



Destination Russia 2015

Анализ присутствия 250 федеральных и международных брендов
в основных городах России





Предисловие

Представляем Вашему вниманию наш первый отчет Destination Russia. В конце 2014 года был опубликован отчет Destination Europe, в котором было проанализировано развитие 250 международных ритейлеров в крупнейших городах Европы. В данном отчете мы акцентируем внимание на российском рынке ритейла и оцениваем присутствие федеральных и международных брендов в основных городах России. Помимо этого, в данном отчете мы рассмотрим потенциал роста рынка ритейла на этих рынках, обеспеченность современными форматами торговли каждого города и уровень спроса со стороны ритейлеров, составив рейтинг городов по присутствию брендов.

Текущая макроэкономическая среда России крайне сложная. Рост ВВП снизился с 3,5% в 2012 году до прогнозируемого Oxford Economics по итогам 2015 года уровня -4%, тем самым создав сложности для потребительского рынка. Низкие цены на нефть, падение курса рубля относительно доллара в два раза и двузначный показатель инфляции усугубили ситуацию, что сильно отразилось на товарооборотах ритейлеров. Это привело к тому, что многие из них пересматривают свои планы по развитию и ряд международных брендов даже покинули российский рынок.

Ввиду высоких рисков и сложностей при планировании финансовой стратегии ритейлеров активность развития новых брендов на российском рынке упала в 2015 году. Большинство международных игроков приостановили свои планы по экспансии в Россию, отдав приоритет другим развивающимся рынкам.

Тем не менее, несмотря на негативный фон многие ритейлеры по-прежнему считают российский потребительский рынок слишком крупным для того, чтобы его игнорировать. В 2014 году объем розничного товарооборота в России составил 684 млрд долл. США – самый большой среди стран Европы. Даже с учетом прогнозируемого падения объема товарооборота, согласно Oxford Economics, на 9,2% к концу 2015 года Россия останется в числе трех крупнейших рынков Европы. В 2015 году несколько международных брендов вышли на российский рынок, осознавая его потенциал в долгосрочной перспективе и рассматривая макроэкономические трудности скорее как возможность, а не угрозу. Кроме того, некоторые ритейлеры лучше других приспособились к новым реалиям: это операторы таких сегментов, как продуктовые супермаркеты и дискаунтеры, детские товары, одежда массового сегмента. Эти ритейлеры продолжают расширяться по всей России и объявляют амбициозные планы по открытию новых магазинов на 2015-2016 годы.

Принимая во внимание значительный объем товарооборота, возможность регионального развития и большая доля расходов на покупки в структуре доходов россиян, международные ритейлеры по-прежнему заинтересованы в России. Согласно отчету JLL Destination Europe, Москва занимает третье место в Европе после Лондона и Парижа по присутствию основных международных брендов и является одним из лидирующих рынков по выходу новых брендов за последние два года среди всех ключевых рынков Европы.

Несмотря на сложную обстановку, Москва и Санкт-Петербург являются наиболее приоритетными городами для иностранных ритейлеров в России. Те торговые операторы, которые имеют сильных партнеров в стране или подходящие условия для развития напрямую, продолжают открывать магазины, в том числе и в других городах России. Основными драйверами как для иностранных, так и для отечественных игроков рынка ритейла являются такие показатели, как рост населения, покупательная способность, наличие качественных торговых помещений и современных форматов торговли. К числу наиболее привлекательных для ритейлеров рынков также относятся Екатеринбург, Краснодар, Новосибирск, Ростов-на-Дону и Самара.

Несмотря на все препятствия, с которыми сталкиваются участники российского рынка торговли, мы видим возможности для развития ключевых розничных сетей – как для отечественных, так и для международных – во многих российских городах. Именно сейчас ритейлеры имеют возможность закрепить за собой площадки в качественных объектах на выгодных условиях ввиду увеличения качественного предложения и смягчения условий аренды. Эти факторы могут стать хорошей возможностью для новых ритейлеров, чтобы занять свою нишу на российском рынке.

В конечном счете успех ритейлера зависит от выбора правильной площадки, в нужной локации на оптимальных условиях. JLL гордится своим сотрудничеством с различными международными ритейлерами в рамках развития их сетей в России, такими как UNIQLO, Starbucks и Tommy Hilfiger.

Мы надеемся, что данный отчет окажется для Вас полезным.



Содержание

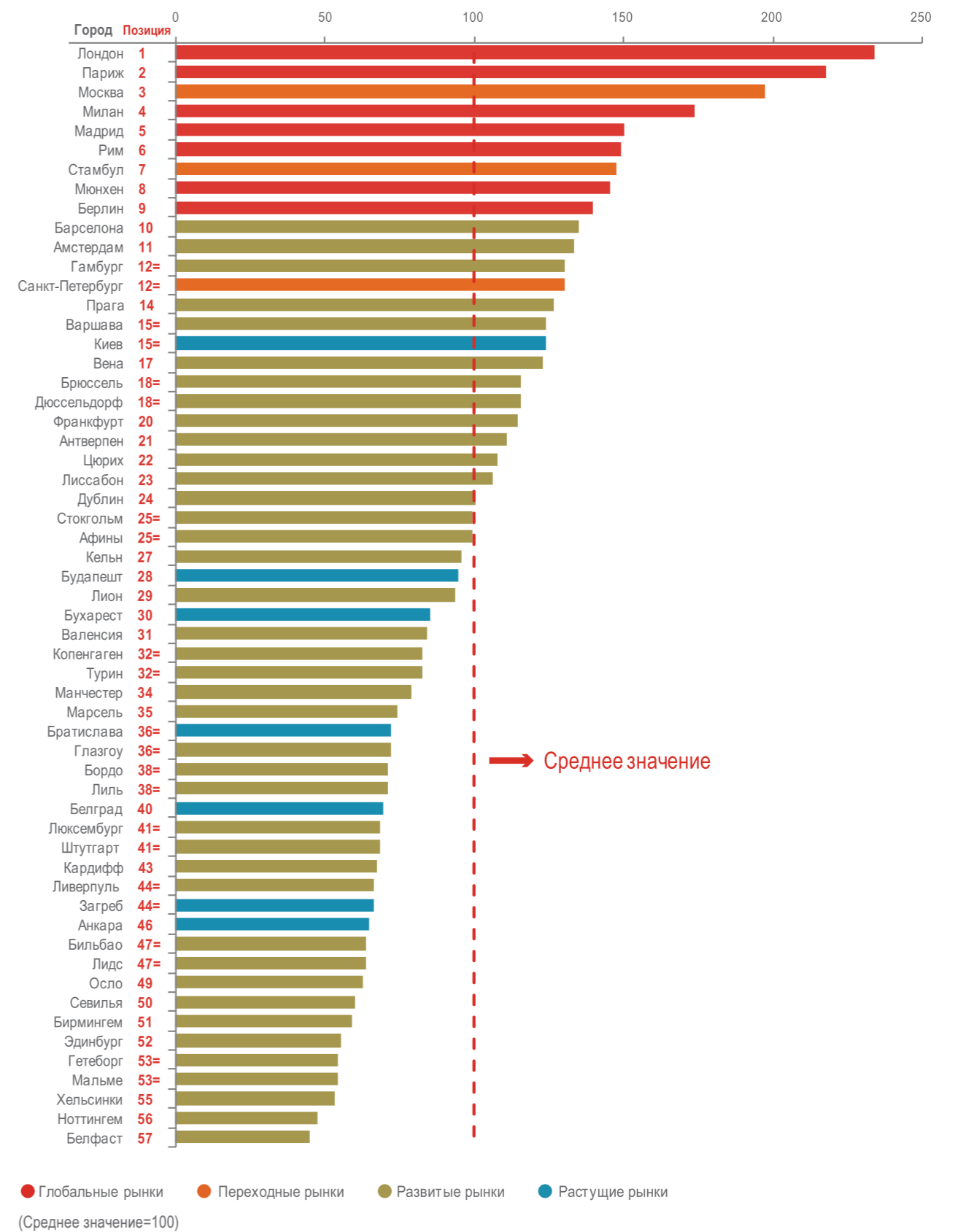
1. Основные факты	6
2. Присутствие ритейлеров	9
Крупнейшие города России	
Группы городов	
3. Страны происхождения ритейлеров	27
4. Лидирующие и развивающиеся ритейлеры	31
5. Люкс	36
6. Вывод	42

1. Основные факты

- Неудивительно, что три самых развитых города России – Москва, Санкт-Петербург и Екатеринбург – возглавляют рейтинг присутствия ритейлеров в России.
- Абсолютным лидером среди российских городов по числу люксовых брендов является Москва; за ней с большим отрывом следуют Санкт-Петербург, Екатеринбург, Нижний Новгород, Самара и Ростов-на-Дону.
- Только восемь из всех анализируемых брендов имеют 100% охват рынка в ключевых городах России.
- Только adidas и Yves Rocher из проанализированных в отчете международных брендов имеют 100% охват рынка основных городов России.
- Лидером среди стран происхождения зарубежных брендов, представленных в России, является Италия, в основном благодаря развитию люксовых ритейлеров.

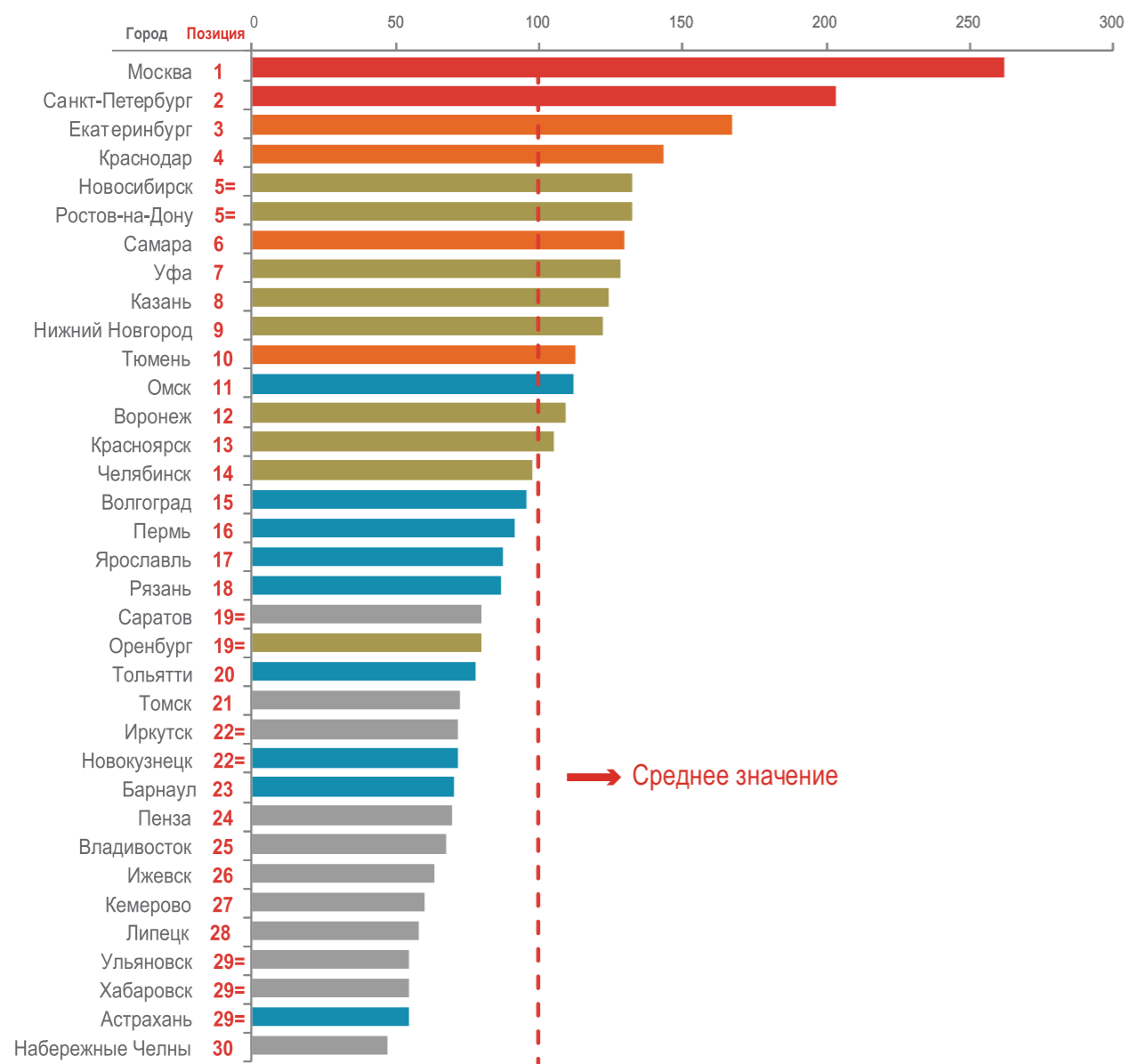


Индекс присутствия ритейлеров в Европе



Источник: JLL Destination Europe 2015

Индекс присутствия ритейлеров в России



● Города-лидеры ● Группа А ● Группа В ● Группа С ● Группа D
(Среднее значение=100)

2.

Присутствие ритейлеров

Москва и Санкт-Петербург являются приоритетными городами в России как для международных, так и для отечественных ритейлеров

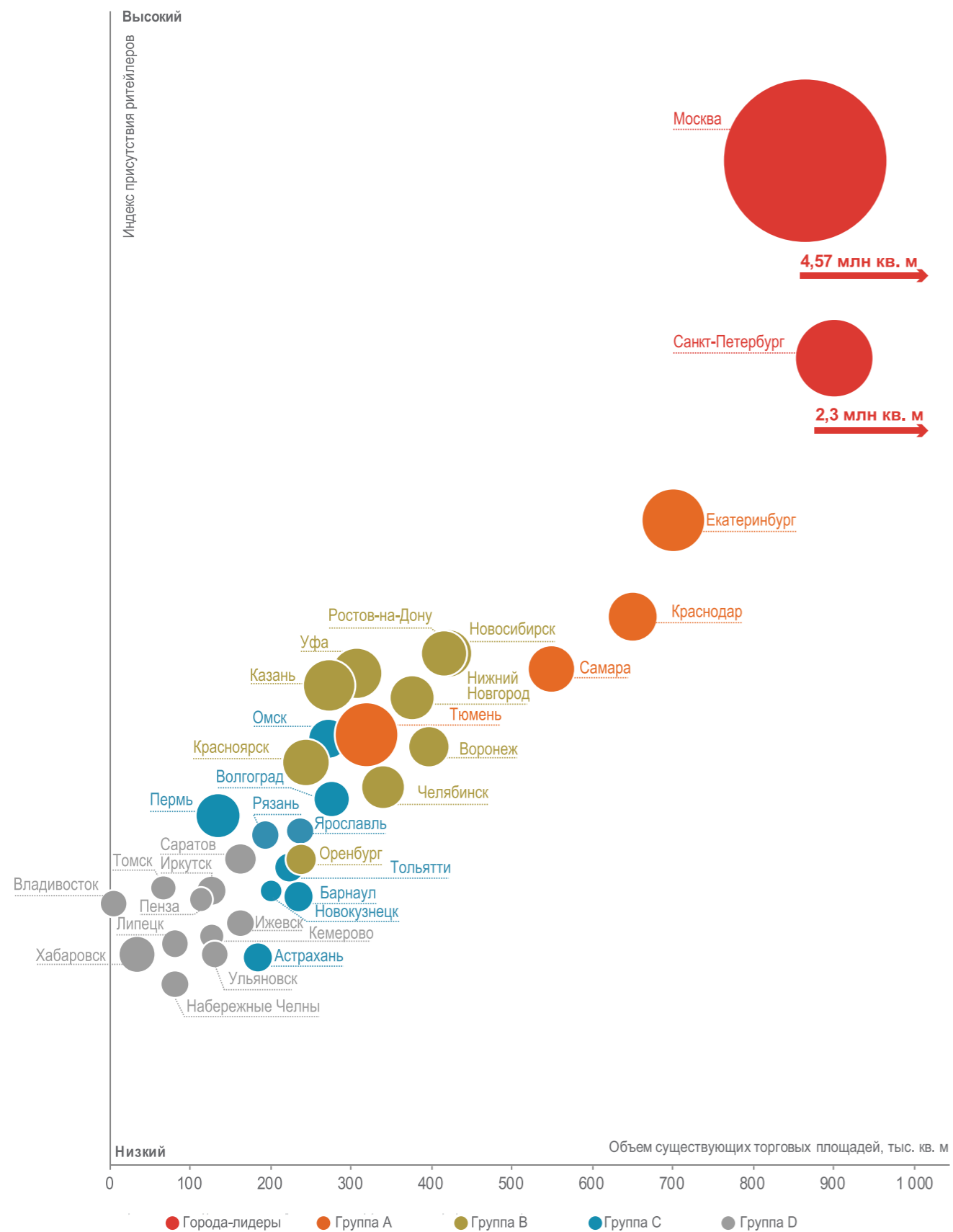
После успеха отчета Destination Europe 2015, в котором были проанализированы присутствие и развитие 250 международных ритейлеров в крупнейших городах Европы, в данном исследовании мы проанализировали присутствие 250 международных и отечественных брендов в 35 городах России с населением свыше 500 тысяч человек. Согласно результатам исследования, Москва была признана самым насыщенным брендами рынком среди всех российских городов. Неудивительно, что российская столица заняла первое место в нашем рейтинге присутствия ритейлеров, ведь город характеризуется сравнительно высоким уровнем дохода, ростом населения, наличием большого количества современных качественных торговых центров и активно развивающимся стрит-ритейлом. Москва является одним из привлекательных рынков не только среди российских городов. Так, например, Москва занимает третье место в рейтинге ключевых европейских городов с наибольшим присутствием международных ритейлеров, и является приоритетным городом для открытия первых магазинов ритейлеров, которые планируют выходить на рынок России. После дебюта на рынке Москвы, ритейлеры, как правило, выборочно продолжают экспансию в регионы.

Самыми высокими показателями присутствия ритейлеров характеризуются Санкт-Петербург, Екатеринбург, Краснодар, Новосибирск и Ростов-на-Дону. Санкт-Петербург является вторым наиболее популярным рынком для ритейлеров: в городе присутствуют 80% всех проанализированных брендов. Около 65% брендов присутствуют в Екатеринбурге, и половина всех проанализированных торговых операторов – в Краснодаре, Новосибирске и Ростове-на-Дону.

Екатеринбург своим высоким рейтингом обязан наибольшим количеством современных торговых центров среди городов России, за исключением Москвы и Санкт-Петербурга. К тому же,



Индекс присутствия ритейлеров в России vs. Объем существующих торговых площадей



* Размер окружности пропорционален объему розничного товарооборота (2014)
* Источники: JLL, Росстат

этот город характеризуется высокой покупательной способностью и развитой экономикой.

Краснодар, крупный город на юге России, привлек многие отечественные и международные бренды, в основном благодаря большому количеству качественного предложения торговых площадей, росту населения и самой высокой доле расходов на товары и услуги в структуре доходов населения в стране - свыше 80%.

Рынок Новосибирска достаточно высоко насыщен ритейлерами в сравнении с большинством других российских городов. Новосибирск расположен в Западной Сибири и является третьим самым большим городом по количеству населения, уступая только Москве и Санкт-Петербургу. Ряд крупных девелоперов открыли здесь свои объекты, качественные площади в которых привлекли в город большое количество ритейлеров.

Ростов-на-Дону является очень привлекательным рынком, особенно для иностранных ритейлеров fashion сегмента. Жители этого южного города склонны тратить на товары и услуги значительную часть своего дохода и ориентированы на последние модные тенденции.

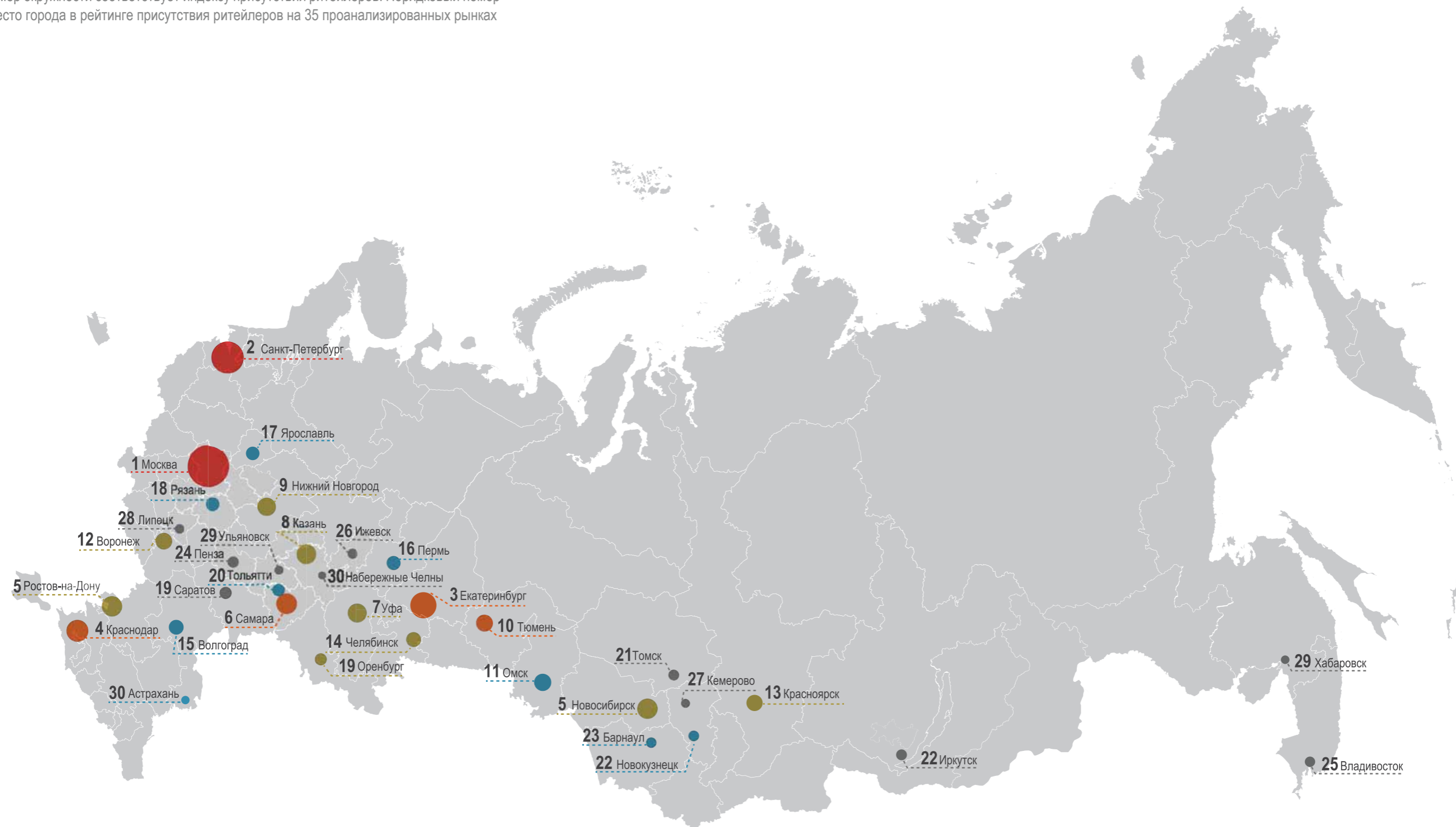
Остальные города России, попавшие в топ-10 нашего рейтинга, в последнее время все чаще появляются на карте развития как отечественных, так и международных ритейлеров. В числе таких городов – Самара, Уфа, Казань, Нижний Новгород и Тюмень.

График на странице 10 отражает корреляцию между объемом качественного предложения торговых площадей и уровнем присутствия ритейлеров в городе. В отличие от Европы в России «молловая» модель рынка, и основной доход ритейлерам приносит именно площадки в торговых центрах. Из этого следует, что открытие новых торговых центров станет ключевым драйвером прихода новых ритейлеров в тот или иной регион. Основная активность девелоперов торговых центров наблюдалась в городах с большим количеством населения и высоким уровнем дохода, и вследствие этого самые значительные показатели присутствия ритейлеров фиксируются именно в таких регионах. Российский рынок торговой недвижимости в последнее время трансформировался из рынка собственника, каким мы привыкли его видеть, в рынок арендатора. Неопределенная экономическая ситуация заставила ритейлеров более тщательно анализировать свою операционную деятельность, оптимизировать портфель брендов и пересматривать планы развития. В то же время возросшая конкуренция среди собственников торговых центров предоставила арендаторам больше выбора.

Сегодня ритейлеры, которые планируют усилить свое присутствие в России, имеют хорошую возможность арендовать помещения в качественных торговых центрах на скорректированных условиях. И такие знаковые ритейлеры, как Zara, H&M и UNIQLO используют эту возможность и продолжают свое развитие в России.

Крупнейшие города России*

Размер окружности соответствует индексу присутствия ритейлеров. Порядковый номер – место города в рейтинге присутствия ритейлеров на 35 проанализированных рынках



*Города с населением свыше 500 тыс. человек



Группа «А»

К группе «А» относятся одни из самых развитых рынков среди региональных российских городов, характеризующиеся большим количеством состоятельных жителей. Данная группа представлена такими городами, как Краснодар, Екатеринбург, Тюмень и Самара. Каждый из них – крупный промышленный центр с сильной экономикой. Имея сравнительно большие размеры рынков и высокие темпы роста розничных продаж, эти города позиционируются в качестве очень привлекательных рынков для ритейла. Города группы «А» обладают самыми большими объемами торговых площадей в стране среди региональных городов (за исключением Тюмени – всего 320 000 кв. м торговых площадей), а также высокими уровнями доходов населения, что делает их очень привлекательными для ритейлеров, в особенности для международных. Каждый из городов группы попал в топ-10 нашего рейтинга в соответствии с индексом присутствия ритейлеров из 250 проанализированных нами брендов.

Группа «В»

Основные представители данной группы – Ростов-на-Дону, Казань, Уфа, Нижний Новгород, Новосибирск и Воронеж. Этим городам присущ меньший размер розничного рынка, нежели городам группы «А», и в среднем выше 300 кв. м качественной торговой недвижимости на 1 000 человек. Тем не менее, эти рынки характеризуются значительным ростом как доходов населения, так и розничного товарооборота за последние пять лет, что делает их привлекательными и для девелоперов торговой недвижимости, и для ритейлеров. Все города данной группы попали в топ-10 рейтинга присутствия ритейлеров в России.

Группа «С»

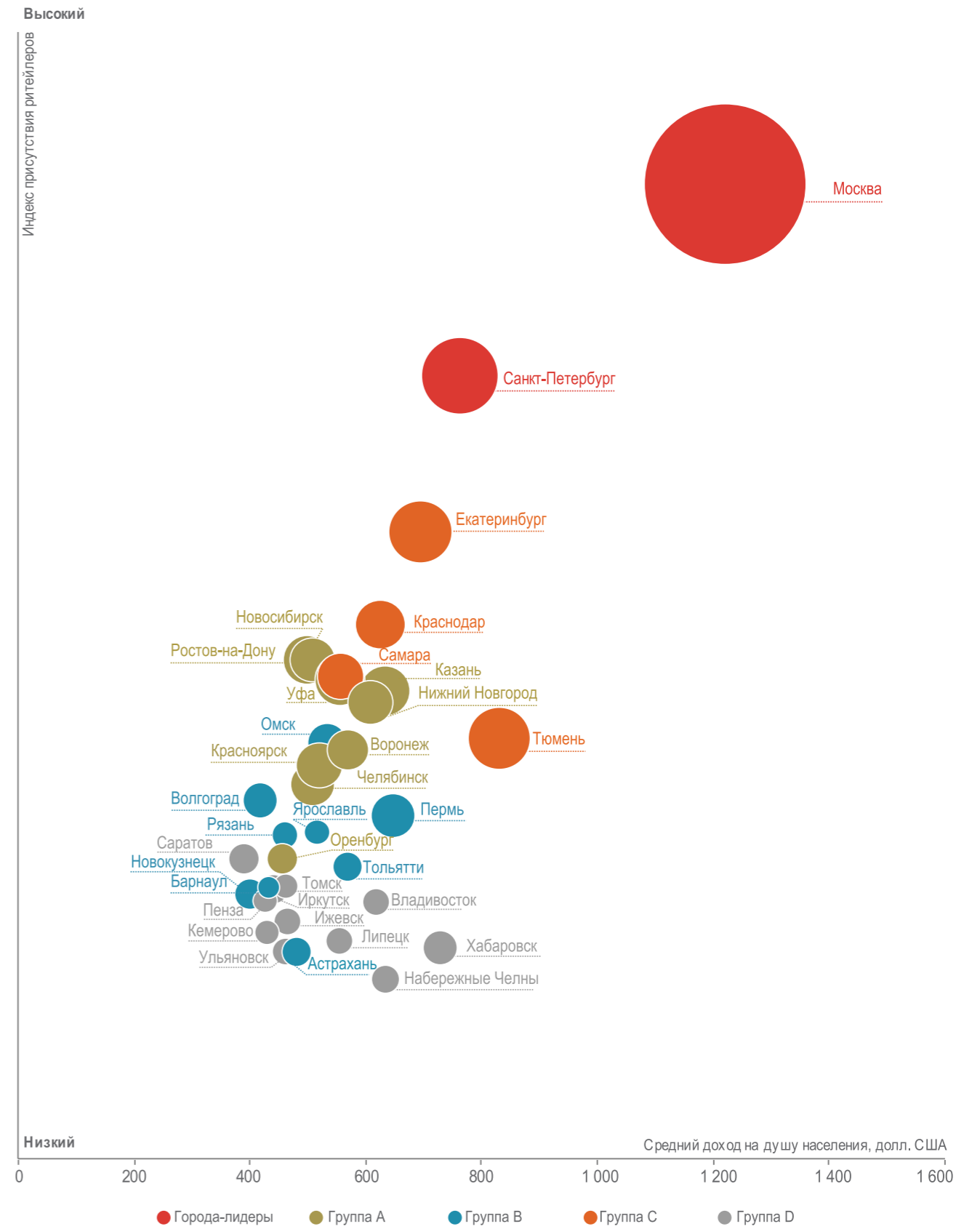
Такие города, как Барнаул, Рязань, Ярославль, Пермь, Волгоград, формируют третью группу. Большинство городов этой группы являются относительно молодыми розничными рынками, обладают небольшим объемом качественной торговой недвижимости и более низким показателем товарооборота на душу населения, нежели города-представители двух предыдущих групп, что делает их не столь привлекательными для международных ритейлеров. Например, в этих городах представлено в среднем по 37 международных брендов из выборки JLL, в то время как в городах групп «А» и «В» в среднем по 75 и 56 международных брендов соответственно. Тем не менее, Пермь позиционируется как город с высоким потенциалом для развития ритейла благодаря высокому доходу и низкой насыщенности качественными торговыми площадями, а в Барнауле в этом году были введены в эксплуатацию два торговых центра, и еще два готовятся к открытию.

Группа «D»

Саратов, Иркутск, Кемерово, Липецк, Пенза образуют финальную, четвертую группу городов. Рынок ритейла в них все еще находится на стадии «зарождения». В большинстве из этих городов представлено от одного до трех качественных торговых центров. В этих городах самые низкие доходы населения среди городов с населением свыше 500 тыс. человек, а также наименьшие показатели присутствия ритейлеров.



Индекс присутствия ритейлеров в России vs. Средний доход на душу населения



*Размер окружности пропорционален объему розничного товарооборота (2014)
*Источники: JLL, Росстат



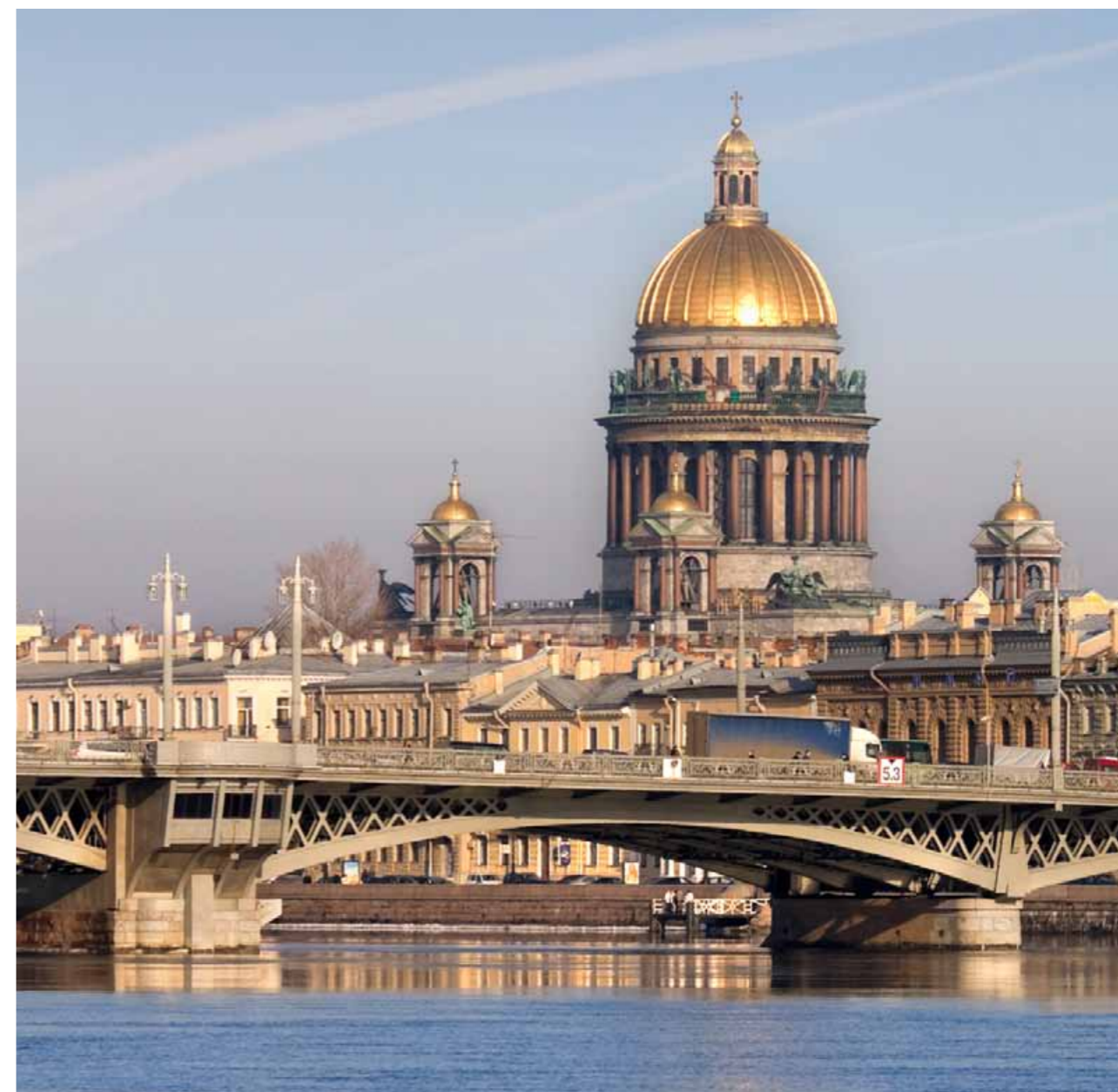
Санкт-Петербург

Северная столица и символ культуры

2 МЕСТО

Санкт-Петербург остается одним из самых привлекательных российских городов для ведущих торговых операторов и занимает вторую позицию в рейтинге присутствия ритейлеров. С населением около 5,2 млн человек город является одним из главных туристических направлений страны, а также культурным, финансовым и промышленным центром, при этом уровень жизни населения различается между разными районами города. На рынке торговой недвижимости Санкт-Петербурга представлены как крупные торговые комплексы, расположенные ближе к границам города, так и торговая недвижимость в центре. Ритейлеры в центральной части города представлены как в сегменте «премиум», так и в сегменте «масс-маркет».

Наиболее знаковыми коридорами стрит-ритейла являются Невский проспект, Садовая улица, Средний проспект Васильевского острова и Большой проспект Петроградской Стороны. Около 40% торговых площадей города было введено за последние несколько лет. Текущая неопределенная политическая и экономическая обстановка, а также волатильность национальной валюты привели к усилению дифференциации между торговыми центрами. Это привело к еще большему усилению позиций успешных торговых центров. Среди новых ритейлеров, недавно открывших свои первые магазины в Санкт-Петербурге, такие имена, как Hamleys, Agent Provocateur, Deichmann, Lefties, Monki, UNOde50, Prenatal Milano, Pimkie и UNIQLO.



Москва

Целевой рынок на карте мира

1 МЕСТО

Столица России является самым крупным городом в стране и входит в топ-10 крупнейших городов мира с числом населения около 12,2 млн человек. Так как город является важным финансовым, деловым и культурным центром, он притягивает большое количество приезжих как из различных регионов России, так и стран СНГ. Годовой прирост населения стабилен и находится в среднем на уровне 1,7% с 2012 года. Город занимает первое место в рейтинге присутствия ритейлеров в России, и несмотря на ухудшение экономических условий в стране, Москва остается привлекательным рынком для международных и локальных брендов. Зарубежные и отечественные ритейлеры продолжают анонсировать планы развития в Москве, некоторые открывают свои первые монобрендовые магазины, как, например, недавнее открытие бутиков международных брендов ORIENT и SEIKO. Площадки в торговых центрах являются наиболее востребованными у ритейлеров, а

учитывая количество качественных торговых центров в Москве (104 к концу 3 кв. 2015 года общей арендуемой площадью 4,57 млн кв. м), Москва является самым большим рынком Европы по предложению качественных торговых площадей. Самыми известными торговыми центрами с обширным и уникальным составом брендов являются недавно открытый крупнейший торговый комплекс Европы – «Авиапарк», а также давно работающие «Атриум», «Европейский», «Метрополис», «МЕГА». Стрит-ритейл Москвы продолжает развиваться. Столешников переулок, Третьяковский проезд и ближайшие улицы к ЦУМу – ведущему универмагу – являются излюбленными локациями люксовых брендов. Бренды сегмента «масс-маркет» выбирают улицы Тверскую, Новый Арбат, Никольскую и Кузнецкий Мост. А такие улицы, как Пятницкая, Арбат, Мясницкая и Камергерский переулок, являются главными ресторанными коридорами Москвы.



Новосибирск

Сердце Сибири

5 МЕСТО

Третий по численности населения город России, Новосибирск, является пятым по привлекательности для ритейлеров рынком в стране. Город является крупным транспортным хабом Сибири, соединяющим транспортные потоки из западной части России и Центральной Азии с Дальним Востоком. Ведущими отраслями промышленности Новосибирска являются металлургия и энергетика, а также город является одним из крупнейших мировых поставщиков ядерного топлива. Такие сильные экономические основы благоприятны для развития ритейла. Новосибирск насчитывает 11 качественных торговых центров, большинство из которых были открыты до 2012 года. Главными торговыми центрами Новосибирска являются «МЕГА», «Аура», «Галерея Новосибирск», а основными торговыми коридорами – улица Военная и улица Потанинская, которая ориентирована на люксовые бренды. Город характеризуется слабой насыщенностью качественными торговыми центрами (268 кв. м на 1 000 жителей). При достаточно высоком среднегодовом темпе роста розничных продаж (2009-2014) в 7,5% Новосибирск все еще нуждается в новых современных торговых центрах, которые позволят большому количеству торговых сетей прийти на этот рынок и расширяться на нем. Тем не менее, в городе представлено большое число международных ритейлеров – 66 брендов из выборки JLL, в то время как среднее значение по региональным городам – 43. Даже несмотря на существующую экономическую нестабильность, многие иностранные игроки продолжают свое развитие в Новосибирске. К примеру, в 2015 году в городе впервые открыли свои магазины такие известные бренды, как H&M, H&M Home, Zara Home, Lacoste, Violeta by MANGO, Pimkie и Armani Collezioni.



Екатеринбург

Ворота в Азию

3 МЕСТО

Екатеринбург занимает третье место среди российских городов по присутствию ритейлеров. Город расположен на «границе» между Европой и Азией и считается самым крупным промышленным центром России. Высокий уровень покупательной способности, концентрация крупных федеральных и международных компаний, а также большая доля расходов на товары и услуги в структуре доходов населения создают сравнительно зрелый розничный рынок. Число международных брендов, присутствующих в городе, – самое большое в России, не считая Москву и Санкт-Петербург, и в два раза превышает среднее значение присутствия по стране: в Екатеринбурге открыты магазины 101 международного бренда, в то время как среднее значение по всем региональным городам – 43. Город также имеет третью по величине долю люксовых брендов (14%), уступая только Москве и Санкт-Петербургу, но значительно опережая Краснодар, Новосибирск, Ростов-на-Дону и остальные регионы. К тому же на Екатеринбург приходится самый высокий после Москвы и Санкт-Петербурга показатель ввода торговых площадей с 2010 года. Почти половина существующего качественного предложения была введена в последние пять лет, что обеспечило ритейлеров торговыми площадями и привлекло больше новых брендов. Рынок ритейла здесь стабильно развивается со среднегодовым темпом роста товарооборота в 9% последние пять лет. Екатеринбург обладает самым большим объемом торговых площадей среди региональных городов; здесь работают такие торговые центры, как «МЕГА», «Радуга Парк», «Гринвич» и другие. Наиболее развитыми магистралями стрит-ритейла являются улица Сакко и Ванцетти и улица Розы Люксембург, которые в основном ориентированы на люксовые и премиальные бренды. Так, в 2015 году несколько игроков дебютировали на рынке ритейла Екатеринбурга, например, такие как кафе Дабл Би и французский модный бренд Pimkie.

Краснодар

Южная звезда

4 МЕСТО

Будучи одним из самых важных промышленных и сельскохозяйственных центров страны, Краснодар, расположенный на юге России, занимает четвертое место в рейтинге российских городов по присутствию ритейлеров. Несмотря на то, что Краснодар в два раза меньше Екатеринбурга по населению, объем торговых площадей в этих городах практически совпадает. В результате Краснодар – самый насыщенный торговой недвижимостью город из анализируемых: на 1 000 человек здесь приходится 784 кв. м арендуемой площади в ТЦ. Основными торговыми центрами являются «Галерея Краснодар», «МЕГА», «СБС Мегамолл», «OZ Молл» и «Красная Площадь», которые стали ключевыми точками притяжения fashion ритейлеров. Принимая во внимание рост туризма и один из самых высоких показателей розничного товарооборота на душу населения в России, объясняемый большой долей затрат на товары и услуги и довольно высоким среднегодовым ростом доходов населения в 11% за последние пять лет, Краснодар способен привлечь больше международных ритейлеров, предложив им площадки в качественных торговых центрах, часть из которых все еще арендована мультибрендовыми магазинами местных предпринимателей. Тем не менее, город является четвертым в рейтинге самых насыщенных брендами городов России и имеет аналогичную долю премиальных брендов, как и Санкт-Петербург (около 20%). За последнее время ряд «громких» имен выбрали Краснодар в качестве первого города региональной экспансии, в частности, Starbucks, Trussardi Jeans, Hamleys, Mamas & Papas и другие.



Ростов-на-Дону

Следуя за модой

5 МЕСТО

Ростов-на-Дону – крупнейший город юга России. Он делит пятое место в рейтинге присутствия ритейлеров с Новосибирском и имеет схожий с ним объем торговых площадей. По таким показателям, как объем розничного товарооборота и уровень доходов населения, Ростов-на-Дону можно охарактеризовать как город уровня «выше среднего». Жители города в большей степени ориентированы на сегмент fashion и склонны тратить на товары и услуги значительную часть заработанных денег, что является преимуществом для рынка ритейла. Согласно исследованию JLL, Ростов-на-Дону является очень привлекательным рынком, особенно для иностранных ритейлеров: в городе насчитывается 70 международных брендов из выборки JLL. Основные торговые центры города, в которых представлены известные бренды, «МЕГА», «Мегацентр Горизонт», «РИО», «Золотой Вавилон», а ключевые торговые коридоры – Большая Садовая улица и Буденновский проспект – ориентированы на люксовый ритейл. Кроме того, хорошо известный российский дистрибьютор BNS решил открыть в Ростове-на-Дону самый первый бутик Polo Ralph Lauren в России.



Самара

Промышленность и возможности

6 МЕСТО

Шестое место рейтинга JLL присутствия ритейлеров занимает промышленный город Самара. Самара и близлежащие города составляют третью по величине городскую агломерацию в России. Экономика города основана на машиностроении, металлургии и пищевой промышленности. Кроме того, Самара имеет развитый рынок розничной торговли: здесь работают 11 качественных торговых центров, обеспечивающих сравнительно высокий показатель насыщенности торговыми площадями (468 кв. м на 1 000 человек). Самые крупные торговые центры – «МЕГА», «Космопорт», «Амбар», «Мегакомплекс Московский» и «Вива Лэнд», совокупная арендуемая площадь которых составляет 60% от общего городского показателя. Кроме этого, мы ожидаем в 2016 году открытие крупнейшего торгового центра в городе - Good'Ok. Объект, вероятно, привлечет новых международных ритейлеров на рынок Самары. Даже несмотря на то, что общий объем торговых площадей Самары является третьим среди проанализированных региональных рынков (без учета Москвы и Санкт-Петербурга), по числу присутствующих ритейлеров город уступает Новосибирску и Ростову-на-Дону, занимая шестую позицию рейтинга. Рынок Самары характеризуется самой большой долей брендов сегмента «масс-маркет» (85%) среди топ-10 городов рейтинга JLL, в то время как доля премиальных брендов составляет всего 11%. Несколько ритейлеров, такие как Pimkie и Salamander, в 2015 году открыли магазины в Самаре.



Уфа

Отличное место для бизнеса

7 МЕСТО

Уфа, известная своими нефтяной и химической промышленностями, попала в список лучших торговых городов и занимает седьмое место рейтинга присутствия ритейлеров в России, в том числе благодаря сравнительно высоким экономическим показателям и недавно открытым, современным торговым центрам. Важно отметить, что Уфа заняла второе место в рейтинге «Лучших для бизнеса городов России 2013» журнала Forbes. Основой экономики города, расположенного в 100 км западнее Уральских гор, являются такие отрасли промышленности, как нефтяная, нефтехимическая и машиностроение. Говоря о городе как о рынке ритейла, можно сказать, что он достаточно молодой. Ключевыми торговыми центрами Уфы являются «МЕГА», «Планета», «Июнь», «Аркада», которые были введены в эксплуатацию после 2010 года. За последние пять лет в городе было введено около 270 000 кв. м новых торговых площадей. В Уфе один из самых высоких показателей товарооборота на душу населения среди рассмотренных в данном отчете городов России, при этом город торговой недвижимостью не насыщен (277 кв. м на 1 000 человек), что свидетельствует о потенциале для девелопмента новых торговых центров и привлечения новых ритейлеров. Одно из значимых открытий для города в 2015 году – приход французской сети спортивных товаров «Декатлон».



Казань

Спортивная столица России

8 МЕСТО

Казань, один из главных инвестиционных центров России, занимает восьмое место в рейтинге присутствия ритейлеров. Город обладает статусом культурного и туристического центра: так, согласно рейтингу TripAdvisor, Казань является восьмым самым быстро развивающимся туристическим направлением в мире. Кроме этого, Казань считается спортивной столицей России, так как стала местом проведения многих мероприятий, в том числе чемпионата мира по фехтованию 2014 и чемпионата мира по водным видам спорта 2015. Также Казань станет одним из мест проведения чемпионата мира по футболу 2018. Принимая во внимание сравнительно высокие среднегодовые темпы роста уровня доходов населения и розничного товарооборота (9,6% и 9,9% соответственно) за период 2009-2014 годов, а также достаточно низкий уровень насыщенности торговыми площадями (224 кв. м на 1 000 человек), Казань является одним из самых привлекательных городов России как для девелоперов, так и для международных и федеральных ритейлеров. Основные торговые центры – «МЕГА», «Парк Хаус», «Южный», «Тандем» и «Кольцо». Большинство торговых центров Казани было открыто в период с 2005 по 2007 год. Стремительный рост потока туристов в городе повлиял на развитие ритейла на главных центральных улицах, таких как улицы Баумана, Пушкина и Кремлевская. Но на сегодняшний день Казань – недостаточно насыщенный современным ритейлом город, но с огромным потенциалом. Значительные возможности для развития ритейлеров на рынке Казани возможны при появлении нового качественного предложения торговой недвижимости.

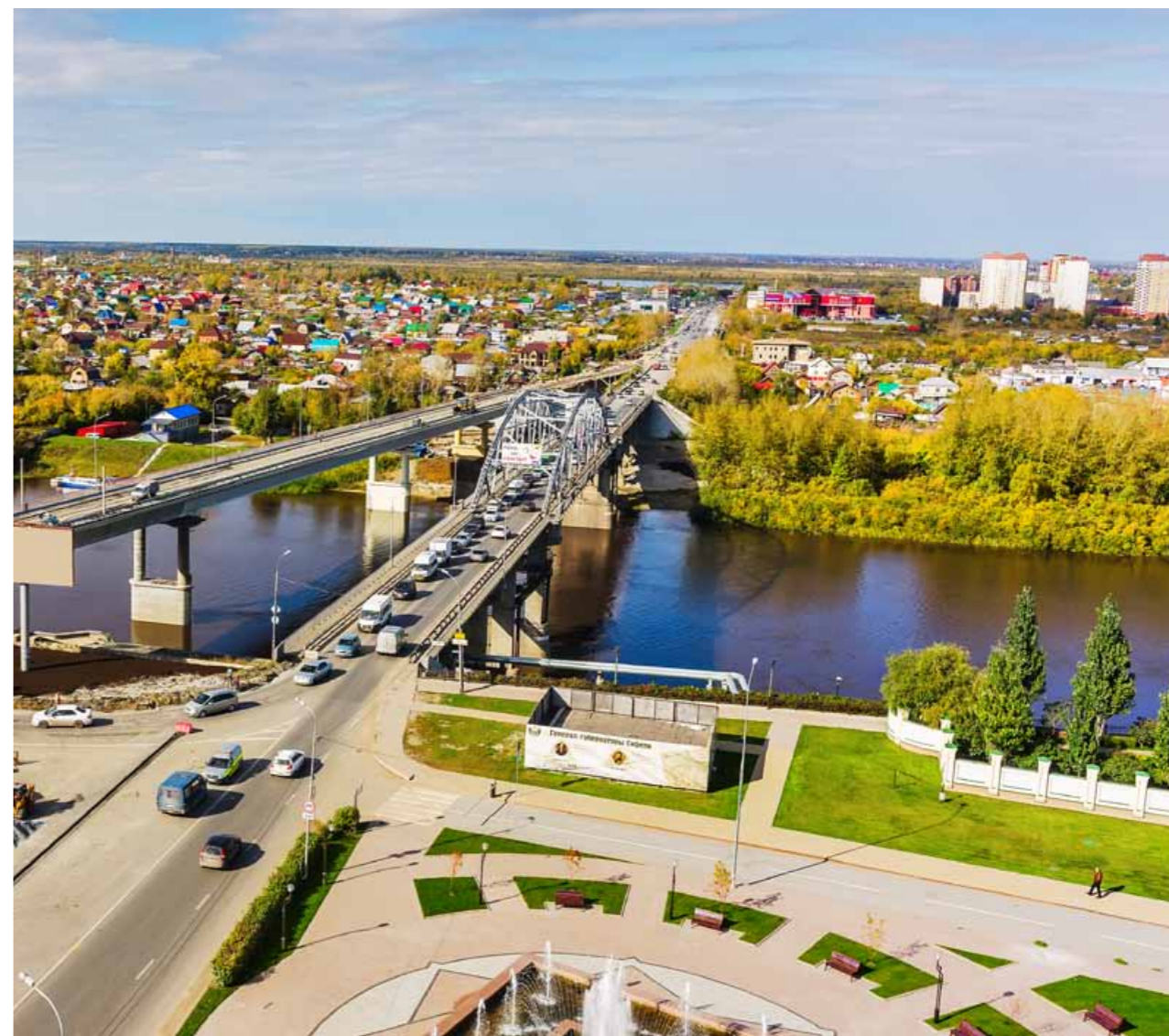
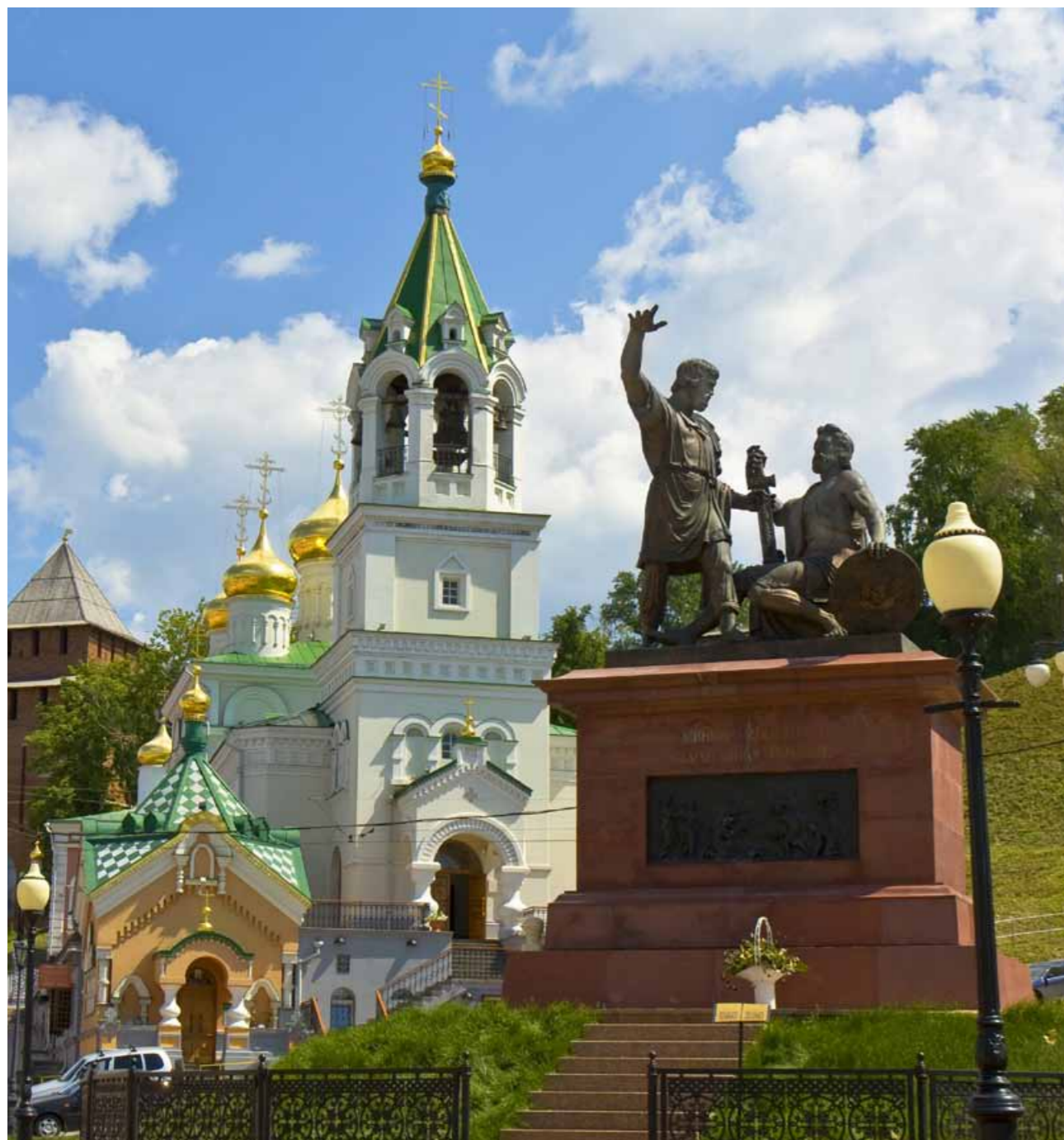
Нижний Новгород

В центре торговли

9 МЕСТО

Пятый по численности населения город России, промышленный и культурный центр, Нижний Новгород занимает девятое место рейтинга среди российских городов по присутствию ритейлеров. Нижний Новгород возвращает себе былой статус одного из основных торговых мест России XIX века путем непрерывного развития ритейла со среднегодовым темпом ввода торговых площадей в 10%. На сегодняшний день рынок ритейла в городе представлен десятью современными торговыми центрами, ключевые из которых – «Фантастика», «МЕГА», «Седьмое Небо», «Индиго» и «РИО». Благодаря открытию нового торгового центра «Жар-птица» такие ритейлеры,

как «Л'Этуаль», Yves Rocher, «М.Видео» и United Colors of Benetton, укрепили свои позиции на рынке Нижнего Новгорода. А для французской сети гипермаркетов спортивных товаров «Декатлон» он стал первой локацией в городе. Торговый центр «Небо» арендуемой площадью 68 000 кв. м будет следующим масштабным проектом, который предоставит возможности расширения для ритейлеров. Учитывая сравнительно высокий уровень доходов населения и их среднегодовой рост с 2009 года на 9,8% вкпе с новым качественным предложением торговых помещений, мы считаем, что этот город может подняться в нашем рейтинге.



Тюмень

Источник природных ресурсов

10 МЕСТО

Второй по счету в нашем рейтинге город с населением меньше 1 млн человек (после Краснодар). Тюмень, экономика которой основана преимущественно на нефтяной промышленности, завершает наш топ-10. Город характеризуется самым большим среднегодовым ростом розничного товарооборота на фоне стабильного среднегодового увеличения доходов на 7,3% с 2009 года. С 2012 года население Тюмени увеличилось почти на 90 000 человек (на 14,3%), что является самым высоким темпом роста среди проанализированных городов России. Благодаря сильной динамике ввода новых торговых центров насыщенность Тюмени качественными площадями достигла уровня в 456 кв. м на 1 000 человек (десять объектов). Такие торговые центры, как «Кристалл», «Остров», «Галерея Вояж», «Гудвин» и «Солнечный», предлагают потребителям большой выбор брендов в торговой галерее, ресторанах и развлечениях. Имея ряд современных торговых центров и самый высокий после столичного уровень доходов населения в России, Тюмень доказывает свою привлекательность для ритейлеров, обгоняя в нашем рейтинге такие густонаселенные города России, как Омск, Воронеж, Красноярск, Челябинск, Пермь и Волгоград. Несмотря на столь обеспеченную потребительскую базу, Тюмень пока имеет наименьшее количество представленных на рынке зарубежных брендов (53) среди лучших городов для ритейла в России.



3.

Страны происхождения ритейлеров

Италия является лидирующей страной происхождения ритейлеров по количеству брендов, представленных в России, в основном за счет люксовых игроков, таких как Max Mara, Dolce&Gabbana, Valentino и Moschino. В свою очередь Max Mara, согласно нашему анализу, возглавляет рейтинг присутствия люксовых ритейлеров в России – бренд представлен в наибольшем числе из рассмотренных городов (57%). В то же время в большинстве городов присутствуют итальянские бренды сегмента «масс-маркет», а именно Calzedonia и United Colors of Benetton (оба бренда покрывают свыше 90% из 35 рассмотренных в данном исследовании рынков). На данный момент доля итальянских ритейлеров составляет 23% от всех присутствующих международных брендов на российском рынке и рассмотренных в нашем анализе.

США заняли второе место в данном списке с известными по всему миру брендами фаст-фуда SUBWAY, KFC и McDonald's, которые являются одними из лидеров в рейтинге присутствия в российских городах. Также США – лидирующая страна происхождения брендов сегмента «премиум» в России: GUESS и Calvin Klein – самые распространенные на территории России премиум-бренды с покрытием около 50%, что является сравнительно высоким показателем для этого сегмента.

Франция занимает третье место по количеству брендов, присутствующих в России, в основном, как и в случае с Италией, за счет люксовых брендов, таких как Cartier, Christian Dior и Louis Vuitton. На долю Франции приходится 15% от всех представленных международных брендов на российском рынке и рассмотренных в нашем анализе. Бренд Yves Rocher – французский ритейлер косметики – входит в топ-3 ритейлеров по покрытию 35 ключевых рынков России.

За данной тройкой лидирующих стран следуют Великобритания, Германия и Испания. На долю ритейлеров Великобритании, занявшей четвертое место, приходится всего 11% от общего количества брендов, присутствующих в России, в основном за счет сегментов «масс-маркет» и «люкс».

С точки зрения выхода новых брендов, в рассматриваемый нами период – с 1 кв. 2011 года по 3 кв. 2015 года наиболее активными были европейские ритейлеры с долей в 61% от общего числа новичков, в том числе итальянские (18% от общего числа), французские (10%) и британские (9%). На бренды из США пришлось 24% от общего числа вышедших за этот период игроков. В долгосрочной перспективе мы ожидаем, что доля ритейлеров из стран Азии начнет увеличиваться по мере возрастания их заинтересованности в российском рынке.





Страны происхождения ритейлеров

Ключ: Место – Рейтинг присутствия ритейлеров (1-250)



2 США

Ритейлер	Позиция
SUBWAY	28
KFC	39
McDonald's	47
Nike	48
BURGER KING	58

4 ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Ритейлер	Позиция
Reebok	17
Mothercare	82
Lush	94
The Body Shop	121
Karen Millen	127

5 ГЕРМАНИЯ

Ритейлер	Позиция
adidas	1
New Yorker	65
Media Markt	66
Salamander	84
Marc O'Polo	113

3 ФРАНЦИЯ

Ритейлер	Позиция
Yves Rocher	7
ESCADA	74
Leroy Merlin	76
Lacoste	106
Decathlon	110

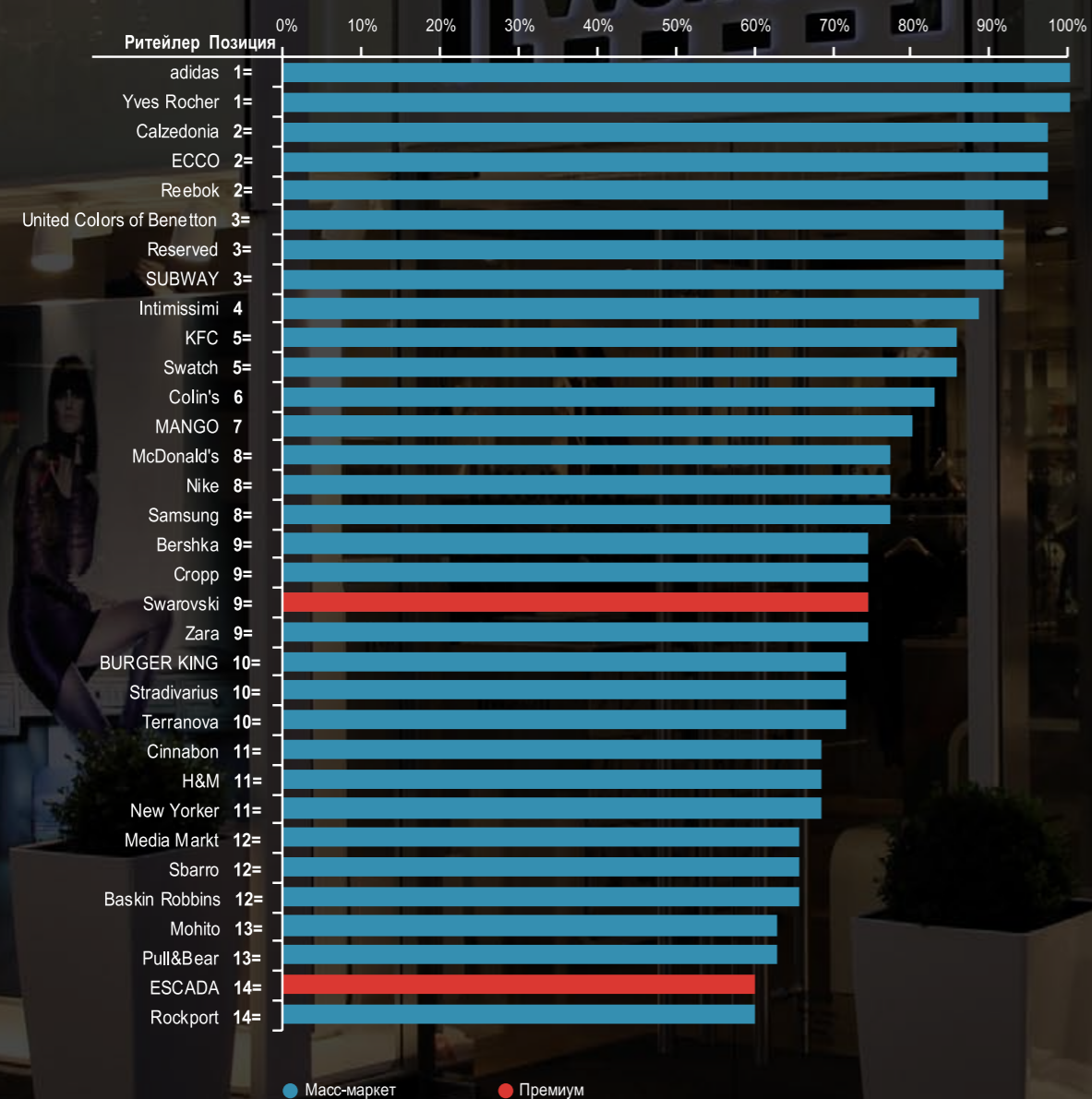
5 ИСПАНИЯ

Ритейлер	Позиция
MANGO	43
Bershka	51
Zara	55
Stradivarius	59
Pull&Bear	73

1 ИТАЛИЯ

Ритейлер	Позиция
Calzedonia	11
United Colors of Benetton	24
Intimissimi	32
Terranova	60
Max Mara	78

Топ международных брендов с охватом более 60% крупнейших городов России



4.

Лидирующие и развивающиеся ритейлеры

Неудивительно, что российские ритейлеры имеют наибольший охват городов, анализируемых в данном отчете. Например такие крупные сети, как Gloria Jeans, CARLO PAZOLINI, «Спортмастер», «Л'Этуаль», кар и «Эльдорадо», имеют 100% охват рынков рассматриваемых городов. Стоит отметить, что большинство российских ритейлеров представлены не менее чем в 70% из проанализированных городов, и основная часть относится к сегменту «масс-маркет». Как правило, ритейлеры нижних ценовых сегментов развиваются на региональных рынках России активнее других.

Среди зарубежных ритейлеров наиболее широкое – 100%-покрытие изученных рынков имеют немецкий бренд спортивной одежды adidas и французская косметическая компания Yves Rocher, которые возглавили рейтинг международных сетей в России. Эти бренды имеют хотя бы один магазин во всех 35 рассмотренных городах.

Марка adidas работает на российском рынке с 1997 года. Немецкий ритейлер открыл более 600 магазинов по всей России, от западной части страны до Дальнего Востока. По данным нашего исследования, около 30% всех магазинов бренда находятся в Москве, 9% приходится на Санкт-Петербург, который является вторым по количеству магазинов сети, третий по этому показателю Краснодар. В связи с ухудшением экономической ситуации в России ритейлер принял решение закрыть наименее эффективные точки продаж и открывать новые в более выгодных и привлекательных локациях в целях оптимизации.

Популярный в России бренд Yves Rocher давно присутствует на рынке. Компания вышла в Россию в 1991 году и стала вторым после McDonald's зарубежным игроком в стране. Более 20% существующих магазинов приходится на столицу. Тем не менее, в 2014-2015 годах оператор активно усиливал свои позиции, открыв более 40 новых магазинов по всей стране, включая регионы.

Итальянский бренд чулочно-носочных изделий и пляжной одежды Calzedonia представлен почти во всех крупнейших городах России. Около 200 магазинов было открыто в течение десяти лет присутствия на рынке. Этот бренд принадлежит итальянской розничной компании Calzedonia Group, которая имеет 3,6 тыс. магазинов в Европе и владеет еще тремя брендами – Intimissimi, Tezenis и Falconeri. Отметим, что бренд Intimissimi тоже входит в топ-10 международных сетей на российском рынке и занимает четвертое место в нашем рейтинге с 89% покрытия.



Датский оператор ECCO разделил второе место с Calzedonia. Следует отметить, что такие высокие показатели присутствия обеих розничных компаний в России в основном обусловлены стратегией развития по франчайзингу. Обувная компания ECCO вышла в Россию в 1993 году, когда рынок торговой недвижимости здесь не был развит. В 2008 году ритейлер уже расширился до 200 магазинов по всей стране, а в 2011 году значительно расширил присутствие, появившись на новых региональных рынках. Бренд ECCO уже достиг высокой узнаваемости среди российских потребителей, и Россия является одним из ключевых рынков для ритейлера. В настоящее время оператор активно пересматривает текущий портфель и стратегию развития, закрывает неэффективные магазины.

Также второе место рейтинга занимает известный бренд спортивной одежды и обуви Reebok. А на третьей позиции находятся United Colors of Benetton, Reserved и SUBWAY.

В рейтинге иностранных ритейлеров с покрытием крупнейших российских рынков более 60% преобладают бренды среднего ценового сегмента. Из премиальных ритейлеров в рейтинг попали только Swarovski и ESCADA. Ритейлеры этого ценового сегмента больше фокусируются на Москве и Санкт-Петербурге.

Другой глобальный сильный игрок на рынке – Inditex Group – продолжает развиваться в России. Компания имеет более 470 магазинов в стране и представлена девятью брендами (около 10% всех магазинов компании в Европе; в 4,5 раза больше чем в Великобри-

тании), в том числе 86 магазинов под брендом Zara, занимающим девятую позицию в рейтинге и присутствующим в разных регионах России, включая Дальний Восток. Остальные бренды компании – Pull&Bear (13), Bershka (9), Stradivarius (10), Massimo Dutti, Oysho, Zara Home и Uterqüe – представлены в европейской части страны, на Урале и в Сибири. Бренд Lefties пока представлен только в европейской части России.

Одними из наиболее активно развивающихся ритейлеров на территории России за последние два года можно назвать шведский бренд H&M и испанского оператора MANGO. Мы ожидаем, что они будут увеличивать свое присутствие в будущем.

Присутствующие на рынке игроки в целях оптимизации закрывают убыточные магазины и открывают новые в более качественных торговых центрах, в которых появляются вакантные площади; некоторые также рассматривают не только основные города – Москву и Санкт-Петербург, но и региональные рынки.

С точки зрения выбора площадок, большинство ритейлеров, развивающихся в России, предпочитают торговые центры стрит-ритейлу. Иногда в связи с недостатком современных торговых центров в некоторых городах ритейлеры, увидев потенциал потребительского рынка в городе, приобретают или арендуют помещения стрит-ритейла. Но эта практика не очень распространена, и чаще всего недостаток предложения площадей в качественных торговых центрах может стать основным препятствием для появления ритейлера на рынке.

Российский рынок все еще в ожидании новых иностранных ритейлеров

Как было отмечено в нашем отчете Destination Europe 2015, международные сети развивались на российском рынке более активно, чем в Европе. За период с 2012 года до конца 2014 года Москва и Стамбул привлекли наибольшее количество новых игроков, чем другие европейские города.

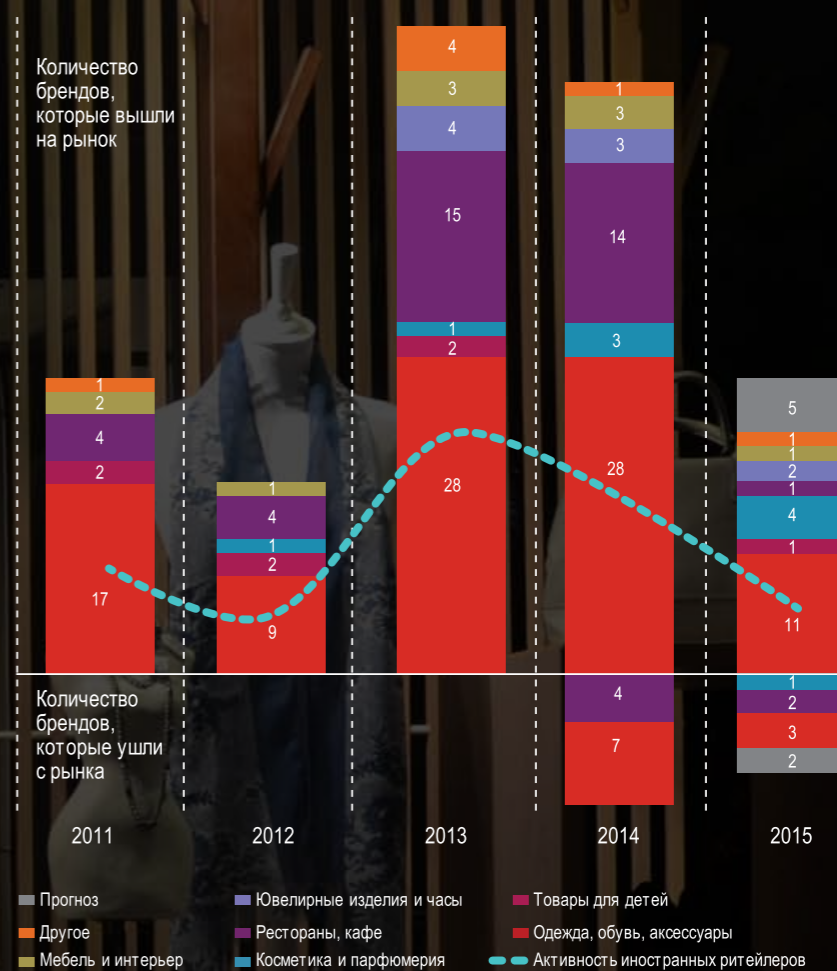
2013 год стал самым активным периодом с точки зрения выхода иностранных брендов на российский рынок, что связано с достижением определенного уровня зрелости рынка торговли, позитивными экономическими прогнозами, высоким объемом ввода торговых центров и реконструкцией пешеходных зон в центре Москвы. Согласно данным Oxford Economics, Россия лидировала в Европе по общему объему розничного товарооборота в 2013 году (742,2 млрд долл. США), что сделало страну одним из ключевых рынков для многих международных ритейлеров.

В 2014 году волатильность обменного курса и снижение потребительской активности оказали существенное давление на международных операторов. Прошедший год стал худшим для розничной торговли со времен кризиса 2008-2009 годов. Некоторые крупные международные ритейлеры, которые планировали выйти на российский рынок, приняли решение отложить экспансию, столкнувшись с экономическими и политическими рисками.

Общий тренд активности международных ритейлеров на рынке России снизился, некоторые бренды покинули рынок, а дебютанты редко открывали магазины напрямую. Среди новых игроков 2015 года можно отметить японские бренды часов SEIKO и ORIENT, люксовый итальянский бренд Malo. Некоторые из них стартовали в недавно открытых торговых центрах. Почти 70% новичков, которые вышли на рынок в течение последних 12 месяцев, открыли в стране только один магазин и в основном были заинтересованы в небольших помещениях. Следует отметить, что остальные 30% новых ритейлеров открыли в среднем по три магазина, включая регионы России.

Учитывая объем потребительского рынка, который является одним из крупнейших в Европе, мы считаем, что в России есть еще потенциал для экспансии новых иностранных брендов. Процесс выхода и развития ритейлеров будет поддерживаться открытиями новых современных торговых комплексов, которые будут построены, когда финансирование станет доступнее, а существующее предложение поглощено. В 2014 году был отмечен рекордный уровень ввода торговых центров – 602,6 тыс. кв. м в Москве и около 1,68 млн кв. м в России в целом. Объем нового предложения в 2015 году в стране немного снизится и составит, по нашим прогнозам, 1,55 млн кв. м.

Иностранные бренды в России: динамика приходов и уходов



5. Люкс



Мировой рынок люксовых товаров находится в процессе взросления, стабилизации и консолидации, одним словом, адаптируется к требованиям обеспеченных и мобильных потребителей. Рынок люксовых товаров на глобальном уровне был относительно устойчив к экономическим кризисам, и, согласно данным консалтинговой компании Bain & Company, мировой рынок товаров класса «люкс» ожидает рост на 4-6% в год в 2014-2017 годах. Общие показатели сектора будут зависеть не только от экономического роста, но и от таких факторов, как объем туризма, защита интеллектуальной собственности, склонность потребителей к сбережению, а также изменение распределения доходов.

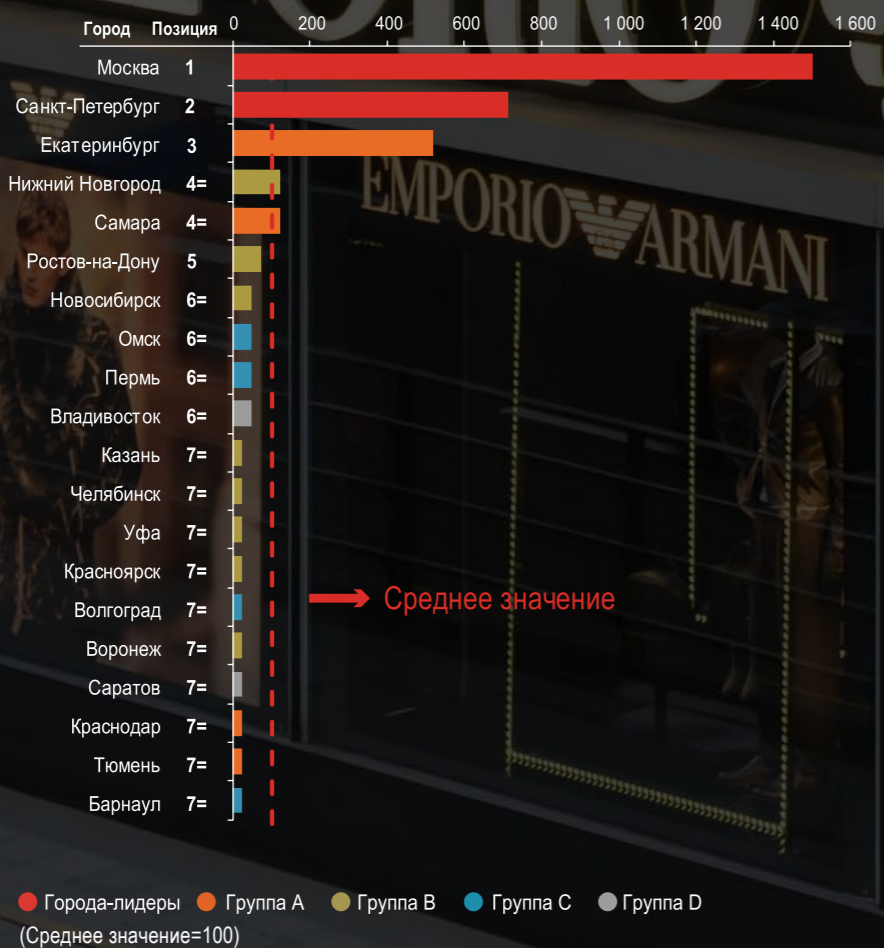
Несмотря на то, что в начале 2015 года продажи на рынке люксовых товаров в России не снижались по сравнению с 2014 годом, существуют значительные препятствия для бизнеса люксовых ритейлеров, которые работают в стране. Общая покупательная способность россиян снизилась, а девальвация рубля сделала импортные товары класса «люкс» более дорогими для российских потребителей. Поэтому мы ожидаем, что годовые результаты продаж будут слабее. Обнадеживает то, что мы наблюдаем растущий спрос со стороны туристов из Китая, известных как крупнейшие потребители товаров роскоши по всему миру. В первой половине 2015 года число китайцев, посетивших Россию, выросло на 51,6% в годовом сопоставлении, согласно данным Федерального агентства по туризму России.

Большинство люксовых брендов вышли на российский рынок по франшизе. В начале 90-х годов такие компании, как Bosco di Ciliegi, Mercury и «ДжамильКо» появились на рынке и стали ключевыми дистрибьюторами международных люксовых брендов в России. В настоящее время общее портфолио этих компаний включает в себя более ста люксовых брендов, в том числе Chloë, Bvlgari, CÉLINE, Chopard, Ermenegildo Zegna, Alberta Ferretti, ETRO, Versace, Salvatore Ferragamo и Sonia Rykiel. Тем не менее, в последнее время в сегменте «люкс» наблюдается тенденция по переходу к прямому управлению, которое сопровождается открытием собственных флагманских магазинов.

Москва занимает третье место в рейтинге наиболее привлекательных городов для люксовых брендов в Европе, следуя за Лондоном и Парижем. Неудивительно, что ритейлеры обратили внимание на рынок, где проживает большое количество богатых людей. Москва занимает второе место по числу обеспеченных жителей по всему миру после Нью-Йорка, согласно рейтингу Forbes «Города с наибольшим количеством миллиардеров 2015».

С точки зрения присутствия люксовых брендов, Москва имеет гораздо более высокий показатель, чем любой другой российский город. Даже между Москвой и Санкт-Петербургом существует огромный разрыв. Почти все анализируемые люксовые бренды присутствуют на московском рынке. С точки зрения экспансии, несмотря на сильную конкуренцию, ритейлеры данного сегмента отдают предпочтение российской столице, что подтверждается недавними открытиями нескольких магазинов.

Индекс присутствия люксовых ритейлеров в России



Высокий уровень покупательной способности, наличие подходящих торговых помещений для флагманских магазинов, большое количество туристов и высокая концентрация крупных транснациональных компаний делает Москву наиболее привлекательной для развития люксового ритейла в стране.

Товары этой категории обычно представлены в России в следующих форматах: монобрендовые магазины на центральных улицах города, бутики в специализированных торговых галереях и корнеры в универмагах.

Активный реновационный процесс в Москве расширяет возможности для розничной торговли, в частности, в центре были значительно расширены пешеходные улицы, что привело к увеличению пешеходного трафика на них – они становятся более привлекательными для прогулок. Наибольшим спросом среди люксовых брендов пользуются Столешников переулок, улица Петровка и Третьяковский проезд. Улица Никольская также приобретает популярность благодаря своему удачному расположению рядом с Третьяковским проездом, люксовыми торговыми комплексами ГУМ и ЦУМ, а также высокими классными отелями.

Люксовые бренды в Москве предпочитают только специализированные торговые центры. В городе существует несколько объектов, ориентированных на потребителей люксовых товаров, среди них – ГУМ, «Крокус Сити Молл» и «Времена Годе».

На протяжении двух прошлых лет мы наблюдали открытия флагманских магазинов в Москве. Некоторые ритейлеры, уже представленные на рынке, расширили свое присутствие. Например, бренд Stella McCartney открыл второй монобрендовый магазин в отеле «Метрополь» в конце 2014 года, Valentino – второй бутик в Барвихе Luxury Village в 2015 году, Roberto Cavalli – два магазина в торговых центрах в 2015 году. Gucci открыл два управляемых напрямую магазина – на Петровке и в ГУМе. Британский дом моды Burberry открыл новый флагманский магазин в Барвихе Luxury Village в 2014 году, а бутик Dolce & Gabbana появился в Третьяковском проезде в 2015 году. К тому же известный итальянский оператор ювелирных изделий Bulgari анонсировал открытие своего нового флагманского магазина – первого, управляемого напрямую компанией.

Среди новых ритейлеров люксового сегмента, которые недавно вышли на российский рынок люксовых товаров, можно назвать итальянский бренд Malo, открывший свой первый магазин в ГУМе, итальянский бренд одежды Moncler и немецкий производитель часов A. Lange & Sohne, появившиеся в Столешниковом переулке. Что касается ухода с рынка, только один люксовый бренд Herve Leger недавно покинул Россию.

Санкт-Петербург занял второе место в рейтинге присутствия люксовых брендов в России – около 50% от всех проанализированных брендов представлены в городе. Всего это 25 монобрендовых магазинов – как на улицах города, так и в торговых центрах. Активность люксовых брендов на рынке Санкт-Петербурга в последнее время

сократилась. Это связано как с негативными макроэкономическими и геополитическими условиями, так и с замедлением развития экономики города. Стоит также отметить ограниченное предложение подходящих помещений. Самые известные локации для люксовых брендов в Санкт-Петербурге – это улица Большая Конюшенная, Невский проспект, Большой проспект П.С., пятизвездочные отели в центре города и универсам ДЛТ.

Наиболее значительным событием последних двух лет было открытие магазина Prada на Большой Конюшенной улице. В то же самое время марка швейцарских часов Jaeger-LeCoultre закрыла свой монобрендовый магазин, а бренд MontBlanc изменил местоположение бутика.

Екатеринбург, один из самых современных и богатых городов России, является третьим по популярности среди люксовых операторов. Около 35% из анализируемых дорогих брендов охватывают этот рынок, в том числе такие известные, как Chloè, Cartier и Dolce & Gabbana. На рынок Екатеринбурга недавно вышел Giorgio Armani, открыв бутик в торговой галерее «Покровский Пассаж». Улица Сакко и Ванцетти, улица Роза Люксембург и ТЦ «Покровский Пассаж» стали «домом» для большинства люксовых ритейлеров в городе.

Помимо основных люксовых направлений, таких как Москва, Санкт-Петербург и Екатеринбург, уровень проникновения ритейлеров этого сегмента в регионы России крайне низкий. В основном люксовые бренды в российских городах можно найти в мультибрендовых магазинах. Большинство международных ритейлеров, как правило, ищут партнеров в городах России с наивысшим потенциалом для продвижения своих товаров через локальных дистрибьюторов, что позволяет им сначала протестировать рынки, минуя риски, связанные с открытием отдельного магазина.

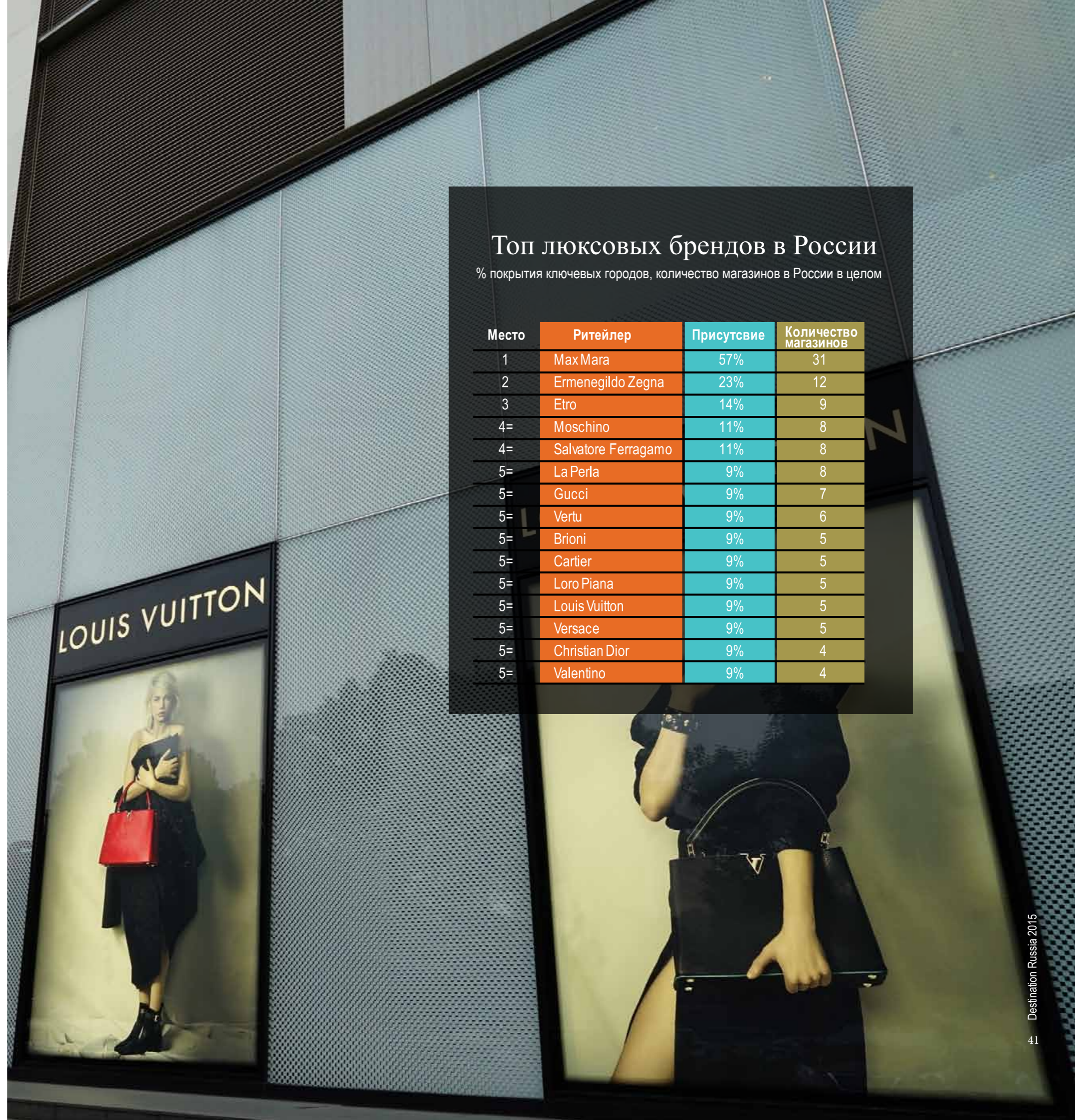
Итальянский модный дом Max Mara возглавляет рейтинг люксовых брендов по охвату российского рынка (57% от числа проанализированных городов). Ритейлер вышел на несколько новых рынков в России в течение последних двух лет, в том числе в Воронеж, Владикавказ и Сочи.

Следует отметить, что несколько игроков рынка класса «люкс» в конце 2013 года открыли свои первые магазины в Сочи, в отреставрированном здании морского порта. Это связано с проведением в городе XXII Олимпийских зимних игр в начале 2014 года и привлечением огромных инвестиций в развитие инфраструктуры. В числе именитых дебютантов – Louis Vuitton, Ermenegildo Zegna, Gucci.

Топ люксовых брендов в России

% покрытия ключевых городов, количество магазинов в России в целом

Место	Ритейлер	Присутствие	Количество магазинов
1	Max Mara	57%	31
2	Ermenegildo Zegna	23%	12
3	Etro	14%	9
4=	Moschino	11%	8
4=	Salvatore Ferragamo	11%	8
5=	La Perla	9%	8
5=	Gucci	9%	7
5=	Vertu	9%	6
5=	Brioni	9%	5
5=	Cartier	9%	5
5=	Loro Piana	9%	5
5=	Louis Vuitton	9%	5
5=	Versace	9%	5
5=	Christian Dior	9%	4
5=	Valentino	9%	4



6. Вывод

В настоящее время рынок розничной торговли в России все еще развивается. Объем качественных торговых площадей в ТЦ в России увеличился в течение прошедшего десятилетия в 18 раз – от 1 млн кв. м до 18,5 млн кв. м. Из-за продолжающегося ввода новых объектов рынок торговых центров в России может стать крупнейшим в Европе в 2016 году. Рост конкуренции среди торговых центров создает новую реальность для российского ритейла. Большинство торговых центров стараются увеличить посещаемость и поэтому фокусируются на уникальной концепции, разнообразном пуле арендаторов, широком спектре развлечений, кафе и ресторанов, маркетинговых мероприятиях и выставках. Физическое пространство магазина по-прежнему является ключевым для игроков розничной торговли, которые работают в России, но тем временем электронная коммерция находится на подъеме. Все больше офлайн ритейлеров открывают также и интернет-магазины.

Несмотря на экономическую нестабильность и падение розничных продаж, мы наблюдаем продолжающуюся экспансию некоторых игроков рынка, а также выход новых ритейлеров. Многие розничные операторы проанализировали свои портфолио и оптимизировали сеть, в связи с чем на рынке торговых площадей был отмечен высокий уровень ротации, что в свою очередь привело к росту вакантности в торговых центрах. В настоящее время сильные игроки, обеспеченные финансированием, имеют возможность занять лидерские позиции на российском рынке.

Что касается сегментов, ритейлеры сегмента «масс-маркет» расширялись по всей России, в то время как люксовые и премиальные бренды сфокусировались на ключевых рынках: многие из них представлены только в столице, представляющей собой главный деловой центр страны с наибольшим объемом предложения современных торговых центров. Благодаря численности населения, высокому уровню развития торговли, потребителям с высоким доходом, которые ориентируются на модные тенденции, московский рынок является основным для старта международных брендов и позволяет «проверить» российский рынок и достигнуть узнаваемости бренда. Тем не менее, некоторые операторы все-таки используют возможности географического расширения в России, и большинство из них достигли высокого уровня охвата рынка во многом благодаря франчайзинговой бизнес-модели.

За последние годы российский розничный рынок активно развивался, и этот процесс сопровождался периодами взлетов и падений в экономике страны. Мы считаем, что российский потребительский рынок с огромным населением, обладающим большой склонностью к покупкам и стремящимся соответствовать трендам мировой моды, останется целевым для ритейлеров и сейчас, и в будущем.



Методология

В ходе анализа была проведена оценка присутствия 250 брендов в 35 крупнейших городах России с населением более 500 тыс. человек. Бренд отмечается как присутствующий на рынке города, если у него был хотя бы один монобрендовый магазин сети в этом городе в сентябре 2015 года, включая франчайзинговые магазины, при этом бренды, представленные только в универмагах и мультибрендовых магазинах, исключены из рассмотрения.

Авторы

Мария Шпакова

Аналитик рынка торговой недвижимости,
Россия и СНГ

maria.shpakova@eu.jll.com

Константин Логинов

Младший аналитик рынка торговой
недвижимости, Россия и СНГ

konstantin.loginov@eu.jll.com

Том Манди

Руководитель отдела исследований,
Россия и СНГ

tom.mundy@eu.jll.com

Бизнес контакты

Елена Задорожная

Руководитель направления услуг ритейлерам,
Россия и СНГ

elena.zadorozhnaya@eu.jll.com

Татьяна Ключинская

Начальник департамента торговых площадей,
Россия и СНГ

tatyana.kluchinskaya@eu.jll.com



+7 (495) 737 8000
www.jll.ru