

**МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ**

**Рынок средств по уходу за обувью в России**

Этот отчет был подготовлен DISCOVERY Research Group исключительно в целях информации. Содержащиеся в настоящем отчете информация была получена из открытых источников, которые, по мнению, DISCOVERY Research Group, являются надежными. Однако DISCOVERY Research Group не гарантирует точности и полноты информации для любых целей. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения DISCOVERY Research Group либо тиражироваться любыми способами.

Copyright © 2012 Discovery Research Group.

**Июль 2012**

**Москва****Агентство DISCOVERY Research Group**

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Кроме того, агентство разрабатывает и реализует PR-кампании, направленные на коррекцию имиджевых характеристик Заказчика и/или его продукции.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

С середины 2006 г. развивается новое направление «бизнес-тренинги и краткосрочное бизнес образование».

В конце 2006 г. создана компания **DISCOVERY Leasing Advisory Services**, основной деятельностью которой стало оказание маркетинговых, консалтинговых, информационных и лоббистских услуг лизинговым компаниям в России.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых ***«Ведомости», «Эксперт», «Коммерсант», «Бизнес», «Секрет фирмы», «Новые Известия», Smart Money, «Компания», «Итоги», Build Report, «Строительный бизнес»*** и др. Высокая квалификация сотрудников агентства подтверждается участием в подготовке множества статей и отраслевых приложений для перечисленных изданий.

Сотрудники агентства **DISCOVERY Research Group** выполняли проекты для ведущих российских и зарубежных компаний, среди которых: PriceWaterhouseCoopers, Intel, Microsoft, GoodYear, Bridgestone, Continental, Sumitomo, Yokohama, «Тройка диалог», «Ренессанс Капитал», «ИФД КапиталЪ», «РЕНОВА-финанс», Raiffeisen Bank, «Внешторгбанк», «Автобанк-Никойл», «АФК Система», концерн «Ситроникс», Alcoa, «Газпром», «Роснефть», «Уренгойгазпром», «КАМАЗ», «Трансстрой», «Джинсовая симфония», Video International, Tinkoff, ECCO, Spektor Sachs & Company, Chrysalis Development Consultants, «Минеральная Вата», URSA, Saint-Gobain Isover Russia, «Салаватстекло», «Русская Содовая Компания», «Уральская Химическая Компания», «Евроцемент», «Топкинский Цемент», «Кератон», Cersanit, TERRACO, «Оптимист», «Ярославские краски», «Текс», Caparol, Empils, Henkel (бренды Makroflex, Makrosil, Makrofix), Kleo, «Старатели», «Юнис», Wienrberger и др.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг».

|  |  |
| --- | --- |
| **Автомобили**Baw Motor Corporation Bmw Hino Hyundai Isuzu Iveco John Deere Man Mercedes Benz Porsche Scania Setra Toyota Volkswagen Автомобили и Моторы Урала Автоцентр Пулково Белрусавто Верра-Моторс Пермь Веха ГАЗКамазПятое Колесо Менеджмент Русские Машины Северсталь-Авто Сим-Авто-Плутон Торговый Дом УралавтоУАЗ **Автомобильные Диски**Автэра**Автомобильные масла**ShellРоснефть | **Автомобильные шины**Bridgestone Continental Goodyear Hankook Pirelli Sumitomo Yokohama Алтайский Шинный Комбинат Белшина Востокшинторг Днепрошина Мво-Столица Московский Шинный Завод Нижнекамскшина Сибур Русские Шины**Недвижимость**RDI Group АК Барс Девелопмент ГлавстройКонти и К Ренова-Стройгруп Русская Инвестиционная Группа Строительная Компания «Люксора»**Гостиничный бизнес**Гостиница Москва Интурист Отель Групп Русские ОтелиHoliday Inn |
| **Промышленные рынки**ABB Alcoa Basf Dupon Mitsui Schneider Electric Siemens Sojitz Corporation Xerox АгромашхолдингАльта Виста Байкальская Лесная Компания Батис Богдановичское Огнеупоры Быт-Сервис-Регион Волгоградский Завод Железобетонных Изделий №1 Волжский Оргсинтез Воткинский Завод Газпром Газпром НефтьЕвроцемент Завод Бытовой Химии Завод Сварочного Оборудования Искра Илим Палп Энтерпрайз Интерстекло Керамир Кубаньгрузсервис Макслевел Межрегиональная Трубная Компания Моспромстрой Раменская Мебельная Компания Лебедянский Гок Раменский Гок Рао Еэс России Роснефть Русал Русский Пластик Салаватстекло Северсталь-Групп Сибирский Цемент Содовая Компания Сургутнефтегаз ТатлесстройТрансстройТопкинский цемент Тюменская Нефтяная Компания Уралавтостекло Уралхим, Уралхимпласт, Элопак | **Строительные и отделочные материалы**CaparolCersanitHenkel (брэнды Makroflex, Makrosil, Makrofix)Ideal Standard-Vidima Isover KleoLasselsberger Rockwool Saint Gobain Swisscolor Tarkett TerraccoTikkurila Trale Ursa Евразия Wienrberger Ангарский Керамический Завод Армавирский Керамический Завод Бентонит Бийский Завод Стеклопластиков Билд Фаст Текнолоджи Гранит Кузнечное Евротизол Керама Центр Кератон Лср Минвата ОптимистПромстройматериалы Ратм Цемент Холдинг Русплит Самарский Стройфарфор Санитек Сибирь-Цемент-Сервис СтарателиТексТопкинский Цемент Торговый Дом Лакокраска Уфимский Фанерно-Плитный Комбинат ЭмпилсЭстима Керамика (Estima)ЮнисЯрославские краски |
| **Аудит и консалтинг** Bain&Company Boston Consulting Group Deloitte&Touche Ernst&Young Kpmg Marshall Capital Partners Pricewaterhousecoopers Roland Berger Strategy Consultants Wolk&Partner Аудиторская Компания Развитие И Осторожность Бдо Юникон Интербрэнд Косалтингстройинвест Северо-Западный Юридический Центр Стратегика Фонд Центр Стратегических Разработок Северо-Запад Экопси Консалтинг**Страхование**Гута-Страхование Ингосстрах Наста Ренессанс Страхование**IT / Телевидение**Hewlett Packard Intel Microsoft Sitronics Арктел  | **Банки и финансовые компании**Газпромбанк Дельтакредит Еврофинанс Моснарбанк Запсибкомбанк Инвестиционная Компания Тройка ДиалогИФД КапиталЪ ИФК Алемар Камчатпрофитбанк КМБ-Банк Левобережный Металлинвестбанк Москоммерцбанк Пробизнесбанк Промсвязьбанк Russia Partners Management LLC. Ренессанс Капитал Ренова-Финанс Российский Банк Развития Русский Стандарт Русфинанс Банк Сбербанк Славпромбанк Солид Инвест Финансбанк Центральный Банк Российской Федерации (Банк России)**Реклама**News Outdoor Video International Агентство Массовых Коммуникаций АК.М Арс Комьюникейшнс Северная Медиа Группа |
| **Киноиндустрия**Гемини Энтертейнмент Инвесткинопроект Каро Фильм**Бытовая техника**Borsch Electrolux Whirlpool Атлант**Ресторанный бизнес** Картофельный Папа Ресторатор Росинтер Ресторантс Солнце Мехико**Розничная торговля**Domo Ашан М Видео Мир ЕвросетьПерекресток Эльдорадо**Образование**Государственная Публичная Научно-Техническая Библиотека Со Ран ГУ Высшая Школа Экономики Новосибирский Государственный Университет | **Одежда и Обувь** EccoSavageБелвест Вестфалика Глория Джинс Диском Обувь России Три Толстяка**Парфюмерия и косметика**Beiersdorf Ag Procter&Gamble Yves Rocher Арбат Престиж Л' Этуаль Невская Косметика**Мебель**ФеликсМебельная Компания Ромул СолоФабрика «8 марта» **Продукты питания**MarsPepsi-ColaTchiboTinkoff Айс-Фили Волгоградские Водки ВТО Эрконпродукт ЛебедянскийМинводыпищепродукт Минеральные Воды Кавказа |

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[СПИСОК ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ 8](#_Toc331514715)

[РЕЗЮМЕ 11](#_Toc331514716)

[ГЛАВА 1. Технологические характеристики исследования 12](#_Toc331514717)

[ГЛАВА 2. Основные показатели состояния рынка обуви в России 14](#_Toc331514718)

[§ 1. Объём российского рынка обуви 14](#_Toc331514719)

[§ 2. Объём производства обуви в России 17](#_Toc331514720)

[§ 3. Индексы цен 22](#_Toc331514721)

[§ 4. Состояние рынка обуви в крупнейших городах России 24](#_Toc331514722)

[ГЛАВА 3. Ключевые показатели и ситуация на рынке средств по уходу за обувью 33](#_Toc331514723)

[§1. Тенденции и события на рынке 33](#_Toc331514724)

[Особенности потребительского выбора 33](#_Toc331514725)

[Специфика дистрибуции 33](#_Toc331514726)

[Рост интереса к среднему ценовому сегменту 34](#_Toc331514727)

[Рыночные сделки 34](#_Toc331514728)

[§2. Объем рынка средств по уходу за обувью 35](#_Toc331514729)

[§3. Ведущие игроки рынка 37](#_Toc331514730)

[§4. Структура рынка: отечественные и зарубежные производители 46](#_Toc331514731)

[§5. Сегменты рынка 47](#_Toc331514732)

[§6. Каналы сбыта 51](#_Toc331514733)

[§7. Узнаваемость брендов 54](#_Toc331514734)

[§8. Перспективы развития рынка 55](#_Toc331514735)

[§9. Российские производители средств по уходу за обувью 56](#_Toc331514736)

[Группа компаний «ДИВИ» 56](#_Toc331514737)

[«Двойной Блеск»™ 59](#_Toc331514738)

[ООО «ГЛЯНЦМАСТЕР» 62](#_Toc331514739)

[«БИОГАРД» 63](#_Toc331514740)

[ГЛАВА 4. Импорт средств по уходу за обувью в Россию в 2007-2011 гг. 64](#_Toc331514741)

[§1. Импорт по товарным группам 65](#_Toc331514742)

[§2. Импорт по ведущим брендам 67](#_Toc331514743)

[§3. Импорт по странам отправления 69](#_Toc331514744)

[ГЛАВА 5. Экспорт средств по уходу за обувью из России в 2007-2010гг. 71](#_Toc331514745)

[§1. Экспорт по товарным группам 72](#_Toc331514746)

[§2. Экспорт по ведущим брендам 73](#_Toc331514747)

[§3. Экспорт по странам назначения 75](#_Toc331514748)

[ГЛАВА 6. Украинский рынок средств по уходу за обувью 77](#_Toc331514749)

СПИСОК ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ

Отчет содержит 36 диаграмм и 9 таблиц.

**Диаграммы:**

[Диаграмма 1. Объем рынка и темп прироста российского рынка обуви в 2010-2011 гг. в ценах производителя, $ млрд. и %. 15](#_Toc331514543)

[Диаграмма 2. Объем рынка и темп прироста российского рынка обуви в 2007-2011 гг. и прогноз на 2012-2016 гг., $ млрд. и %. 16](#_Toc331514544)

[Диаграмма 3. Объём производства обуви в России по федеральным округам в 2009 – 1 кв. 2012 гг., тыс. пар. 18](#_Toc331514545)

[Диаграмма 4. Объём производства обуви в ведущих регионах РФ по объему производства обуви 2010 – 2011 гг., тыс. пар. 19](#_Toc331514546)

[Диаграмма 5. Объём производства обуви в России по областям и республикам, в которых был зафиксирован рост производства в 2010 – 2011 гг., тыс. пар. 20](#_Toc331514547)

[Диаграмма 6. Объём производства обуви в России по областям и республикам, в которых был зафиксирован спад производства в 2009 – 2010 гг., тыс. пар. 20](#_Toc331514548)

[Диаграмма 7. Индексы потребительских цен на обувь, янв. 2011-апр. 2012 гг., % 22](#_Toc331514549)

[Диаграмма 8. Объем и темп прироста рынка средств по уходу за обувью в 2008-2011 гг. и прогноз на 2012 г., $ млн. и % 36](#_Toc331514550)

[Диаграмма 9. Объем производства и темп прироста средств по уходу за обувью компании «Диви» в 2010-2011 гг. и прогноз на 2012 г., $млн. и % 38](#_Toc331514551)

[Диаграмма 10. Объем производства и темп прироста средств по уходу за обувью компании «Биогард» в 2010-2011 гг. и прогноз на 2012 г., $млн. и % 38](#_Toc331514552)

[Диаграмма 11. Объем производства и темп прироста средств по уходу за обувью компании «Глянцмастер» в 2010-2011 гг. и прогноз на 2012 г., $млн. и % 39](#_Toc331514553)

[Диаграмма 12. Объем производства и темп прироста средств по уходу за обувью компании «Табосс-Нева» в 2010-2011 гг. и прогноз на 2012 г., $млн. и % 40](#_Toc331514554)

[Диаграмма 13. Доли рынка российских производителей от общего объема производства в России средств по уходу за обувью в России в 2011 году, %. 40](#_Toc331514555)

[Диаграмма 14. Доли рынка российских производителей от общего объема производства в России средств по уходу за обувью в России в 2010 году, %. 41](#_Toc331514556)

[Диаграмма 15. Производство российских компаний на рынке средств по уходу за обувью в 2011году, $ млн. 41](#_Toc331514557)

[Диаграмма 16. Производство российских компаний на рынке средств по уходу за обувью в 2010году, $ млн. 42](#_Toc331514558)

[Диаграмма 17. Доли российского рынка средств по уходу за обувью, занимаемые различными марками в 2010 году, %. 43](#_Toc331514559)

[Диаграмма 18. Доли ведущих иностранных компаний на российском рынке средств по уходу за обувью в 2011 г., % 44](#_Toc331514560)

[Диаграмма 19. Доли ведущих брендов на российском рынке средств по уходу за обувью в 2011 г., % 45](#_Toc331514561)

[Диаграмма 20. Структура рынка средств по уходу за обувью в 2011 г.: отечественные и зарубежные производители, % 46](#_Toc331514562)

[Диаграмма 21. Структура продаж крема для обуви по цветовой гамме в 2011 г., % 47](#_Toc331514563)

[Диаграмма 22. Сегменты рынка средств по уходу за обувью по видам продукции в натуральном выражении в 2011г., % 48](#_Toc331514564)

[Диаграмма 23. Сегменты рынка средств по уходу за обувью по видам продукции в стоимостном выражении в 2011г., % 49](#_Toc331514565)

[Диаграмма 24. Структура рынка средств по уходу за обувью в натуральном выражении в России в 2011 г., % 49](#_Toc331514566)

[Диаграмма 25. Структура рынка средств по уходу за обувью в стоимостном выражении в России за 9 месяцев 2010г, % 50](#_Toc331514567)

[Диаграмма 26. Структура рынка средств по уходу за обувью по каналам торговли в натуральном выражении в России в 2010 г., %. 51](#_Toc331514568)

[Диаграмма 27. Структура рынка средств по уходу за обувью по каналам торговли в стоимостном выражении в России в 2010г., %. 52](#_Toc331514569)

[Диаграмма 28. Структура рынка средств по уходу за обувью по каналам торговли в натуральном выражении в России в 2011 г., %. 52](#_Toc331514570)

[Диаграмма 29. Структура рынка средств по уходу за обувью по каналам торговли в стоимостном выражении в России в 2011г., %. 53](#_Toc331514571)

[Диаграмма 30. Узнаваемость ведущих брендов на рынке средств по уходу за обувью в 2011 г., % 54](#_Toc331514572)

[Диаграмма 31. Объем импорта средств по уходу за обувью в Россию в 2007- 2011 гг., $ тыс. 64](#_Toc331514573)

[Диаграмма 32. Структура импорта средств по уходу за обувью в стоимостном выражении в Россию по товарной группе в 2011 г., %. 65](#_Toc331514574)

[Диаграмма 33. Структура импорта средств по уходу за обувью в стоимостном выражении в Россию по странам отправления в 2011 г., %. 69](#_Toc331514575)

[Диаграмма 34. Объем российского экспорта средств по уходу за обувью в 2007- 2011 гг., $ тыс. 71](#_Toc331514576)

[Диаграмма 35. Структура российского экспорта средств по уходу за обувью в стоимостном выражении по товарной группе в 2011 г., %. 72](#_Toc331514577)

[Диаграмма 36. Структура российского экспорта средств по уходу за обувью в стоимостном выражении по странам назначения в 2011 г., %. 75](#_Toc331514578)

**Таблицы:**

[Таблица 1. Объём производства обуви в России по федеральным округам в 2010 – 1 кв. 2012 гг., тыс. пар. 17](#_Toc331514610)

[Таблица 2. Индексы потребительских цен на обувь, янв. 2011-апр. 2012 гг., % 23](#_Toc331514611)

[Таблица 3. Объем продаж на российском рынке по маркам в 2010 году, $ млн. 43](#_Toc331514612)

[Таблица 4. Объем импорта средств по уходу за обувью в Россию по товарным группам в 2007-2011 гг., $ тыс. 66](#_Toc331514613)

[Таблица 5. Объем импорта средств по уходу за обувью в Россию по ведущим брендам в 2007-2011 гг., $ тыс. 68](#_Toc331514614)

[Таблица 6. Объем импорта средств по уходу за обувью в Россию по странам отправления в 2007-2011 гг., $ тыс. 70](#_Toc331514615)

[Таблица 7. Объем российского экспорта средств по уходу за обувью по товарным группам в 2007-2011 гг., $ тыс. 72](#_Toc331514616)

[Таблица 8. Объем российского экспорта средств по уходу за обувью по ведущим брендам в 2007-2011 гг., $ тыс. 74](#_Toc331514617)

[Таблица 9. Объем российского экспорта средств по уходу за обувью в Россию по странам назначения в 2007-2011 гг., $ тыс. 76](#_Toc331514618)

# РЕЗЮМЕ

В июле 2012 г. агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка средств по уходу за обувью.

Самая устойчивая тенденция рынка обувной косметики - предпочтение покупателем зарекомендовавшего себя продукта, сбалансированного с позиции «цена-качество». Разочарование в одном средстве, как правило, распространяется на бренд в целом, так что производители сегодня все более осторожны в вопросах качества.

Некоторыми экспертами отмечается тенденция к вытеснению продукции мелких производителей, т.к. ритейлерами в ассортимент включается лишь несколько марок разных ценовых сегментов в каждой категории товара, оставляя на прилавках лишь лидеров продаж.

По оценкам игроков рынка, наиболее перспективны средний и высокий средний ценовые сегменты - связано это с развитием обувного рынка, где наблюдается стабильный ежегодный рост рынка обуви класса middle & low premium, а также рост доходов населения.

По итогам 2011 года объем рынка, по нашей оценке, вырос на 6% и составил около $212.

Следует отметить возросшую активность участников рынка: в том числе активная маркетинговая и рекламная деятельность компаний.

Согласно прогнозу DISCOVERY Research Group на 2012 г., объем рынка продолжит свой рост приблизительно при том же темпе прироста, и, таким образом, составит около $ 223 млн. при темпе прироста 5%.

Лидером среди отечественных производителей на рынке средств по уходу за обувью является компания «Диви». По итогам 2010 г. её объем производства составил $12,9 млн. в стоимостном выражении, при этом доля компании составила около 43% от общероссийского производства. В 2011 г. бренд «Дивидик» был куплен компанией ОАО «Арнест», объем производства составил $14,3 млн. с долей 45%.

Согласно нашим расчетам по итогам 2011 г. иностранные производители по-прежнему занимают около 85% российского рынка средств по уходу за обувью.

Согласно оценке DISCOVERY Research Group по итогам 2011 г. лидеры по-прежнему удерживают свои позиции. Так, на долю Silver приходится около 31,5%, Salton – 19,4%, Kiwi – 9,1%, Salamander – 8,0%, Sitil – 7,2%, Дивидик – 6,7%, Twist – 6,6%, Smart & Vilo – 4,1%, Collonil – 3,0%, Глянцмастер – 1,3%, Двойной блеск – 1,1%, Erdal – 0,9%, Olvist – 0,8%. На прочие приходится около 0,3%.

# ГЛАВА 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Описать текущее состояние и определить объем российского рынка средств по уходу за обувью.

Задачи исследования

Дать общую характеристику рынка средств по уходу за обувью в России:

* объем рынка,
* основные тенденции и факторы, влияющие на развитие рынка
* основные производители на рынке
* перспективы развития рынка

Объект исследования

Российский рынок средств по уходу за обувью.

Метод сбора данных

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Метод анализа данных

Традиционный контент-анализ документов.

Обработка баз данных ФТС и Росстата.

Информационная база исследования

1. Печатные и электронные, деловые и специализированные издания.

2. Ресурсы сети Интернет.

3. Материалы компаний.

4. Аналитические обзорные статьи в прессе.

5. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.

6. Экспертные оценки.

7. Интервью с производителями и другими участниками рынка.

8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.

9. Базы данных Discovery Research Group.

# ГЛАВА 2. Основные показатели состояния рынка обуви в России

# ГЛАВА 3. Ключевые показатели и ситуация на рынке средств по уходу за обувью

## §1. Тенденции и события на рынке

### Особенности потребительского выбора

### Специфика дистрибуции

### Рост интереса к среднему ценовому сегменту

### Рыночные сделки

## §2. Объем рынка средств по уходу за обувью

На сегодняшний день рынок насыщен средствами по уходу за обувью. Кремы, губки, растяжители, спреи, эмульсии, пены и дезодоранты – это далеко не полный перечень представленных на рынке **средств для ухода за обувью**. Производители **обувной косметики** предлагают широкий ассортимент составов, предназначенных для разных видов обуви, изготовленной как из натуральной кожи (в том числе лаковой), замши (велюра, нубука), так и различных искусственных заменителей. В свою очередь, все эти средства подразделяется на **защитные, восстанавливающие** и **влагоотталкивающие**.

Поэтому покупка всего «пакета» косметики для ухода за обувью — удовольствие не из дешевых. Полный цикл ухода за обувью включает ее очистку (например, с пеной-очистителем стоимостью около 150 р.), пропитку и защиту от влаги (с помощью соответствующего аэрозоля по 100-250 р. за ед.), восстановление цвета (используются крем, аэрозоль, жидкий крем стоимостью 50-200 р. за ед.) и блеска (губка или бархотка по 10-120 р. за ед.). Но немногие потребители используют столько средств для ухода за одной парой обуви, а ограничиваются одним-двумя. Разумеется, участникам рынка хотелось бы, чтобы косметику для обуви покупатели приобретали в полном комплекте.

Наибольшие продажи приходится на крема, на второй позиции - губки для обуви, которые дополняют линейку средств для ухода за обувью, а по некоторым показателям (с точки зрения потребителя) оказываются более привлекательными.

По данным экспертов, объем рынка обувной косметики в 2009 году в России составлял от $180 до $220 млн. По оценке DISCOVERY Research Group по итогам 2009 г. объем рынка составил $ 190,5 млн.

В 2009 г. участники рынка отметили сокращение продаж в количественном выражении на 20% в среднем ценовом сегменте и на 30% - в премиум-сегменте. Отчасти это было спровоцировано уменьшением платежеспособного спроса, когда вместо нескольких средств для **ухода за обувью** покупатели приобретали какое-нибудь одно и использовали его всей семьей.

По расчетам DISCOVERY Research Group объем российского рынка средств для обуви в 2010 г. составил около $200 млн. в стоимостном выражении. Доля отечественных производителей на рынке не более 20% и составляет около $ 40 млн.

По итогам 2011 года объем рынка, по нашей оценке, вырос на 6% и составил около $212 .

*Диаграмма 8. Объем и темп прироста рынка средств по уходу за обувью в 2008-2011 гг. и прогноз на 2012 г., $ млн. и %*



**Источник: DISCOVERY Research Group**

## §3. Ведущие игроки рынка

До начала 90-х единственным производителем обувной косметики, известным в нашей стране, была компания Salamander, давно представленная на рынке, еще с советских времен.

Современный рынок ухода за обувью в России развивается с 1993 года - с первых поставок торговой марки Kiwi. Одновременно с этой продукцией активно стала поставляться турецкая, китайская, сирийская обувная косметика.

Серьезные игроки не рисковали тогда браться за дистрибьюцию. Из-за стихийности рынка обувная косметика никогда не становилась единственным или главным направлением для производителей и поставщиков. Своеобразным показателем «признания» этого рынка как самостоятельного сегмента можно считать появление телерекламы обувной косметики в 2001 году.

На данный момент на российском рынке косметики для обуви представлено более 20 компаний, работающие в России уже достаточно долго (однако далеко не у всех из них хорошие позиции на рынке). Высокий ценовой сегмент принадлежит косметике, которая в рознице встречается в специализированных магазинах и бутиках - маркам Collonil, Patisson.

Лидером среди отечественных производителей на рынке средств по уходу за обувью является компания «Диви». По итогам 2010 г. её объем производства у составил $12,9 млн. в стоимостном выражении, при этом доля компании составила около 43% от общероссийского производства. В 2011 г. бренд «Дивидик» был куплен компанией ОАО «Арнест», объем производства составил $14,3 млн. с долей 45%.

*Диаграмма 9. Объем производства и темп прироста средств по уходу за обувью компании «Диви» в 2010-2011 гг. и прогноз на 2012 г., $млн. и %*



**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group**

На втором месте – марка «Твист», её производит компания «Биогард».

**И далее информация по всем компаниям – лидерам рынка (оборот, доля рынка и т.д.).**

По данным опроса российских производителей средств по уходу за обувью, проведенного DISCOVERY Research Group, компании стремятся совершенствовать имеющиеся технологии, а так же расширять ассортимент. При этом российские производители в основном занимают низкий ценовой сегмент. Например, компания «Диви» лидер по производству дешевой продукции – губок для обуви.

Согласно нашим расчетам по итогам 2011 г. иностранные производители по-прежнему занимают около …% российского рынка средств по уходу за обувью.

## §4. Структура рынка: отечественные и зарубежные производители

Как показывают результаты обработки баз данных ФТС, в настоящее время наблюдается рост импортных поставок средств по уходу за обувью. Так, по нашим оценкам, основанных на экспертных данных, в настоящее время доля зарубежных компаний на российском рынке обувной косметики составляет около 85%.

*Диаграмма 20. Структура рынка средств по уходу за обувью в 2011 г.: отечественные и зарубежные производители, %*



**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по экспертным данным**

## §5. Сегменты рынка

## §7. Узнаваемость брендов

## §8. Перспективы развития рынка

## §9. Российские производители средств по уходу за обувью

# ГЛАВА 4. Импорт средств по уходу за обувью в Россию в 2007-2011 гг.

## §1. Импорт по товарным группам

Как уже отмечалось, ассортимент обувной косметики делится на несколько групп - губки, кремы в банках и тюбиках, средства во флаконах, в аэрозолях и аксессуары и др.

В структуре импорта средств по уходу за обувью за 2011 г. лидирует крем-краска, на долю которой приходится около …% от всех поставляемых в Россию средств для обуви, вторую позицию занимает крем-блеск для обуви, его доля составила приблизительно …%, на воск для обуви приходится …%, влагозащитные аэрозоли – 4%.

*Диаграмма 32. Структура импорта средств по уходу за обувью в стоимостном выражении в Россию по товарной группе в 2011 г., %.*

**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ**

*Таблица 4. Объем импорта средств по уходу за обувью в Россию по товарным группам в 2007-2011 гг., $ тыс.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Торговая группа** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| Крем-краска |  |  |  |  |  |
| Крем-блеск |  |  |  |  |  |
| Воск |  |  |  |  |  |
| Влагозащитный Аэрозоль |  |  |  |  |  |
| Губка для обуви |  |  |  |  |  |
| Полироль |  |  |  |  |  |
| Увлажнитель |  |  |  |  |  |
| Дезодорант для обуви |  |  |  |  |  |
| Прочие |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |

**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ**

## §2. Импорт по ведущим брендам

## §3. Импорт по странам отправления

Лидером среди стран-импортеров средств по уходу за обувью в Россию является Германия, на долю которой по итогам 2011 г. приходится 33% от общего импорта в стоимостном выражении. Вторую позицию занимает Турция – 24%. Далее следует Латвия – 14%, Китай – 9% и Индонезия – 5%.

*Диаграмма 33. Структура импорта средств по уходу за обувью в стоимостном выражении в Россию по странам отправления в 2011 г., %.*



**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ**

*Таблица 6. Объем импорта средств по уходу за обувью в Россию по странам отправления в 2007-2011 гг., $ тыс.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Страна отправления** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| Германия |  |  |  |  |  |
| Турция |  |  |  |  |  |
| Латвия |  |  |  |  |  |
| Китай |  |  |  |  |  |
| Индонезия |  |  |  |  |  |
| Литва |  |  |  |  |  |
| Польша |  |  |  |  |  |
| Италия |  |  |  |  |  |
| Португалия |  |  |  |  |  |
| Индия |  |  |  |  |  |
| Сша |  |  |  |  |  |
| Болгария |  |  |  |  |  |
| Словения |  |  |  |  |  |
| Эстония |  |  |  |  |  |
| Швеция | 0 | 0 | 0 | 9 | 62 |
| Прочие |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  |  |  |

**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ**

# ГЛАВА 5. Экспорт средств по уходу за обувью из России в 2007-2010гг.

# ГЛАВА 6. Украинский рынок средств по уходу за обувью