

## Пресс-релиз

### В ожидании перемен: рынок шин и автозапчастей в России

30 июня 2015

Александр Федотов  
[Aleksandr.Fedotov@gfk.com](mailto:Aleksandr.Fedotov@gfk.com)

Наталья Игнатьева  
[natalia.ignatyeva@gfk.com](mailto:natalia.ignatyeva@gfk.com)

GfK  
Marketing & Communications  
Т +7 495 937 7222

Москва, 30 июня 2015 г. – **Непростая экономическая ситуация в России заметно повлияла на рынок шин и автозапчастей: свой вклад внесли не только скачки валютных курсов, корректирующиеся вслед за ними цены и объемы продаж, но и изменившие свое поведение покупатели.**

По нашим прогнозам, рынок шин ожидает падение на 20% в 2015 году, главным образом, по причине его высокой зависимости от объема продаж новых автомобилей.

Выводы GfK основаны на данных GfK Point of Sales Traking, с помощью которого мы отслеживаем показатели продаж ритейлеров в городах с населением более 500000 человек в нескольких российских регионах.

#### Автошины

По сути, спад на рынке шин начался еще в 2014 году – падение продаж тогда составило 17,5% в количественном выражении или 15,2% - в стоимостном по сравнению с 2013 годом. При этом в 2011 и 2012 рынок, напротив, демонстрировал быстрый рост продаж; в 2013 году показатели оставались стабильными.

Основная причина падения рынка – снижение спроса на новые автомобили. Согласно нашим прогнозам, рынок летней резины будет стагнировать меньше, чем рынок зимней, поскольку продажи зимних шин напрямую зависят от объема продаж новых автомобилей.

Интересно, что в предыдущие годы постоянно возрастающим спросом пользовались покрышки для колес с диаметром диска 17 и более дюймов. Это можно объяснить обновлением автопарка россиян: набирающие популярность автомобили с большим диаметром колес требуют соответствующих шин. Мы ожидаем, что эта тенденция продолжится и в 2015 году.

Упомянутые факторы приведут, в итоге, к равновесию, однако без изменений рыночной структуры, видимо, не обойдется, изменятся доли брендов на рынке. Мы ожидаем активную ценовую конкуренцию среди зарубежных производителей и появление новых возможностей для производителей локальных. Компании, способные предложить потребителям привлекательные цены, окажутся в выигрыше и смогут

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

Т +49 911 395 0  
F +49 911 395 2209  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

Management Board:  
Matthias Hartmann (CEO)  
Pamela Knapp (CFO)  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:  
Dr. Arno Mahler

Commercial register  
Nuremberg HRB 25014

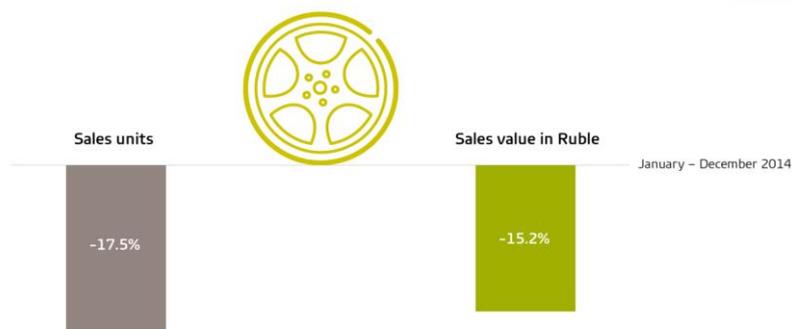
увеличить свое присутствие на рынке, в то же время объемы продаж могут и незначительно снизиться даже у самых успешных брендов.

### Каналы поставок

От большого числа небольших торговых точек российский ритейл переходит к небольшому числу крупных магазинов, чье присутствие на рынке, тем не менее, достаточно обширно – этот процесс мы наблюдаем в таких продуктовых категориях, как мелкая и крупная бытовая техника, телеком и потребительская электроника. Продажи шин в сетевых магазинах и супермаркетах растут год от года, что легко объясняется низкими ценами, однако ассортимент в крупных магазинах все же уступает в разнообразии специализированным ритейлерам.

Однако ситуацию на рынке шин определяет сейчас не концентрация торговых точек, а конкуренция со стороны онлайн-ритейлеров. В 2014 году объем проданных через Интернет шин увеличился до 25% и это, по нашему мнению, далеко не предел, доля онлайн-продаж будет продолжать расти.

CAR TIRE SALES IN RUSSIA IN 2014, COMPARED TO 2013



Source: GfK Point of Sales Tracking, tire trade in Russia, January – December 2014

© GfK 2015

## RUSSIAN CITIES MONITORED (7 FEDERAL DISTRICTS, 36 CITIES)

Cities with more than 500,000 inhabitants



Source: GfK Point of Sales Tracking, Russia

© GfK 2015

### Автозапчасти и масла

В 2015 году мы ожидаем спад на рынке запчастей – из-за снижения продаж новых авто и общей экономической ситуации в стране. В прошлом году мы наблюдали спад в объемах продаж таких продуктов как автолампы, аккумуляторы и стеклоочистители.

Особенно пострадали свечи зажигания, объемы продаж которых в 2014 году упали на 22% по сравнению с 2013, или на 19,9% в стоимостном выражении. Причиной может быть изменившаяся структура рынка и увеличение доли авторемонтных мастерских, которые «оттянули» на себя часть продаж традиционного ритейла. В мониторинге GfK автомастерские не участвуют.

### О компании GfK

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. Более 13,000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике многолетний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, розничной торговле, на рынке бытовой техники и электроники, фармацевтическом рынке, в секторе телекоммуникаций, финансов, рынке страхования и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте [www.GfK.com/ru/](http://www.GfK.com/ru/) или в Твиттере GfK: [https://twitter.com/GfK\\_Rus](https://twitter.com/GfK_Rus)