

image not found or type unknown



За восемь месяцев 2019 года в РФ вышло 18 новых международных брендов, большинство из них — в Москву. При этом массовый выход международных брендов в целом обеспечило открытие ТЦ «Калина Молл» во Владивостоке, сообщается в исследовании «Магазин магазинов».

С января по август этого года в Россию пришли 18 новых международных брендов, из них 16 брендов — в Москву. Среди них:

Одежные магазины

- Vape, Cult Gaia, Loewe и Off-White (ЦУМ);
- Billabong и Hackett London («Метрополис»);
- Cesare Attolini (The Ritz-Carlton);
- Li-Ning («Буденовский»);
- Rains («Марсаков»);

Обувные магазины

- Birkenstock («Цветной»);

Магазины товаров для детей

- Carter's | OshKosh («Мега Теплый Стан»);

Магазины аксессуаров

- Giovanni Raspini (МФК «Башня Федерации»);
- Richard Mille (Столешников переулок, 14);

Рестораны и кафе

- Caffè Vergnano (ул. Сергея Макеева, 9);
- Ilunch («Амальтея»);

— Matsuya (ул. Сущевская, строение, 27).

Пять брендов (Vape, Cult Gaia, Loewe и Off-White в ЦУМе, а также Birkenstock в Цветном) открылись в формате корнеров.

Кроме того, одежный ретейлер Giorgio Magnani открыл магазин на Большой Конюшенной улице, а бренд парфюмерии и косметики Sothys — в ТЦ «Гранд Палас» в Санкт-Петербурге.

Почти все новые международные бренды по-прежнему выбирают для первого открытия столичные топовые торговые центры, отмечают авторы исследования.

Как пояснила ведущий аналитик «Магазин магазинов» Ярослава Шилова, массовый выход международных брендов обеспечил запуск ТЦ «Калина Молл» во Владивостоке. «Ранее компании останавливалась не только дорогая логистика, но и отсутствие площадок, соответствующих уровню международных марок. Это всего лишь второй торговый объект профессионального уровня в регионе, который смог заинтересовать компании. А менее чем через месяц откроется еще один значимый для ДФО проект и первый профессиональный торговый центр для Хабаровска — Brosko Mall, в котором будут открыты магазины многих международных брендов, уникальных для Хабаровска, а также для ДФО», — прокомментировала Ярослава Шилова.

Самые привлекательные ТЦ для международных брендов за год (2 полугодие 2018 года - 1 полугодие 2019 года)

Лидерами по открытиям торговых точек международных брендов в Москве стали торговые центры:

«Саларис» — 17 открытий;

«Мега Теплый Стан» — 17 открытий, среди новых для российского рынка международных брендов — Sephora;

«Авиапарк» — 16 открытий, среди новых — Alpha Industries, Nudie Jeans, Sephora.

Кроме того, международные бренды открывали точки в таких московских торговых центрах, как:

ЦУМ (16, среди новых — Vape, By Kilian, Cult Gaia, Le Labo, Loewe, Off-White, Zielinski & Rozen);

«Афимолл Сити» (15, среди новых — COS);

«Outlet Village Белая Дача» (15, среди новых — Agnona);

«Времена года» (12);

«Метрополис» (12, среди новых — Hackett London, LG, Panda Express, Silver Cross, Tommy Jeans);

Vnukovo Outlet Village (10);

«Европейский» (10, среди новых — Panda Express, Sephora).

В регионах РФ лидерами по открытиям точек международных брендов стали торговые центры:

«Калина Молл» во Владивостоке (32 открытия);

ТРЦ «Галерея» в Санкт-Петербурге (12 открытий, среди новых — Sephora, Tommy Jeans);

«Охта Молл» в Санкт-Петербурге (12 открытий);

ТЦ «Фантастика» в Нижнем Новгороде (11 открытий);

«Мега Химки» в Химках (11 открытий, среди новых — DKNY Sport, Panda Express, Sephora);

«Пушкино Парк» в Пушкино (10 открытий).

Топ-5 лидеров по открытиям магазинов новых международных брендов

ЦУМ (в нем открылось семь новых международных брендов, включая Vare, By Kilian, Cult Gaia, Le Labo, Loewe, Off-White, Zielinski & Rozen);

«Метрополис» (пять брендов, включая Hackett London, LG, Panda Express, Silver Cross, Tommy Jeans);

«Авиапарк» (три бренда, включая Alpha Industries, Nudie Jeans, Sephora);

Tsvetnoy Central Market (три бренда, включая Nudie Jeans, Birkenstock, Le Labo);

«Мега в Химках» (три бренда, включая DKNY Sport, Panda Express, Sephora).

Фэшн-нашествие на Дальний Восток

Безусловный лидер по открытиям торговых точек международных брендов среди федеральных округов России — Дальний Восток. В ДФО пришло 22 новых международных бренда. Всего за 2018–2019 годы количество торговых точек международных брендов в регионе выросло на 26% — с 216 до 273. Для сравнения, за предыдущий период исследования (второе полугодие 2017 года — первое полугодия 2018 года) количество точек международных брендов в ДФО увеличилось почти на 9% — со 161 до 175.

«При этом округ по-прежнему остается одним из наименее насыщенных в России по числу точек международных брендов, опережая только СКФО, что подтверждает высокий потенциал Дальнего Востока для дальнейшей экспансии иностранных ретейлеров», — отмечают авторы исследования. По их данным, одна из главных причин, препятствующих выходу новых международных брендов в ДФО, — недостаточное количество качественных ТЦ, которые бы соответствовали требованиям сетевых международных ретейлеров.

Ожидается, что к концу 2019 года насыщенность международными брендами в ДФО увеличится в связи с открытием «Броско Молл» в Хабаровске. В нем собираются разместить точки четыре новых международных бренда для всего округа и 20 новых международных брендов для Хабаровска.

В период со второго полугодия 2017 по первое полугодие 2018 на российский рынок вышли 33 новых международных бренда, выяснили эксперты компании «Магазин Магазинов» по итогам исследования «Международные бренды 2018».

Внешние факторы, влияющие на развитие международных брендов в России

Несмотря на постепенное восстановление российской экономики, уровень доходов населения и оборота розничной торговли находится значительно ниже уровня 2013 года. В 1 полугодии 2018 реальные доходы населения выросли 0,9% год к году впервые за 5 лет за счет средней номинальной зарплаты, однако покупательская способность населения снизилась на 9% по отношению к началу 2013 года.

Новые и ушедшие международные бренды

В течение периода исследования на российский рынок вышли 33 новых международных бренда:

Максимальное количество новых международных брендов, пришедших в РФ, за последние 5 лет мы наблюдали в кризисные 2014-2015 годы, ведь бренды заранее планируют стратегию развития на новом рынке. В период H2 2017 – H1 2018 новые бренды в подавляющем большинстве предпочитали открывать свой первый магазин в торговых центрах Москвы. Лидерами по открытиям стал ТРЦ «Метрополис», который пополнился шестью новыми брендами. В свою очередь, 21 международный бренд ушел с российского рынка. Как правило, 50% брендов из всех вышедших в течение года всегда уходят из страны.

Торговые профили

«Товары для детей» показали активное развитие, количество новых международных брендов данного профиля увеличилось с 1 в прошлом году до 7 в текущем году. Преимущественно речь идет о брендах детской одежды, продолжающих тенденцию развития fashion-ритейла в России в целом. Интересно, что ни один новый бренд профиля «бытовая техника и электроника» не вышел на российский рынок. Среди сетей БТиЭ наиболее активные мировые игроки (производители смартфонов) уже осуществили выход в Россию в прошлые годы. Сейчас продолжается активная экспансия восточноазиатских моностортов в РФ.

Ценовой сегмент

Около половины новых открытий международных брендов на рынке РФ в 2017/2018 – бренды среднего ценового сегмента. Уже второй год подряд мы не видим новых брендов ценового сегмента «Эконом», те бренды, которые в стране происхождения относятся к данному сегменту, в РФ могут быть уже средним сегментом из-за разницы в доходах населения. Также многие бренды видят у нас страновые риски, вследствие чего не выходят в Россию напрямую, а при открытии магазинов по франшизе цена на товары бренда еще больше растет. В сегменте «эконом» в России преобладают федеральные бренды, однако у «эконома» есть высокие перспективы развития в формате аутлет-центров в РФ.

Активность международных брендов

Впервые за последние 3 года мы видим значительную положительную разницу между количеством открытых и закрытых торговых точек. Международные бренды открыли на 235 торговых точек больше, чем закрыли. Прирост произошел до начала новой масштабной волны санкций в отношении России, также на ситуацию повлияли снижающиеся процентные ставки. Прирост происходит преимущественно за счет традиционных лидеров рынка общепита, исключение – китайский бренд

смартфонов Xiaomi, открывший свой первый магазин в РФ в октябре 2016 года, который в период H2 2017 – H1 2018 стал лидером по экспансии, открыв свои точки в 12 новых городах России.

Международные бренды — лидеры по экспансии в РФ

Сети ресторанов и магазины товаров для дома активно осваивали новые города. Прирост торговых точек в профиле «рестораны и кафе» составил 209. Это происходит за счет активного развития сетей ресторанов fast food. Сеть Burger King стала рекордсменом по числу открытий новых точек. Франчайзинговая сеть KFC находится на этапе реализации новой бизнес-модели, согласно которой практически все точки, находящиеся в собственности компании-франчайзера, будут переданы франчайзи. Значительную положительную динамику по изменению числа торговых точек мы наблюдали также у сетей товаров для дома за счет Leroy Merlin, Zara Home, Villeroy & Boch).

Fashion-ритейлеры открыли 658 новых точек, закрыв почти столько же, продолжая оптимизацию. Лидерами по сокращению числа магазинов стали спортивные fashion-бренды Adidas, Adidas Kids и Reebok. Магазины под этими брендами продолжали открываться в течение года, но в совокупности число закрытых действующих магазинов данных брендов в два раза превысило число вновь открытых. Крупные fashion компании (Adidas Group, Inditex, H&M) сокращают темпы развития в оффлайн, делая прогнозы на рост оборачиваемости онлайн-торговли.

Выводы

К середине 2018 года 524 бренда имели свои точки в России.

За период исследования H2 2017-H1 2018 на российский рынок вышло 33 новых международных бренда.

Рентабельность ведения бизнеса для мелких франчайзи международных брендов (кроме общепита) остается низкой по причине осуществления закупок в валюте на фоне ослабленного рубля, что создает препятствие для выхода новых международных брендов в Россию.

Наблюдается положительная разница между количеством открытых и закрытых торговых точек после трех лет стагнации. Международные бренды открыли на 235 торговых точек больше, чем закрыли.

Активнее всех развиваются сети ресторанов быстрого питания.

Экономическое благосостояние городов и качественное предложение торговых площадей продолжают определять направление развития международных брендов.

За последние 4 года было открыто 5500 торговых точек международных брендов, но реальный прирост магазинов составил всего 220 точек из-за большого количества закрытий за тот же период.

Прогнозы

Положительно на выход и развитие международных брендов будут влиять:

Постепенное восстановление российской экономики.

Рекордный за последние 3 года прогнозируемый ввод торговых площадей в России.

Возросшее внимание девелоперов к реконцепции существующих торговых центров повлечет за собой повышение концентрации международных брендов в обновленных объектах.

Сравнительно благоприятные социально-экономические показатели и ожидаемый ввод торговых площадей в 2018-2019 годах в ЦФО и ЮФО, которые станут основным направлением экспансии представленных в России международных ритейлеров.

Сохраняющаяся привлекательность Москвы, Санкт-Петербурга и городов-миллионников для выхода в Россию новых международных брендов.

Отрицательно на выход и развитие международных брендов будут влиять:

Высокая волатильность рубля и напряженная геополитическая обстановка.

Увеличивающийся временной лаг между датой открытия торгового центра и его заполнением магазинами международных брендов.

Растущая доля федеральных брендов в составе ТЦ, создающих конкуренцию международным брендам.

Выводы:

Значимых выходов новых брендов на рынок не ожидается, т. К. большинство крупнейших международных ритейлеров уже представлены в России; будут

продолжать открывать новые точки нишевые игроки.

Предпосылок для активного развития международных брендов на российском рынке в настоящий момент не наблюдается.

При отсутствии глобальных изменений сети будут продолжать развиваться в России, но более медленными темпами, чем до 2014 года.

Бренды фаст-фуда продолжают свою экспансию в новые города, оставаясь основным драйвером прироста торговых точек.

Полный новых международных брендов, вышедших на российский рынок

В период H2 2017 – H1 2018

В 2017 году на российском рынке появилось 35 новых международных брендов. Большинство из них относятся к профилю «одежда». За прошедший год международные марки открыли в городах России на 8 торговых точек меньше, чем закрыли. Разница между количеством открытых и закрытых магазинов стала минимальной за последние 3 года.

На российском рынке появилось 35 новых международных брендов

По данным на середину текущего года, 511 международных марок имели функционирующие точки в РФ. Об этом говорится в исследовании компании «Магазин Магазинов», посвященном экспансии глобальных брендов на российском рынке. *Под исследуемым периодом понимается промежуток времени от второй половины 2016 г. до первой половины 2017 г. (H2 2016 – H1 2017).

Отмечается, что 97 проц 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 проц приходится на бренды, покинувшие российский рынок в течение исследуемого периода. 17 международных сетей, покинувших рынок в текущем году, в совокупности закрыли 37 торговых точек.

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

На российском рынке появилось 35 новых международных брендов

В то же время, fashion-ритейлеры закрыли за отчетный период наибольшее число торговых точек. Компании, развивающие сети магазинов одежды, продолжают оптимизацию. 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». 34 проц новых брендов — международные сети среднего ценового сегмента.

Более 50 проц занимают международные бренды ценовых сегментов «средний+» и «премиум». Количество новых международных брендов сегмента «люкс» увеличилось в 2,5 раза. В течение периода H2 2016 – H1 2017 5 люксовых марок вышли на российский рынок. Для сравнения, годом ранее в России открыли свои магазины только два бренда ценового сегмента «люкс».

Половина работающих торговых точек международных брендов на российском рынке — сети среднего ценового сегмента (50 проц), при этом в сегменте «эконом» (доля в 25 проц) наибольшую часть формируют рестораны и кафе. Среди fashion-ритейлеров лидирующие позиции также занимают международные сети среднего ценового сегмента (57 проц) и сегмента «средний+» (17 проц).

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

На российском рынке появилось 35 новых международных брендов

Самые «смелые»: международные бренды, открывшие в 2016/17 наибольшее количество торговых точек в новых городах присутствия

На российском рынке появилось 35 новых международных брендов

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

На российском рынке появилось 35 новых международных брендов

Между тем 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. (Mehx, Takko Fashion, Sbarro), пришлось по 3 проц от общего числа закрытых точек в России.

Чего ждать в 2018 году

Высокий интерес международных брендов, уже представленных в России, будет наблюдаться 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 глобальных марок, 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, марок, покинувших РФ, в 2018 г. Должно стать существенно меньше, чем в 2017 г.

В то же время, 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.