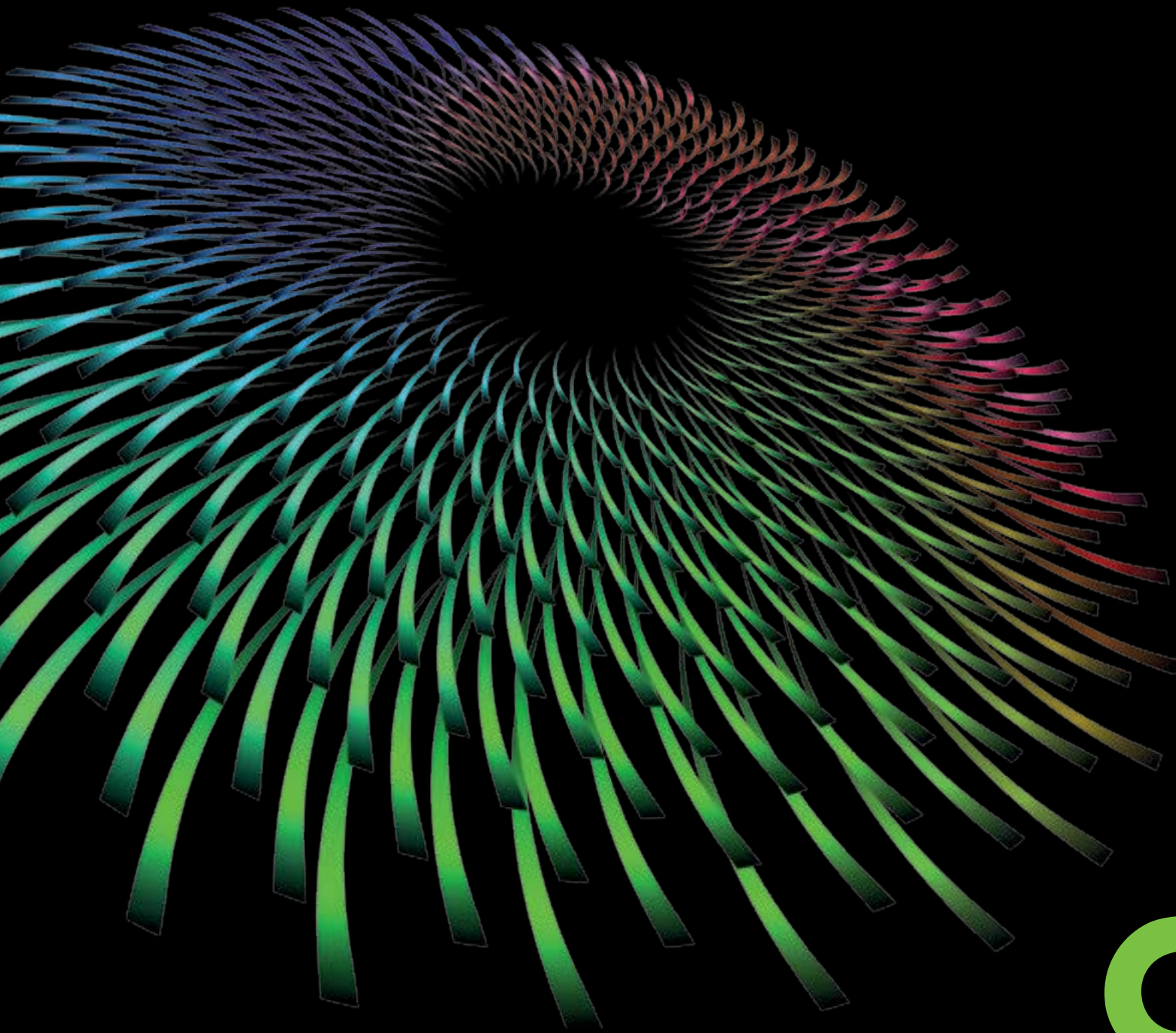


# НАСКОЛЬКО АКТИВНЫ РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ В СТРАНАХ ЕВРОПЫ, БЛИЖНЕГО ВОСТОКА И АФРИКИ?

CBRE | ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА И КОНСАЛТИНГ, СТРАНЫ ЕВРОПЫ, БЛИЖНЕГО ВОСТОКА И АФРИКИ



2011 | КРАТКИЙ ОБЗОР

**CBRE**



# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

CBRE продолжает изучать настроения и планы по развитию ведущих ритейлеров в регионе. Третье по счету исследование проводилось летом 2011 года на фоне разворачивающегося в Еврозоне кризиса. Поэтому осторожное отношение ритейлеров к экспансии не стало сюрпризом. Некоторые розничные сети не открывают новые магазины в ожидании стабилизации ситуации на финансовых рынках. Тем не менее, это не остановило ритейлеров от поиска новых возможностей развития в 2012 году.

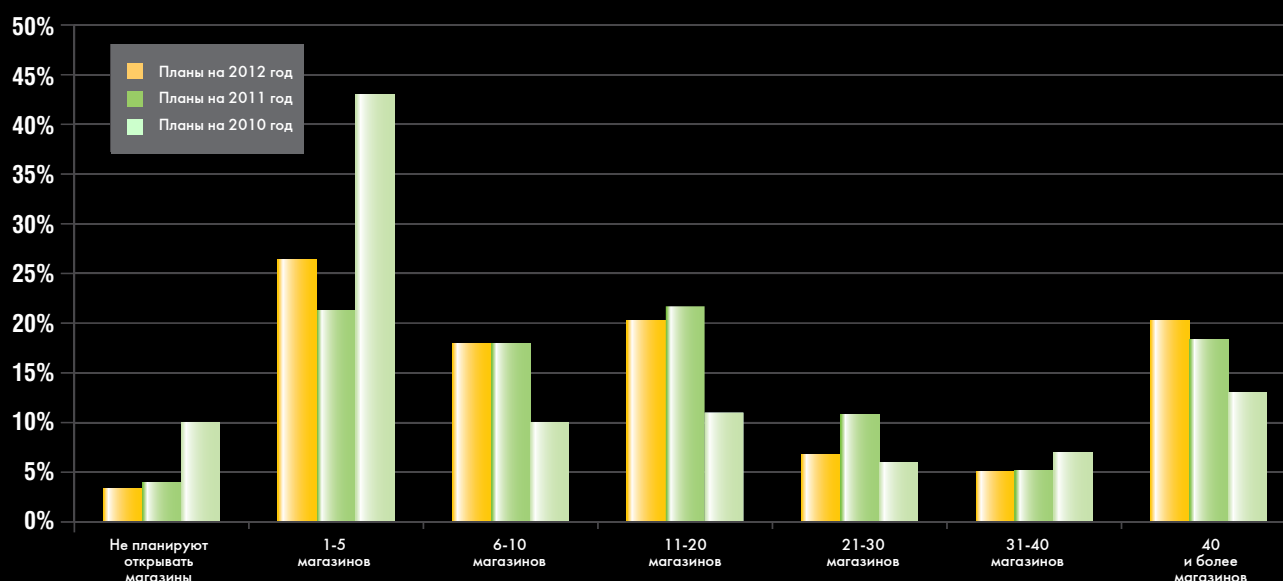
## УВЕРЕННОСТЬ УКРЕПЛЯЕТСЯ

- Несмотря на неоднозначное настроение потребителей, а также увеличение доли потребительских расходов на онлайн-торговлю, ритейлеры продолжают активно расширять свои сети.
- Прошлогоднее исследование CBRE показало, что уверенность к ритейлерам возвращается – 75% розничных сетей планировали открыть более 5 магазинов в течение 2011 года (48% в 2010). Исследование текущего года показало, что уверенность укрепляется. Такой же высокий процент опрошенных ритейлеров (71%) планирует открыть в 2012 году более пяти магазинов.
- В условиях текущей экономической ситуации ритейлеры стратегически подходят к вопросу, на каком рынке сосредоточиться и сколько магазинов открыть. Такой подход привел к образованию

большого количества разных программ развития, которые стали еще более поляризованы, чем в прошлом году. Есть незначительное увеличение количества «осторожных» ритейлеров (26% по сравнению с 21% в прошлом году), которые планируют открыть от 1 до 5 магазинов. В то же время, доля ритейлеров, рассматривающих возможность крупномасштабной экспансии, также незначительно выросла. Каждый пятый ритейлер планирует открыть в 2012 году 40 или более магазинов.

- Общий уровень экспансии, который показывает среднее количество планируемых к открытию магазинов, остался неизменным. В прошлом году показатель составил 28,2 магазина, в этом году - 27,5 магазинов.

## Планы ритейлеров по экспансии



Количество магазинов (развитие ритейлеров по секторам)



**36.0**  
Value & Denim



**32.2**  
Homeware &  
Department Stores



**28.8**  
Specialist Clothing



**27.5**  
Overall Average



**26.8**  
Supermarkets



**26.5**  
Mid-range Fashion



**23.2**  
Coffee & Restaurants



**15.1**  
Luxury &  
Business Fashion



**9.7**  
Consumer Electronics

#### ЭКСПАНСИЯ ПО СЕКТОРАМ

- Ритейлеры, работающие в секторе Value & Denim (дискаунтеры одежды, джинсовая одежда) наиболее активны. Столкнувшись со снижением уровня доходов, многие потребители начали переходить к более низкому ценовому сегменту, дав возможность ритейлерам недорогой одежды увеличить свою рыночную долю. Тот факт, что ритейлеры сектора Luxury & Business Fashion планируют открыть чуть больше магазинов, чем в прошлом году, говорит о том, что люксовый сегмент также чувствует себя комфортно.
- Ритейлеры сектора Consumer Electronics (бытовая техника), напротив, менее активны и планируют открыть в 2012 вдвое меньше магазинов, чем заявляли в прошлом году. Это не удивительно, поскольку потребители сокращают количество крупных покупок, и если речь идет о мелких бытовых товарах, то их все чаще приобретают через интернет-магазины. Ритейлеры двух лидирующих секторов прошлого года Supermarket (продовольственные магазины) и Coffee & Restaurant (кафе и рестораны) гораздо более скромны в своих планах на следующий год.

**МНОГИЕ  
ПОТРЕБИТЕЛИ  
ВЫБИРАЮТ БОЛЕЕ  
НИЗКИЙ ЦЕНОВОЙ  
СЕКМЕНТ, ЧТО  
ДАЕТ РИТЕЙЛЕРАМ  
НЕДОРОГОЙ  
ОДЕЖДЫ  
ВОЗМОЖНОСТЬ  
УВЕЛИЧЕНИЯ СВОЕЙ  
РЫНОЧНОЙ ДОЛИ**

## КЛЮЧЕВЫЕ РЫНКИ

- В пятерку наиболее привлекательных для развития ритейлеров рынков вошли Италия, Германия, Россия, Испания и Франция. Италия в рейтинге поднялась на первое место с восьмого по сравнению с прошлым годом. Несмотря на то, что прогнозы по уровню потребительских расходов скромны, ритейлеры получают отличную возможность расширить свое присутствие на тех рынках, где международные бренды представлены в меньшей степени, а объемы строительства новых торговых центров существенные. Германия с ее относительно устойчивой экономикой продолжает привлекать новых ритейлеров.
- Россия за счет сильной экономики и прогнозов роста уровня потребительских расходов поднялась с шестого места на третье.
- Польша в рейтинге опустилась со второго места на десятое, что связано с дефицитом торговых помещений, наблюдающимся в основных городах страны и мешающим экспансии многих брендов. Тем не менее, Польша стоит в планах более, чем у четверти опрошенных ритейлеров.
- Рейтинг Швейцарии повысился за счет географической и культурной общности с Германией, где спрос на торговые площади очень высок.
- Интерес к Ближневосточным странам, таким как Саудовская Аравия, Кувейт и Катар, существенно вырос – более 15% ритейлеров рассматривают эти страны для экспансии в 2012 году. Высокий уровень достатка населения, более устойчивая, чем в Европе, экономика и относительно небольшое присутствие в регионе международных брендов – все эти факторы привлекают ритейлеров, ищущих возможности для развития своего бизнеса, а строительство новых торговых центров позволяет им реализовать свои амбициозные планы.

## 43% РИТЕЙЛЕРОВ ПЛАНИРУЮТ СУЩЕСТВЕННО УВЕЛИЧИТЬ ДОЛЮ ПРОДУКЦИИ, РЕАЛИЗУЕМОЙ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

### ИНТЕРНЕТ ПРОДАЖИ

Интернет-торговля является ключевым вопросом для многих ритейлеров. Поскольку ритейлеры понимают, что дифференцированный подход является лучшей возможностью максимизировать объемы продаж и удовлетворить спрос наиболее широкой аудитории, доля онлайн-торговли будет стремительно расти в ближайшие годы.

Исследование выявило, что 43% ритейлеров планируют существенно увеличить долю товаров, реализуемых через интернет, а 28% планируют существенно увеличить географию продаж. Некоторые ритейлеры, перед тем как открыть магазин на новом рынке, сначала создают интернет-магазин, с помощью которого тестируют потребительский рынок.

### ПОПУЛЯРНОСТЬ ФРАНЧАЙЗИНГА ПАДАЕТ

Исследование показало, что количество ритейлеров, предпочитающих управлять собственными магазинами в странах Центральной и Восточной Европы, выросло по сравнению с прошлым годом. В Западной Европе ритейлеры предпочитают использовать эту же модель. Слабые показатели деятельности некоторых операторов, работающих по франшизе, за последние два года заставили ритейлеров пересмотреть риски, связанные с развитием по франшизе. И все больше ритейлеров теперь предпочитают открывать и управлять магазинами самостоятельно.

# РЕЙТИНГ СТРАН, ПРИОРИТЕТНЫХ ДЛЯ ЭКСПАНСИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ РИТЕЙЛЕРОВ

**МЕСТО**  
**1**

**ИТАЛИЯ**  
47% ритейлеров  
8 место в 2010



**МЕСТО**  
**2**

**ГЕРМАНИЯ**  
37% ритейлеров  
1 место в 2010



**МЕСТО**  
**3=**

**РОССИЯ**  
35% ритейлеров  
6 место в 2010



**МЕСТО**  
**3=**

**ИСПАНИЯ**  
34% ритейлеров  
4 место в 2010



**МЕСТО**  
**5**

**ФРАНЦИЯ**  
33% ритейлеров  
3 место в 2010



**МЕСТО**  
**6**

**АНГИЛИЯ**  
32% ритейлеров  
5 место в 2010



**МЕСТО**  
**7=**

**ШВЕЙЦАРИЯ**  
28% ритейлеров  
12 место в 2010



**МЕСТО 2011**  
**7=**

**ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА**  
28% ритейлеров  
7 место в 2010



**МЕСТО**  
**9=**

**АВСТРИЯ**  
27% ритейлеров  
9 место в 2010



**МЕСТО**  
**10=**

**ПОЛЬША**  
26% ритейлеров  
2 место в 2010



**МЕСТО**  
**10=**

**БЕЛЬГИЯ**  
26% ритейлеров  
10 место в 2010



# КОНТАКТЫ

За информацией об услугах в торговой недвижимости CBRE,  
обращайтесь:

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕПАРТАМЕНТ ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ЕВРОПЫ, БЛИЖНЕГО ВОСТОКА И АФРИКИ

Peter Gold  
t: +44 207 182 2969  
e: peter.gold@cbre.com

## ИТАЛИЯ

Anna Paltrinieri  
t: +39 059 292 4856  
e: anna.paltrinieri@cbre.com

## ФРАНЦИЯ

Chris Igwe  
t: +33 1 53 64 33 94  
e: chris.igwe@cbre.fr

## ИСПАНИЯ

Alex Barbany  
t: +34 93 444 7711  
e: alex.barbany@cbre.com

## ГЕРМАНИЯ

Karsten Burbach  
t: +49 69 17 00 77 617  
e: karsten.burbach@cbre.com

## ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Ciaran Bird  
t: +44 20 7182 2414  
e: ciaran.bird@cbre.com

## РОССИЯ

Дмитрий Бурлов  
МАГАЗИН МАГАЗИНОВ в ассоциации с CBRE  
t: +7 495 725 26 56  
e: burlov@magazinmagazinov.ru

---

## ПРИМЕЧАНИЕ

Информация, содержащаяся в настоящем отчете, основана на достоверных по мнению CBRE данных. Несмотря на все предпринятые меры обеспечить достоверность содержащейся в отчете информации, CBRE не может предоставить гарантии того, что в нем отсутствуют фактические неточности. Данный обзор рынка подготовлен для клиентов CBRE. Авторские права защищены. Ни одна из частей настоящего отчета не может быть воспроизведена или передана ни в какой форме и никакими средствами без предварительного письменного разрешения CBRE.