

По оценке Минэкономразвития России, ВВП России в мае 2015 г. сократился на 4,9% по сравнению с маем прошлого года. С исключением сезонности валовой внутренней продукт снизился в мае на 0,4% (в апреле сокращение ВВП составило 4,2%, с начала 2015 г. года показатель упал на 3,2%). По прогнозам Минэкономразвития РФ, падение экономики по итогам первого полугодия в годовом выражении может составить более 3%. Замедление темпов падения ВВП в мае связано с замедлением спада промышленного производства, как добывающих, так и обрабатывающих производств, а также потребительского спроса. Индекс промышленного производства в январе-мае 2015г. по сравнению с январем-маем 2014г. составил 97,7%, в мае 2015г. по сравнению с маем 2014г. - 94,5%, по сравнению с апрелем 2015г. - 98,6%.

По данным Росстата, оборот розничной торговли в России в мае 2015 г. составил 2,22 трлн руб. По сравнению с маем прошлого года рынок сократился на 9,2% (в сопоставимых ценах). С начала года объем розничной торговли составил 10,69 трлн руб., что на 7,7% меньше, чем за аналогичный период 2014 года. В мае 2015 г. оборот розничной торговли на 91,5% формировался торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила 8,5% (в мае 2014 г. - 91,6% и 8,4% соответственно). В мае 2015 г. в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, напитков и табачных изделий составил 49,3%, непродовольственных товаров — 50,7% (в мае 2014 г. — 47,7% и 52,3% соответственно).

Оборот розничной торговли в РФ в январе-июне 2015 г. сократился на 8% в сопоставимых ценах по сравнению с аналогичным периодом прошлого года - до 12,923 трлн руб.. Сокращение оборота в июне составило 9,4%, до 2,232 трлн руб. В июне оборот розничной торговли на 91,7% формировался торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, работающими вне рынка. Доля розничных рынков и ярмарок составила 8,3%. Для сравнения: в июне 2014 г. доли составляли 91,5% и 8,5% соответственно. В структуре оборота розничной торговли в июне удельный вес пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, составил 48,7%, доля непродовольственных товаров - 51,3% (в июне прошлого года - 47,4% и 52,6% соответственно).

По данным Центробанка РФ Реальный эффективный курс рубля к иностранным валютам укрепился во втором квартале на 2,8%. При этом за первое полугодие курс национальной валюты вырос на 1,3%. За июнь реальный эффективный курс рубля укрепился на 2,4%. При этом рост к доллару составил 1,8%, к евро - 3,4%. Рост реального эффективного курс рубля к доллару во втором квартале составил 1,2%, к евро - 2%. В первом полугодии курс национальной валюты к доллару снизился на 2,2%, а к евро вырос на 0,5%. В годовом выражении за первое полугодие реальный эффективный курс рубля снизился на 6,4%. При этом снижение к доллару составило 6,8%, к евро - 9,9%.

По данным Госкомстата РФ, в июне индекс потребительских цен составил 100,2% (к маю 2015 года), с начала года - 108,5% (в июне 2014г. - 100,6%, с начала года - 104,8%). В Москве индекс потребительских цен в июне составил 100,4% (с начала года - 109,7%), в Санкт-Петербурге - 100,2% (с начала года - 109,3%). Индекс потребительских цен на продовольственные товары в июне составил 118,8% по отношению к июню 2014 года, на непродовольственные товары — 114,2% по отношению к июню 2014 года.

Рост цен на одежду и белье в июне 2015 года составил 0,4% по отношению к маю 2015г. и 11% по отношению к июню 2014 года, на трикотажные изделия – 0,4% по отношению к маю 2015г. и 11% по отношению к июню 2014 года, на обувь – 0,4% по отношению к маю 2015 г. и 11,4 % по отношению к июню 2014 г.

По подсчетам аналитиков JLL, текущий объем предложения торгцентров в Москве составляет 4,53 млн кв. м, в Столичные девелоперы побили рекорд первой половины прошлого года, выведя на рынок в январе-июне 2015 года 342 тыс. кв. м. Среди крупнейших объектов, вышедших на московский рынок в этом году,— Columbus (136 тыс. кв. м), "Кунцево Плаза" (66 тыс. кв. м), Mагі (70 тыс. кв. м) и Центральный детский магазин на Лубянке (34 тыс. кв. м).

По данным компании Knight Frank, в июне уровень вакантности в московских ТЦ вырос с 6% до 9,1% с начала года. Больше всего пустующих площадей именно в новых открывшихся торговых центрах. Например, в ТЦ Mагі на момент открытия ТЦ арендаторов не было на 91% площадей. Доля пустующих площадей в открывшемся в прошлом году ТЦ "Мозаика" составляет 74%, в ТЦ "Алфавит"— 43%, вТЦ "Авиапарк"— 42%.

Из-за запуска новых ТЦ ставки аренды в торговых объектах продолжают падать: в среднем с начала года — на 5%, В некоторых сегментах падение было существенно выше, утверждают аналитики Knight Frank: ставки аренды в магазинах аксессуаров упали на 20%, одежды, обуви и бытовой техники — на 10%. По данным Knight Frank, сейчас средние ставки аренды для одежных

операторов составляют \$500–1800 за кв. м в год, для обувных — \$500–2000, для аксессуаров и сумок — \$1000–3000, для гипермаркетов — \$100–250, для супермаркетов — \$250–600.

По данным компании RRG, Объем предложения торговых помещений формата street-retail в мае 2015 г. по количеству снизился на 24%, а по общей площади – на 20%. Всего экспонировалось 335 объектов площадью 96 тыс. кв.м, из них 50 объектов предлагалось в центре и 285 объектов – за его пределами. Объем предложения в центре за месяц снизился на 18% по количеству и на 23% по общей площади. Средняя ставка аренды уменьшилась на 2% и составила 1 333 \$/кв.м/год, что объяснялось прежде всего уменьшением в общем объеме предложения доли дорогих объектов (с 34% в апреле до 28% в мае).

По данным компании «Магазин магазинов», за первые шесть месяцев 2015 года объем вакантных площадей на основных торговых улицах Москвы внутри Садового кольца вырос с 8% до 11%. Больше всего арендаторов потеряли Большая Дмитровка (уровень вакантных площадей за три месяца вырос с 6% до 20%), Пятницкая (с 7% до 17%) и Петровка (с 7% до 15%). Арендные ставки в данном формате с начала года снизились на 20%.

По данным компании RRG, всего в мае 2015 года в Москве в аренду предлагалось 3573 объекта коммерческой недвижимости общей площадью 2 234 тыс. кв.м. Объем предложения за май по количеству снизился на 21% и на 20% по общей площади. Средняя арендная ставка за месяц составила 435 \$/кв.м/год. С учетом снижения курса доллара в мае на 5%, снижение средней арендной ставки в рублевом эквиваленте составило 5%. Лидером по объему предложения традиционно остаются офисные помещения, доля которых по площади составляет 55%. Далее идут производственно-складские (30%) и торговые помещения (15%). На рынке торговой недвижимости г.Москвы в мае 2015 года экспонировалось 895 объектов общей площадью 324 тыс. кв.м. По сравнению с предыдущим месяцем количество и общая площадь торговых объектов снизились на 23%. Из указанных объектов в центре экспонировалось 86 помещений общей площадью 24 тыс. кв.м, что на 27% ниже показателя апреля по количеству и на 35% - по общей площади. Средняя запрашиваемая ставка аренды на эти объекты за месяц выросла на 4% и составила 1 253 \$/кв.м/год, что было обусловлено ростом в общем объеме предложения доли дорогих объектов. Количество и общая площадь торговых объектов, предлагаемых в аренду за пределами центра, в мае 2015 г. уменьшились на 22%. Объем предложения составил 809 помещений общей площадью 299 тыс. кв.м. Средняя ставка за месяц снизилась на 1% и составила 608 \$/кв.м/год. Уровни изменения ставок за 12 последних месяцев в центре и за его пределами продолжают оставаться сопоставимыми друг с другом, что может говорить о примерно одинаковом влиянии ситуации в макроэкономике на данные сегменты в среднесрочной перспективе. По изменению ставок за месяц более выигрышно смотрелись помещения в центре.

Так называемый индекс Ивановых от Sberbank CIB, оценивающий потребительскую уверенность россиян, резко вырос по итогам второго квартала 2015 года. Интегральный индекс изменился с минус 22% в первом квартале 2015 года до минус 14%. Наименьшее значение индекса приходилось на четвертый квартал 2014 года — тогда он составлял минус 24%. По данным Росстата, индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, во II квартале 2015г. по сравнению с I кварталом 2015г. вырос на 9 процентных пунктов и составил (-23%).

По данным Росстата, денежные доходы россиян по предварительным данным, в мае 2015г. составили 27656 рублей, и по отношению к маю 2014 года составили 105,5%. При этом реальные располагаемые доходы населения жителей России по отношению к маю 2014 года составили 93,6%, по отношению к апрелю 2015 года – 89,3%. Среднемесячная начисленная заработная плата в мае 2015г., по оценке, составила 34 400 рублей и по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года выросла на 7,3%.

В Москве среднедушевые денежные доходы в мае 2015 года составили 54782 рубля, что составляет 102,4% по отношению к соответствующему периоду прошлого года. Средняя номинальная заработная плата москвичей, начисленная за январь-апрель 2015 года в крупных, средних и малых организациях (с учетом досчета до полного круга организаций) составила 60635 рублей и увеличилась по сравнению с январем-апрелем 2014 года на 4.3%. Рост реальной заработной платы, рассчитанной с учетом индекса потребительских цен, в январе-апреле 2015 года составил 89.5% к уровню января-апреля 2014 года.

Оборот розничной торговли в России по итогам мая 2015 года составил 2 221 576,8 млн. рублей. Можно отметить изменение основных тенденций в отрасли и выделить следующие тренды:

1. По данным экспертов, можно отметить, что спрос на российском рынке одежды и обуви к концу второго квартала упал на 25–30%, в отдельных отраслях — на 35%. Данная тенденция, скорее всего, сохранится до конца года. По прогнозам аналитиков, по итогам

2015 г. российский рынок одежды и обуви сократится на 25–35% в штуках, в денежном выражении его ждет небольшой рост на 3,5–4%.

2. Наибольшее падение продаж на рынке одежды пришлось на средний ценовой сегмент, т. е. на недорогие бренды, многие из которых потеряли до 60% продаж в 1 квартале 2015 года. При этом в апреле, несмотря на стабилизацию курса рубля, спрос не вернулся. В апреле продажи одежды и обуви сократились на 53% в штуках, в деньгах рынок упал на 21%. В апреле закончился сезон распродаж, поддерживавший продажи первого квартала, а холодная погода не позволила полностью продать весеннюю коллекцию.
3. Но в мае 2015 г, впервые в этом году, продажи одежды и обуви в России выросли. По сравнению с аналогичным периодом 2014 г. продажи одежды и обуви в штуках выросли на 2,1%, в денежном выражении рост составил 13,1%. Также в мае 2015 года трафик в магазинах одежды, отслеживаемых аналитиками, увеличился на 12,3%, конверсия – на 3,2%.
4. При этом во втором квартале россияне пересмотрели свои ожидания по поводу ситуации в экономике: если осенью скорого завершения кризиса ждали только 11% населения, то сейчас таких уже 35%. Несмотря на это, граждане сильнее, чем раньше, сокращают расходы, в том числе на бытовую технику, одежду, обувь и товары для дома.
5. Цены в рублях в 2015 году неизбежно выросли, в связи с чем большинство крупных международных брендов вынуждены были снизить свою наценку в России на коллекции весеннего сезона в связи с падением покупательской способности россиян. Это касается как массовых, так и премиальных брендов. Так, например:
  - a. Mango снизил свои цены в России на 20 %. Эта мера вступила в силу с 23 апреля и распространяется на все линии сетевых магазинов: Woman, Man, Kids и Violeta.
  - b. британский бренд Karen Millen, который еще в феврале объявил о том, что их цены в России теперь равнозначны ценам в Великобритании.
  - c. бутик итальянской марки Etro в ГУМе провел переоценку в начале апреля, снизив цены на одежду в среднем на 15–20 %.
  - d. бутик Versace скорректировал цены в меньшую сторону 9 апреля.
6. В условиях сниженного спроса премиальные бренды использовали также и другие шаги – например, вывели на российский рынок "облегченные" категории товаров – типа мини сумочек Chanel. Также премиальные бренды стали осваивать он-лайн площадки для продвижения товаров:
  - a. немецкий производитель женской одежды класса люкс Escada запустил собственный онлайн-магазин в России. Развитие онлайн-магазина является частью глобальной стратегии компании в сфере digital и естественным этапом развития.
  - b. Российский интернет-продавец одежды и обуви класса "люкс" Aizel.ru объявил о переходе к новой бизнес-модели: теперь компания позиционирует свой магазин как marketplace, то есть на его площадке помимо собственного ассортимента будет представлена продукция российских офлайн-магазинов, работающих с люксовыми брендами. А свой ассортимент компания планирует существенно расширить за счет новых качественных брендов разной ценовой категории. Сегодня наиболее вероятными партнерами Aizel.ru скорее могут стать непосредственно иностранные бренды, например Gucci и Burberry, которые стремятся развиваться на российском рынке, открывают представительства, но необходимость адаптироваться к новому рынку не позволяет им сразу открыть свой интернет-магазин. Сейчас Aizel достиг договоренности с Gucci о том, что на сайте Aizel.ru можно даже будет сделать предзаказ будущих коллекций бренда.
7. По данным аналитиков во втором квартале покупатели стали реже ходить в крупные торговые комплексы площадью от 40 тыс. кв.м. Посещаемость таких объектов снизилась, по данным Naï Besag, на 5–12%. С другой стороны, отмечают эксперты, доходы потребителей не настолько упали, чтобы они отказывали себе в повседневных тратах. Поэтому альтернативой крупным моллов стали районные торговые центры. По информации компании Watcom Data Consulting, в I квартале 2015 года зафиксирован рост посещаемости небольших районных и микрорайонных торговых центров площадью от 5 тыс. до 20 тыс. кв. м и 20–40 тыс. кв. м — относительно I квартала 2014 года в среднем на 5%.

8. Во втором квартале продолжилась тенденция перехода ритейлеров на расчеты с зарубежными контрагентами в национальных валютах:
  - a. В апреле стало известно о начале расчетов ГК "Детский мир" и индийского производителя Fashion Square в российских рублях. Компания заключила контракт на 100 млн руб. "в целях минимизации последствий валютных колебаний".
  - b. Обувной ритейлер Zenden принял решение о переходе в расчетах с турецкими производителями обуви на рубли. В мае 2015 г. все фабрики подписали соглашения, согласно которым ценообразование и внешнеэкономические расчеты будут осуществляться в российской валюте.
9. В условиях кризиса и сниженного покупательского спроса, компании стараются предлагать покупателям новые сервисы в своих магазинах. Так новосибирская группа компаний "Обувь России" запустила в своих магазинах сервис по оплате услуг на кассе под брендом "Арифметика", Проект стартовал в середине мая в новосибирских магазинах компании. Покупатели могут оплачивать в магазинах сети услуги сотовой связи, Интернет и кабельное телевидение и пр., в том числе и по системе "сдача на счет".