

МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ 2017

СТЕПЕНЬ РАЗВИТИЯ В РОССИИ



М МАГАЗИН
МАГАЗИНОВ
ЭКСПЕРТ ПО ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

КОНСУЛЬТАНТ ГОДА
RCSC
Awards
2016 | 2017

ЕЖЕГОДНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
с 2011

МАСШТАБ ИССЛЕДОВАНИЯ

511

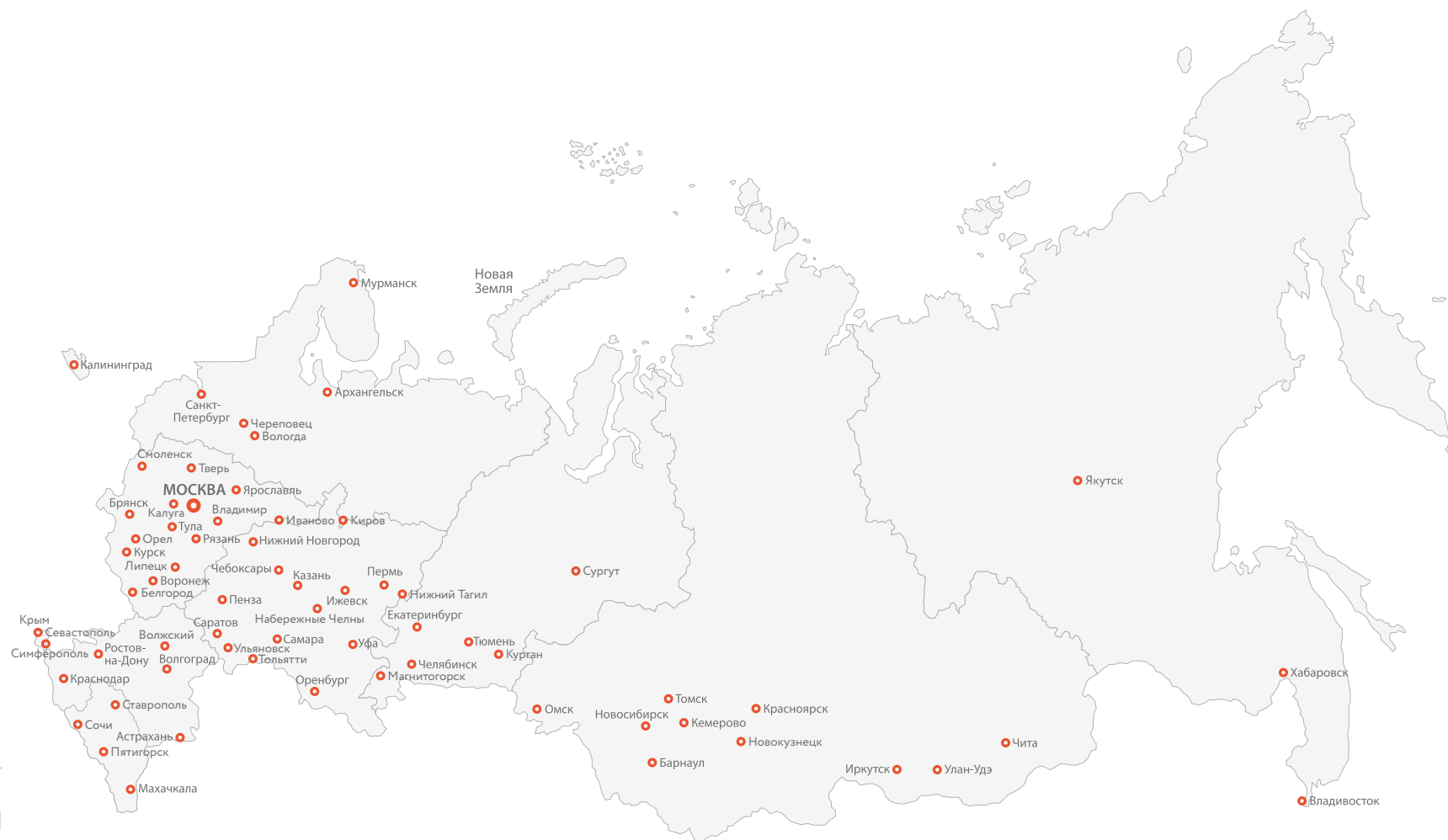
МЕЖДУНАРОДНЫХ
БРЕНДОВ

66

КРУПНЕЙШИХ
ГОРОДОВ РОССИИ

ВРЕМЕННЫЕ РАМКИ
ИССЛЕДОВАНИЯ:

Н2 2016 – Н1 2017



В исследование включены основные непродуктовые профили международных брендов, присутствующих в России: одежда, обувь, аксессуары, товары для дома, товары для детей, рестораны и кафе, бытовая техника и электроника, парфюмерия и косметика.

Цели исследования

- Отследить динамику развития международных брендов в России;
- Определить уровень проникновения международных розничных сетей в России;
- Выявить наиболее перспективные города для экспансии международных брендов;
- Определить основные тенденции развития международных сетей в России.

Интерес

ДЕВЕЛОПЕРАМ

Необходимо понимать тенденции экспансии международных брендов в России и их потребности для выхода на российский рынок.

РИТЕЙЛЕРАМ

Важно знать потенциал регионов России для выхода новых международных брендов и дальнейшего развития сетей.

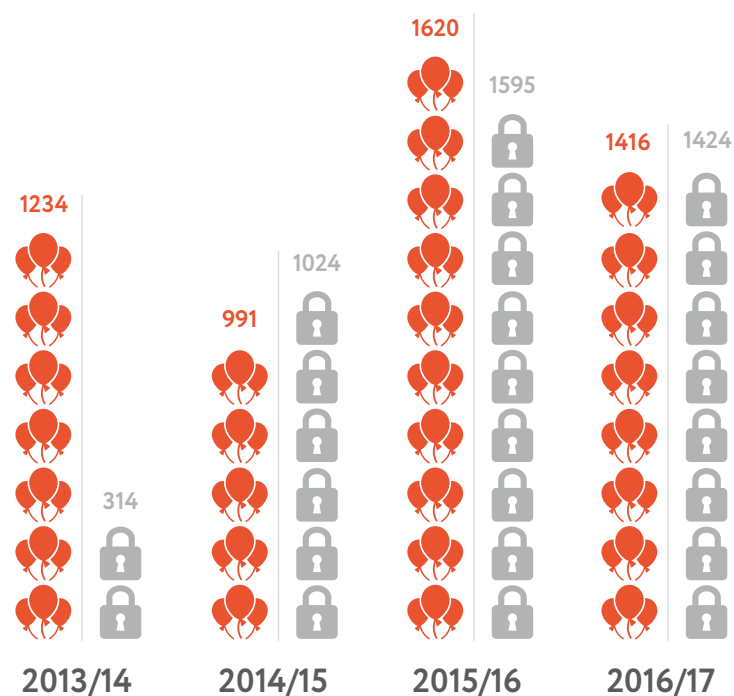
КОЛИЧЕСТВО ОТКРЫТЫХ И ЗАКРЫТЫХ ТОРГОВЫХ ТОЧЕК ЗА ГОД*

04

МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ 2017
СТЕПЕНЬ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

**МАГАЗИН
МАГАЗИНОВ**
ЭКСПЕРТ ПО ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

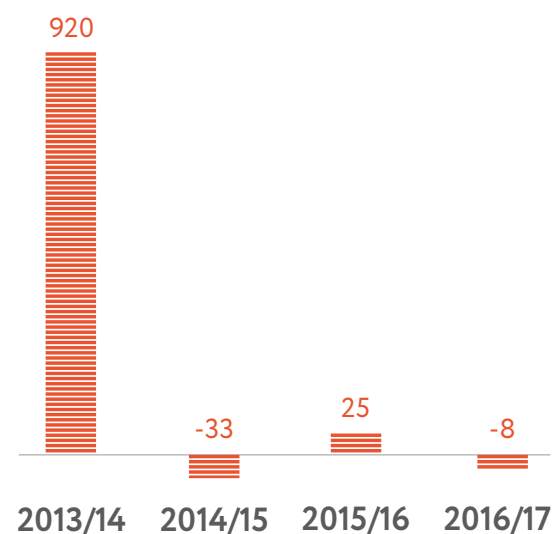
Количество открытых и закрытых торговых точек представленных в России международных брендов практически одинаково



Открыто магазинов Закрыто магазинов

*Под исследуемым периодом понимается промежуток времени от второй половины 2016 г. до первой половины текущего 2017 г., т.е. H2 2016 – H1 2017 (01.07.16 - 30.06.17). LFL-анализ, без учета магазинов новых брендов, вышедших в течение исследуемого периода.

Разница между количеством открытых и закрытых торговых точек стала минимальной за последние 3 года



За прошедший год международные бренды открыли в городах России на 8 торговых точек меньше, чем закрыли.

Что влияло на активность сетей?

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

- **Реальные доходы населения перестали снижаться летом 2017 г.**, это произошло за счет аномально низкой инфляции (в августе она составила 3,3%) и небольшого роста номинальной заработной платы. В июне нынешнего года Росстат зафиксировал стабилизацию реальных доходов по отношению к началу лета 2016 г., тогда как в мае 2017 г. еще наблюдалось падение доходов (-0,1% LFL). По итогам 2017 г. Минэкономразвития РФ прогнозирует годовой рост доходов на 0,6%.
- **Оборот розничной торговли непрерывно снижался на протяжении 2015 и 2016 гг.** Однако начиная со 2 квартала 2017 г., наметилась тенденция его роста, так, в июне 2017 г. оборот розничной торговли вырос на 1,2% по отношению к июню 2016 г. При этом с каждым месяцем оборот розничной торговли продолжает увеличиваться.
- **Стабилизация курса рубля по отношению к доллару:**
 - Укрепление на 15% по итогам H2 2016;
 - Укрепление на 0,96% по итогам H1 2017.
- **Несмотря на признаки стабилизации, которые мы наблюдаем сейчас в российской экономике, фундаментальных условий для открытия новых торговых точек и экстенсивного развития у большинства непродовольственных сетей в течение исследуемого периода (H2 2016 – H1 2017) не возникло.**

Только 3% закрытий торговых точек международных брендов связано с уходом ритейлеров из РФ

17 международных сетей, покинувших российский рынок в текущем году, в совокупности закрыли 37 торговых точек. Остальные магазины были закрыты в рамках продолжающейся оптимизации, которую проводят международные сети, давно присутствующие на российском рынке. Процессы оптимизации международных ритейлеров в основном связаны с поиском более выгодных коммерческих условий и локаций, а также определением устойчивого формата развития в новых экономических реалиях.

По итогам 2017 г. прогнозируется минимальный прирост торговых площадей в РФ

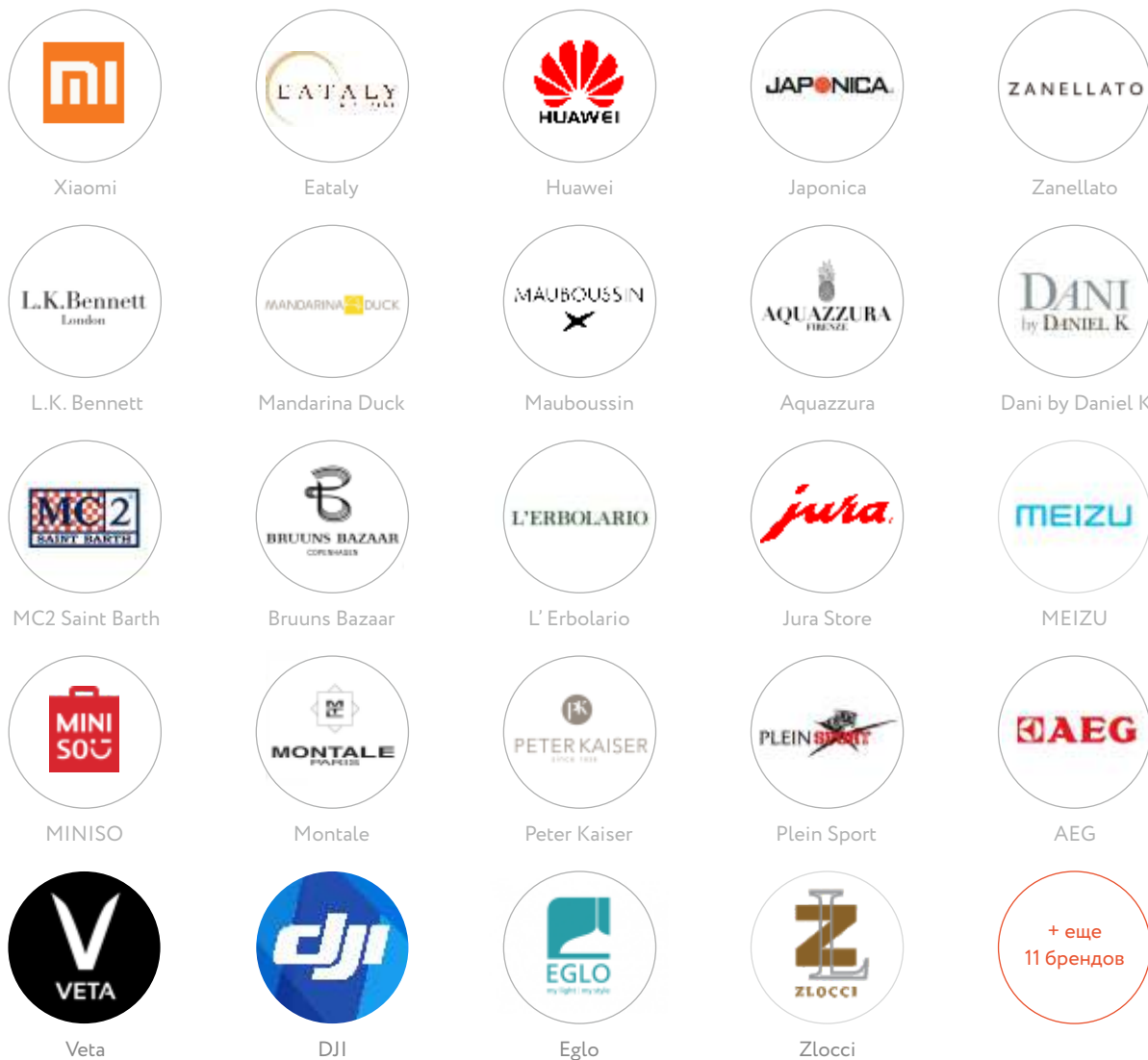
С учетом того, что 2017 г. станет антирекордным по вводу новых торговых площадей в качественных ТЦ, вряд ли стоит ожидать существенного изменения ситуации по выходу новых международных брендов на российский рынок в 2018 г. Скорее всего, как и в последние два года, международные ритейлеры будут открывать магазины в новых ТЦ на фоне закрытия менее привлекательных по локации магазинов и торговых точек с невысокой рентабельностью.

Индекс потребительской уверенности в России продолжал увеличиваться в течение года

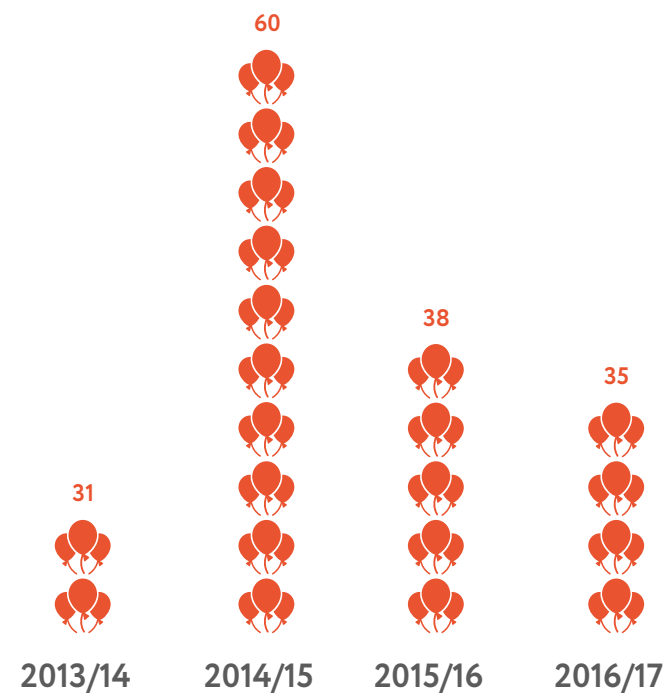
За период H2 2016 – H1 2017 он повысился на 4,8 п.п и к концу первого полугодия 2017 составил минус 14,2%. В большей степени, на повышение индекса повлиял снижающийся уровень инфляции и, как следствие, ожидание роста личного дохода.

НОВЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

35 новых международных брендов вышли на российский рынок

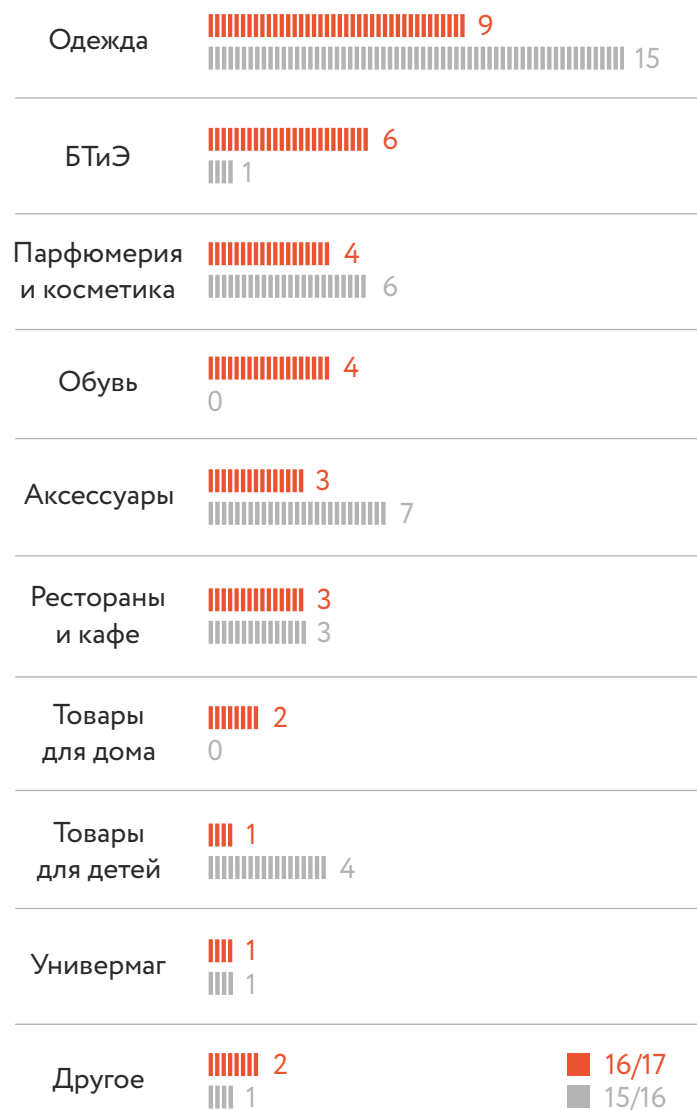


Динамика появления новых международных брендов в России



Полный список новых международных брендов
представлен в Приложении 1

Профильный состав международных брендов, вышедших на российский рынок



Большинство новых международных брендов, вышедших на российский рынок, относятся к профилю «одежда»

Профили «БТиЭ» и «обувь» показали положительную динамику по выходу новых брендов на российский рынок

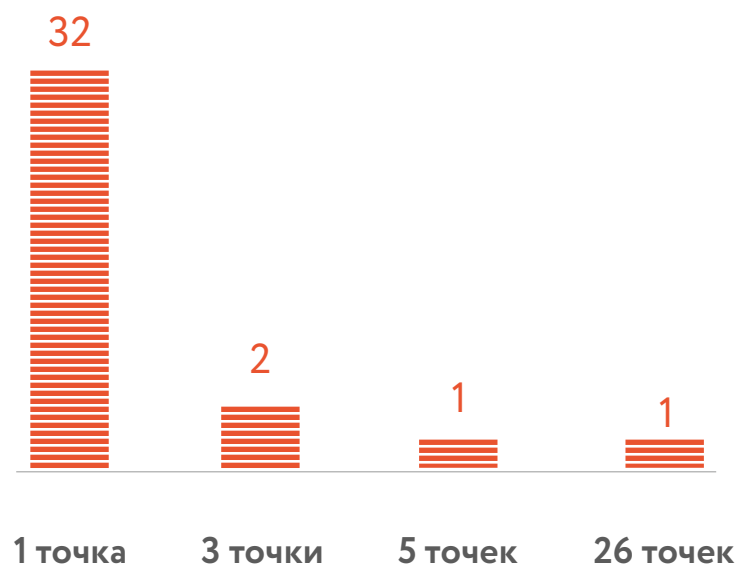
Стоит отметить высокую активность производителей электроники и бытовой техники, которая наблюдалась в текущем году. Вслед за общемировой тенденцией в России массово открываются моносторы производителей смартфонов и гаджетов. По сравнению с предыдущим периодом исследования ощутимо увеличилось количество новых международных брендов торгового профиля «БТиЭ» — с 1 бренда в прошлом году до 6 новых международных брендов в текущем. Что касается профиля «обувь», то в прошлом году на российский рынок не вышел ни один международный бренд обуви, а в течение исследуемого периода в России открыли свои магазины 4 новых бренда.

Товары для детей, одежда, аксессуары снизили темпы экспансии в РФ

Снижение темпов экспансии мы наблюдаем среди товаров для детей. Так, в текущем году количество представленных в России брендов данного профиля сократилось с 4 до 1. Сразу 6 fashion-ритейлеров и 4 бренда профиля «аксессуары» ушли с российского рынка в течение периода H2 2016 – H1 2017.

Большинство международных брендов начинают экспансию в Россию, открывая только одну точку для тестирования рынка

Распределение новых международных брендов по количеству открытых первых монобрендовых магазинов в течение года



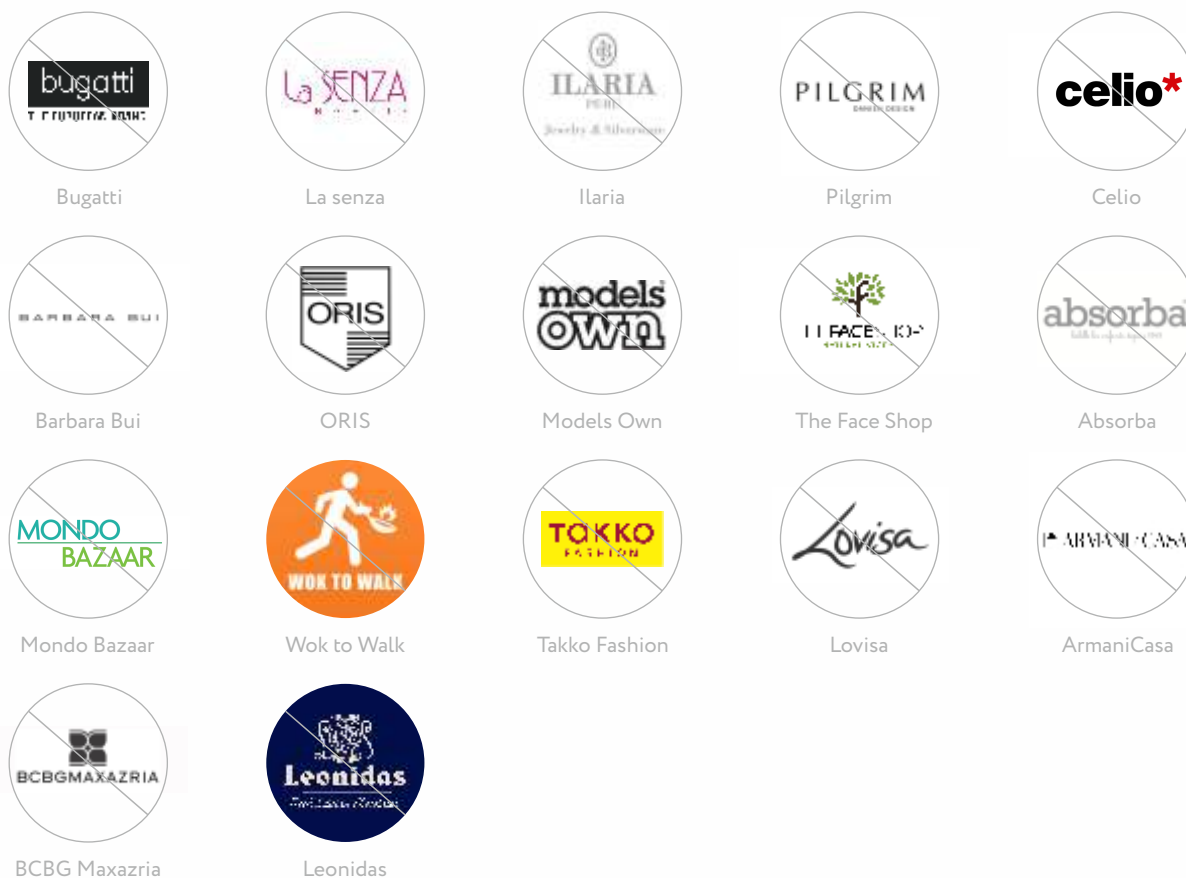
90% новых для России международных брендов ограничили открытием одной точки

Исключение — китайский производитель смартфонов Xiaomi, который в течение года открыл 26 торговых точек в разных городах России.

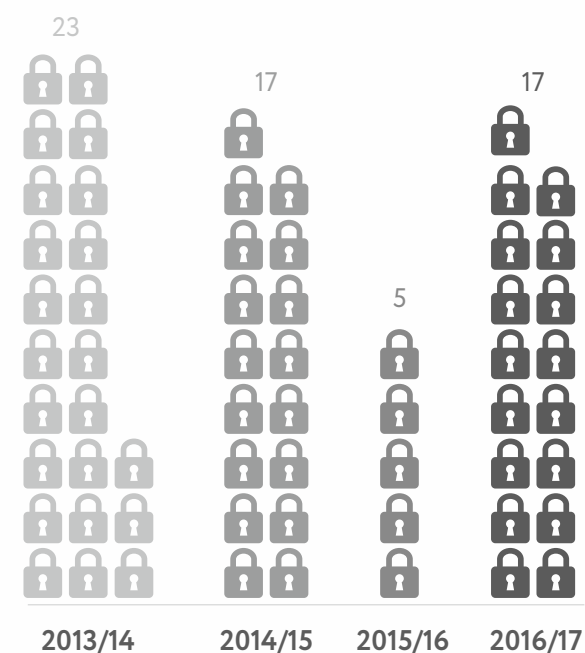
Косметические бренды — наиболее активный профиль

Так, Kiko Milano, открывший в конце июня 2016 г. первый магазин, увеличил свое присутствие за год до 17 точек. Новый итальянский бренд L'Erborario открыл 5 магазинов — в Москве и Санкт-Петербурге.

17 международных сетей приняли решение уйти с российского рынка



Динамика ухода международных брендов с российского рынка

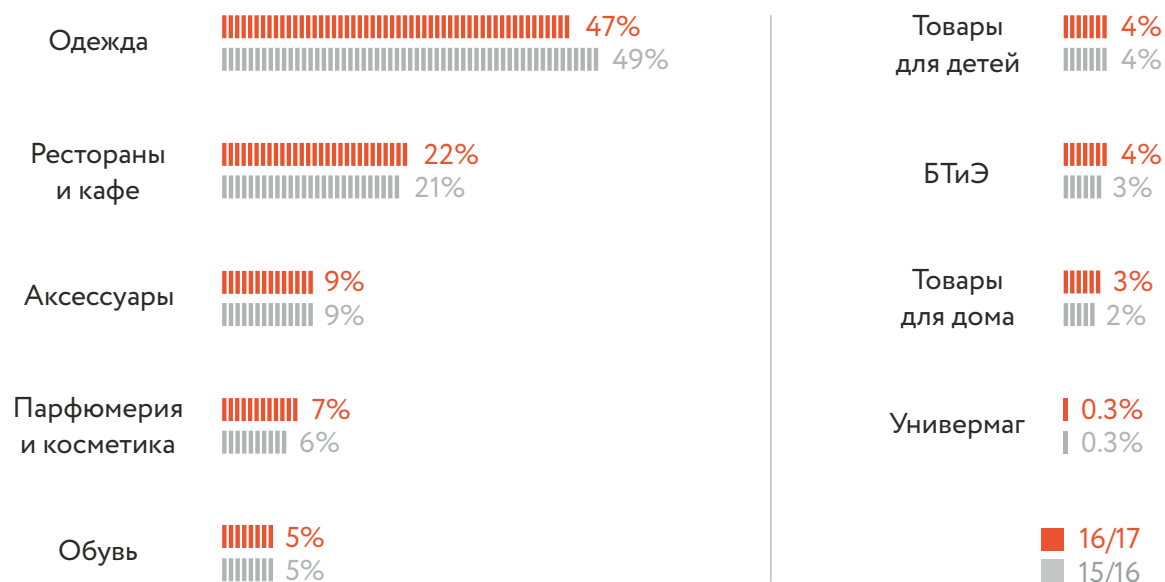


В течение исследуемого периода рынок покинули 17 международных сетей.

Ожидается, что процессы оптимизации в международных сетях завершатся и бренды найдут устойчивый формат для развития на российском рынке. Как следствие, в 2018 г. количество международных брендов, покинувших российский рынок, должно существенно сократиться по сравнению с 2017 г.

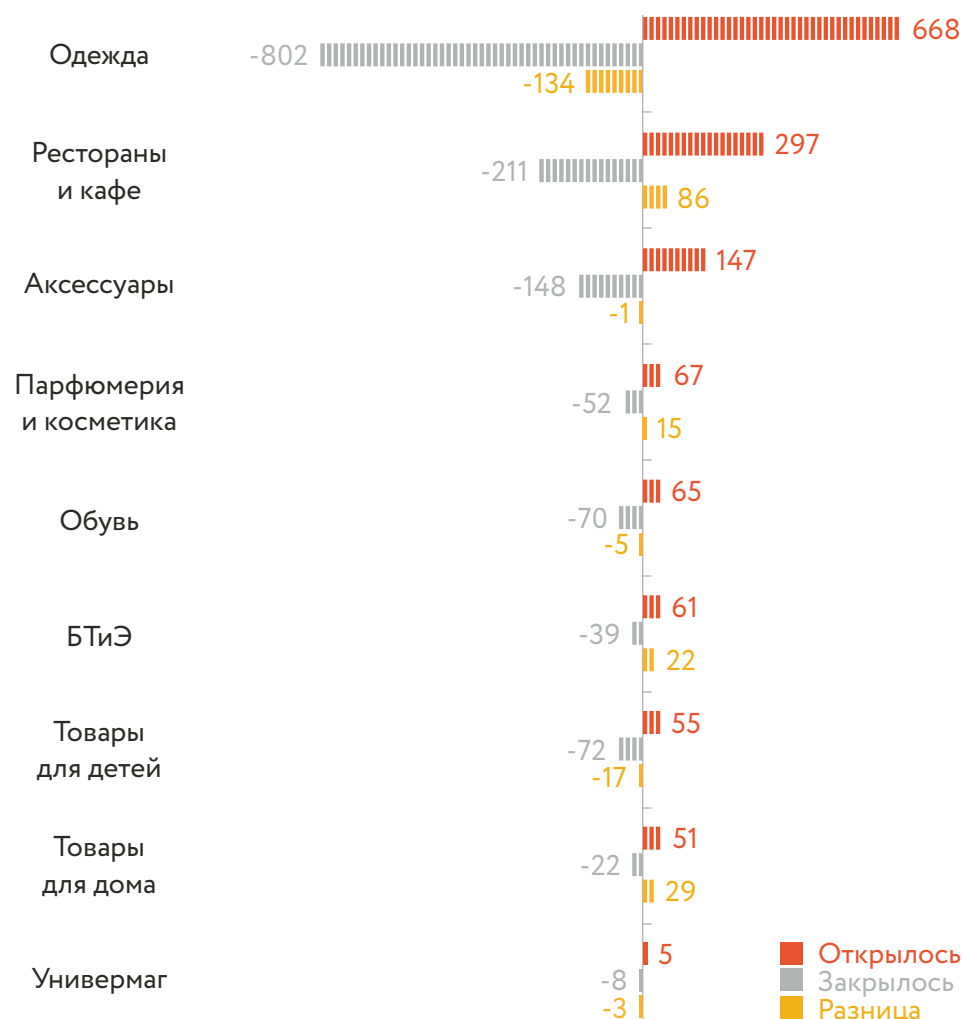
Fashion-бренды составляют практически половину от всех функционирующих на данный момент торговых точек международных брендов в России

Структура существующих торговых точек по профилям в 2016/17, в % от общего количества существующих магазинов международных брендов в РФ



Распределение представленных в России точек международных брендов по профилю не изменилось с прошлого года — большинство магазинов открыто fashion-ритейлерами.

Динамика изменения количества точек*
в составе каждого торгового профиля



*LFL-анализ, без учета магазинов новых брендов, вышедших в течение исследуемого периода

Наибольший прирост количества открытых точек наблюдается в сегменте «рестораны и кафе»

Таким образом, чистый прирост количества точек в данном профиле составил 86, в основном за счет активного развития сетей ресторанов быстрого питания. Лидеры фаст-фуд рынка продолжают открывать новые рестораны и расширяют географию своего присутствия. За сокращение точек в этом сегменте ответственны, в первую очередь, Sbarro и Subway. Новый представитель американского бренда Sbarro на территории России, HoReCa Band Group, планирует не только восстановить позиции бренда в нашей стране, но икратно увеличить число ресторанов. Сеть небольших кафе быстрого питания Subway провела масштабную оптимизацию сети. К концу текущего года компания должна запустить программу ребрендинга. Положительную динамику по изменению числа торговых точек мы наблюдали также у сетей DIY, товаров для дома, профилей «БТиЭ» и «парфюмерия и косметика».

Fashion-ритейлеры закрыли наибольшее число торговых точек

Компании, развивающие сети магазинов одежды, продолжают оптимизацию. Лидерами по сокращению числа магазинов стали спортивные fashion-бренды Adidas, Reebok и Nike. Магазины под этими брендами продолжали открываться в течение года, но в совокупности число закрытых действующих магазинов в три раза превысило число вновь открытых.

Значительная часть закрытых магазинов одежды пришлась на бренды, объявившие об уходе с российского рынка. Так, более 80 точек закрыли за отчетный период Takko Fashion и MEXX.

За прошедший период на российский рынок не вышел ни один международный бренд ценового сегмента «эконом»

Распределение новых международных брендов, вышедших на российский рынок в 2016/17 по ценовому сегменту



34% новых брендов — международные сети среднего ценового сегмента

Большинство новых брендов, вышедших на российский рынок, относятся к среднему ценовому сегменту. Более 50% занимают международные бренды ценовых сегментов «средний+» и «премиум».

Количество новых международных брендов сегмента «люкс» увеличилось в 2,5 раза

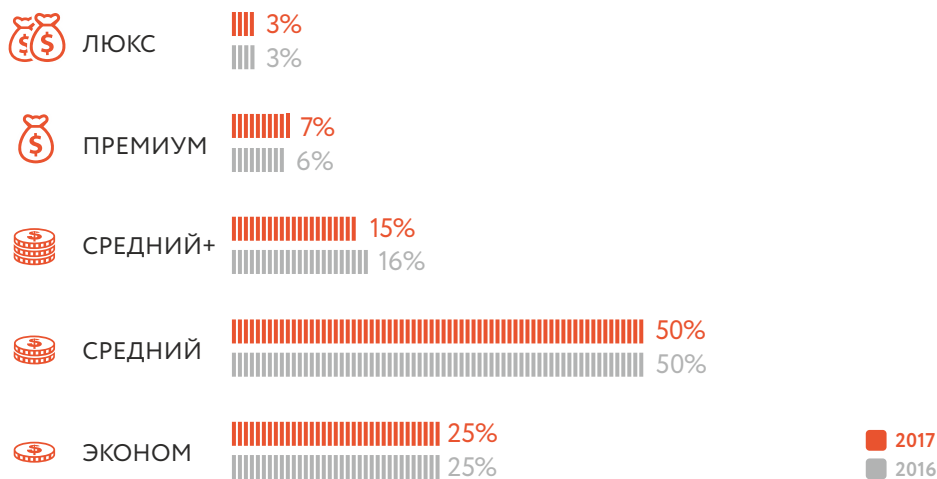
5 люксовых брендов вышли на российский рынок в течение периода H2 2016 – H1 2017. Для сравнения, годом ранее в России открыли свои магазины только два бренда ценового сегмента «люкс».

АКТИВНОСТЬ СЕТЕЙ ПО ЦЕНОВЫМ СЕГМЕНТАМ

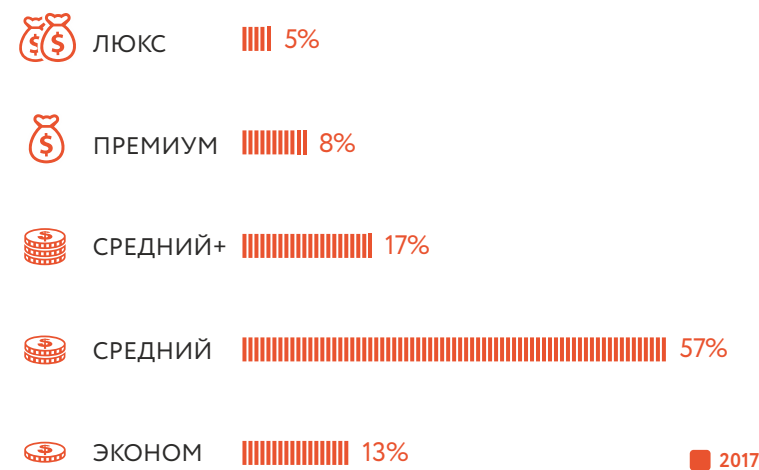
Половина работающих торговых точек международных брендов на российском рынке — сети среднего ценового сегмента (50%), при этом в сегменте «эконом» (доля в 25%) наибольшую часть формируют рестораны и кафе.

В то же время, среди fashion-ритейлеров лидирующие позиции также занимают международные сети среднего ценового сегмента (57%) и сегмента «средний+» (17%).

Распределение торговых точек международных брендов по ценовому сегменту, % от общего количества функционирующих точек в России












Распределение торговых точек международных fashion-ритейлеров по ценовому сегменту, % от общего количества функционирующих точек в России



Самые активные

ТОП-5 международных брендов в каждом профиле по общему количеству существующих в России торговых точек

									
1	ADIDAS	SUBWAY	PANDORA	ECCO	LEGO	YVES ROCHER	SAMSUNG	ZARA HOME	LEROY MERLIN
2	CALZEDONIA	MCDONALDS	DIVA	CROCS	MOTHERCARE	L'OCCITANE	SONY	VILLEROY & BOCH	OBJI
3	REEBOK	KFC	SWATCH	SALAMANDER	IMAGINARIUM	LUSH	MEDIA MARKT	IKEA	CASTORAMA
4	INTIMISSIMI	BURGER KING	SWAROVSKI	GEOX	ELC	INGLOT	MIELE	YVES DELORME	
5	COLIN'S	BASKIN ROBBINS	SAMSONITE	DEICHMANN	SMYK	THE BODY SHOP	XIAOMI	H&M HOME	

Лидеры в каждом профиле остались прежними

























В каждом из анализируемых профилей бренды-лидеры не поменялись. Эти компании нацелены на долгосрочное устойчивое развитие в России.

Новички рейтинга

В рейтинг ТОП-5 самых активных международных брендов впервые попали польская косметическая сеть Inglot, которая открыла за время присутствия в России уже 55 магазинов, а также наиболее динамично развивающийся бренд 2017 г. — китайский производитель смартфонов Xiaomi.

Самые «смелые»

Международные бренды, открывшие в 2016/17 наибольшее количество торговых точек в новых городах присутствия

	Бренд	Профиль	Количество новых городов присутствия
1	TOM TAILOR		 9
2	XIAOMI		 8
3	SAMSUNG		 7
4	LEROY MERLIN		 7
5	SKINFOOD		 7
6	BURGER KING		 6
7	H&M		 6
8	HOLIKA HOLIKA		 6
9	BASKIN ROBBINS		 5
10	STRADIVARIUS		 5
11	MONITO		 5
12	GEOX		 5

Прошлогодний лидер — бренд Pandora не попал в текущий рейтинг

Leroy Merlin и H&M продолжают активно осваивать города 500K+

При этом ритейлеры начали выходить в новый для них кластер городов — 300K+.

Лидером рейтинга стал немецкий бренд Tom Tailor

Fashion-ритейлер из Германии открыл первые магазины сразу в 9 городах России, где сеть не была представлена ранее: Якутске, Орле, Сургуте, Нижнем Тагиле, Иваново, Ставрополе, Чебоксарах, Астрахани и Екатеринбурге.

Бренды — лидеры по открытию новых торговых точек в России в 2016/17

Бренд	Профиль	Доля от всех открытых точек
1 BURGER KING		5%
2 KFC		4%
3 SUBWAY		4%
4 YVES ROCHER		3%
5 PANDORA		3%
6 MCDONALDS		3%
7 SAMSUNG		3%
8 TOM TAILOR		2%
9 H&M		2%
10 BASKIN ROBBINS		2%

Burger King, KFC и McDonalds открыли 13% точек от общего числа новых торговых точек.

Традиционно на сети быстрого питания приходится существенная доля от всех новых точек. Этот год не исключение, на долю трех самых крупных игроков рынка общественного питания — Burger King, KFC и McDonalds — в совокупности пришлось 13% от всех появившихся в течение года точек.

H&M и Tom Tailor стали лидерами fashion-сегмента по открытию магазинов в России второй год подряд.

Бренды, закрывшие наибольшее количество торговых точек в 2016/17

Бренд	Профиль	Доля от всех закрытых точек
1 SUBWAY		6%
2 ADIDAS		6%
3 REEBOK		3%
4 MEXX		3%
5 TAKKO FASHION		3%
6 SBARRO		3%
7 BASKIN ROBBINS		2%
8 NIKE		2%
9 ACCESSORIZE		2%
10 GERRY WEBER		2%

Adidas, Reebok и Nike продолжили оптимизацию.

По числу закрытых торговых точек лидируют сети, проводившие активную оптимизацию. Так, бренды спортивной одежды Adidas, Reebok, Nike в течение периода H2 2016 – H1 2017 закрыли 79, 41 и 27 магазинов соответственно.

Лидеры по закрытию торговых точек — бренды, покинувшие российский рынок.

На долю каждого из международных ритейлеров, закрывших все или почти все свои точки в России в конце 2016 г. или первой половине 2017 г. (MEXX, Takko Fashion, Sbarro), пришлось по 3% от общего числа закрытых точек в России.

Subway проведет ребрендинг.

Сеть небольших кафе быстрого питания Subway проводила в 2016-2017 гг. масштабную оптимизацию. 89 точек под вывеской Subway были закрыты, а 55 открыты в течение этого периода. К концу текущего года компания должна запустить масштабную программу ребрендинга, которая, по словам управляющих сетью, позволит восстановить и увеличить присутствие сети в России.

СРАВНЕНИЕ АКТИВНОСТИ РИТЕЙЛЕРОВ В РАЗНЫХ КЛАСТЕРАХ ГОРОДОВ

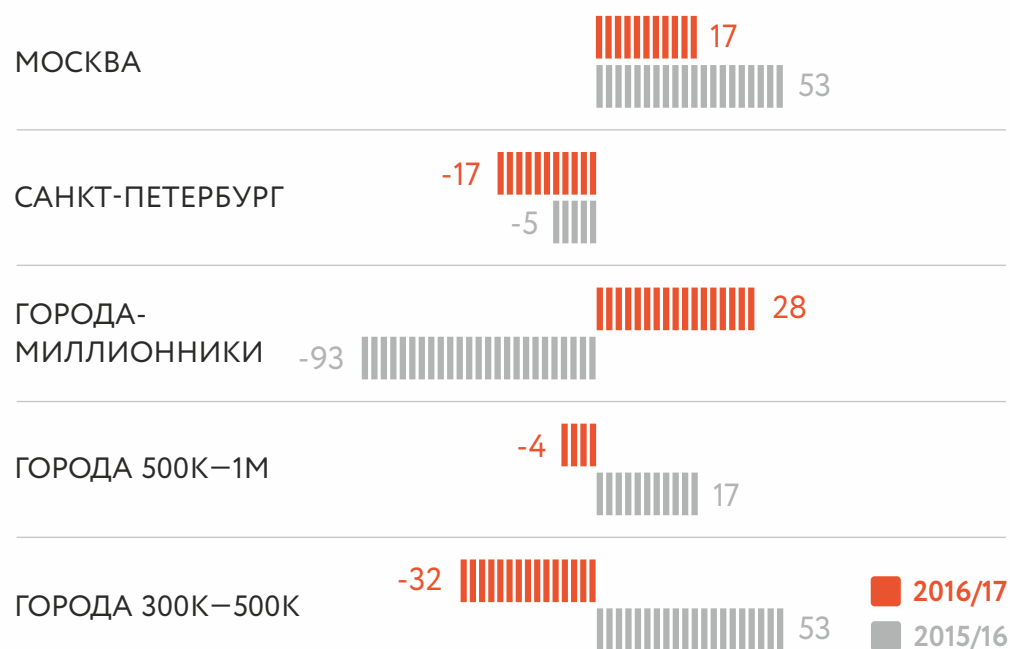
17

МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ 2017
СТЕПЕНЬ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

**МАГАЗИН
МАГАЗИНОВ**
ЭКСПЕРТ ПО ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Активность международных ритейлеров в городах-миллионниках возобновилась

Прирост количества торговых точек международных брендов
по кластерам городов в 2016/17



Прирост торговых площадей (тыс. м²) в качественных ТЦ
в период H2 2016 – H1 2017

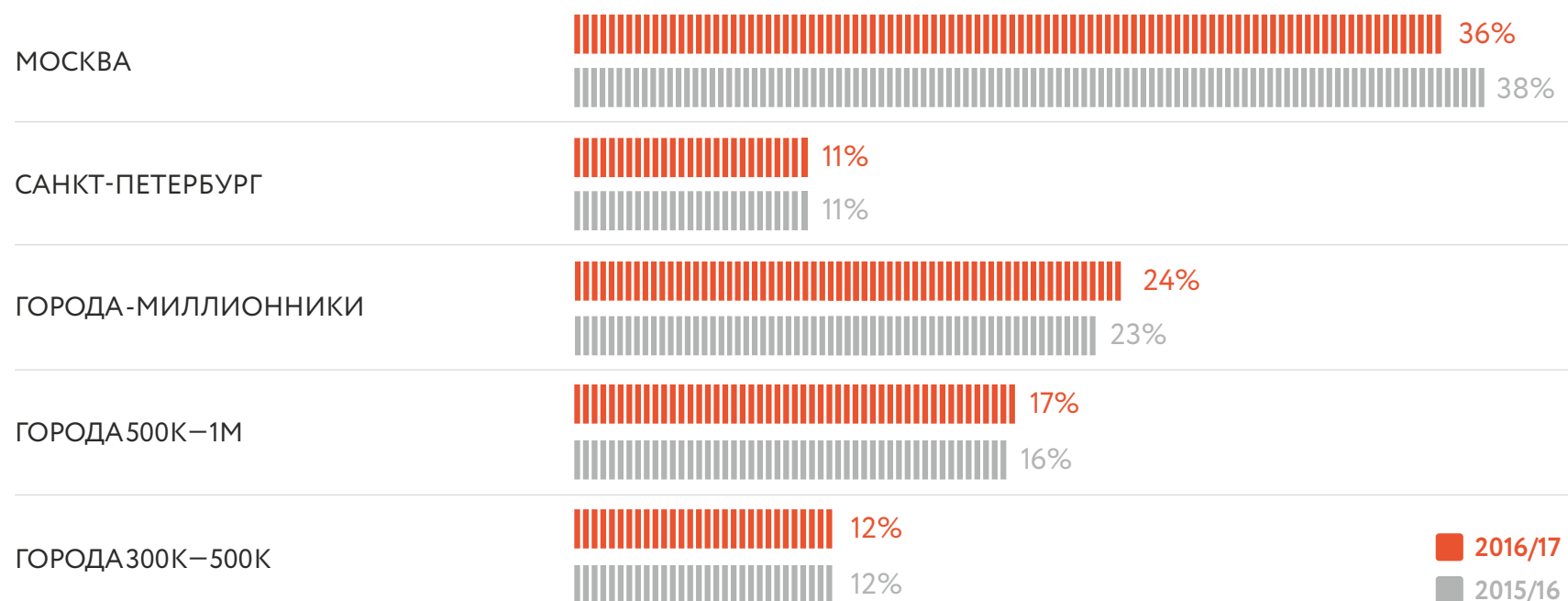


Отрицательный прирост количества торговых точек международных брендов наблюдается в Санкт-Петербурге и городах с населением от 300 до 500 тысяч человек. Именно в этих городах в течение исследуемого периода мы наблюдали наименьший прирост торговых площадей в качественных ТЦ. При этом, например, в Санкт-Петербурге не было открыто ни одного торгового центра в H1 2017 г. и не планируется до конца года. Закрытие магазинов покинувших Россию брендов в этих городах не было компенсировано открытием новых торговых точек.

В свою очередь, интерес международных ритейлеров к городам-миллионникам возобновился. Это единственный кластер городов за исключением Москвы, где в прошедшем периоде H2 2016 – H1 2017 мы отметили прирост торговых точек международных брендов, что связано с наибольшим вводом новых торговых центров в этих городах. По итогам 2017 г. прогнозируется аналогичное распределение по приросту площадей в новых ТЦ.

Распределение общего количества торговых точек международных брендов по кластерам городов не изменилось

% от общего количества функционирующих точек



За прошедший год распределение количества торговых точек международных брендов в городах не изменилось, несмотря на то, что ритейлеры вновь стали более активно развиваться в городах-миллионниках. Это происходит в тех случаях, когда положительный прирост в количестве торговых точек не столь значителен по сравнению с общим числом открытых точек.

В Санкт-Петербурге и городах с населением от 300 до 500 тыс. человек было зафиксировано сокращение количества торговых точек международных брендов

Основная причина — низкий ввод новых качественных торговых площадей. Закрытие в этих городах магазинов покинувших Россию брендов не было компенсировано открытием новых торговых точек.

Интерес международных ритейлеров к городам-миллионникам возобновился

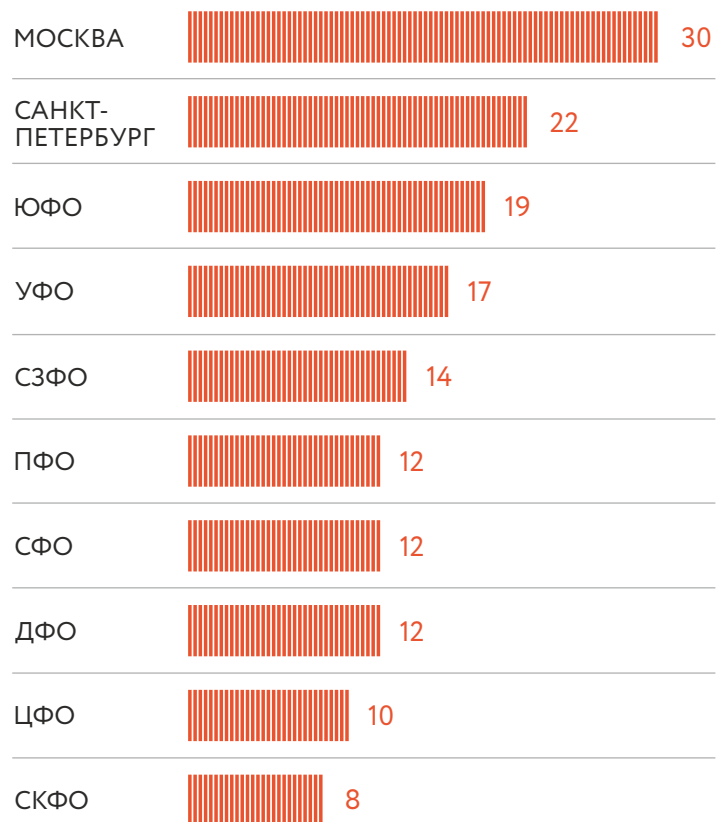
Это единственный кластер городов за исключением Москвы, где в течение исследуемого периода мы наблюдали положительный прирост торговых точек международных брендов, что связано с наибольшим вводом новых ТЦ в этих городах. По итогам 2017 г. прогнозируется такой же прирост торговых площадей в качественных ТЦ в городах-миллионниках — порядка 404 тыс. м².

К середине 2018 г., скорее всего, мы будем наблюдать смещение интереса международных ритейлеров к городам с численностью населения 500 тысяч – 1 миллион жителей

Связано это с тем, что именно в данном кластере городов прогнозируется наибольший прирост качественных торговых площадей (только по итогам 2017 г. порядка 374 тыс. м²), так же как и в Москве (641 тыс. м²).

Распределение существующих точек международных брендов по федеральным округам

Количество точек на 100 тысяч жителей



Изменение количества магазинов по федеральным округам



Крупные города Сибирского федерального округа обладают хорошим потенциалом для экспансии сетей как в составе новых, так и действующих ТЦ

Дальний Восток и Северный Кавказ продолжают оставаться федеральными округами, наименее охваченными международными сетями

В то же время это **регионы с лучшей динамикой открытия торговых точек глобальных брендов.**

Москва сохранит лидерство как по абсолютному, так и относительному приросту числа магазинов международных брендов

Каждый год новые бренды предпочитают открывать свои первые точки именно в столице. Стратегия интенсивного расширения своего присутствия в рамках только столицы оправдывает себя для многих категорий розничных компаний, особенно работающих в высоком ценовом сегменте.

ТОП-10 ГОРОДОВ РОССИИ ПО ПРИСУТСТВИЮ МЕЖДУНАРОДНЫХ БРЕНДОВ

22

МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ 2017
СТЕПЕНЬ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

М МАГАЗИН
МАГАЗИНОВ
ЭКСПЕРТ ПО ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

ТОП-10 российских городов по присутствию международных брендов в течение периода (H2 2016 – H1 2017) не изменился. Первое место по-прежнему занимает Москва, за ней следует Санкт-Петербург, тройку лидеров замыкает столица Урала — Екатеринбург. Незначительно улучшили свои позиции Казань (+1) и Тюмень (+1).

Традиционно заметный прирост числа международных брендов наблюдался в Москве (за счет открытия первых точек новых международных брендов) и Екатеринбурге. Во всех остальных городах из ТОП-10, за исключением Краснодара, в течение года число международных брендов снизилось, в том числе и в Санкт-Петербурге, который покинули 10 брендов.

Город	Кол-во межд. брендов, 2017, % от присутствующих в РФ	Изменение числа брендов, 2017/16	Ранг			Кол-во торговых точек межд. брендов, 2017	Кол-во торговых точек межд. брендов, 2016	Прирост числа торг. точек межд. брендов, 2017/2016	
			2017	2016	Изм.				
1 МОСКВА	87%	+53 ↑	1	1	0	3773	3592	+181	↑
2 САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	42%	-10 ↓	2	2	0	1176	1175	+1	↑
3 ЕКАТЕРИНБУРГ	31%	+8 ↑	3	3	0	341	332	+9	↑
4 КРАСНОДАР	28%	+1 ↑	4	4	0	342	332	+10	↑
5 РОСТОВ-НА-ДОНУ	24%	-2 ↓	5	5	0	247	255	-8	↓
6 КАЗАНЬ	20%	-1 ↓	6	7	1	190	185	+5	↑
7 НОВОСИБИРСК	20%	-5 ↓	7	6	-1	235	239	-4	↓
8 САМАРА	19%	-1 ↓	8	8	0	218	219	-1	↓
9 ТЮМЕНЬ	17%	-3 ↓	9	10	1	155	156	-1	↓
10 УФА	17%	-5 ↓	10	9	-1	194	197	-3	↓

РЕЙТИНГ ПРИСУТСТВИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ БРЕНДОВ В ГОРОДАХ С НАСЕЛЕНИЕМ 300К – 500К ЧЕЛОВЕК*

23

МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ 2017
СТЕПЕНЬ РАЗВИТИЯ В РОССИИ



*ПО ОБЩЕМУ КОЛИЧЕСТВУ МЕЖДУНАРОДНЫХ БРЕНДОВ В РОССИИ

Из кластера городов с населением 300К – 500К заметный прирост числа международных брендов в течение года наблюдался только в Ставрополе, что позволило ему войти в верхнюю часть рейтинга и подняться на 7 позиций по сравнению с прошлым периодом исследования

Город	Кол-во межд. брендов, 2017, % от присутствующих в РФ	Изменение числа брендов, 2017/16		Ранг			Кол-во торговых точек межд. брендов, 2017	Кол-во торговых точек межд. брендов, 2016	Прирост числа торг. точек межд. брендов, 2017/2016	
				2017	2016	Изм.				
1 СОЧИ	15%	0		1	1	0	117	111	+6	↑
2 СУРГУТ	12%	-5	↓	2	2	0	109	112	-3	↓
3 КАЛИНИНГРАД	12%	-3	↓	3	3	0	77	83	-6	↓
4 БРЯНСК	8%	-4	↓	4	5	1	51	54	-3	↓
5 ТУЛА	8%	+2	↑	5	8	3	64	60	+4	↑
6 АРХАНГЕЛЬСК	8%	-1	↓	6	7	1	62	65	-3	↓
7 СТАВРОПОЛЬ	8%	+9	↑	6	13	7	56	47	+9	↑
8 БЕЛГОРОД	8%	-6	↓	8	6	-2	57	64	-7	↓
9 СИМФЕРОПОЛЬ	7%	+2	↑	9	9	0	52	50	+2	↑
10 ЧЕБОКСАРЫ	7%	0		10	9	-1	46	45	+1	↑

РЕЙТИНГ ПРИСУТСТВИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ БРЕНДОВ В ГОРОДАХ С НАСЕЛЕНИЕМ 300К – 500К ЧЕЛОВЕК*

24

МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ 2017
СТЕПЕНЬ РАЗВИТИЯ В РОССИИ



*ПО ОБЩЕМУ КОЛИЧЕСТВУ МЕЖДУНАРОДНЫХ БРЕНДОВ В РОССИИ

Ставрополь, Тула и Нижний Тагил оказались единственными городами кластера, в которых рост числа торговых точек международных брендов был связан с открытием торговых центров в текущем или предшествующем периоде. В конце 2015 г. были открыты крупные объекты — ТРЦ «Макси» в Туле, 2-я очередь Мегацентра «Космос» в Ставрополе, в конце 2016 г. — 2-я очередь ТЦ Дери в Нижнем Тагиле.

Города кластера 300К – 500К, в которых открывались новые качественные ТЦ

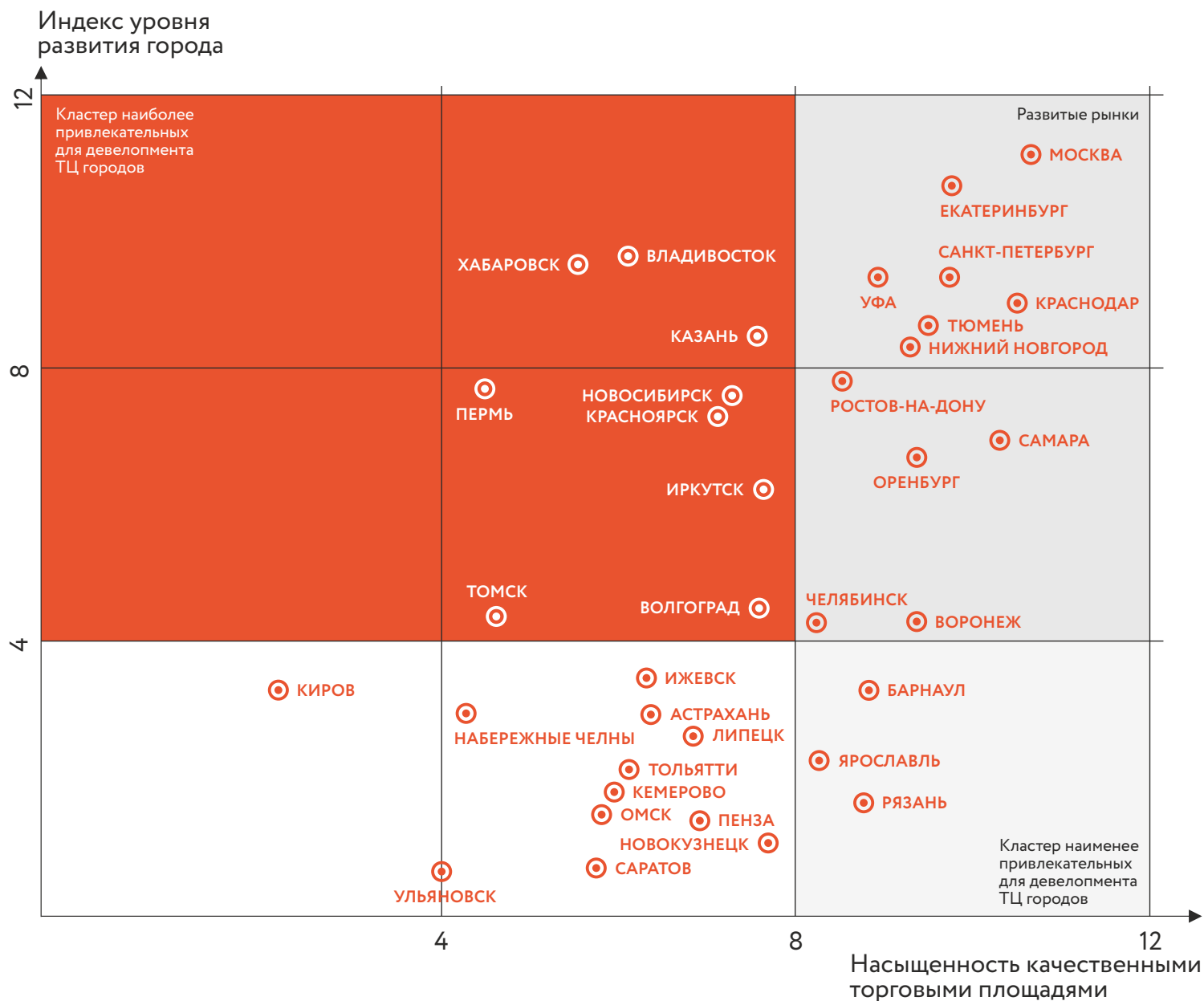
	Город	Ввод качественных площадей за период 2015-Н1 2017, м ²
1	КУРСК	124 000
2	ТУЛА	85 000
3	ТВЕРЬ	50 000
4	АРХАНГЕЛЬСК	49 200
5	МУРМАНСК	45 000
6	СТАВРОПОЛЬ	42 000
7	МАГНИТОГОРСК	34 000
8	НИЖНИЙ ТАГИЛ	16 000
9	УЛАН-УДЭ	14 000
10	ЧИТА	10 000

Города кластера, в которых отмечен рост числа торговых точек МБ

	Город	Прирост числа торговых точек МБ, 2017/16
1	СТАВРОПОЛЬ	9
2	СОЧИ	6
3	ТУЛА	4
4	НИЖНИЙ ТАГИЛ	3
5	СИМФЕРОПОЛЬ	2
6	ТВЕРЬ	2
7	ЧИТА	2
8	ЧЕБОКСАРЫ	1
9	КУРГАН	1

Если рейтинг крупнейших городов РФ стабилен уже несколько лет, то рейтинг городов с населением от 300 до 500 тыс. человек ежегодно меняется. Перемещение на несколько позиций вверх может быть связано с открытием даже одного нового ТЦ в городе.

КУДА СТРЕМИТЬСЯ МЕЖДУНАРОДНЫМ СЕТЯМ

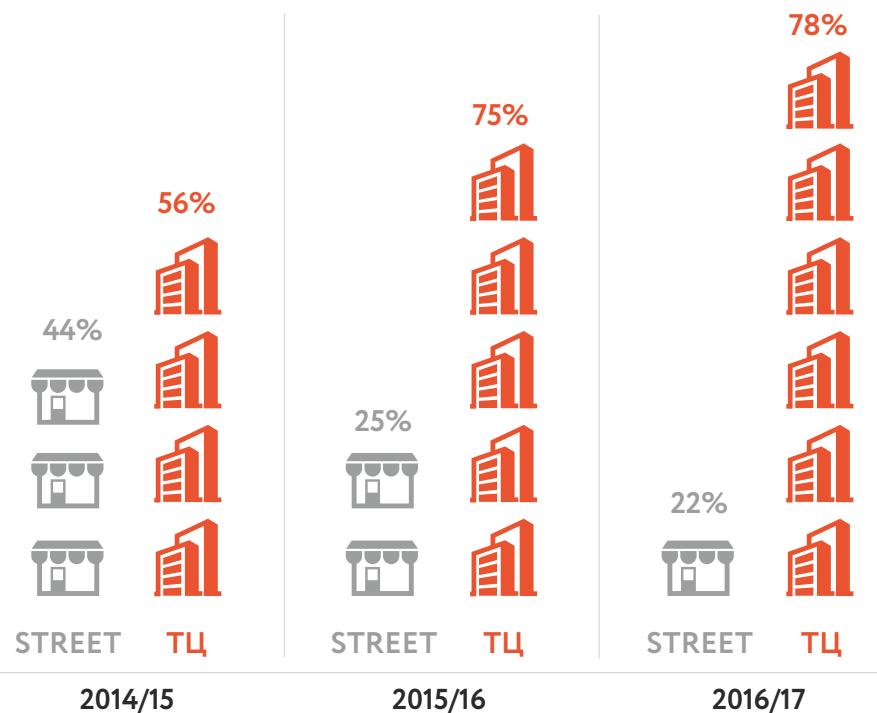


Ежегодно мы актуализируем рейтинг городов России, наиболее перспективных для девелопмента новых торговых центров. Матрица привлекательности городов отображает место каждого города кластера 500К+ в системе координат: Насыщенность торговыми площадями и Уровень развития. Первая четверть матрицы — развитые, зрелые рынки торговой недвижимости. Четвертая четверть — наиболее перспективные города, их насыщенность торговыми центрами невысокая при хорошем экономическом фоне. Индекс уровня развития города — композитный, формируется на основании сравнительных данных по экономическому потенциалу города, уровню развития торговли.

В результате выделены следующие города: Владивосток, Хабаровск, Новосибирск, Красноярск, Казань, Пермь, Иркутск, Томск и Волгоград. Они являются наиболее перспективными для строительства новых ТЦ, а значит, и для выхода международных брендов и расширения их географии в будущем. В число лидеров вошли города, в которых мы наблюдаем низкую обеспеченность площадями в качественных торговых центрах, так, например, для Перми этот показатель составляет всего 137 м² на 1 000 жителей (по состоянию на Н1 2017), для Владивостока — 187 м² на 1 000 жителей, Хабаровска — 154 м² на 1 000 жителей, при этом именно в этих городах достаточно высокий индекс уровня развития.

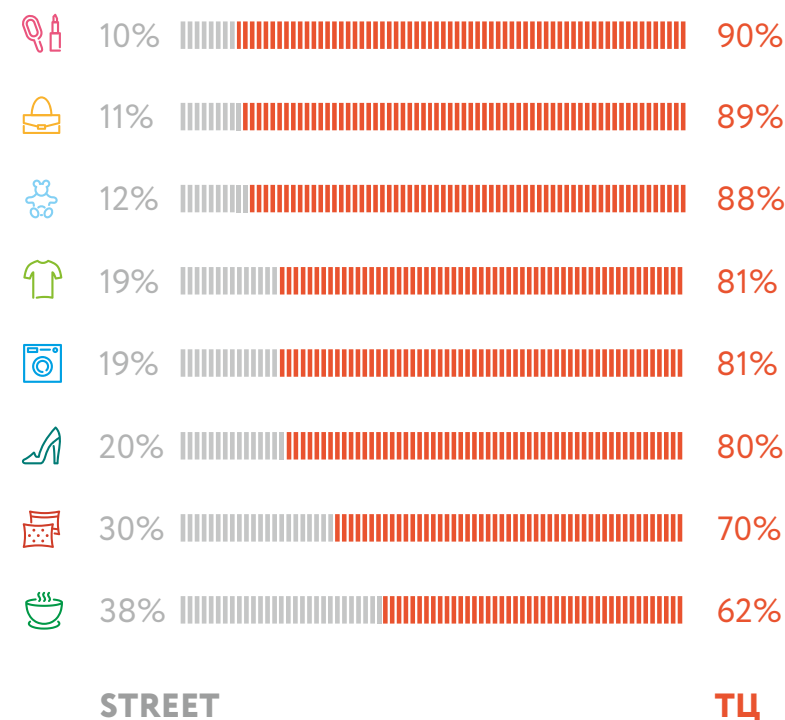
Международные бренды продолжают открывать торговые точки в ТЦ

Соотношение по открытым в ТЦ и Street-Retail торговым точкам
каждый год растет в пользу ТЦ*



(*LFL, по брендам, имевшим открытые точки на начало периода)

Распределение соотношения совокупного количества
торговых точек в Street-Retail и ТЦ по основным профилям,
% от общего количества функционирующих точек в профиле



- В течение года в торговых центрах открылось новых точек больше, чем закрылось. В Street-Retail количество закрытых магазинов превысило число открытых.
- Международные бренды открывают свои торговые точки в составе ТЦ, сети общественного питания открывают как отдельностоящие точки, так и в составе фуд-кортв в ТЦ.
- Активное перераспределение действующих магазинов из уличных помещений в ТЦ проводили сети по продаже товаров для детей, а также магазины парфюмерии и косметики.

Что можно сказать об экспансии международных сетей в России за последний год?

- На российском рынке появилось **35 новых международных брендов**.
- На середину 2017 г. **511 международных брендов** имели функционирующие точки в РФ.
- **Международные сети вновь выбирают города-миллионники** для открытия новых торговых точек.
- **Наиболее активную экспансию проводят сети ресторанов быстрого питания**, при этом заметно расширяясь в регионах фактического присутствия;
- **ТОП-10 российских городов по присутствию международных брендов не изменился**. При этом на одну позицию вверх поднялись **Казань и Тюмень**. Традиционно заметный прирост числа международных брендов наблюдался в Москве (за счет открытия первых точек новых международных брендов) и Екатеринбурге. Во всех остальных городах из ТОП-10 (кроме Краснодар) в течение года число международных брендов снизилось, в том числе и в **Санкт-Петербурге, который покинули 10 брендов**.
- **Дальний Восток и Северный Кавказ** продолжают оставаться федеральными округами, наименее охваченными международными сетями. В то же время это **регионы с лучшей динамикой открытия торговых точек глобальных брендов**.
- **97% от общего числа закрытий торговых точек международных брендов в текущем году произошло в рамках продолжающейся оптимизации**, которую проводят международные сети, давно присутствующие на российском рынке. Процессы оптимизации международных ритейлеров в основном связаны с поиском более выгодных условий и коммерчески эффективных локаций. Только 3% приходится на бренды, покинувшие российский рынок в течение исследуемого периода.
- **Привлекательные для девелопмента города:** Владивосток, Хабаровск, Казань, Новосибирск, Пермь, Красноярск, Иркутск, Томск.

Что ждать в следующем году?

- **В следующем году мы будем наблюдать смещение интереса сетей к городам с численностью населения 500 тыс. – 1 млн. жителей.**
В данном кластере городов прогнозируется наибольший прирост качественных торговых площадей (только по итогам 2017 г. порядка 374 тыс. м²), так же как и в Москве (641 тыс. м²).
- Высокий интерес международных брендов, уже представленных в России, мы будем наблюдать по отношению к городам Сибири. **Крупные города Сибирского федерального округа обладают хорошим потенциалом для экспансии сетей** как в составе новых, так и действующих ТЦ.
- Сохранится **высокая динамика прироста количества торговых точек** как новых для России, так и уже представленных на рынке международных брендов в городах **Дальнего Востока и Северного Кавказа.**
- **Москва сохранит лидерство как по абсолютному, так и относительному приросту числа магазинов международных брендов** — это огромный потребительский потенциал для компаний, только вышедших в Россию, ввиду более высокой покупательской способности все международные бренды тестируют российский рынок в Москве, и их первые торговые точки открываются именно здесь.
- Исходя из анонсированных к выходу во втором полугодии 2017 г. на российский рынок новых международных брендов, в следующем году стоит ожидать сохранения динамики выхода новых международных брендов, которых должно стать больше, чем год назад.
- Ожидается, что процессы оптимизации в международных сетях завершатся, и международные бренды найдут устойчивый формат для развития на российском рынке. Как следствие, международных брендов, покинувших российский рынок, в 2018 г. должно стать существенно меньше, чем в 2017 г.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ, ОТКРЫВШИЕ В Н2 2016 – Н1 2017
ПЕРВЫЕ МОНОБРЕНДОВЫЕ ТОЧКИ В РОССИИ

№	Бренд	Ценовой сегмент	Торговый профиль	Страна происхождения	Город открытия	Место размещения	Локация первой точки
1	AEG	Средний+	БТиЭ	Германия	Москва	Street-Retail	Ленинский проспект, 61
2	Ahimsa	Средний+	Одежда	Италия	Москва	ТЦ	Афимолл Сити
3	Aquazzura	Люкс	Обувь	Италия	Москва	Street-Retail	Петровка, 18
4	Bruuns Bazaar	Премиум	Одежда	Дания	Москва	ТЦ	МФК Кунцево Плаза
5	Caffe Vergnano	Премиум	Рестораны и кафе	Италия	Москва	ТЦ	МФК Киевский
6	Dani by Daniel K	Люкс	Аксессуары	США	Москва	ТЦ	Времена года
7	DJI	Средний	БТиЭ	Китай	Москва	ТЦ	Метрополис
8	Eataly	Средний+	Продукты питания	Италия	Москва	ТЦ	МФК Киевский
9	Eglo	Премиум	Товары для дома	Австрия	Моск. обл.	ТЦ	РИГА МОЛЛ
10	Giorgio Armani Beauty	Средний+	Парфюмерия и косметика	Италия	Москва	ТЦ	Атриум
11	High by Claire Campbell	Средний+	Одежда	Италия	Москва	ТЦ	Европейский
12	Huawei	Средний	БТиЭ	Китай	Москва	Street-Retail	Тверская, 28
13	Japonica	Средний	Парфюмерия и косметика	Япония	Москва	ТЦ	МЕГА Белая дача, МЕГА Химки
14	JURA Store	Премиум	БТиЭ	Швейцария	Москва	ТЦ	ГУМ
15	Koton Jeans	Средний	Одежда	Турция	Москва	ТЦ	Капитолий на Вернадского
16	L.K.Bennett	Премиум	Одежда	Великобритания	Москва	ТЦ	Метрополис
17	L'Erbolario	Средний	Парфюмерия и косметика	Италия	Москва, Санкт-Петербург	ТЦ	Афимолл Сити, Атриум, БЦ ЛОТТЕ Плаза, БЦ Воздвиженка (М.), Европолис (СПб.)

МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ, ОТКРЫВШИЕ В H2 2016 – H1 2017
ПЕРВЫЕ МОНОБРЕНДОВЫЕ ТОЧКИ В РОССИИ

№	Бренд	Ценовой сегмент	Торговый профиль	Страна происхождения	Город открытия	Место размещения	Локация первой точки
18	Mandarina Duck	Премиум	Кожгалантерея	Италия	Москва	ТЦ	Метрополис
19	Mauboussin	Премиум	Аксессуары	Франция	Москва	ТЦ	Nikol'skaya Plaza
20	Mc2 Saint Barth	Средний+	Одежда	Италия	Москва	ТЦ	ГУМ
21	MEIZU	Средний	БТиЭ	Китай	Санкт-Петербург	Street-Retail	Лиговский проспект, 153
22	MINISO	Средний	Товары для дома	Япония	Москва	ТЦ	Columbus
23	Mirdada	Средний	Одежда детская	Беларусь	Белгород	ТЦ	РИО
24	Montale	Люкс	Парфюмерия и косметика	Франция	Москва	ТЦ	Vegas Крокус Сити
25	Palais des Thés	Средний+	Бутик чая	Франция	Москва	Street-Retail	ул. Покровка, 4, стр. 1
26	Peter Kaiser	Средний+	Обувь	Германия	Москва	ТЦ	Калужский
27	Plein Sport	Люкс	Спорт	Германия	Москва	ТЦ	Метрополис
28	Radeberger Pilsner	Средний	Рестораны и кафе	Германия	Москва	ТЦ	Афимолл Сити
29	SCHNEIDERS Salzburg	Люкс	Одежда	Австрия	Москва	ТЦ	РИГА МОЛЛ
30	TRIB3	Средний	Фитнес	Великобритания	Москва	Street-Retail	БЦ White Stone
31	Truefitt & Hill	Средний+	Услуги	Великобритания	Москва	Street-Retail	ул. Балчуг, дом 1
32	Veta	Средний	Одежда	Эстония	Санкт-Петербург	Street-Retail	Каменноостровский просп.
33	Xiaomi	Средний	БТиЭ	Китай	Москва	ТЦ	Калейдоскоп
34	Zanellato	Премиум	Аксессуары	Италия	Москва	ТЦ	Крокус Сити Молл
35	Zlocchi	Премиум	Обувь	Испания	Москва	Street-Retail	ул. Большая Дмитровка, 13

Ритейлерам

ПОДБОР ПОМЕЩЕНИЙ

- Подбор помещений Street-Retail;
- Подбор помещений в ТЦ;
- Целевой поиск торговых помещений.

СОПРОВОЖДЕНИЕ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ

- Оптимизация торговой сети/условий аренды;
- Разработка стратегии развития розничных сетей и консалтинг;
- Аналитика торговой недвижимости и ритейла.

ГЕОМАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Оценка потенциала рынка;
- Выявление лучших локаций для развития сети;
- Расчет будущего товарооборота.

СОПРОВОЖДЕНИЕ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ/TENANT REPRESENTATION



КСЕНИЯ ГРЕВЦОВА

Руководитель направления
grevtsova@magazinmagazinov.ru

Портфолио



NESPRESSO

Открытие 7-ми бутиков
на главных улицах городов России

Москва	Санкт-Петербург	Екатеринбург
3 бутика, флагман 520 м ²	412 м ²	260 м ²



UNIQLO

Открытие первого флагманского
магазина в Москве

ТЦ «Атриум»
1500 м²



NIKE

Открытие первых собственных
розничных магазинов на территории
России

Москва	Санкт-Петербург
5 магазинов	2 магазина (открыт самый большой магазин NIKE в Европе 900 м ²)

ЗАКАЗАТЬ УСЛУГИ:

info@magazinmagazinov.ru

+7 495 790 00 00

Девелоперам торговой недвижимости

СОЗДАНИЕ УСПЕШНОГО ТЦ

- Определение перспективных локаций размещения ТЦ;
- Анализ потенциала земельного участка;
- Разработка коммерчески эффективной концепции ТЦ;
- Финансовый анализ проекта/разработка инвестиционного меморандума;
- Привлечение финансирования/поиск соинвесторов;
- Сопровождение инвестиционной продажи ТЦ;
- Эффективное заполнение арендаторами;
- Сопровождение проектирования

- Разработка коммерческой концепции МФК;
- Разработка коммерческой концепции транспортной инфраструктуры;
- Разработка коммерческой концепции жилых районов.

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ

ПЛАНИРУЕМЫЕ ТОРГОВЫЕ ОБЪЕКТЫ

- Оптимальное размещение проекта на участке;
- Организация сети пешеходных и автомобильных потоков;
- Функциональное зонирование объекта;
- Проектирование парковки и погрузочно-разгрузочных зон.

ЗАКАЗАТЬ УСЛУГИ:info@magazinmagazinov.ru

+7 495 790 00 00

КОНСАЛТИНГ



АНДРЕЙ ВАСЮТКИН

Руководитель отдела
исследований и консалтинга
vasyutkin@magazinmagazinov.ru

БРОКЕРИДЖ ТЦ



ДИАНА ЗАЗНОБИНА

Руководитель направления «ТЦ»
zaznobina@magazinmagazinov.ru

ЗАКАЗ УСЛУГ КОМПАНИИ



МАКСИМ МАНКЕВИЧ

Директор по развитию
mankevich@magazinmagazinov.ru

Девелоперам торговой недвижимости

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ТЦ

- Редевелопмент территорий;
- Реконцепция ТЦ;
- Дозаполнение арендаторами;
- Ротация арендаторов;
- Привлечение целевых брендов и концепций.

ГЕОМАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Выбор лучших локаций для строительства ТЦ;
- Определение оптимального размера объекта;
- Расчет показателей будущего арендного дохода.

АНАЛИТИКА ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ВЕРНЫХ РЕШЕНИЙ

- Подбор перспективных городов и территорий для девелопмента;
- Аналитика для эффективного управления ТЦ и работы с арендаторами.

БРОКЕРИДЖ
ДЕЙСТВУЮЩИХ ТЦ



ИРИНА ХОХЛОВА

Руководитель направления
«Действующие ТЦ»

khokhlova@magazinmagazinov.ru

ГЕОМАРКЕТИНГОВЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ



АЛЕКСЕЙ НИКИФОРОВ

Руководитель
направления «ГИС»

nikiforov@magazinmagazinov.ru

ЗАКАЗАТЬ УСЛУГИ:

info@magazinmagazinov.ru

+7 495 790 00 00

СОБСТВЕННИКАМ ПОМЕЩЕНИЙ STREET-RETAIL

ПОДБОР АРЕНДАТОРОВ

- Экспертная оценка помещений и консалтинг;
- Быстрый поиск арендаторов.

ПРОДАЖА/ПРИБРЕТЕНИЕ ПОМЕЩЕНИЙ

- Продажа помещений и земельных участков;
- Приобретение помещений и земельных участков.

ПОДБОР АРЕНДАТОРОВ ПОМЕЩЕНИЙ STREET-RETAIL



МАРИНА МАРКОВА

Руководитель
направления Street-Retail
markova@magazinmagazinov.ru

ПОДБОР АРЕНДАТОРОВ ПОМЕЩЕНИЙ STREET-RETAIL



НАТАЛЬЯ КОЛЕСНИЧЕНКО

Руководитель группы
Street-Retail
kolesnichenko@magazinmagazinov.ru

ПРОДАЖА/ПРИБРЕТЕНИЕ ПОМЕЩЕНИЙ STREET-RETAIL



АЛЕКСЕЙ БРЕЧКО

Руководитель отдела продаж
Street-Retail
brechko@magazinmagazinov.ru

ЗАКАЗАТЬ УСЛУГИ:

info@magazinmagazinov.ru

+7 495 790 00 00

**ПОДРОБНЕЕ ОБ УСЛУГАХ
НА САЙТЕ**

www.magazinmagazinov.ru

МАГАЗИН МАГАЗИНОВ

ЭКСПЕРТ ПО ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ



+7 495 790 00 00

info@magazinmagazinov.ru

для прессы: perepelitsa@magazinmagazinov.ru

119034, Москва, ул. Пречистенка, 40/2, стр. 1