

MARKETBEAT HOSPITALITY

RUSSIA

A Cushman & Wakefield Research Publication

Q4 2014



SUPPLY

As recorded by C&W Hospitality and Tourism department in Q4 2014 luxury Moscow Four Seasons Hotel (2, Okhotny Ryad, 180 rooms) and Upscale segment Double Tree by Hilton—Marina (39/1, Leningradskoe highway, 270 rooms) brought to the market 450 new rooms. Inclusive of these projects Moscow quality room supply amounted to 15.4 thousand units which share 33% of the whole city's hotel market supply. In 2014 Moscow quality room supply increased by 756 units.*

Starting of Marriott Novy Arbat (32, Novy Arbat, 234 rooms) and Upper Upscale Boutique Hotel Pushkin (16/2, Tverskaya, 110 rooms), expected previously in 4Q 2014, was postponed until 2015. Opening of Doubletree by Hilton Moscow Vnukovo Airport (432 rooms) is postponed until 2015 as well.

12 Moscow hotels with total room capacity of 2,447 units are expected to open in 2015. Among them – Luxury Sofitel Moscow City (170 rooms), 2 Upper Upscale hotels mentioned above, 3 Midscale projects (664 rooms) and 6 Economy segment hotels (1269 rooms). Thus Midscale and Economy segment hotels will gain the biggest share on market (53%), Upper Upscale segment will also increase its market share (7%) due to reduction of Luxury (18%) and Upscale (22%) hotels share.

*excluding hostels and mini-hostels, as well as country hotels and the objects adjacent to airports.

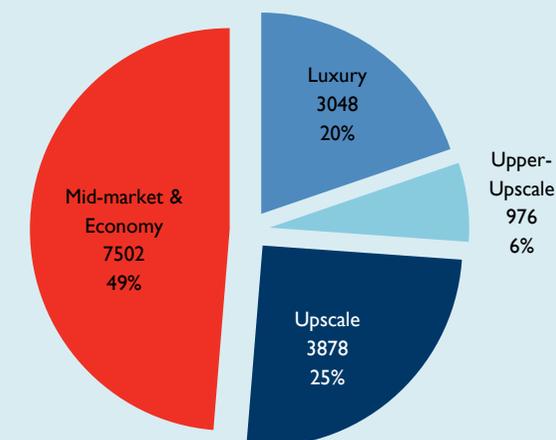
ПРЕДЛОЖЕНИЕ

По данным Отдела гостиничного бизнеса и туризма C&W с открытием отеля Four Seasons Hotel Moscow (Охотный ряд, 2, 180 номеров) сегмента Luxury, а также гостиницы верхнего ценового сегмента DoubleTree by Hilton—Marina (Ленинградское шоссе 39/1, 270 номеров) в 4 кв. 2014 г. качественное предложение гостиниц Москвы увеличилось на 450 номеров. С учетом выхода на рынок данных проектов качественный номерной фонд Москвы составил 15,4 тыс. единиц, что составляет 33% от общего объема предложения на гостиничном рынке города. Всего за 2014 г. качественный номерной фонд Москвы увеличился на 756 номеров*.

Открытие отелей Marriott Novy Arbat (Новый Арбат 32, 234 номера) и Boutique Hotel Pushkin (Тверская 16/2, 110 номеров) сегмента Upper Upscale, заявленное на 4 кв. 2014 г, переносится на 2015 г. Открытие приаэропортового отеля Doubletree by Hilton Moscow Vnukovo Airport на 432 номера также перенесено на 2015 г.

В 2015 году ожидается открытие 12 гостиниц в Москве общим номерным фондом 2447 ед., из которых 1 гостиница люксового формата (Sofitel Moscow City, 170 номеров), 2 гостиницы высокого класса (указанные выше отели, переходящие с 2014 года), 3 гостиницы среднеценового сегмента (664 номера) и 6 гостиниц экономичного формата (1269 номеров). Таким образом, распределение предложения по классам сместится в сторону среднеценового и экономичного сегментов (увеличит долю до 53%), а также отелей премиального класса (7%) за счет сокращения доли отелей класса люкс (18%) и высокого ценового сегмента (22%).

QUALITY MOSCOW HOTEL MARKET STRUCTURE



Source: Cushman & Wakefield Hospitality & Tourism

NEW SUPPLY OF 2014 НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ 2014 ГОДА

NAME / НАЗВАНИЕ	CLASS / СЕГМЕНТ	CAPACITY / НОМЕРОВ	OPENING / ОТКРЫТИЕ
Intourist Kolomenskoe	Midscale	259	Q1 2014
Mercure Moscow Baumanskaya	Midscale	47	Q2 2014
Four Seasons Hotel Moscow	Luxury	180	Q4 2014
DoubleTree by Hilton Hotel Moscow - Marina	Upscale	270	Q4 2014
Radisson Blu Sheremetyevo Airport	Upscale	379	Q3 2014

Source: Cushman & Wakefield Hospitality & Tourism

*без учета хостелов и мини-отелей, а также приаэропортовых и загородных отелей

QUALITY HOTEL MARKET TRADING

December 2014 witnessed dollar price level decrease by 43% (relative to the price in December 2013), which is the most drastic drop for the whole year. Total price decrease amounted to 18% in 2014. This was due to the sharp increase of dollar's exchange rate to ruble (+71% in December, +21% in average in 2014 relative to 2013 indexes). However ruble prices dynamics demonstrated decrease only by 1,1% which generally acknowledges maintenance of price level since 2013.

2014 demonstrated decrease of dollar prices for accommodation of all categories; upon that, Upper Upscale Segment hotels have seen the most noticeable decrease of dollar prices.

Thus, dollars ADR of Upscale hotels decreased by 23% while the Upper Upscale segment hotels demonstrated decrease by 21% relative to the 2013. Prices in ruble equivalent decreased by 7,4% and 4,5% correspondingly. Luxury segment hotels remain least flexible to the pricing policy. These ones demonstrate ADR decrease by 16% in dollars and by 1,3% in ruble equivalent relative to 2013.

Regarding Midscale and Economy accommodations the dollar prices here decreased by 16%, however ADR in rubles increased by 0,8% relative to 2013. This situation acknowledges steady demand for accommodation in hotels of this segment.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Уровень снижения долларовых цен в декабре 2014 г. стал самым высоким за год, составив 43% по отношению к декабрьским показателям 2013 года. За 2014 год в целом цены снизились на 18% по сравнению с 2013 годом. Причиной такому весоному падению цены стал резкий рост курса доллара к рублю (+71% в декабре, +21% в среднем в 2014 году относительно уровня 2013 года). Однако рублевая динамика цен демонстрирует снижение всего на 1,1%, что в целом расценивается как фиксация ценового уровня 2013 года.

2014 год продемонстрировал падение долларовых цен на размещение в гостиницах всех категорий, при этом самое заметное снижение имеют отели верхнего ценового сегмента. Так, ADR в долларовом выражении в гостиницах сегмента Upscale снизился на 23%, а в отелях сегмента Upper Upscale – на 21%, относительно предыдущего года; в рублевом эквиваленте цены снизились на 7,5% и 4,5% соответственно. Наименее гибкими к ценовой политике остаются отели класса Luxury, здесь ADR в долларах снизился на 16%, а в рублевом эквиваленте ADR демонстрирует рост на 1,3% относительно цен 2013 года.

Что касается отелей средней и экономичной категории, то здесь уровень снижения цены в долларовом выражении составил также 16%, однако в рублях зафиксирован рост на 0,8% относительно 2013 года. Эта ситуация подтверждает наличие стабильного спроса на размещение в гостиницах данного ценового сегмента.

AVERAGE DAILY RATE US DOLLAR (ADR)
СРЕДНЯЯ ЦЕНА ЗА НОМЕР, ДОЛЛ. США (ADR)



Source: STR Global, Cushman & Wakefield Hospitality & Tourism

AVERAGE DAILY RATE RUR (ADR)
СРЕДНЯЯ ЦЕНА ЗА НОМЕР, РУБ (ADR)



Source: STR Global, Cushman & Wakefield Hospitality & Tourism

DEMAND

In 2014 Moscow was visited by 5.7 mn foreign tourists, which is more than in 2013 by 1.7%.

Average occupancy level in Moscow at 2014 showed decrease by 4.7 pp. relative to the occupancy in 2013 and amounted to 63.8%. Thus since Q2 2014 demand still continuous to demonstrate decline. Upon this, the most notable demand decrease was registered in Q3 2014 (relative to 2013). Q4 witnessed demand decline as well, however, by the end of the year, apparently, this trend has been changed: occupancy lever in December 2014 was higher than that of December 2013 by 0,5 pp. This situation proves the maintenance of demand for hotels despite the crisis and even "thanks" to the crisis: abandoning of corporate events abroad or outside Moscow, additional business trips/meetings, dealing with resolution of crisis issues. However, we can't note any significant demand boost - generally, business activity in Russia is slowing down, companies are cutting their costs.

Each hotel segment demonstrates demand decline. Regardless of significant price reduction (by 7.5% in rubles) Upscale segment in Q4 2014 failed to maintain occupancy level at a rate of 2013 (69.6%). The occupancy decreased by 4.9 pp. (to 64.8%). Upper Upscale segment demonstrated the least notable drop in 2014 (by 3.5 pp.), showing occupancy level at 70.7%. This is attributed both to prices decrease (by 4.5% in rubles) and to the supply structure within the segment (recently opened or reconstructed hotels, managed by professional international operators, with limited total room capacity compared to the other segments' hotels).

Occupancy level of Luxury hotels decreased by 4,6% as well as occupancy of Midscale and Economy accommodations (to 59,8% and 74,4% correspondingly). In the former case, maintenance of occupancy is attributed to international visitors' demand, which composes a significant share in the luxury hotels' demand structure and has comparatively low sensitivity to the prices. As for the latter, occupancy level was preserved due to shortage of available quality room supply, high in demand in times of crisis.

СПРОС

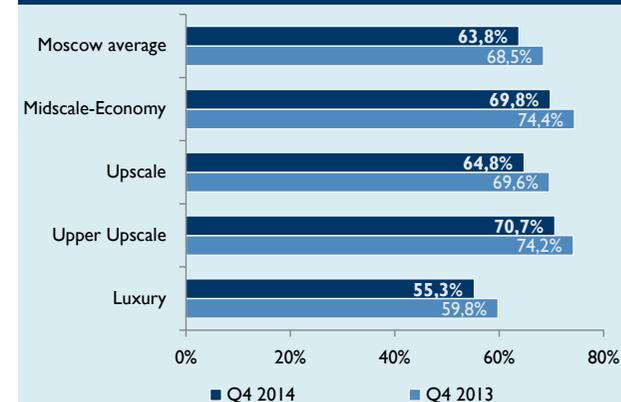
В 2014 году Москва приняла 5,7 млн. иностранных туристов — на 1,7% больше, чем в 2013 г.

Средний уровень загрузки качественных гостиниц Москвы по итогам 2014 года снизился на 4,7 пп. относительно данного показателя за предыдущий год, составив 63,8%. Таким образом, продолжается снижение спроса на размещение в гостиницах, наблюдаемое еще со второго квартала 2014 г. При этом нужно заметить, что наиболее сильным оказалось снижение загрузки отелей в 3 квартале (по сравнению с 3 кв. 2013 года), в 4-м же квартале снижение спроса также фиксируется, но к концу года этот тренд, похоже, был изменен: в декабре месяце загрузка качественных отелей была выше, чем в декабре 2013 года на 0,5пп. Данная ситуация говорит о сохранении спроса на гостиничные услуги несмотря на кризис и даже «благодаря» ему: отмена «корпоративов» за границей или вне Москвы, дополнительные командировки и встречи, нацеленные на решение возникающих в связи с кризисом задач. Хотя, конечно, о значительном росте спроса речи не идет — в целом, бизнес-активность в Москве и в России замедлилась, компании вошли в режим экономии.

Снижение спроса зафиксировано во всех сегментах гостиничного рынка. Сегмент Upscale в 4 кв. 2014 года, несмотря на значительное понижение цен (на 7,5% в рублевом выражении) не смог сохранить уровень загрузки на уровне 2013 года (69,6%), снижение показателя составило 4,9пп. (до 64,8%). Самый низкий уровень снижения спроса (на 3,5 пп.) продемонстрировал сегмент Upper Upscale, достигнув загрузки по итогам 2014 года в 70,7%, что объясняется как заметным снижением цен (на 4,5% в рублях), так и составом сегмента (относительно недавно открытые/реконструированные отели под управлением профессиональных международных операторов с небольшим совокупным номерным фондом по сравнению с другими сегментами).

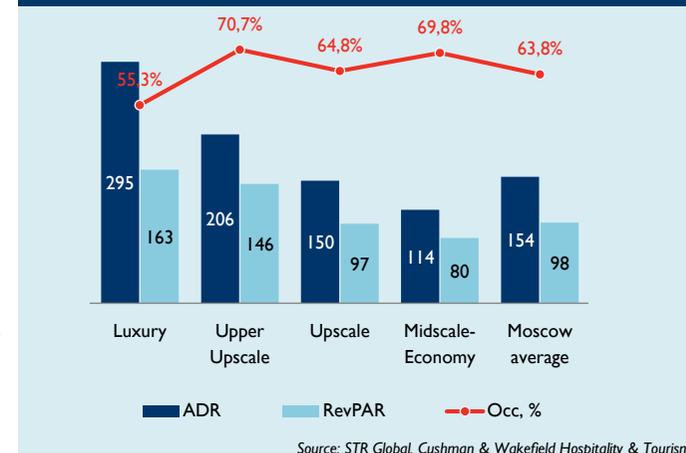
Уровень загрузки гостиниц сегмента Luxury снизился на 4,6%, как и загрузка отелей средней и экономичной категории (до 59,8% и 74,4% соответственно).

QUALITY MOSCOW HOTEL OCCUPANCY YTD ЗАПОЛНЯЕМОСТЬ ГОСТИНИЦ В МОСКВЕ С НАЧАЛА ГОДА



Source: STR Global, Cushman & Wakefield Hospitality & Tourism

MARKET SEGMENTS TRADING RESULTS ПОКАЗАТЕЛИ РАБОТЫ РЫНОЧНЫХ СЕГМЕНТОВ



Source: STR Global, Cushman & Wakefield Hospitality & Tourism

В первом случае загрузка сохранилась за счет высокой доли иностранного спроса и невысокой чувствительности к цене клиентов данного сегмента, во втором — относительным дефицитом качественного и доступного предложения, особо актуального в период экономического кризиса.

TRENDS

As expected, in 2014 all segments demonstrated dollar RevPAR decrease by more than 20% (on average RevPAR decreased by 24% and amounted to \$98 per room). Thus, Luxury and Midscale Economy segments showed RevPAR decrease by 22% relative to 2013. The most noticeable RevPAR drop (29%) was demonstrated by Upscale segment. Upper Upscale segment showed RevPAR decrease by 25%.

Average RevPAR decrease in ruble equivalent is not that critical, it decreased by 6% and amounted to almost 3,800 rubles. In comparison with the relevant indexes demonstrated year before RevPAR of Upscale segment decreased by 14%, Upper Upscale segment Revenue per available room demonstrated drop by 9%, Luxury segment witnessed decrease by 6%, while Midscale-Economy saw decrease by 5%. Thus Midscale & Economy and Luxury segments demonstrated the best performance. However, this trend can be changed in future and primarily for Economy class hotels, which will compete directly with more qualitative supply, declining its price under decreasing demand pressure.

The future situation on hotel market directly depends both on stabilization of economic picture and on strengthening of ruble exchange rate. Generally we expect 2015 to bring hotel demand stabilization (fluctuation by 1-2 p.p., to 62-66%) and growth of ruble prices which is attributed to significant inflation rate (about 5%, nearly to 6,000 – 6,300 rubles).

ТРЕНДЫ

Как и прогнозировалось, показатели доходности на номер в долларовом выражении упали по итогам 2014 года более, чем на 20%, по всем сегментам (в среднем по рынку — на 24%, составив 98 долларов на доступный номер). Так, в сегментах Luxury и Midscale-Economy RevPAR упал на 22%; самый значительный процент снижения доходности демонстрирует сегмент Upscale – 29% по сравнению с RevPAR в 2013 году. По сегменту Upper Upscale снижение доходности составило 25%.

В рублевом выражении падение доходности не столь критично — средний по рынку показатель доходности на доступный номер упал на 8%, составив чуть менее 3 800 руб. на номер. По сравнению с аналогичными показателями за предыдущий год RevPAR по сегменту Upscale упал на 14%, Upper Upscale - на 9%, Luxury – на 6%, Midscale-Economy – на 5%. Таким образом, наиболее успешными оставались отели средней и экономичной категории и люксового сегмента. Однако в будущем этот тренд может измениться, в первую очередь, для экономичных отелей, которые будут напрямую конкурировать с более качественным предложением, предельно снижающем цены под давлением сокращающегося спроса.

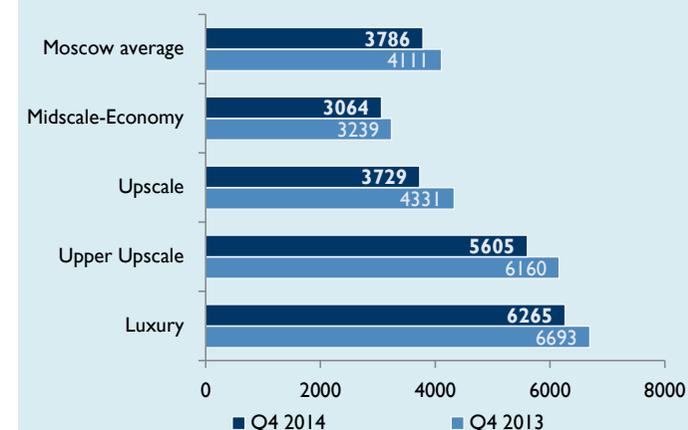
Развитие ситуации напрямую зависит от перспективы стабилизации экономической ситуации и укрепления курса рубля к иностранным валютам. В целом, в 2015 году мы ожидаем стабилизацию спроса на гостиничные услуги (колебание на +/- 1-2 п.п., до 62-66%) и рост рублевых цен, связанный с ощутимым уровнем инфляции (порядка 5%, приблизительно до 6 000 — 6300 руб.).

REVENUE PER AVAILABLE ROOM US DOLLAR (REVPAR)
ДОХОДНОСТЬ НА НОМЕР, ДОЛЛ. США (REVPAR)



Source: STR Global, Cushman & Wakefield Hospitality & Tourism

REVENUE PER AVAILABLE ROOM RUR REVPAR)
ДОХОДНОСТЬ НА НОМЕР, РУБ (REVPAR)



Source: STR Global, Cushman & Wakefield Hospitality & Tourism



MARINA SMIRNOVA
Partner
HEAD OF HOSPITALITY & TOURISM

Marina.Mesheryakova@eur.cushwake.com



MARINA MESHERYAKOVA
Senior Consultant
HOSPITALITY & TOURISM

Marina.Mesheryakova@eur.cushwake.com



IRINA AKUTOVA
Consultant
HOSPITALITY & TOURISM

Irina.Akutova@eur.cushwake.com