазинов в 22 городах России	81 Количество магазинов в Москве	 Мелкогабаритные товары привезут на следующий день, крупногабаритные (с подъемом, заносом и распаковкой) – через 6 дней  1,2 тыс. руб.	Отсутствует возможность самовывоза из ПВЗ	В этот же день ⁴ Бесплатно ⁴
divan.ru	76 Количество магазинов в 46 городах России	14 Количество магазинов в Москве	 При оформлении заказа до 12:00 заказ доставят на следующий день  От 280 руб. Подъем и сборка крупногабаритных товаров оплачивается отдельно	Отсутствует возможность самовывоза из ПВЗ	В этот же день ⁵ Бесплатно ⁵
Hoff	63 Количество магазинов в 28 городах России	21 Количество магазинов в Москве	 Скорость зависит от зоны доставки (например, в пределах МКАДа заказ доставят на следующий день при оформлении до 13:00)  Стоимость начинается от 349 руб. и зависит от вида товара и зоны доставки. При этом товары для дома от определенной суммы доставляют бесплатно	От 2 дней ² Бесплатно ²	Дату и время сообщает продавец магазина или оператор интернет-магазина Бесплатно

Условия доставки и самовывоза распространяются на товары в наличии. 1. Доставка в партнерский ПВЗ СДЭК. 2. Доставка товаров весом до 30 кг и объемом до 0,96 кв. м в партнерский ПВЗ 5Post, Почта России, СДЭК, Яндекс.Маркет. 3. Распространяется только на мелкогабаритные товары, самовывоз возможен как из магазина, так и со склада. 4. Самовывоз из магазина доступен только для мелкогабаритных товаров, со склада – как для крупно-, так и для мелкогабаритных товаров. 5. Самовывоз осуществляется только со склада.

Офлайн и онлайн-присутствие направлений DIY-ритейла

HARD DIY



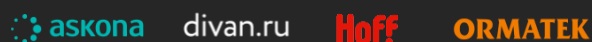
Отдельно стоящие крупные магазины формата Big Box или широкая сеть магазинов-ПВЗ малого формата и развитие собственных маркетплейсов



SOFT DIY



Торговые площади в ТЦ, развитие собственных интернет-магазинов и присутствие на универсальных маркетплейсах



HOUSEHOLD



DIY-ритейлеры в торговых центрах

Особенности развития DIY-сетей товаров для дома и мебели в ТЦ

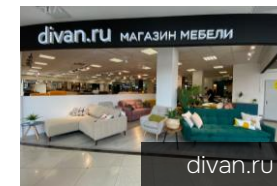
Ритейлеры в категории Soft DIY и Household расширяют свое присутствие преимущественно за счет торговых центров, поскольку в силу специфики ассортимента необходимости строить отдельные крупные магазины нет. Данная стратегия развития **приближает ритейлеров к потребителю и повышает вероятность «случайной» покупки**. При этом повышается и **уровень конкурентности** – в одном крупном ТЦ может располагаться сразу несколько ритейлеров данной категории, что не характерно для Hard DIY направления, магазины которых расположены обособлено или на прилегающей территории ТЦ (как правило, на один ТЦ приходится не более одного ритейлера в данной категории). Кроме того, в категории товаров для дома представлено множество менее крупных, в том числе и не профильных игроков.

В результате начавшегося в 2022 году массового исхода международных брендов на российском рынке появились новые российские и международные игроки в направлениях Soft DIY и Household. В 2023–2024 годах свои первые магазины открыли 5 новых международных брендов, специализирующихся на товарах для дома: 4 турецких бренда – Chakra, Karaca Home, Kelebek, Madame Coco, и 1 белорусский бренд Swed House. Также свои первые магазины в последние два года открыли российские бренды Гуд Лакк и Redecoro. Многие из этих ритейлеров открыто позиционируют себя в качестве аналога таких ушедших с российского рынка международных брендов как IKEA, H&M Home или Zara Home.

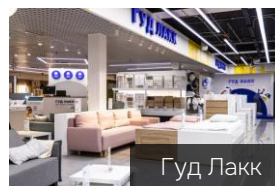
В последние 2 года о желании выйти на рынок товаров для дома также заявляли и непрофильные игроки, которые хотят развиваться на DIY-рынке за счет запуска отдельных коллекций. Так, в апреле 2024 года о запуске коллекции Home с домашней одеждой, текстилем для дома и предметами интерьера заявила компания 12Storeez. В конце 2022 и 2023 годов стало известно о регистрации товарных знаков LIMÉ Home и Zarina Home.

Последние два года **необычный формат в рамках DIY-сегмента** развивает бренд RoNi green house. Ритейлер, который специализируется на продаже комнатных растений, а также помогает с подбором, транспортировкой и уходом за ними, активно занимает локации в крупных ТЦ Москвы.

Классические DIY-ритейлеры в ТЦ



Новые российские игроки

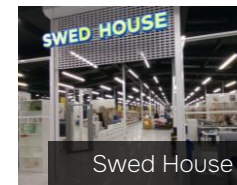
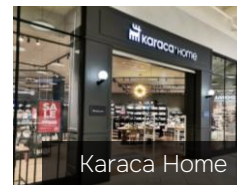

 Непрофильные
бренды

12 STOREEZ

ZARINA

LIMÉ

Новые международные игроки



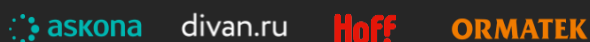
Складская недвижимость направлений DIY-ритейла

HARD DIY



Крупные складские объекты формата BTS, необходимые для работы с товарами селлеров

SOFT DIY



Строительство собственных производств, развитие СТМ и создание широкой сети средних по объему складских помещений в основных городах присутствия

HOUSEHOLD



Не имеют потребности в крупных складских площадях в связи со спецификой ассортимента

Складские портфели DIY-ритейлеров

На 7 крупнейших DIY-ритейлеров приходится 3% от общего объема существующих складских площадей в России

Объем складских площадей ключевых DIY-ритейлеров,
тыс. кв. м

Компания	Московский регион	Регионы РФ	Общий портфель
Ви	473,3	125,2	598,5
ЛЕМАНА ПРО	293,9 +45,0*	125,4	419,3 +45,0*
Hoff	79,5	170,2	249,7
ПЕТРОВИЧ	62,5 +108,0*	128,6 +35,0*	191,1 +143,0*
askona	48,2	31,0 +165,0*	79,1 +165,0*
ORMATEK	1,0	76,7	77,7
divan.ru	20,0	26,4	46,4

*Объем строящихся площадей

56,5 МЛН
КВ. М

Общий объем существующих складских площадей в России, классы А и В

1,7 МЛН
КВ. М

Объемов складских площадей ключевых DIY-ритейлеров в Москве и регионах РФ
На этапе строительства также находится еще более 350 тыс. кв. м

Онлайн DIY-ритейл 2024

Объем онлайн-продаж DIY-товаров по итогам 2024 года составит 911 млрд руб., что на 23% выше результатов прошлого года

Однако основным каналом реализации (89% продаж) остается офлайн-розница, темп роста которой сопоставим с показателями онлайн-рынка

С точки зрения показателей темпов роста онлайн-продаж – баланс между интернет-магазинами DIY-ритейлеров и универсальными маркетплейсами сохраняется

С точки зрения структуры – объем онлайн-продаж через интернет-магазины DIY-ритейлеров все еще превышает продажи товаров категории на универсальных маркетплейсах и составляет 60% от общего объема онлайн-продаж DIY-товаров

8,2 +21% г/г
трлн руб.

Оборот DIY-рынка
Офлайн + онлайн



911 +23% г/г
млрд руб.

Онлайн-продажи
DIY-товаров



547 млрд
руб.

Онлайн-продажи через
**интернет-магазины
ритейлеров**

365 млрд
руб.

Онлайн-продажи через
**универсальные
маркетплейсы**

Онлайн-каналы продаж DIY-ритейлеров

Активное развитие онлайн-ритейла сегодня продолжается в условиях тренда на создание **омниканальной модели**, которая трансформируется так же стремительно, как и потребительское поведение. Если раньше омниканальность подразумевала умелое сочетание офлайн и онлайн-сервиса, то сегодня речь идет о системе, обеспечивающей единый покупательский опыт в офлайне и нескольких форматах онлайн (собственный интернет-магазин, маркетплейсы, боты в мессенджерах и социальных сетях). Данная тенденция характерна для рынка розничной торговли в целом и для DIY-ритейла в частности.

Универсальные маркетплейсы остаются одним из главных драйверов онлайн-рынка DIY. Чаще всего через этот канал продаж приобретают такие категории, как товары для дома и мелкие товары для ремонта, которые всегда должны быть под рукой, однако **покупка крупногабаритных и дорогостоящих DIY-товаров на маркетплейсах уже стала частью потребительской практики населения**. Несмотря на то, что DIY-ритейлеры развивают доставку товаров в партнерские ПВЗ (особенно в рамках региональной экспансии), **доступность ПВЗ крупнейших универсальных маркетплейсов – OZON и Wildberries – выше** за счет более широкой собственной сети, а также ввиду работы с партнерами.

Одним из основных преимуществ мультикатегорийных маркетплейсов остается **возможность приобрести необходимые и сопутствующие, а порой и импульсивно выбранные товары**. Широкий ассортимент позволяет потребителю выбрать среди товаров как крупнейших DIY-ритейлеров, так и более мелких и непрофильных игроков. В условиях, когда приобретение товаров на маркетплейсах стало частью повседневной практики потребителей, которые ценят комфорт и скорость, особую ценность приобретает возможность заказать товар на маркетплейсе со знакомым интерфейсом и забрать через пару дней в ПВЗ в шаговой доступности.

При этом **собственные интернет-магазины DIY-ритейлеров остаются востребованными среди потребителей**. Оформляя заказ в интернет-магазине, покупатель может не только оформить доставку на дом, но и **воспользоваться дополнительными услугами** – от доставки до нужной комнаты с распаковкой и сборкой до аренды дополнительного оборудования. Также важен и **высокий уровень лояльности потребителей**. Заказывая товар через сайт ритейлера, потребитель уверен в качестве товара. При этом в случае возникновения проблем на любом из этапов – от качества доставки до качества товара – репутационные издержки несет сам ритейлер.

Количество ПВЗ

Крупнейшие универсальные маркетплейсы



> 95 ТЫС.



Партнеры крупнейших универсальных маркетплейсов и DIY-ритейлеров



> 60 ТЫС.



Партнеры DIY-ритейлеров



> 25 ТЫС.



Количество ПВЗ в каждой категории посчитано совокупно по представленным компаниям

Собственные торговые марки

Развитие СТМ – конкурентное преимущество на рынке DIY

В результате начавшегося в 2022 году массового исхода международных брендов-производителей и ограниченного импорта **все большее количество российских DIY-сетей начинает активно развивать собственные бренды**. Создание собственной торговой марки (СТМ) позволяет ритейлерам устанавливать контроль над всей цепочкой производства и поставок, что дает возможность создавать качественную продукцию по более низким ценам. При этом за счет сохранения высокого качества роль СТМ меняется – теперь это не самые дешевые, а качественные товары по доступной цене. Так, **формируя широкий ассортимент качественных товаров СТМ, ритейлеры наращивают лояльную аудиторию**. При этом потребители могут даже не осознавать, что покупают СТМ, однако являться активными пользователями товаров собственного производства крупных ритейлеров.



10 %

Доля СТМ в объеме продаж 2023



~13 млрд руб.

Объем продаж СТМ 2023

ПЕТРОВИЧ

10 %

Доля СТМ в объеме продаж 2023



~13 млрд руб.

Объем продаж СТМ 2023



20 %

Доля СТМ в объеме продаж 2023



~113 млрд руб.

Объем продаж СТМ 2023

Собственные бренды DIY-товаров создают не только DIY-ритейлеры, но и универсальные маркетплейсы

Примеры развития СТМ на универсальных маркетплейсах

wildberries

- o Площадка развивает товары собственного бренда Razz. В линейку входят сварочные аппараты, циркулярные пилы, дрели и другое

OZON

- o На маркетплейсе представлены товары собственной торговой марки Ozon Home. Ассортимент включает в себя посуду и текстильные изделия

Яндекс Маркет

- o В начале 2024 года маркетплейс начал развивать собственное направление товаров для дома под брендом Pragma

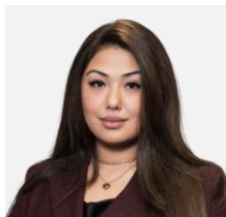


*Совершенство
в деталях*



Евгений Бумагин

Член совета директоров,
руководитель департамента
по работе со складскими
и производственными
помещениями



Екатерина Ногай

Руководитель департамента
исследований и аналитики



Валерия Шураева

Аналитик департамента
исследований и аналитики

Спасибо



Россия

Москва, БЦ Lighthouse
ул. Валовая, д. 26
Moscow.Russia@ibcrealestate.ru

Санкт-Петербург, БЦ Пассаж
ул. Итальянская, д. 17
St.Petersburg.Russia@ibcrealestate.ru

Казахстан

Алматы, SmArt.Point
ул. Байзакова, д. 280
Almaty.Kazakhstan@ibcrealestate.kz