

Итоги 2 квартала 2014 года

По предварительной оценке Минэкономразвития рост ВВП России в II квартале составил 1,2% против 0,9% по итогам I квартала. По данным Росстата, Индекс промышленного производства в I полугодии 2014г. по сравнению с I полугодием 2013г. составил 101,5%, в июне 2014г. по сравнению с июнем 2013г. - 100,4%, по сравнению с маем 2014г. - 99,9%/

Оборот розничной торговли в РФ в первом полугодии 2014 г., по данным Росстата, составил 11,933 трлн руб., увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 2,7% (в сопоставимых ценах). Это самый низкий показатель после кризисного 2009 г., когда по итогам первого полугодия отечественная розница сократилась на 2,6%. Хуже, чем в другие месяцы, торговля росла в июне: темп роста составил всего 0,7%. В первом квартале 2014 г. объем рынка составил 5,7 трлн руб., увеличившись на 3,6%, во втором — 6,2 трлн руб., увеличившись на 1,8%.

По данным Центробанка РФ в первом полугодии 2014 г. реальный эффективный курс рубля вырос на 1,3%, к доллару снизился на 2,2%, к евро окреп на 0,5%. За июнь 2014 г. реальный эффективный курс рубля к иностранным валютам вырос на 2,4%, к евро - на 3,4%, к доллару - на 1,8%. Номинальный курс рубля к инвалютам в июне поднялся на 2,2%, к доллару - на 1,5%, к евро - на 2,6%. За 6 месяцев падение составило 1%, 4,4% и 3,8% соответственно.

Средний номинальный курс доллара к рублю на конец июня составил 34,97 руб. и снизился за месяц на 11 копеек, средний номинальный курс евро к рублю за месяц уменьшился на 24 копейки - до 47,96 руб.

По данным Росстата в июне индекс потребительских цен составил 100,6%, за период с начала года - 104,8% (в июне 2013г. - 100,4%, за период с начала года - 103,5%). В Москве индекс потребительских цен за месяц составил 100,7% (с начала года – 105,3%).

Индекс потребительских цен на одежду и белье в июне 2014 года составил 100,2% по отношению к маю, по отношению к июню 2013 года – 104,8%, с начала года – 101,9%. Индекс потребительских цен на трикотажные изделия в июне 2014 года составил 100,2% по отношению к маю, по отношению к июню 2013 года – 105%, с начала года – 102%. Индекс потребительских цен на обувь в июне 2014 года составил 100,1% по отношению к маю, по отношению к июню 2013 года – 104,9%, с начала года – 102%.

По данным Росстата, индекс предпринимательской уверенности (ИПУ), характеризующий состояние делового климата в стране, в мае продемонстрировал рост впервые за полгода, хотя по-прежнему находится в отрицательной зоне. Позитивное изменение индекса произошло в "базовых крупных отраслеобразующих предприятиях". В частности, 33% руководителей крупного бизнеса сообщают о возможном увеличении производства через 3-4 месяца.

По данным Госкомстата реальные располагаемые денежные доходы в России по предварительным данным, в июне 2014г. по сравнению с соответствующим периодом 2013г. снизились на 2,9%, в I полугодии 2014г. - на 0,2%. Среднемесячная начисленная заработная плата россиян в июне 2014г., по оценке, составила 33563 рубля и по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года выросла на 9,6%, в I полугодии 2014г. - на 10,5%.

По данным Москомстата, средняя номинальная заработная плата москвичей, начисленная за май 2014 года в крупных, средних и малых организациях составила 58422 рубля. По сравнению с апрелем 2014 года она уменьшилась на 9.2%, по сравнению с маем 2013 года возросла на 9.5%. Реальная заработная плата, рассчитанная с учетом индекса потребительских цен, в мае 2014 года составила 101.9% к уровню мая 2013 года и 90.2% – к уровню апреля 2014 года. По итогам мая среднедушевые денежные доходы по г.Москва составили 49 780 рублей, увеличившись на 5,6% по отношению к соответствующему периоду прошлого года.

Индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения России, во втором квартале 2014 г. по сравнению с первым кварталом 2014 г. вырос на 5 п. п. и составил -6%

По данным компании CBRE, во II квартале 2014 года было введено два торговых центра: Весна и Вегас Крокус Сити, а также 3-я очередь Торгового Парка Отрада, основную часть которой занял гипермаркет ОБИ. Суммарная арендопригодная площадь открытых торговых центров составила 179 000 кв. м, а всего с начала года было введено 280 тыс. кв. м., или 45% ожидаемого годового предложения. В результате объем предложения торговых площадей в Москве достиг отметки 4 380 тыс. кв. м или 362 кв. м на 1 000 жителей.

По итогам второго квартала 2014 года уровень вакантных площадей в торговых центрах Москвы увеличился до уровня 2,9%. По итогам июня 2014 года объем предложения в центре за месяц увеличился на 15% по количеству и на 6% по общей площади. Средняя ставка аренды возросла на 6% и составила 2 133 \$/кв.м/год. Рост арендной ставки произошел в связи с выходом в июне ряда дорогих объектов, таких как на Смоленском б-ре (162 кв.м, 3000 \$/кв.м/год), Мясницкой ул. (150 кв.м, 3026 \$/кв.м/год), ул.Арбат (300 кв.м, 3287 \$/кв.м/год), Тверской ул. (226 кв.м, 3512 \$/кв.м/год) и на ул.Сретенка (370 кв.м, 3551 \$/кв.м/год).

В июне 2014 г. объем предложения офисных объектов в аренду вырос на 3% по количеству и на 5% по общей площади и составил 2 022 объекта общей площадью 1066 тыс.кв.м. За месяц количество офисных объектов в центре выросло на 4%, а общая площадь осталась на уровне мая. Средняя арендная ставка за месяц снизилась на 2% и составила 791\$/кв.м/год. Снижение ставок произошло за счет снижения доли дорогих помещений (со ставками выше 800\$/кв.м/год) с 45% в мае до 43% в июне. При этом по объектам, которые экспонируются уже давно, ставки практически не изменились.

Во II квартале 2014 года не было отмечено каких-либо значимых открытий новых магазинов.

В апреле в Москве на ул.Кузнецкий мост открылся бутик Harmont & Blaine — первый из трех, появление которых запланировано на этот год. В этом же году Harmont & Blaine планируют открыть еще два бутика: в «Крокус Сити Холл» и «Атриуме».

В мае на «Красном Октябре» открылся первый в России магазин мужских костюмов голландской сети Suitsupply. В магазине продают мужские костюмы (от 17 700 до 44 350 рублей), сорочки и рубашки (от 4 300 рублей), галстуки, обувь и аксессуары, например сумки. Вся одежда сшита из тканей итальянских марок Larusmiani, Vitale Barberis Canonico и Cerruti.

Компания Grosus Group 4 июня открыла в Москве второй ТРК Vegas. Общая площадь комплекса составляет 285 тыс. кв.м, торговая — 112,5 тыс. кв. м. Среди арендаторов "Vegas Крокус Сити" — более 250 брендов. В комплексе воссозданы копии знаменитой нью-йоркской площади Таймс-сквер и Рокфеллер-центра. Кроме того, в ТРЦ будут расположены океанариум, кинотеатр и концертная площадка — Vegas City Hall. Отличительной особенностью нового ТРЦ является медиафасад, на котором будет транслироваться реклама арендаторов, имиджевые ролики, а также прямые эфиры с мероприятий, проходящих в "Vegas Крокус Сити".

В июне в России открылись первые магазины Prenatal Milano, международного бренда товаров для мам и детей Prenatal. В Москве коллекции итальянской марки появились в торговых центрах «Атриум», «РИО», «Вегас Крокус-Сити», «Золотой Вавилон», в Санкт-Петербурге – в ТРЦ «Гранд Каньон».

Головная компания группы "Детский мир" — АО "Детский мир — Центр" и ОАО "Торговый дом ЦВУМ", владеющее зданием бывшего универмага "Военторг" на улице Воздвиженка, 10, подписали соглашение, по которому ритейлер берет в аренду примерно половину универмага. По его словам, осенью 2014 года сеть откроет на арендованных площадях свой флагманский магазин

Основными тенденциями в отрасли розничной торговли во II квартале 2014 года можно назвать следующие:

1. С начала года в связи со сложившейся политической ситуацией многие зарубежные сети магазинов и ресторанов, планировавшие открытие филиалов в России, отказались от этих планов или заняли выжидательную позицию. В 2014 году на российском рынке могли появиться более 20 известных иностранных брендов, но теперь их приход под вопросом.

2. Кроме того, осторожнее в развитии стали бренды, уже вышедшие в Россию.
 - a. В частности, затормозил развитие одежный ритейлер Uniqlo. Сейчас у Uniqlo четыре магазина в России, предполагалось, что будет открыто еще три.
 - b. Не открылась в заявленные сроки американская сеть ресторанов Schlotzsky's (франшизу на их открытие в прошлом году получил член правления туроператора Pegas Touristik Мехмет Акпынар).
 - c. Не появились магазины британской одежды Blue Inc.
3. Европейские компании снижают инвестиции в Россию. Большинство из них не верят, что в ближайшие два года у российской экономики есть перспективы, но на большем промежутке времени прогноз меняется. Можно предположить, что значительное снижение по ряду показателей вызвано усложнением политической и экономической ситуации, а также событиями на Украине. По данным совместного опроса Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) и компании "ГфК-Русь" 45% опрошенных компаний отметили, что кризис на Украине отрицательно отразился на деятельности компании в России
4. В числе тех, кто подтверждает свои планы по выходу на российский рынок, остаются детские тематические парки мексиканской сети KidZania (франшизу получила компания "Иннова"), магазины Disney Store (на франшизу претендует "Детский мир" и Inventive Retail Group), американские бары Hooters (лицензия у баскетболиста "Бруклин Нетс" Андрея Кириленко с партнерами), британские House of Fraser (лицензия у Retail Arabia), сеть детских товаров Prenatal (франшизу получила Inventive Retail Group).
5. По данным компании Watcom, которая специализируется на измерении покупательских потоков в торговых центрах, с середины марта по середину мая падение покупательского трафика в московских моллах составило 6,1%. Сильнее всего — на 11,5% — покупательский поток снижался в период с 14 по 20 апреля: в среднем один торговый центр посещали 545 человек на 1000 кв.м. в день против 613 человек в этот же период 2013 года. Это связано как с размытием покупательского потока из-за ввода новых торговых площадей в Москве, так и с сокращением спроса
6. Одежные ритейлеры с начала весны фиксируют замедление роста продаж и даже падение. Многие владельцы магазинов считают, что люди стали меньше ходить в магазины и предпочитают не тратить деньги, т.к. сработал психологический эффект: сообщения о событиях на Украине сменяются информацией о новых санкциях со стороны Европы и США, плюс все наблюдают колебания курсов валют. Покупатели стараются спасти накопления и вкладываются, например в недвижимость. А одежда — это одна из первых статей семейных затрат, на которых начинают экономить во время экономических кризисов.
7. Еще один фактор, который сказывается на выручке магазинов, — это сокращение потребительского кредитования. Рынок розничных кредитов был сильно перегрет, поэтому банки по рекомендации ЦБ ужесточили требования к заемщикам. В первом квартале 2014 года объем кредитов физическим лицам вырос всего на 2,7%, в то время как за аналогичный период прошлого года рост составлял 4,7%. У некоторых банков портфель кредитов вообще сократился: у "Ренессанс Кредита" — на 1,7%, у Хоум Кредит Банка — на 5,2%, у "Русского стандарта" — на 0,7%, у ОТП Банка — на 1,2%.
8. По словам ритейлеров, количество вещей в чеке уменьшается, люди предпочитают покупать все с большими скидками. В итоге ритейлерам приходится вкладывать дополнительные средства в маркетинг: проводить больше рекламных акций, снижать цены. В итоге снижается рентабельность.
9. Однако, некоторые ритейлеры решили наоборот, расширить формат имеющихся в настоящий момент магазинов:
 - a. Производитель одежды и аксессуаров Mango намерен создать в России сеть универмагов Mango Megastore. До конца года компания планирует открыть в Москве, Санкт-Петербурге и других крупных городах России около 30

одноименных универмагов. В каждом таком магазине сеть намерена продавать коллекции сразу нескольких своих линеек, включая мужскую одежду и аксессуары под брендом Mango H.E. и детскую одежду Mango Kids. Площадь каждого объекта составит 0,85-1,2 тыс. кв. м (размер стандартных магазинов сети варьируется в диапазоне 220-600 кв. м).

- b. Также решение расширить формат магазинов приняли сети Gloria Jeans Владимира Мельникова и Oodgi (основатели Дмитрий Гарбузов и Дмитрий Ермаков). По мнению владельцев данных компаний - "это общий тренд, в первую очередь он связан с укрупнением помещений в качественных торговых центрах, так как сейчас очень сложно арендовать магазин площадью менее 500 кв. м».
10. Среди крупных международных магазинов одежды продолжается тенденция на открытие собственных онлайн-магазинов в России. Немецкий люксовый бренд Escada, до сих пор развивавшийся в России через франшизу, откроет в следующем году собственный онлайн-сервис для российских клиентов. Партнером компании, который поможет запустить продажи одежды и аксессуаров под маркой Escada в России, станет компания Hermes Nextec — логистическая "дочка" немецкого ритейлера Otto Group, имеющая опыт работы на российском рынке.
 11. В рамках продовольственных товаров, все заметнее в последнее время рост интереса к фермерской еде. За 2014 год премиальные продуктовые сети — "Зеленый перекресток", "Азбука вкуса" и т.д. — значительно увеличили долю натуральных продуктов в своем ассортименте. Учитывая высокий спрос на подобные товары, сейчас многие девелоперы рассматривают фермерские рынки как перспективных арендаторов. На данный момент ТЦ "Цветной" заменил традиционный продуктовый супермаркет фермерским рынком.