

DIY-форум: российский ритейл переходит к логике «от клиента»

2020 год ведущие игроки российского рынка DIY называют сложным, но успешным – выручка первой десятки компаний, по данным INFOline, выросла более, чем на 12%. Но в 2021 год эксперты смотрят с осторожностью. Причина тому – рост цен на сырье и, как следствие, отпускных цен на товары на фоне падения доходов населения. О работе с производителями, новых каналах коммуникации с покупателем, форматах торговли и многом другом говорили участники IX форума DIY на [MosBuild 2021](#).

По словам **Ивана Федякова, генерального директора INFOline, организатора DIY-форума**, что в целом по итогам прошедшего года отрасль потеряла 3%. Падение могло быть еще больше, но II полугодие поддержало спрос. По данным исследования, проведенного специалистами INFOline, обвал произошел в категории мебели и товаров для дома, в то время как hard и soft DIY показали прирост в 2%. Пандемия и вызванный ею локдаун привели к смене покупательского поведения. Если раньше покупатели предпочитали приобретать строительные и отделочные материалы, а также инструменты офлайн, то в 2020 году они показали готовность к онлайн-покупкам в этой сфере, в то время как мебель осталась категорией, которую нужно оценить визуально и тактильно. Ведущая десятка DIY-ритейлеров, возглавляемая Leroy Merlin, показала рост в 12,2% в 2020 году. Серьезно выросла и доля интернет-площадок Wildberries и OZON, главное конкурентное преимущество которых – самый широкий ассортимент в некоторых категориях товаров.

Именно баланс онлайн- и офлайн каналов продаж стал одной из главных тем обсуждения на форуме. И здесь также видна смена приоритетов, но уже со стороны ритейлеров. Если несколько лет назад игроки рынка обсуждали, нужен ли онлайн и если да, то какую долю ему отвести, то сегодня многие компании всерьез сомневаются, нужны ли офлайн-магазины. **Евгений Мовчан, генеральный директор СТД «Петрович»** отметил, что время больших коробок ушло, и эксперты компании говорили об этом еще в 2016 году, но, конечно, никто не мог представить, что пандемия на много лет вперед усилит цифровой скачок. При этом в СТД «Петрович» не считают, что эпоха «каменных» магазинов прошла, но офлайн будет модифицироваться, а участникам рынка предстоит следить за предпочтениями покупателей и угадывать тренды.

Не отказываться от офлайн-ритейла призвал и **Джон Херберт, генеральный секретарь Edra** (Европейской ассоциации DIY-ритейлеров), который выступил на форуме в онлайн-формате. Он уверен, что наличие физического магазина будет играть все большую роль, потому что люди устали ждать курьеров, которые следуют один за другим, и от необходимости оставаться в это время дома. По мнению г-на Херберта, большое будущее у самовывоза, когда человек может сделать заказ по телефону или на сайте, а забрать товар самостоятельно. Но в тоже время, считает эксперт, такие площадки, как OZON, также будут успешны в дальнейшем.

Между тем, сам OZON продолжает развивать продажу товаров DIY, но также ищет новые форматы. **Иван Мельников, коммерческий директор OZON** рассказал, что компания сегодня выступает для производителей витриной, которая генерирует покупательский трафик, а на последнюю миллю поставщик товара работает сам, доставляя товары непосредственно клиенту или в точку выдачи компании.

В целом, говоря об онлайн-торговле и маркетплейсах, участники форума согласились, что не только в офлайн-каналах, но и на интернет-площадках компании модифицируют процесс сотрудничества с поставщиками товаров и ищут новые способы коммуникации с покупателем. Так, лидер российского рынка DIY, компания Leroy Merlin, презентовала на форуме новую программу развития сети в России. **Егор Ваганов, директор омниканальной концепции магазинов Leroy Merlin** рассказал, что сегодня в 64 городах РФ работает 111 магазинов сети, 71,80% городского населения страны проживает в часе езды от одного из магазинов компании. Такой охват диктует изменение стратегии. В 2020 году 149,2 млн покупок было сделано в магазинах Leroy Merlin и 304,7 млн транзакций совершено

Самая крупная в России выставка строительных и отделочных материалов

30.03 – 2.04 2021

Россия, Москва
МВЦ «Крокус Экспо»

mosbuild.com

Пресс-служба:
mosbuildmedia@google.com
+7 (968) 783-82-42

на сайте. Сегодня компания переходит на полный цикл услуг для клиента, включающий выбор строительных и отделочных материалов, возможность составить план расстановки мебели, консультационные услуги, доставку, установку и монтаж на одной платформе Leroy Merlin, к которой будут подключены производители и частные мастера, предлагающие свои услуги. Такая масштабная коллаборация требует быстрого реагирования и внутренних изменений в структуре компании, о которых и рассказывали эксперты на форуме.

В целом же эксперты отметили, что российский ритейл переходит от логики – «от производителя» или «от логистики», к логике «от клиента», и это позитивный курс, хотя его поддержка будет сопряжена с рядом вызовов в ближайшем будущем. В первую очередь, с ростом цен. Ножницы удорожания товаров и падения доходов населения будут одной из ключевых проблем отрасли, которую предстоит решать производителям и ритейлерам сообща.

DIY форум на MosBuild 2021 вызвал большой интерес и прошел при полном зале. Впервые на форуме был представлен специальный доклад Яндекса и INFOLine о развитии онлайн-рынка строительно-отделочных материалов и торговли DIY, а также первый реальный индикатор динамики цен «Индекс российского ремонта». Как обычно на форуме выступили ведущие участники рынка, в том числе Виктор Кузнецов, генеральный директор ВсеИнструменты.ру, Мария Евневич, член совета директоров «Максидома», Юрий Ксенафонтов, коммерческий директор «Бауцентр» и др.

Следующий форум пройдет через год на выставке MosBuild, которая состоится 29 марта – 1 апреля 2022 года в «Крокус Экспо».

Выставка MosBuild – крупнейшая выставка строительных и отделочных материалов в России, на которой представлены практически все секторы рынка – в общей сложности 15 тематических секторов, а также насыщенная деловая программа. MosBuild позволяет каждому участнику рынка решать свои бизнес-задачи наиболее эффективно.