

MARKETBEAT HOSPITALITY

RUSSIA

A Cushman & Wakefield Research Publication

Q1 2015



HOSPITALITY

Moscow, Russia

A Cushman & Wakefield Research Publication



Q1 2015

SUPPLY

As recorded by C&W Hospitality and Tourism department with opening of Upper-Upscale hotel Marriott Novy Arbat (32 Novy Arbat Street, 234 rooms) in Q1 2015, Moscow quality room supply amounted to 15.6 thousand units*. At the same time quality rooms stock share is not more than 33% of the whole city's hotel market supply.

Besides Marriott Novy Arbat, additional 4 city hotels of 883 total rooms count and 1 airport hotel (DoubleTree by Hilton Moscow Vnukovo Airport) of 432 rooms are expected to open till the end of 2015. Three of four city hotels belong to the Midscale-Economy segment and their total stock amounts to 773 rooms. Two of them are Ibis hotels of Accor hotel operator (Ibis Moscow Dinamo on Leningradsky highway 37/8 and Ibis Oktyabrskoe Pole on M. Rybalko 2), another one — Hampton by Hilton Moscow Strogino of Hilton Worldwide (Kulakova Street 22/2). The forth city hotel, expected in 2015, belongs to Upper Upscale segment — Boutique Hotel Pushkin (16/2, Tverskaya, 110 rooms).

With opening of 5 new hotels in 2015 of total rooms count to 1,117, distribution of quality supply by classes will be the following: 50% rooms will take Midscale and Economy hotels, 23% will comprise supply of Upscale segment hotels, 18% - Luxury hotels band 8% - hotels of Upper-Upscale segment. Thus, we see that Moscow hotel market is developing towards increase of Economy and Midscale supply.

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

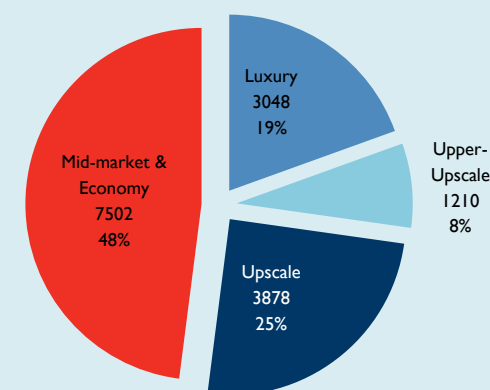
ПРЕДЛОЖЕНИЕ

По данным Отдела гостиничного бизнеса и туризма C&W с открытием в I квартале 2015 г. отеля Marriott Novy Arbat (Новый Арбат, 32; 234 номера) сегмента Upper-Upscale качественное предложение гостиниц Москвы составило 15,6 тыс. номеров*. При этом качественный номерной фонд составляет не более 33% от общего объема предложения на гостиничном рынке города.

До конца года планируется открытие еще 4-х качественных городских гостиниц общим номерным фондом 883 ед. и одного приаэропортового отеля (DoubleTree by Hilton Moscow Vnukovo Airport) на 432 номера. Три из четырех городских отелей относятся к среднеценовому и экономичному сегменту, их номерной фонд составляет 773 номера. При этом два из них — отели под брендом Ibis оператора Accor (Ibis Moscow Dinamo на Ленинградском пр. 37/8 и Ibis Oktyabrskoe Pole на М.Рыбалко 2), один — Hampton by Hilton Moscow Strogino оператора Hilton Worldwide (Кулакова 22/2). Четвертый отель, планируемый к открытию в 2015 г. и относящийся к сегменту Upper-Upscale — Boutique Hotel Pushkin на 110 номеров по адресу ул.Тверская 16/2.

С открытием в 2015 году 5 новых отелей в Москве общим номерным фондом 1117 ед., распределение качественного предложения по классам будет следующим: 50% составят отели среднеценового и экономичного сегментов, 23% предложения составят отели сегмента Upscale, 18% - Luxury отели и 8% - отели Upper-Upscale сегмента. Таким образом, развитие гостиничного рынка Москвы в 2015 году будет происходить в сторону увеличения предложения экономичного и среднеценового форматов.

QUALITY MOSCOW HOTEL MARKET STRUCTURE СТРУКТУРА ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА



Source: Cushman & Wakefield Hospitality & Tourism

NEW SUPPLY OF 2015 НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ 2015 ГОДА

NAME / НАЗВАНИЕ	CLASS / СЕГМЕНТ	CAPACITY / НОМЕРОВ	OPENING/ ОТКРЫТИЕ
Marriott Novy Arbat	Upper-Upscale	234	Q1 2015
Ibis Moscow Dinamo	Economy	317	Q3 2015
Ibis Oktyabrskoye Pole	Economy	242	Q3 2015
Hampton by Hilton Moscow Strogino	Midscale	214	Q4 2015
Boutique-hotel Pushkin	Upper-Upscale	110	Q4 2015
Doubletree by Hilton Moscow Vnukovo Airport	Upscale Airport	432	Q4 2015

Source: Cushman & Wakefield Hospitality & Tourism

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

QUALITY HOTEL MARKET TRADING

As the result of ruble devaluation in December 2014 — February 2015 the decrease of Moscow quality hotel price in Q1 2015 amounted to 43% relative to Q1 2014 price - from \$172 per night to \$98. However, ruble prices had a slight growth — +2.4% in average to Q1 2014, and reached level of 6,153 RUB per room (in Q1 2014 — 6,012 RUB per room).

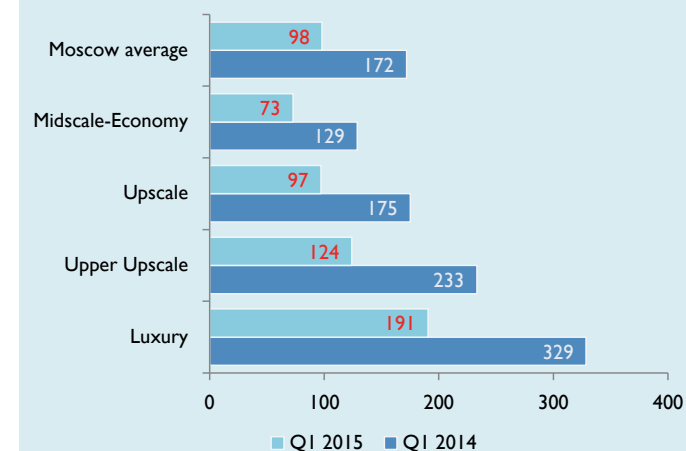
Luxury supply segment, which is least flexible to the pricing policy — showed price growth by 4% relative to Q1 2014 level (up to 11,950 RUB per night). Midscale-Economy segment, which has the most steady demand on the market, could also increase the ruble price by 0.6%. Hotels of the intermediate segments between mentioned previously - Upscale and Upper-Upscale — kept decreasing of ruble prices, but the level of decrease was markedly lower, than in the second half of 2014: in Upscale segment — minus 0,6% to 6,089 RUB per night, in Upper-Upscale segment - minus 4,7% to 7,781 RUB per night. In Upper-Upscale segment price decline has the most noticeability and connected with entering the Marriott Novy Arbat hotel, which has a significant influence on competition for the client in this small segment (key count of the hotel comprises 18% of the whole rooms fund of this segment of supply).

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Результатом девальвации рубля в декабре 2014-феврале 2015 гг. стало снижение долларовой цены размещения в качественных отелях Москвы в I кв. 2015 года на 43% по сравнению с I кв. 2014 г. — со \$172 за номер до \$98. Однако рублевая цена по рынку в среднем немного выросла — +2,4% по сравнению с I кв. 2014 г. до уровня 6 153 руб./номер (в I кв. 2014г. — 6 012 руб.).

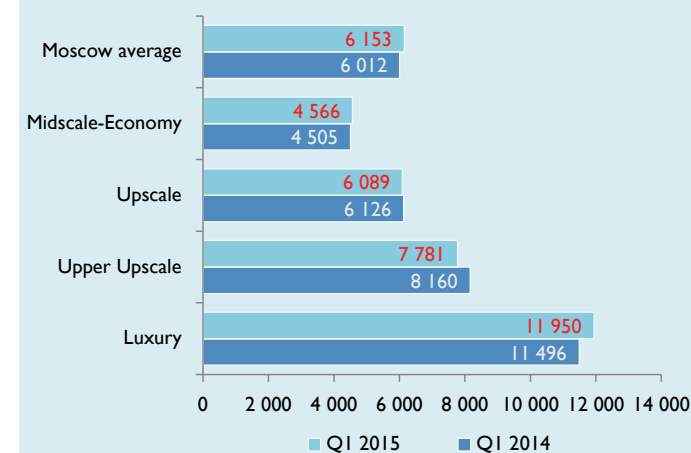
Наименее чувствительный к стоимости размещения сегмент —luxury— продемонстрировал рост цены на 4% относительно уровня I кв. 2014г. (до 11 950 руб.). Сегмент Midscale-Economy, пользующийся наиболее устойчивым спросом на рынке, также смог повысить цену в рублях на 0,6%. Гостиницы промежуточных сегментов между указанными выше — Upscale и Upper-Upscale - продолжили снижение рублевых цен, но уровень снижения цены уже заметно ниже, чем во второй половине 2014 года: в сегменте Upscale — минус 0,6% до 6 089 руб./номер, в Upper-Upscale — минус 4,7% до 7 781 руб./номер. В сегменте Upper-Upscale снижение цены наиболее заметно и связано с выходом на рынок отеля Marriott Novy Arbat, оказывающего существенное влияние на конкуренцию за клиента в небольшом по размеру сегменте (номерной фонд отеля составляет 18% всего номерного фонда данного сегмента предложения).

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 January 2015 Moscow hotels had higher occupancy than in January 2014, while in February-March 2015 they had lower level of occupancy, which is, most probably, due to higher flow of tourists in Feb-Mar last year, who had a travel to Olympic Games 2014 in Sochi through Moscow. Thus an occupancy result of Q1 2015 amounted to 57.3%, which is 1.5 pp. lower than in Q1 2014. However, we see that demand recovers after the drop we were observing since Q2 2014, and gaps in occupancy relative to last year are getting smaller.

Decline of occupancy of Economy class hotels was the most significant, as well as it has the most dynamic rate of development. This decline amounted to 6.2 pp. - from 68% in Q1 2014 to 62% in Q1 2015.

Occupancy of Midscale hotels almost didn't change in comparison to pre-crisis level of Q1 2014 and amounted to 61.4% (-0.4 pp.). In this regards occupancy decrease in Midscale-Economy segment amounted to 2.9 pp. relative to Q1 2014 (from 64.6% to 61.7%).

Demand decrease is noticeable in Upscale hotels too - minus 0.7 pp. in relation to Q1 2014 (up to 57.5% level). The reason of this, as we suppose, is that almost 60% of Upscale segment is formed by large hotels, built more than 20 years ago. We assume that these hotels' guests partially migrated to another price segment under the pressure of crisis.

Upper-Upscale segment shows growth of demand relative to last year: +1 pp. to Q1 2014 occupancy (up to 64.6% level), which connected with significant ADR decrease (-4.7%). Demand increase is also noticeable in Luxury hotels - plus 3 pp. up to 50.2% in Q1 2015. We consider gradual recovery of demand in Upper-Upscale and Luxury segments as a signal of beginning of market equalizing after the recession of 2014.

СПРОС

В январе 2015 года отели Москвы имели более высокую загрузку, чем в январе 2014 года, а в феврале и марте — менее высокую, вероятно, за счет более высокого потока гостей в феврале-марте прошлого года, направлявшихся через Москву в Сочи на Олимпийские игры 2014 г. В итоге I квартал 2015 г. продемонстрировал загрузку гостиниц на 1,5 pp. ниже, чем в I кв. 2014 г.—57,3%. Тем не менее, мы видим, что спрос восстанавливается после того спада, который мы наблюдали со 2 квартала 2014 г., разрывы в загрузке по сравнению с прошлым годом уменьшаются.

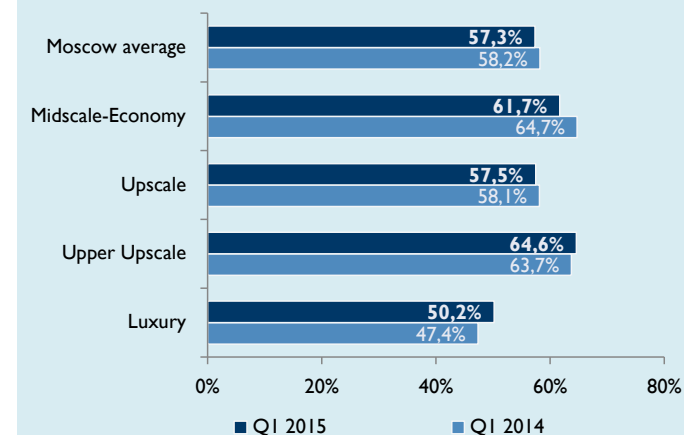
Наиболее заметным в I кв. 2015 года стало снижение загрузки отелей экономичного сегмента, так как это наиболее динамично развивающийся сегмент. Снижение составило 6,2 pp. - с 68% в I кв. 2014 года до 62% в I кв. 2015 года.

Загрузка гостиниц среднеценового сегмента практически не изменилась по сравнению с докризисным уровнем I-го квартала 2014 г. и составила 61,4% (-0,4 pp.). Таким образом, снижение по сегменту Midscale-Economy составило по сравнению с I кв. 2014 года 2.9 pp. (с 64,6% до 61,7%).

Снижение спроса наблюдается и в отелях класса Upscale—минус 0,7 pp. в сравнении с I кв. 2014 года (до 57,5%). Причиной тому мы считаем состав сегмента, около 60% которого формируют крупные гостиницы, построенные больше 20 лет назад. Полагаем, что клиенты этих гостиниц под влиянием кризисных явлений перешли в другой ценовой сегмент.

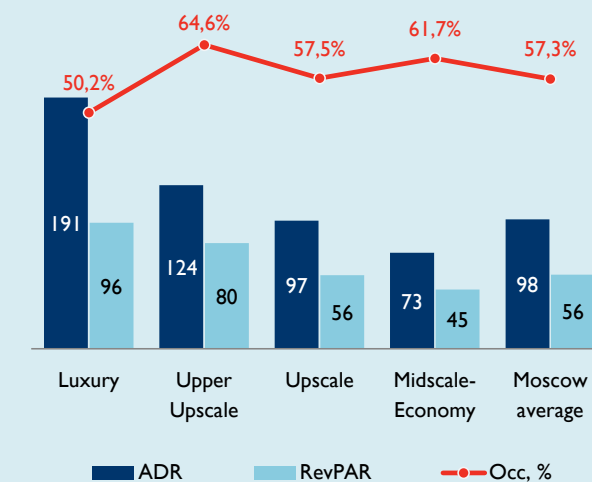
В сегменте Upper-Upscale наблюдается рост спроса по сравнению с прошлым годом: +1 pp. к загрузке в I кв. 2014 года (до 64,6%), что связано с заметным снижением средней цены размещения (-4,7%). В сегменте люксовых отелей также заметен рост спроса на 3 pp. до 50,2% в I кв. 2015 г. Постепенное восстановление спроса в отелях высокой ценовой категории мы рассматриваем как сигнал начала выравнивания рынка после спада 2014 г.

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

TRENDS

Slow recovery of hotel occupancy in Moscow, which emerged in December 2014, became more noticeable in Q1 2015. Despite the fact that by the beginning of February the dollar exchange rate exceeded 70 rubles, then ruble recovery began and it became clear that the peak of the crisis had passed. Prices for accommodation in ruble equivalent has also started their growth in Q1 2015 as a consequence of compensation against significant inflation level, reached in 2014 (11.4%). We expect that the strongest players in the market will continue a gradual increase of prices in order to regain losses, appeared in connection with high inflation and costs' growth.

The revenue per available room in Q1 2015 amounted to \$56 (in Q1 2014 - \$100). In ruble equivalent RevPAR of Moscow hotels increased by 1% relative to Q1 2014 and amounted to 3,528 rubles per available room. Herewith the growth was due to significant RevPAR growth in luxury segment - by 10% compared to the same period last year (up to 5,997 rubles). Meanwhile in other segments we still see the lagging from the Q1 2014 RevPAR: -3% in the Upper-Upscale hotels, -2% in Upscale hotels and -4% in Misdcale-Economy hotels. At the same time, in 2014 we observed more significant decline of RevPAR: -5% to -14% depending on the segment.

In the second quarter of 2015 we expect continued ADR growth (up to +2 to +4% compared to the average price of H1 2014); occupancy will also continue its recovery, owing to which we expect an excess of ruble RevPAR for H1 2015 on the level of RevPAR for the according period of last year by 1-3% (3,808 rubles per room in the first half of 2014) .

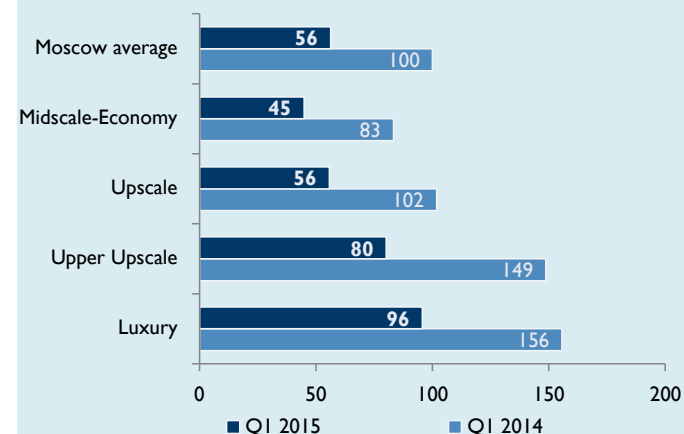
ТРЕНДЫ

Наметившееся в декабре 2014 г. медленное восстановление загрузки в отелях Москвы стало более заметным в I квартале 2015 года. Несмотря на то, что к началу февраля курс доллара превысил 70 руб. за доллар, затем началось укрепление рубля и стало понятно, что пик кризиса пройден. Цены в рублях в I квартале также начали постепенно расти как следствие компенсации существенного уровня инфляции, достигнутого за 2014 год (11,4%). Мы ожидаем, что наиболее сильные игроки на рынке продолжат постепенно повышать цену для того, чтобы «отыграть» потери, возникшие в связи с выросшими расходами на фоне высокой инфляции и роста издержек.

Показатель доходности на номер составил в I квартале 2015г. \$56 на доступный номер (в I кв. 2014г. - \$100). В рублевом эквиваленте доходность гостиничного номера в Москве выросла на 1% по сравнению с I кв. 2014 г. и составила 3 528 руб./номер. При этом рост произошел за счет существенного роста доходности на номер в сегменте luxury—на 10% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (до 5 997 руб.). В остальных сегментах пока наблюдается отставание от доходности I кв. 2014 года: -3% в сегменте Upper-Upscale, -2% в Upscale и -4% в Misdcale-Economy. При этом в 2014 году снижение доходности номеров было существенно более заметным: -5% - -14% в зависимости от сегмента.

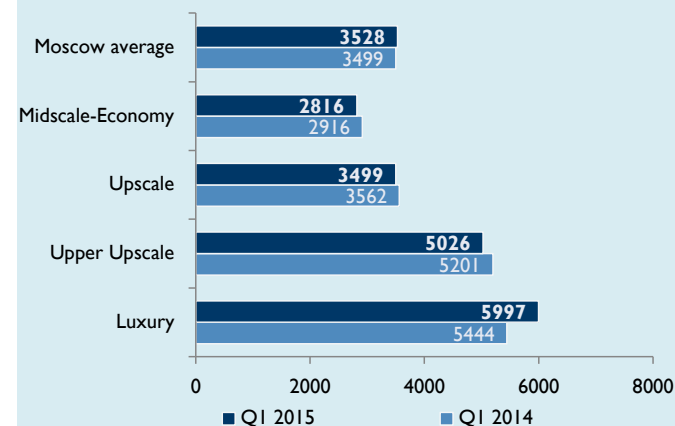
Во втором квартале мы ожидаем продолжения роста цены размещения по рынку в целом (до +2 - +4% к уровню средней цены за первое полугодие 2014 года), загрузка также продолжит свое восстановления, вследствие чего мы ожидаем превышения рублевой доходности на номер по итогам I-го полугодия 2015 г. над уровнем доходности за аналогичный период прошлого года на 1-3%. (3 808 руб./номер в первом полугодии 2014 года).

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