

Итоги I квартала 2011 года

По данным Минэкономразвития России рост ВВП за первый квартал 2011 г. составил 1,3% с учетом сезонности. По сравнению с четвертым кварталом 2010 г. сезонно скорректированный показатель экономического роста потерял 1,5 процентного пункта. Данное снижение связано со значительным падением инвестиционного спроса (на 17,1% — за январь 2011 г.) и сокращением положительного вклада чистого экспорта.

По предварительной оценке Минфина, доходы федерального бюджета за январь-март 2011 года составили 2 триллиона 391,3 миллиарда рублей, или 27% к общему объему доходов федерального бюджета, утвержденному Федеральным законом о бюджете. Инвестиции в основной капитал в РФ за январь-февраль 2011 года снизились на 2,3%, но в феврале с исключением сезонных факторов выросли на 1,7%.

Потребительский спрос в феврале с исключением сезонных факторов вырос на 1%. Оборот розничной торговли в феврале 2011г. составил 1,35 трлн руб. В сравнении с данными января он вырос на 100 млн руб. В товарной массе продажи в розничной сети выше на 3,3%, чем в феврале 2010 года. С учетом календарных факторов продажи в рознице к данным января снизились на 0,7%, что меньше традиционного сезонного спада (в феврале 2010 года к январю падение составило 3,5%). Самая большая доля розничной торговли - около 17% приходится на Москву.

В Минэкономике отмечают, что уже в марте 2011 г. оборот розницы вместе с падением реальных доходов расти перестал. Однако, к росту вернулось строительство (на 3,2% в марте с учетом сезонности), на долю которого приходится большая часть капитальных инвестиций. Основанием для этого в Минэкономике считают «позитивные тенденции в ипотечном жилищном кредитовании, которые в феврале 2010 г. усилились»: средневзвешенная ставка по ипотечным кредитам в рублях с начала года снизилась до уровня 12,5%, а объем выданных кредитов в феврале 2011 г. составил 53,5 млрд руб.

По данным Центробанка РФ реальный эффективный курс рубля (к иностранным валютам основных торговых партнеров РФ с учетом инфляции) в январе — марте 2011 года увеличился на 6,9%. Реальный курс рубля к доллару за I квартал 2011 года увеличился на 11%, к евро — на 5,4%. Номинальный эффективный курс рубля к иностранным валютам в январе — марте вырос на 4,8%. При этом номинальный курс рубля к доллару вырос за три месяца на 2,5%, к евро — на 8,5%. Номинальный курс доллара к рублю на конец марта составил 28,43 рубля, к евро — 40,02 рубля. Средний номинальный курс доллара к рублю за I квартал составил 29,26 рубля, евро к рублю — 40,03 рубля.

По данным Росстата за период с января по март 2011 года инфляция составила 3,8% (в 2010 году на этот момент она составляла 3,1%). В марте индекс потребительских цен составил 100,6%, за период с начала года - 103,8% (в марте 2010г. - 100,6%, за период с начала года - 103,2%). В Москве и Санкт-Петербурге индекс потребительских цен за месяц составил 100,5% (с начала года - 103,6% и 103,9% соответственно). При этом индекс потребительских цен на продовольственные товары за I квартал 2011 года составил 114,1% (к I кварталу 2010 года), на непродовольственные товары – 105,7%, на услуги – 108%. Среди продовольственных товаров, в марте, как и в феврале 2011 года, наиболее заметно выросли цены на крупяные изделия, в том числе на пшено - на 9,0%, крупу гречневую-ядрицу - на 8,7%. Среди наблюдаемых групп непродовольственных товаров в марте более всего выросли цены на ткани хлопчатобумажные - на 3,1%, перевязочные материалы - на 2,9% и табачные изделия - на 2,8%. Среди остальных наблюдаемых видов непродовольственных товаров куртки мужские и женские из натуральной кожи, обувь резиновая, мыло хозяйственное, полотенце кухонное, отдельные виды постельного и нижнего мужского белья стали дороже на 1,8-2,8%.

По данным Росстата в феврале 2011 года снижение "год к году" реальных денежных доходов населения составило 1,5% против 3,5% по итогам января 2011 года. Очевидно, что со снижением инфляции к середине года динамика реальных располагаемых доходов выйдет в положительную зону — в основном падение доходов не связано с сокращением реальных зарплат (в реальном выражении они в феврале "год к году" выросли на 2,4%, к январю 2011 года — на 1,2%), а со снижением внезарплатных доходов, уходом физлиц в тень из-за роста социальных платежей и ростом коммунальных тарифов.

По данным индекса потребительской уверенности Росстата по итогам 1ого квартала 2011 года уровень потребительской уверенности населения России снижается. В январе—марте 2011 года по сравнению с четвертым кварталом 2010 года индекс снизился на 3 процентных пункта и составил минус 13 пунктов. В целом данные индекса свидетельствуют о том, что потребительские ожидания населения вернулись на уровень кризисного 2009 года. Примечательно, что снижение индекса потребительской уверенности по сравнению с четвертым кварталом 2010 года больше наблюдалось у молодого поколения в возрасте 16-29 лет (снижение на 7,6%), меньше — в возрастной группе от 30 до 49 лет (4%). Меньше всего индекс снизился среди лиц старшего поколения — всего-навсего на 1%.

По данным аналитиков, в 1ом квартале 2011 года растущий спрос на торговую недвижимость привел к активизации девелоперов, которые вновь возобновили строительство ранее приостановленных объектов – всего в 2011 году ожидается введение около 1 млн кв. м подобных площадей. Однако о новых крупных проектах за последний год не заявлялось: все торговые центры, которые открылись в 2010 г. и запланированы к открытию в 2011 г., были начаты еще до кризиса. По данным аналитиков, рост спроса на качественную торговую недвижимость способствовал сокращению уровня вакантных площадей и увеличению «листа ожидания» в наиболее привлекательных торговых центрах столицы. В ряде случаев это привело к пересмотру коммерческих условий для арендаторов. В течение февраля запрашиваемые ставки аренды на основных торговых центрах Москвы были подвержены незначительным колебаниям; в целом для сегмента остается характерным уровень ставок, достигнутый в конце 2010 г. В сегменте стрит-ритейла, самым дорогим торговым коридором России на февраль 2011 г. остается московская Тверская улица с арендными ставками от \$8 500 за кв.м/год.

В марте в Москве на территории делового центра ММДЦ «Москва-Сити» открылся торгово-развлекательный центр «Афимолл Сити» общей площадью около 180 000 кв.м. ТРЦ рассчитан на 160 магазинов. Среди крупных арендаторов уже представлены Marks & Spencer, GAP, H&M, Zara, «Спортмастер», Kanzler, «Снежная Королева», New Yorker, «Эльдорадо» и др. Якорным продуктовым магазином в «Афимолле Сити» станет «Зеленый перекресток» общей площадью 2 400 кв.м.. Флагманским арендатором ТРЦ «Афимолл Сити» стал первый в России магазин марки Banana Republic площадью 600 кв.м. На момент технического открытия ТРЦ «Афимолл Сити», было сдано 80% торговых помещений. В 1ом квартале 2011 года группа "Крокус" Араса и Эмина Агаларовых приняла решение уйти с рынка fashion. Группа с начала года закрывает собственные бутики в Столешниковом переулке и "Крокус Сити Молле" и передает права на развитие люксовых марок, в числе которых Lanvin, Chloe, Celine и Emanuel Ungaro.

По данным специалистов агентств недвижимости в марте 2011 года в Москве было введено в эксплуатацию порядка 40 тыс. кв. метров новых офисных площадей. Все новые объекты отвечают требованиям, предъявляемым к офисам, позиционируемым по классу «В». Всего, по итогам марта в столице было продано и сдано в аренду около 110 тыс. кв. офисов классов «А» и «В+». Уровень вакантности также продолжает снижаться, так в центре Москвы количеству пустующих офисов по итогам марта не превышает 7,4%. При этом доля вакантных площадей в пределах ТТК в Москве составляет примерно 14%. Эксперты рынка отмечают, что объем строящихся в Москве площадей с перспективой

ввода в ближайшие три года составляет 2,7 млн кв. м — это гораздо больше, чем в большинстве европейских столиц. К ним могут прибавиться новые проекты, которые запускают некоторые крупные девелоперы. Общее предложение качественных офисов в Iом квартале 2011 года превысило 11 млн кв.метров. Сейчас в центре Москвы свободно примерно 10% общих площадей, а между ТТК и МКАД — 21%; в том числе в классе А— 18% (в центре города — 12%), в классе В — 16%. По информации аналитиков, спрос на «центровые» офисы коснулся даже строящихся бизнес-комплексов — из планируемых на 2011 г. 250 000 кв. м класса А снято или забронировано уже 35%.

Основные тенденции розничной торговли в I квартале 2011 года:

1. В I квартале 2011 года на российском fashion-рынке произошла заметная поляризация потребительского спроса и ярко выделились люксовый и бюджетный ценовые сегменты рынка. Средний ценовой сегмент во время кризиса оказался в сложном положении из-за того, что он приближался то к люксовому, то к бюджетному сегментам. Если в 2010 г. рост продаж в среднеценовом сегменте fashion-ритейла вырос до 18-20%, за счет амортизации спроса и общего оптимизма по поводу восстановления рынка, то к началу 2011 г. рост продаж замедлился из-за ослабленной платежеспособности покупателей.
2. Ожидания аудитории изменились: покупатель больше ждет распродаж и меньше совершает импульсных покупок. Среди покупателей сформировались следующие тенденции посткризисного потребления: преобладание рациональных покупок над эмоциональными, внимание к соотношению цены продукта и его качества, уменьшение значимости брендов. Приоритет отдается функциональности товаров.
3. Согласно предварительным оценкам Федеральной таможенной службы, товарный импорт из стран дальнего зарубежья в первом квартале 2011 года увеличился на 46% по сравнению с IV кварталом 2010 года. Спрос на импортную трикотажную и текстильную одежду увеличился в I квартале 2011 года в 1,6 и 1,5 раза соответственно, на обувь — на 46%.
4. Продолжается тенденция вытеснения российских компаний с рынка зарубежными игроками. Этому способствует несколько причин: у иностранных компаний существует отлаженная ассортиментная матрица и они способны моментально предоставлять своим покупателям «самое последнее, прямо с подиума». Кроме того, зарубежные fashion-игроки ведут себя как бренды, а не просто как компании по производству одежды. А это, в свою очередь, снова создает эмоциональную связь с покупателем.
5. Ритейлеры и аналитики в будущем ожидают выхода еще большего числа зарубежных игроков на российский fashion-рынок и движения существующих сетей в регионы страны. Появление на рынке новых игроков с сильной маркетинговой стратегией и приличным опытом в других странах отчасти также является причиной освоения fashion-ритейлом регионов России. Однако основная причина — плотная насыщенность игроками fashion-рынков Москвы, Санкт-Петербурга и других крупных российских городов. В то время, как в центральных городах становится все труднее найти невысокие арендные ставки, в регионах торговые центры, потерявшие во время кризиса арендаторов, предлагают более низкую стоимость аренды и приемлемые
6. Также продолжается тенденция расторжения договоров с российскими компаниями и самостоятельного освоения иностранными компаниями российского рынка:

- С 1 мая 2011 г. Hermes планирует развиваться самостоятельно и не будет продлевать соглашение с JamilCo, ранее продвигавшего бренд в России. Ранее от услуг оператора отказался Dior, который JamilCo представлял на российском рынке 8 лет.
 - Израильская сеть магазинов одежды Castro объявила о расторжении договора франшизы со своим российским партнером и о закрытии трех магазинов, которые в настоящий момент работают в России.
 - Компания Guess, Inc. объявляла о планах на начало самостоятельного ведения бизнеса в России с января 2011 г. и расторжении договора с ООО ЛВБ, входящее в «ДжамильКо», ранее развивавшее Guess.
 - Немецкая Hugo Boss после 19 лет работы в России по системе франчайзинга приняла решение открывать свои магазины самостоятельно — сейчас компания подыскивает подходящие помещения в Москве и регионах.
 - В январе 2011 года итальянский дом моды Prada сообщил о прекращении сотрудничества с группой Mercury и готовит к открытию собственные магазины в Москве — в Столешниковом переулке и торговом центре "Крокус"
7. Люксовые бренды становятся все популярнее у россиян, которые готовы тратить деньги на дорогую одежду как внутри страны, так и за ее пределами. По оценке Espeg Group, покупки россиян в 2010 г. за рубежом составили 18%. При этом особый интерес россияне высказывают к одежде класса «люкс».
 8. По оценкам экспертов, российский рынок люкса сейчас не только прибыльный, но и стабильный. Безопасность привлекает как российских, так и зарубежных партнеров, рост присутствия которых может привести к переделу рынка. При этом отечественным операторам придется предпринять дополнительные меры, чтобы не лишиться первенства на рынке.
 9. С начала года рост цен на хлопок превысил 40%. Из-за роста мировых цен текстильные изделия, при производстве которых этот материал используется, — джинсы, нижнее и постельное белье — к маю 2011 года могут подорожать на 25—30%.
 10. На российском рынке начинает развиваться такой привычный для Запада формат коммерческой недвижимости, как аутлет-центр. Открывшись два месяца назад на 12 000 кв.м., первый российский аутлет «Модалполис», планирует расширение площади и увеличение ассортимента. В России планируется построить более пяти таких аутлетов. В частности, в этом направлении работают европейский торговый оператор Fashion House Development совместно с GVA Sawyer и американский девелопер Hines.