

Итоги 3 квартала 2014 года

По предварительной оценке Минэкономразвития рост ВВП России в третьем квартале 2014 года может составить 0,2%, а по итогам года — около 0,5%. В январе-августе 2014 г. внешнеторговый оборот России составил, по данным Банка России, \$549,5 млрд, что на 1,6% меньше чем в январе-августе 2013 г. В третьем квартале чистый отток капитала из России ускорился и по итогам июля – сентября составил около \$30 млрд

По итогам трех кварталов 2014 г. оборот российской розницы достиг 18,56 трлн руб., увеличившись на 2,3% по сравнению с январем-сентябрем 2013 года. Оборот розничной торговли в сентябре 2014 г. в России, по оценке Росстата, составил 2,221 трлн руб., что на 1,7% больше чем в сентябре 2013 года. В третьем квартале розница выросла на 1,4% до 6,62 трлн руб. В структуре оборота в прошлом месяце пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия составили 46,7%, непродовольственных товаров - 53,3% (в сентябре 2013 г. - 46,3% и 53,7% соответственно).

По данным Центробанка РФ Реальный эффективный курс рубля (к валютам стран – основных торговых партнеров России, с учетом инфляции) в сентябре снизился на 2,1%. За месяц реальный курс рубля к доллару снизился на 3,8%, а к евро – на 0,9%. Номинальный эффективный курс рубля к иностранным валютам в сентябре уменьшился на 2,6% (номинальный курс российской валюты к доллару — на 4,6%, к евро — на 1,6%). Снижение реального эффективного курса рубля с начала года составило 3,1%, номинального эффективного курса — 6,4%.

По данным Росстата инфляция в России в октябре 2014 г. составила 0,8%. С начала октября потребительские цены выросли на 7,1% (за аналогичный период 2013 г. — 0,6%). В Москве инфляция в октябре составила 0,7% (в январе – октябре — 7,1%), в Санкт-Петербурге — 1% (с начала года — 7,5%). Продовольственная инфляция в октябре достигла 1,3%, с начала года цены на продукты питания выросли на 9,1%. Стоимость минимального набора продуктов питания в расчете на месяц в среднем по России в конце октября 2014 г. составила 3043,7 руб. и по сравнению с предыдущим месяцем выросла на 1,6% (с начала года — на 6,4%). Стоимость набора в Москве в конце октября составила 3588,9 руб. и за месяц выросла на 1,8% (с начала года — на 5,3%), в Санкт-Петербурге — 3541 руб. и выросла на 1,1% (в январе – октябре — на 10,5%).

По данным Росстата, номинальная заработная плата населения в 2014 году выросла с 28 945 руб. в январе до 31 540 руб. в августе. Однако, темпы роста зарплат в России замедлились. Если в 2013 году средний рост гарантированного вознаграждения был 11%, то в этом году компании увеличили зарплату только на 7,6%. На следующий год планы еще более скромные — работодатели планируют увеличить оклады персонала только на 7%.

По данным Москомстата, средняя начисленная заработная плата москвичей, начисленная за август 2014 года по полному кругу организаций, включая субъекты малого предпринимательства, по «чистым» видам экономической деятельности составила 56 683,4 рубля. По сравнению с августом 2013 года увеличилась на 7,4%. По итогам июля 2014 года среднедушевые денежные доходы по г.Москва составили 56 751 рубль, снизившись на 2,1% по отношению к соответствующему периоду прошлого года.

По данным Росстата, индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, в третьем квартале 2014 г. по сравнению с предыдущим кварталом снизился на 1 п. п., до -7%.

По данным компании JLL, доля свободных площадей в торговых центрах Москвы по итогам третьего квартала 2014 года выросла до 6% по сравнению с 3,5% за аналогичный период прошлого года. За прошедшие три квартала на московский рынок вышло 285 тысяч квадратных метров площадей в торговых центрах, что почти в 1,5 раза превышает объем совокупного ввода за прошлый год. Квартальный результат оказался на 20% выше показателя аналогичного периода прошлого года, когда было введено 35 тысяч квадратных метров площадей.

Объем предложения торговых помещений на продажу в сентябре 2014 г. по количеству вырос на 26%, а по общей площади снизился на 7%. Всего экспонировалось 546 объектов общей площадью 551 тыс. кв.м. и общей стоимостью 3,356 млрд. \$. Внутри Садового Кольца

экспонировалось 83 объекта общей площадью 34 тыс. кв.м. За месяц объем предложения увеличился на 30% по количеству и на 44% по общей площади. Цена за месяц выросла на 4% и составила 15 724 \$/кв.м, что произошло за счет выхода в сентябре таких крупных и дорогих объектов как на ул.Новый Арбат (2 050 кв.м, 15 060 \$/кв.м и 8 521 кв.м, 15 301 \$/кв.м). За пределами центра объем предложения по количеству вырос на 25%, а по общей площади уменьшился на 9%, составив 463 объекта общей площадью 517 тыс. кв.м, при этом средняя площадь объектов снизилась на 27%.

В сентябре 2014 г. на рынке аренды торговых объектов в г.Москва экспонировалось 910 объектов общей площадью 368 тыс. кв.м. По сравнению с предыдущим месяцем количество предлагаемых в аренду торговых объектов снизилось на 4%, а их общая площадь выросла на 2%.

Из указанных объектов в центре экспонировалось 106 помещений общей площадью 38 тыс. кв.м, что на 12% по количеству и на 7% по общей площади ниже показателей предыдущего месяца. Средняя запрашиваемая ставка аренды на эти объекты за месяц снизилась на 12% и составила 1 578 \$/кв.м/год. Снижение ставок произошло как за счет уменьшения в общей структуре предложения доли дорогих (со ставками выше 1 500 \$/кв.м/год) объектов (с 55% в августе до 45% в сентябре), так и за счет уменьшения на 9% ставок по объектам, которые экспонируются уже давно.

Количество торговых объектов, предлагаемых в аренду за пределами центра, в сентябре уменьшилось на 3%, а их общая площадь на 3% выросла. Объем предложения составил 804 помещения общей площадью 330 тыс. кв.м. Средняя ставка за месяц снизилась на 6% и составила 869 \$/кв.м/год, при этом доля дорогих объектов со ставками выше 800 \$/кв.м/год снизилась с 41% в августе до 37% в сентябре, а ставки по объектам, выставленным уже давно, уменьшились на 6%.

По данным аналитиков, за третий квартал 2014 года на столичный рынок выведено 480 тысяч кв. метров офисной недвижимости. Это более, чем в два раза превышает показатели III квартала 2013 года, который составлял 220 тысяч «квадратов». При этом доля свободных площадей в офисах класса А в Москве достигла максимального уровня за всю историю московского офисного рынка и составила 25,7%, а с учетом объектов, запланированных к вводу в эксплуатацию до конца 2014 года, доля вакантных офисных площадей класса А в Москве может превысить 30%. Негативная геополитическая обстановка оказала влияние как на спрос, так и на стоимость аренды офисных площадей. На сегодняшний день средняя арендная ставка 1 кв. м офиса класса А составляет \$722 в год, что на 10% ниже уровня, отмеченного в начале года. Аренда офисов класса В с начала года опустилась на 8% и в среднем составила \$444/кв. м/год.

В III квартале 2014 года не было отмечено каких-либо значимых открытий новых магазинов.

27 августа группа компаний "Детский мир" запустила в Москве флагманский магазин площадью 7 тыс. кв. м. в бывшем здании универмага "Военторг" на ул. Воздвиженка.

На севере Москвы, на пересечении Головинского шоссе и Кронштадтского бульвара, 18 сентября открылся ТЦ "Водный", входящий в состав первой очереди одноименного многофункционального комплекса. Общая площадь ТЦ составляет 50,5 тыс. кв. м, арендопригодная — 32,2 тыс. кв. м. Якорными арендаторами стали продуктовый гипермаркет "О'Кей", магазин детских товаров "Дети", H&M и Decathlon. В торговой галерее разместятся 120 магазинов. Девелопер проекта — MR Group.

Inventive Retail Group, управляющая магазинами re:Store, Samsung, Lego, Sony Centre, Nike, запускает новую торговую сеть спортивной обуви и одежды под собственным брендом Street Beat. Это среднеформатные специализированные магазины спортивной lifestyle обуви и в меньшей степени одежды. Площадь новых магазинов Street Beat составит 150-200 кв. м. Первый магазин данной сети открылся в ноябре в ТЦ «Золотой Вавилон».

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

1. В третьем квартале 2014 года сегмент Fashion-индустрии демонстрирует замедление темпов роста на фоне снижения курса рубля, ослабления

экономики страны, снижения роста потребительских доходов. По словам владельцев одежных торговых сетей, покупатели сократили затраты из-за неуверенности в устойчивости российского рубля, т.к. одежда — одна из первых статей семейных затрат, на которых начинают экономить во время экономических кризисов.

2. По прогнозам аналитиков, российский рынок предметов личного пользования в сегменте "люкс" (одежда, аксессуары, ювелирные изделия, часы) по итогам 2014 г. упадет на 18% до €4,6 млрд. Это самое сильное падение не только в этом году, но даже по сравнению с кризисным 2009 г., когда потребление товаров класса "люкс" в России сократилось на 5%. В качестве причин столь резкого и сильного сокращения продаж в российском сегменте "люкс" по итогам 2014 г. аналитики также называют девальвацию рубля, крымский кризис, который стал причиной ухудшения состояния экономики, в сочетании со снижением доверия потребителей.
3. У оптовых клиентов сократился доступ к кредитным ресурсам, а падение продаж приводит к отсутствию ликвидности, что, в свою очередь, ухудшает их перспективы исполнения обязательств перед контрагентами. Аналитики ожидают, что российские оптовые покупатели товаров сегмента "люкс" сократят свои бюджеты на сезон весна-лето 2015 г. вплоть до 30%.
4. Московский рынок общепита в конце 2014 года окажется на 15% меньше, чем в начале. Такой прогноз озвучил руководитель столичного департамента торговли и услуг Алексей Немерюк. По его словам, главные причины — снижение покупательной способности населения, падение рубля и влияние санкций на меню заведений общепита. Федерация рестораторов и отельеров, а также эксперты утверждают, что сети прекратили открывать новые точки, и начали ревизию старых.
5. По данным компании Watcom, посещаемость торговых центров в Москве падает: перед 1 сентября значение Shopping Index (отражает количество посетителей на 1 тыс. кв. м арендуемой площади) было на 23% ниже, чем в прошлом году. Хотя, по словам гендиректора Watcom, все ждали традиционного осеннего всплеска.
6. Экономический спад заставил Fashion-компании по-иному взглянуть на свои продажи, сделав их более креативными. Так, чтобы удержать покупателей производители стали чаще организовывать акции и межсезонные распродажи, увеличили активность в дисконтных центрах, стали уделять внимание новым каналам продаж, активизировали развитие онлайн-сегмента.
7. Для поддержки продаж в компаниях усиливаются относительно новые, либо не сильно развитые каналы. В частности, развиваются аутлеты - точки продаж, куда привозится продукция разных сезонов для продаж с дисконтом.
8. На фоне снижения покупательской способности, многие компании стали менять структуру логистики. Все чаще оптимизируются именно логистические процессы, сокращаются логистические затраты за единицу продукции. Оптимизация у Fashion-компаний может составлять 10-20%.
9. Всю большую популярность у игроков Fashion-индустрии набирают услуги pick-by-line, когда товар приходит на склад логистического оператора консолидировано и сразу, без хранения, распределяется на заказы в магазины. Это делается для того, чтобы минимизировать затраты на хранение. Если раньше клиенты логистических операторов хотели иметь на складе большие партии товара, то сейчас они сокращаются, компании внимательно анализируют складские запасы.
10. Эксперты отмечают, что если в момент кризиса потребители резко переориентировались на магазины с самыми низкими ценами - дискаунтеры, не обращая внимания на плохой уровень сервиса, который тогда предоставляли торговые точки этого формата, то сейчас потребители, стремясь сэкономить, все же предъявляют достаточно высокие требования к качеству услуг. Поэтому бывшие "жесткие" дискаунтеры стремятся отвечать

этим ожиданиям, повышая привлекательность своих магазинов для покупателей. А крупные ритейлеры для привлечения покупателей осваивают формат "магазин у дома", что до последнего времени было в основном прерогативой местных малых сетей.