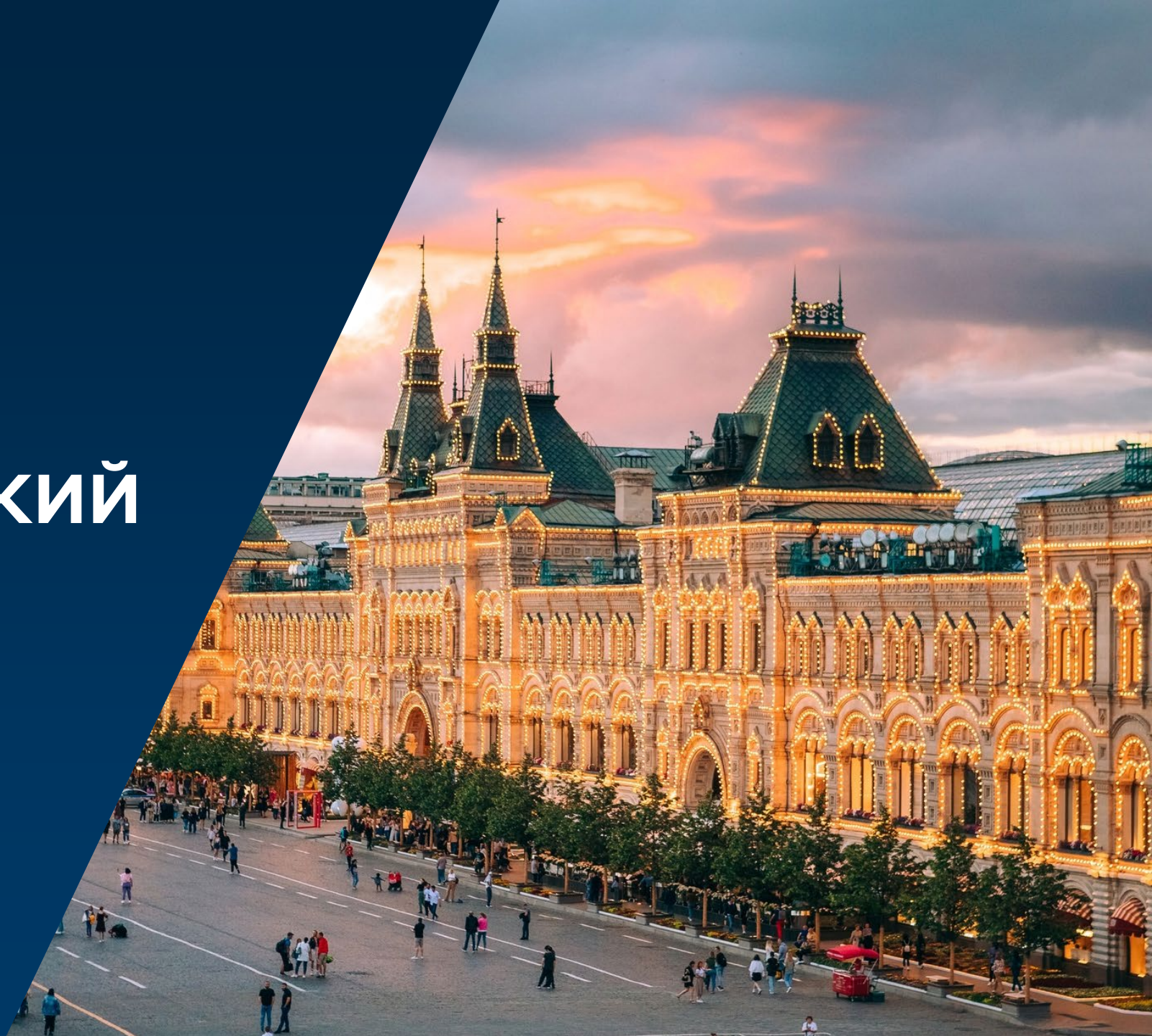




РИТЕЙЛ. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

ТРЕНДЫ

ЯНВАРЬ 2022





01

ДОМОХОЗЯЙСТВА



ПОРТРЕТ ДОМОХОЗЯЙСТВА РОССИИ

СЖАТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СЕКТОРА И РОСТ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

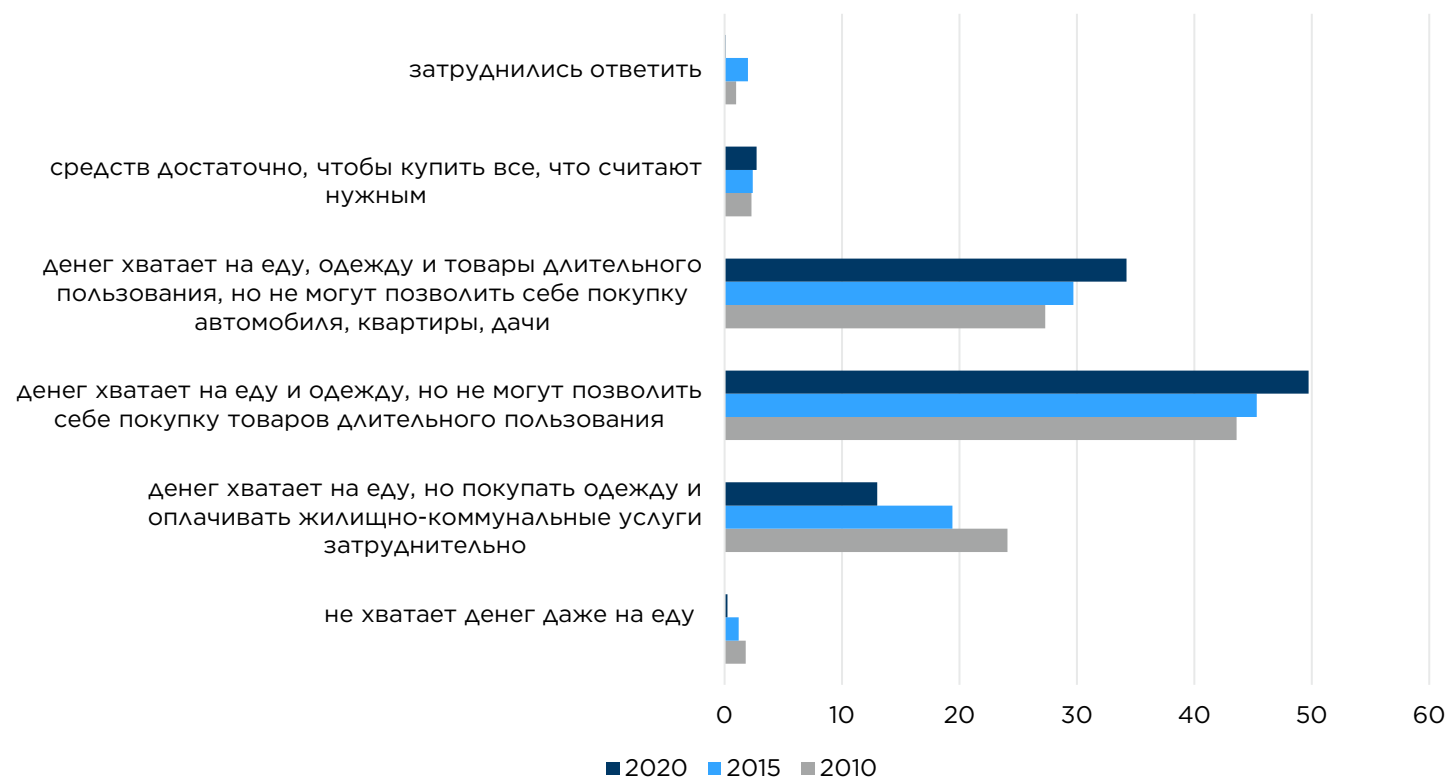
	Располагаемые ресурсы на домохозяйство в месяц	Средняя задолженность домохозяйства по кредитам	Средняя задолженность домохозяйства по ипотеке	Доля ипотечных кредитов от общей задолженности на домохозяйство
2010	38 тыс. руб.	63 тыс. руб.	19 тыс. руб.	30%
2015	60 тыс. руб.	175 тыс. руб.	66 тыс. руб.	38%
2020	75 тыс. руб.	347 тыс. руб.	163 тыс. руб.	47%

Источник: Росстат, ЦБ РФ

ПОРТРЕТ ДОМОХОЗЯЙСТВА РОССИИ

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ

ОЦЕНКА ДОМОХОЗЯЙСТВАМИ СВОЕГО ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ



За последние 10 лет отмечается постепенное **увеличение** доли людей, которые более **благоприятно оценивают своё материальное положение**.

Доля домохозяйств, у которых хватает денег только на еду сократилась с 24% в 2010 году до 13% в 2020 году.

Доля домохозяйств, у которых хватает денег на еду, одежду и товары длительного пользования увеличилась с 27% в 2010 году до 34% в 2020 году.

Источник: Росстат

Cushman & Wakefield

ПОКОЛЕНИЯ

ПОКОЛЕНЧЕСКИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРИВЫЧКИ

Каждое поколение, чьи жизненные этапы пришлись на определенный экономический цикл, будет отличаться друг от друга, в том числе своими потребительскими привычками.



Бэби-Бумеры Активные пенсионеры

Рост социализации
Умеренные накопления
Собственное жильё
Умеренное потребление

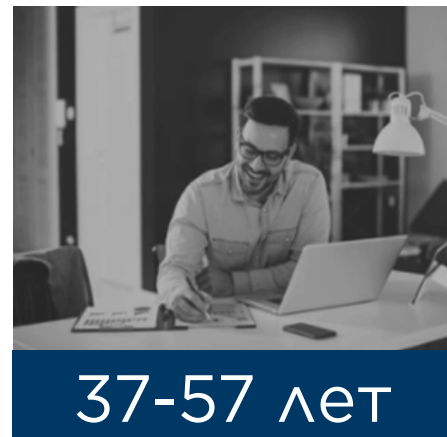


Поколение Y Потерянное поколение

Work-life balance
Общность, коммьюнити
Социальная ответственность
Ипотека
Рациональное потребление

Поколение X Предприниматели

Карьера
Прагматизм
Владение
«Эгоизм»
Благосостояние
Активное потребление



Поколение Z «Тревожное» поколение

Траты vs вложения
Онлайн vs офлайн
Потребление vs экология
Shared economy



ВЫВОДЫ

- Темпы роста доходов населения сокращаются.
- Сокращается численность населения России.
- Опережающий рост в крупных городах.
- Поколенческие сдвиги приводят к структурным изменениям спроса.

02

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

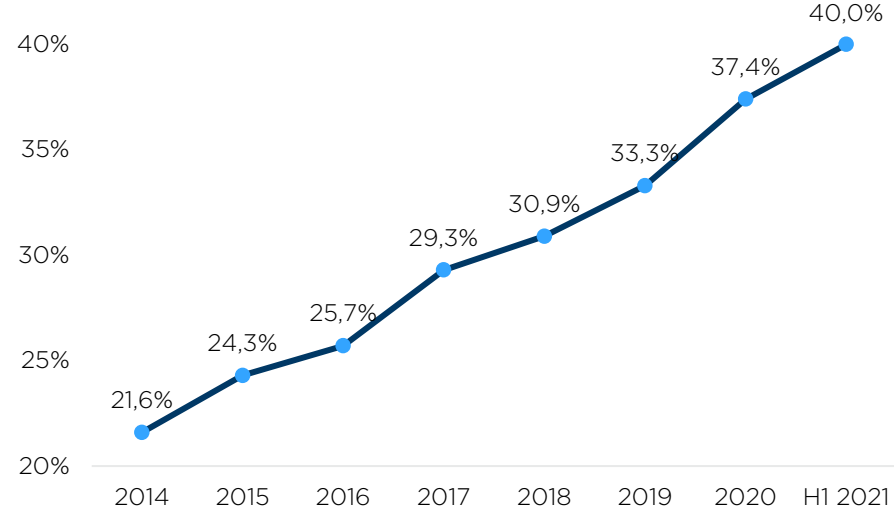
ТРЕНДЫ



ПРОДУКТОВЫЙ РИТЕЙЛ

КОНСОЛИДАЦИЯ РЫНКА

ДОЛЯ ТОП-10 КРУПНЕЙШИХ ПРОДУКТОВЫХ СЕТЕЙ В ОБЩЕМ
ОБОРОТЕ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА



Источник: InfoLine

При сохранении текущих темпов прироста, доля крупнейших торговых сетей к 2025 году может достичь **50%**.

ТОП-10 РОССИЙСКИХ ПРОДУКТОВЫХ СЕТЕЙ ПО ОБОРОТУ, 2020 Г.

№	Компания	Доля рынка в 2020 году
1	X5 Retail Group	12,8%
2	Магнит	8,8%
3	Дикси / Красное и Белое	6,6%
4	Лента	2,7%
5	Ашан	1,5%
6	Светофор	1,3%
7	METRO	1,2%
8	О'Кей	1,1%
9	Монетка	0,8%
10	ВкусВилл	0,8%

Источник: InfoLine

ПРОДУКТОВЫЙ РИТЕЙЛ

ОБЪЕДИНЕНИЕ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ. СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ



В июле 2021 года «Магнит» приобрел DIXY Holding Limited, управляющую 2438 магазинами у дома под брендом «ДИКСИ» и 39 суперсторами под брендом «Мегамарт».

Большинство магазинов у дома расположены в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Магазины продолжают работать под брендом «Дикси». Цена сделки составила 87,6 млрд руб.

В августе 2021 года «Лента» завершила сделку по приобретению супермаркетов Billa. «Лента» планирует интегрировать в сеть «Ленты» 161 приобретенный супермаркет, логистическую инфраструктуру и сотрудников «Билла Россия».

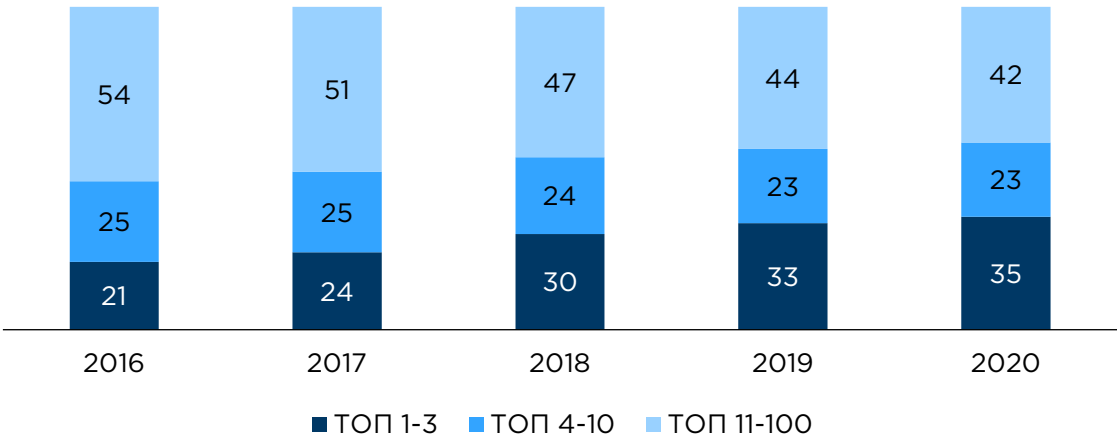
Как только магазины сети будут переведены под бренд «Лента», торговая марка «Билла Россия» прекратит свое существование.



ОНЛАЙН РИТЕЙЛ

ОПЕРЕЖАЮЩИЙ РОСТ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ

СТРУКТУРА ТОП - 100 ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНОВ РОССИИ
ПО ОБОРОТУ, %



- Годовой оборот топ-100 интернет магазинов России достиг **2 094** млрд рублей, что составляет почти **80%** всего российского рынка онлайн ритейла.
- Доля топ-10 онлайн ритейлеров в обороте топ-100 увеличилась с **46%** в 2016 году до **58%** в 2020 году.

ТОП-10 РОССИЙСКИХ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛЕРОВ ПО
ОБОРОТУ, 2020 Г.

№	Ритейлер	Онлайн-продажи, млн руб.	Рост 2020 к 2019
1	Wildberries	413 200	96%
2	Ozon	197 000	144%
3	Citilink	132 730	47%
4	Dns	116 760	117%
5	М.Видео	113 200	100%
6	Эльдорадо	53 760	95%
7	Lamoda	52 970	32%
8	Apteka.Ru	50 070	46%
9	Aliexpress	49 000	171%
10	Яндекс маркет	44 090	136%

Источник: Data Insight

ВЫВОДЫ

- Рост онлайн ритейла ускоряется.
- В офлайн фокус потребителя смещается на продуктовые магазины у дома.
- Доля гипермаркетов снижается. По итогам первого полугодия 2021 г., сети гипермаркетов Auchan и METRO покинули ТОП-10 крупнейших ритейлеров по выручке. Их места в рейтинге заняли Ozon и Светофор.
- Для успешной конкуренции с онлайн продажами, офлайн ритейл старается быть ближе к покупателю.

03

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕНДЫ

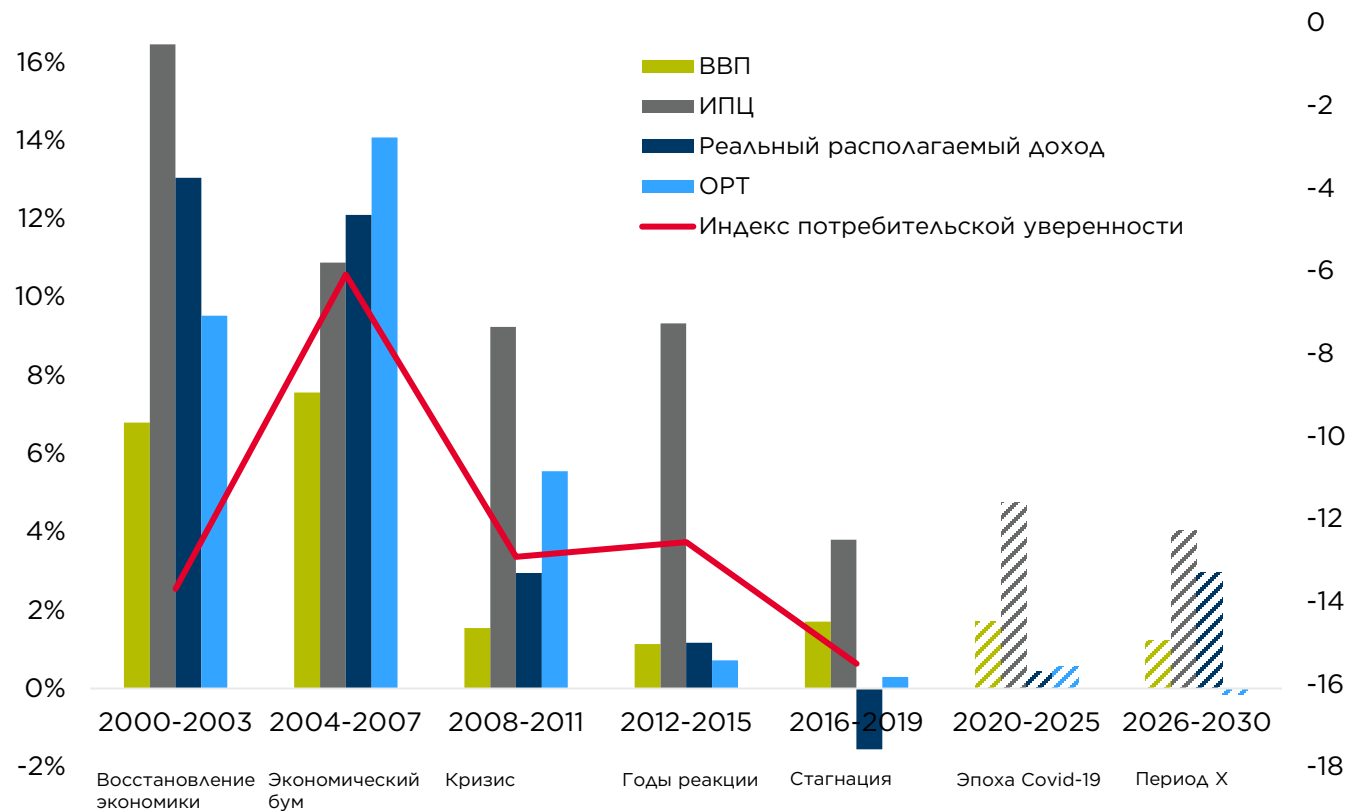


ТРЕНД: РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

ЭКОНОМИЯ, ЦЕНА - КАЧЕСТВО

- Потребительский бум завершен - **покупательская способность** населения в России **снижается** начиная с 2014 года.
- Особым спросом пользуются **магазины экономического ценового сегмента**. Ключевые продуктовые ритейлеры активно развивают магазины формата дискаунтер – напр., «Чижик» (X5 Retail Group), «Моя Цена» («Магнит»), «Светофор» и т.д.
- Растет доля продаж **товаров со скидками** – по данным Nielsen, по итогам первой половины 2021 года доля онлайн-продаж продуктов питания со скидками в России достигла 69%, непродовольственных товаров — 77%. В 2019 году - 60% и 66% соответственно.

NielsenIQ (июнь 2021 г.): 3/4 россиян живут в режиме **экономии покупок**, и экономят на всем, что находится за рамками обязательных ежемесячных трат.



Источник: Росстат, Moody's Alanytics

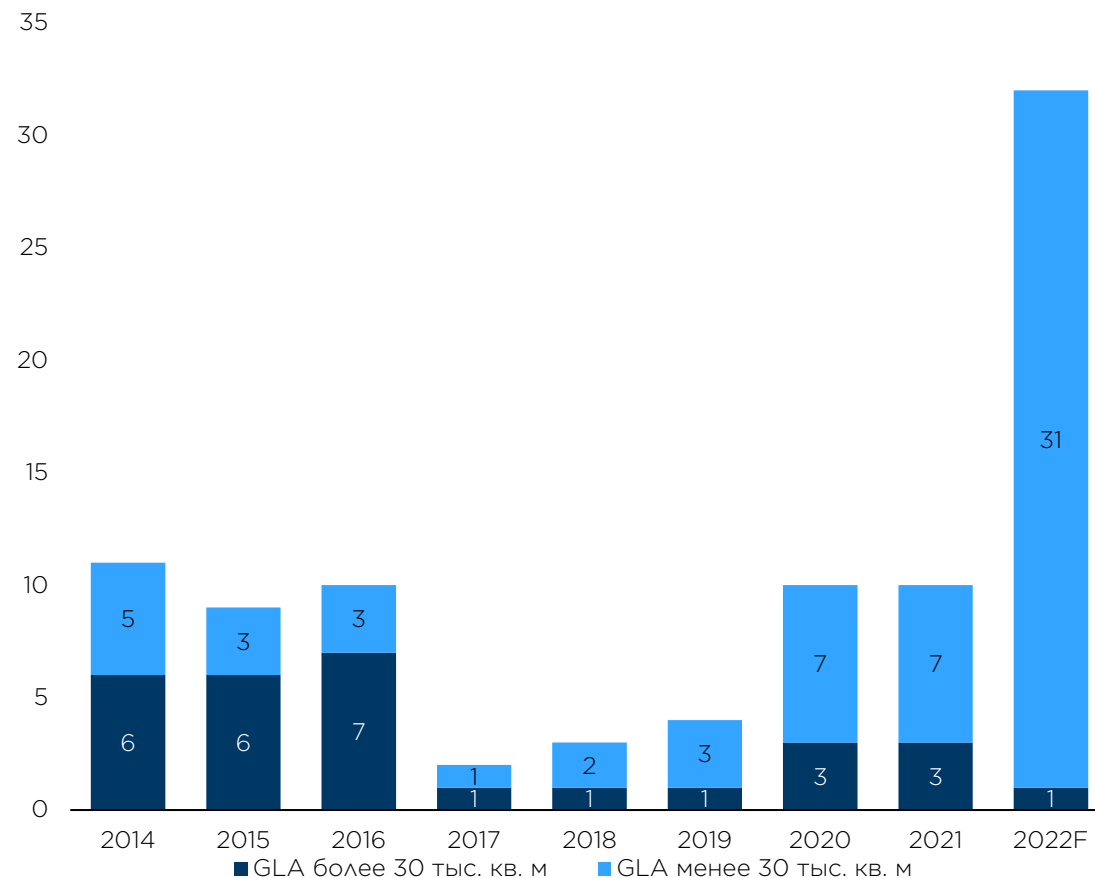
ТРЕНД: ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ. УДОБСТВО

РАЙОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ - ОТВЕТ НА ЗАПРОСЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- В последние два года наблюдается смещение фокуса девелоперов на строительство **районных торговых центров**. Пандемия усилила данную тенденцию – формат показывает свою устойчивость в нестабильные периоды, быстро формирует лояльную целевую аудиторию в пределах пешей доступности, а небольшие площади легче заполняются арендаторами.
- Перспективным направлением развития малых форматов торговли является создание единой концепции торговых помещений на первых этажах в **жилых комплексах** под единым профессиональным управлением.



КОЛИЧЕСТВО ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ, ВВЕДЕННЫХ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ В МОСКВЕ ПО РАЗМЕРУ (2022Г. – ПРОГНОЗ)



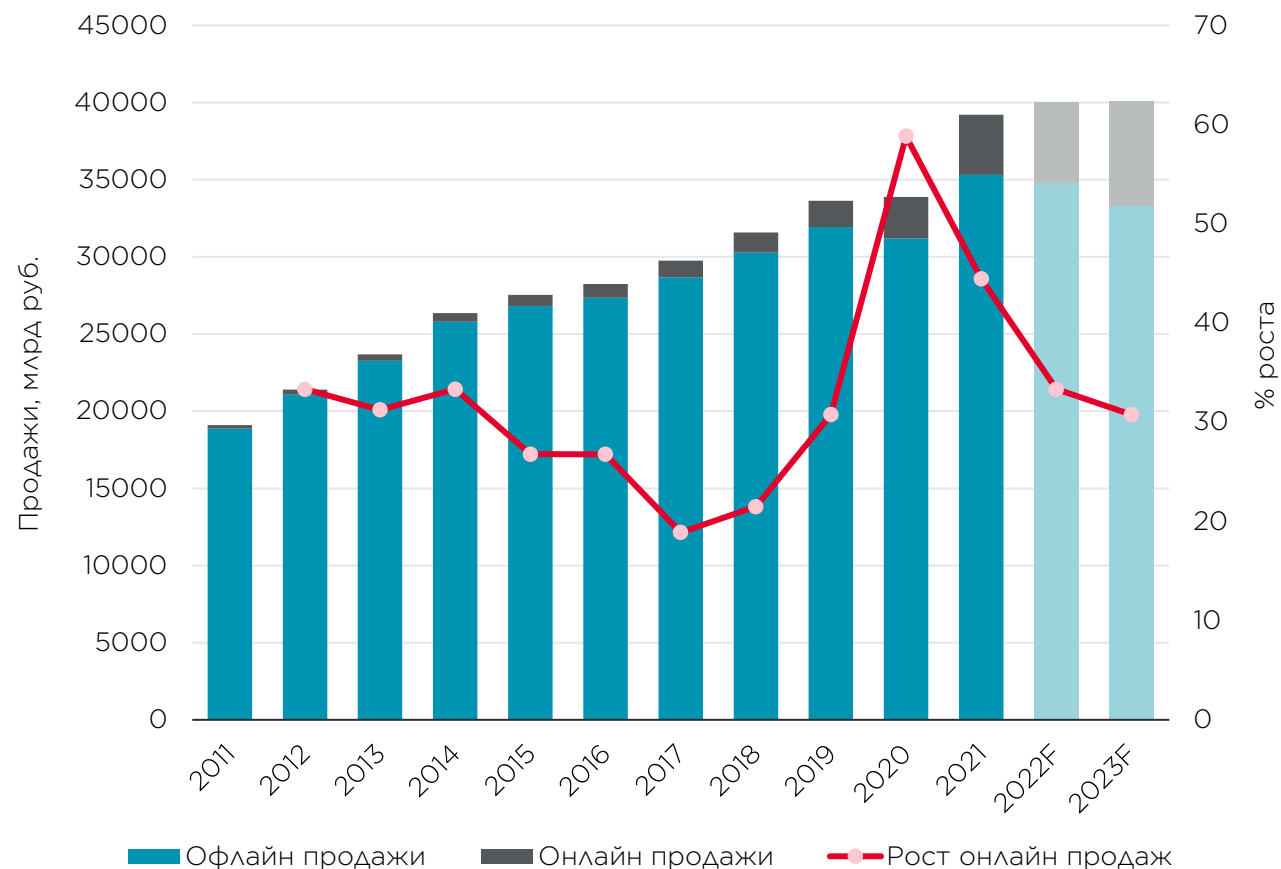
ТРЕНД: ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ. УДОБСТВО

РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН ТОРГОВЛИ

Современный потребитель испытывает постоянный дефицит времени, покупатель все больше обращает внимание на удобство при совершении покупок.

- **Рост онлайн торговли** - в 2020 г. темп прироста электронной коммерции составил почти 60%, в 2021-2023 гг. среднегодовой рост ожидается на уровне 37%. Доля онлайн в обороте розничной торговли через 5-7 лет может приблизиться к 25%.
- **Рынок доставки продуктов питания** - один из самых быстро растущих сегментов онлайн торговли. В 2020 году оборот вырос в 3,5 раза, в 2021 г. ожидается рост в 2,6 раз. Особую популярность набирает экспресс-доставка - «Самокат» и «Яндекс.Лавка» являются лидерами сегмента по количеству заказов.

ДОЛЯ И ДИНАМИКА ОНЛАЙН/ОФЛАЙН ПРОДАЖ В РОССИИ



Источник: Data Insight, расчеты C&W

ТРЕНД: ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

О2О (ONLINE-TO-OFFLINE)

- Офлайн форматы остаются важным каналом коммуникации с потребителем. Однако активное проникновение онлайн в жизнь покупателей отразилось на их предпочтениях при посещении торговых объектов. Изменившемуся покупателю важен высокий уровень сервиса, индивидуальный подход и бесшовный омниканальный опыт.
- Концепция Online-to-offline предполагает интеграцию и взаимопроникновение каналов онлайн-торговли в офлайн и наоборот.
- Не только офлайн игроки выходят в интернет, но учащаются случаи открытия физических магазинов традиционными онлайн-операторами.

Более 64% покупателей возвращаются в магазины с осведомленными **грамотными консультантами**, а более 75% готовы тратить в таких магазинах больше в случае **высокого качества обслуживания**.

Источник: Retail EXPO



Google Store,
Нью-Йорк



Amazon
планирует запуск
офлайн-
универмагов
площадью около
3 тыс. кв. м

ТРЕНД: ШОППИНГ КАК ЭМОЦИЯ

РАЗВЛЕЧЕНИЯ, ВПЕЧАТЛЕНИЯ

- **Атмосфера – новый якорь в торговом центре.** Растущая посещаемость торговых центров свидетельствует о том, что офлайн форматы торговли остаются востребованными среди потребителей. Однако активное внедрение онлайн в жизнь покупателей отразилось на их предпочтениях при посещении торговых объектов. Изменившемуся покупателю важен высокий уровень сервиса и индивидуальный подход, бесшовный омниканальный опыт, а также получение эмоций и впечатлений, которые невозможно реализовать онлайн.
- **Развлекательный компонент** увеличивает свою долю в торговых центрах. Развлечения помогают торговому объекту привлечь дополнительный трафик – в торговых центрах открываются обновленные фудкорты и кинотеатры, фермерские рынки, творческие студии, площадки для проведения мероприятий и мастер-классов и т.д..

Опросы в США и Китае показывают, что для **70-75%** потребителей важен офлайн опыт совершения покупок.

ЧАСТОТА ПОСЕЩЕНИЯ ОПЕРАТОРОВ В ТЦ

	2018 %	2020 %	Изменение %
Фермерский рынок	48	62	14
Продуктовый	32	55	23
Фуд холл	38	54	16
Зеленые зоны	35	54	19
Пункты выдачи	26	44	18
Здоровье и уход, клиники	22	43	21
Фитнес центр	29	36	7
Компьютерный клуб	н/д	36	н/д
Коворкинг	18	31	13
Косметика	20	30	10



Данные по США

Источник: *WD Partners. Malls are on Life Support: Not so Fast*

ТРЕНД: ЗДОРОВЬЕ

СПОРТ, ЗОЖ

- В последние несколько лет растет интерес и приверженность людей к здоровому образу жизни. Спорт и здоровье становятся одной из ключевых ценностей. Торговые центры всё чаще добавляют в свои объекты **спортивный и рекреационный компонент** (спортивные площадки на прилегающей территории, скейтпарки, термы, аквапарки и др.), чтобы поддержать интерес посетителей.
- **Medtail:** старение населения, забота о своем здоровье и качестве жизни, а также тренд на удобство и экономию времени привел к росту популярности открытия медицинских центров (а также косметических и спа кабинетов, ветеринарных клиник, центров традиционной медицины и др.) в составе торговых центров в США. По прогнозам, тренд будет укрепляться - расходы на здравоохранение в США вырастут на 70% к 2027 году.

За последние 10 лет почти в **два раза** увеличилась численность людей, занимающихся в спортивных секциях и группах. Доля потребителей табака снизилась с 39% в 2009 году до **19%** в 2020 году.

МЕГА Парк -
МЕГА
Дыбенко



Городские
термы
Видное

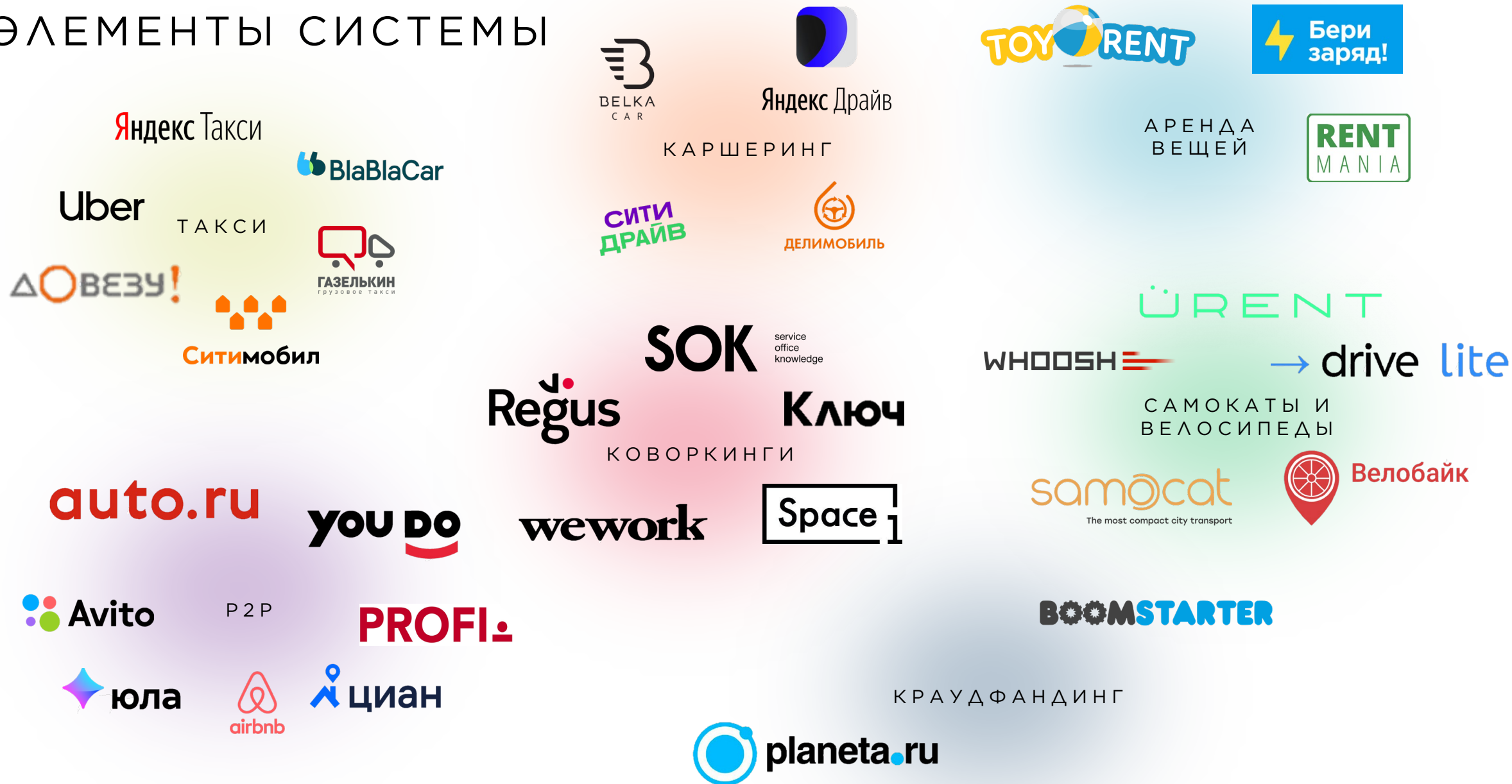


04

ШЕРИНГОВАЯ ЭКОНОМИКА

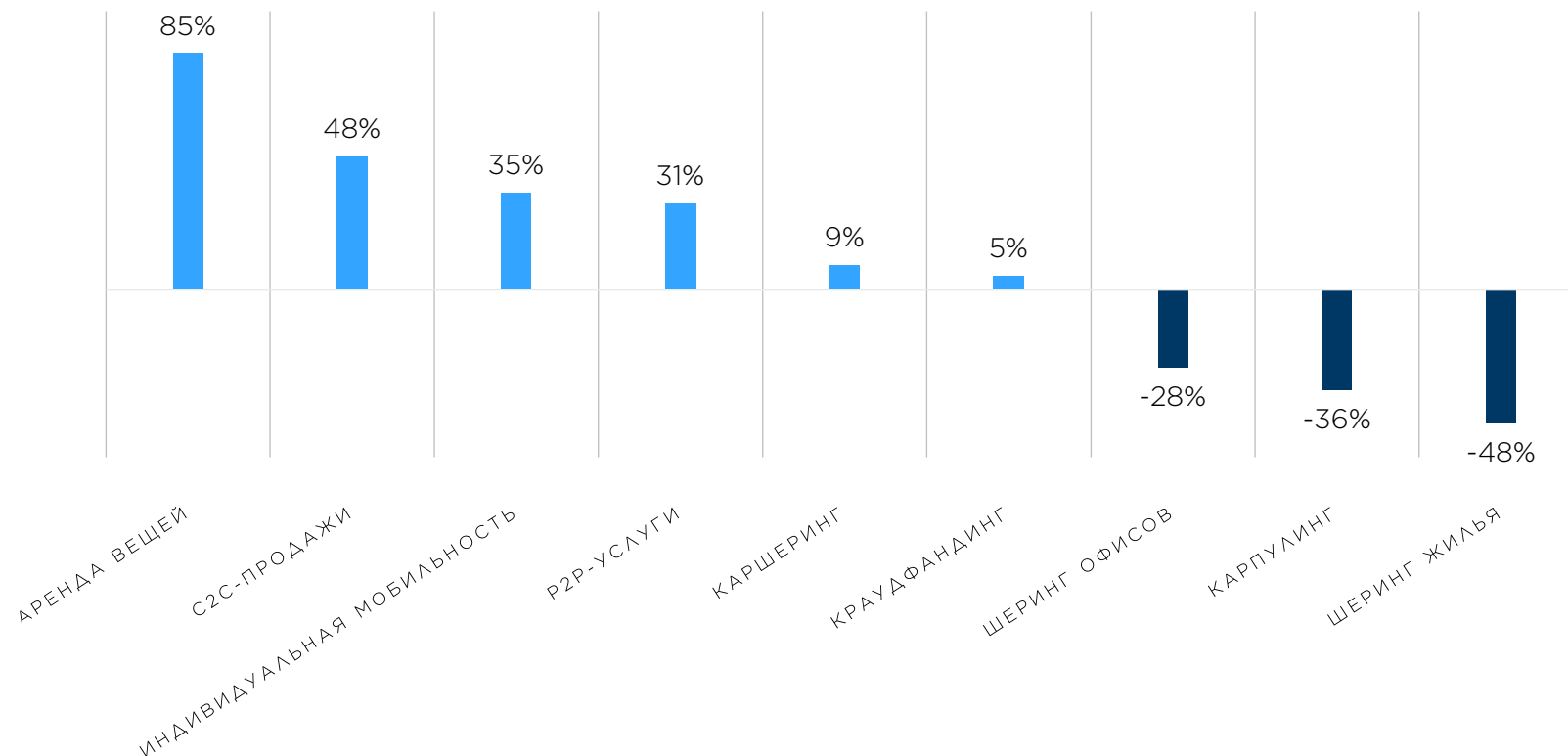


ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ



ОБЪЕМ И ДИНАМИКА РЫНКА ШЕРИНГ-СЕРВИСОВ В РФ

2019-2020



Источник: ТИАР-Центр, РАЭК
Расчеты: Cushman & Wakefield

1,07 трлн руб.

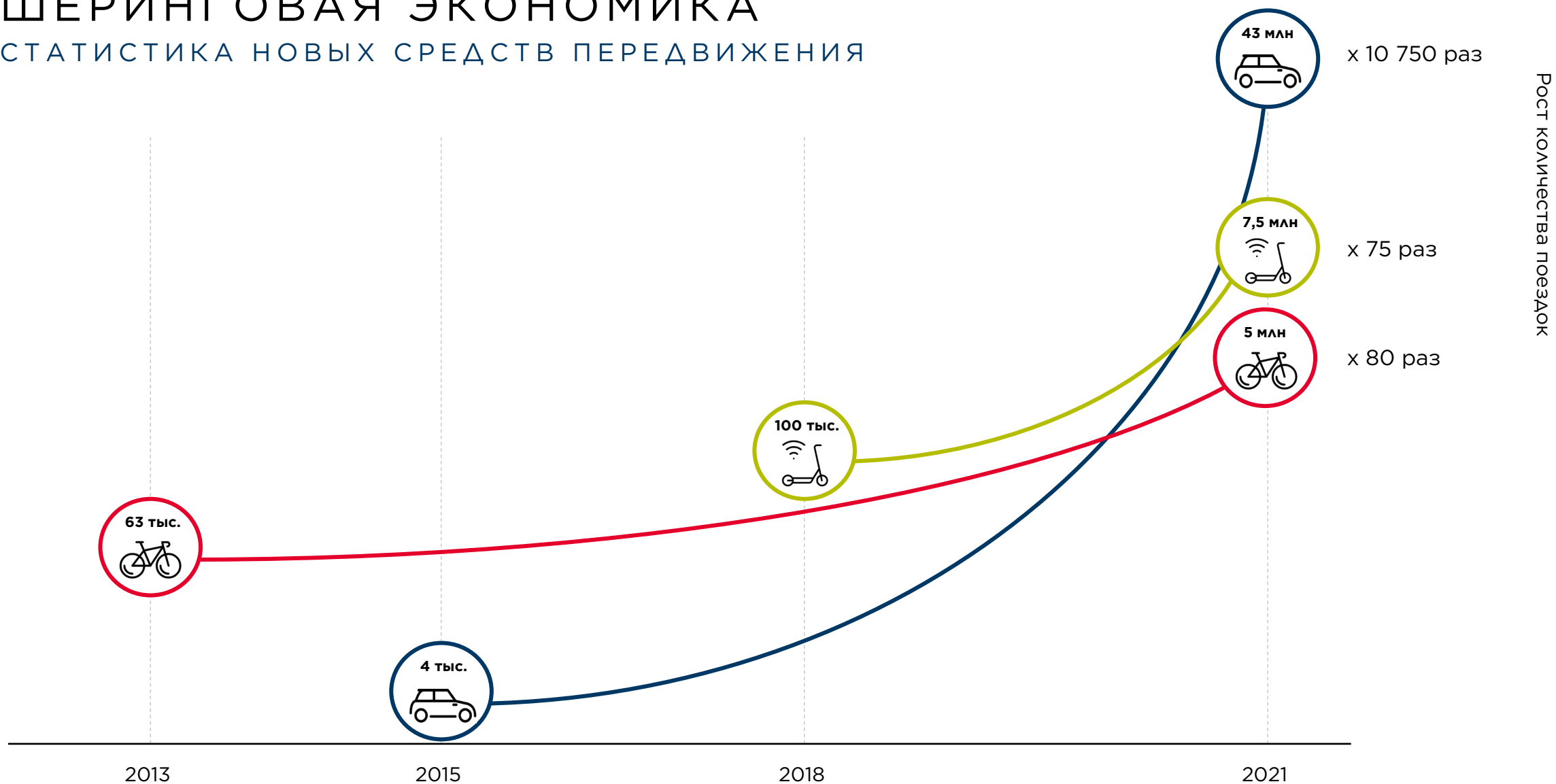
Объем транзакций
работающих в России шеринг-
сервисов
2020

39 %

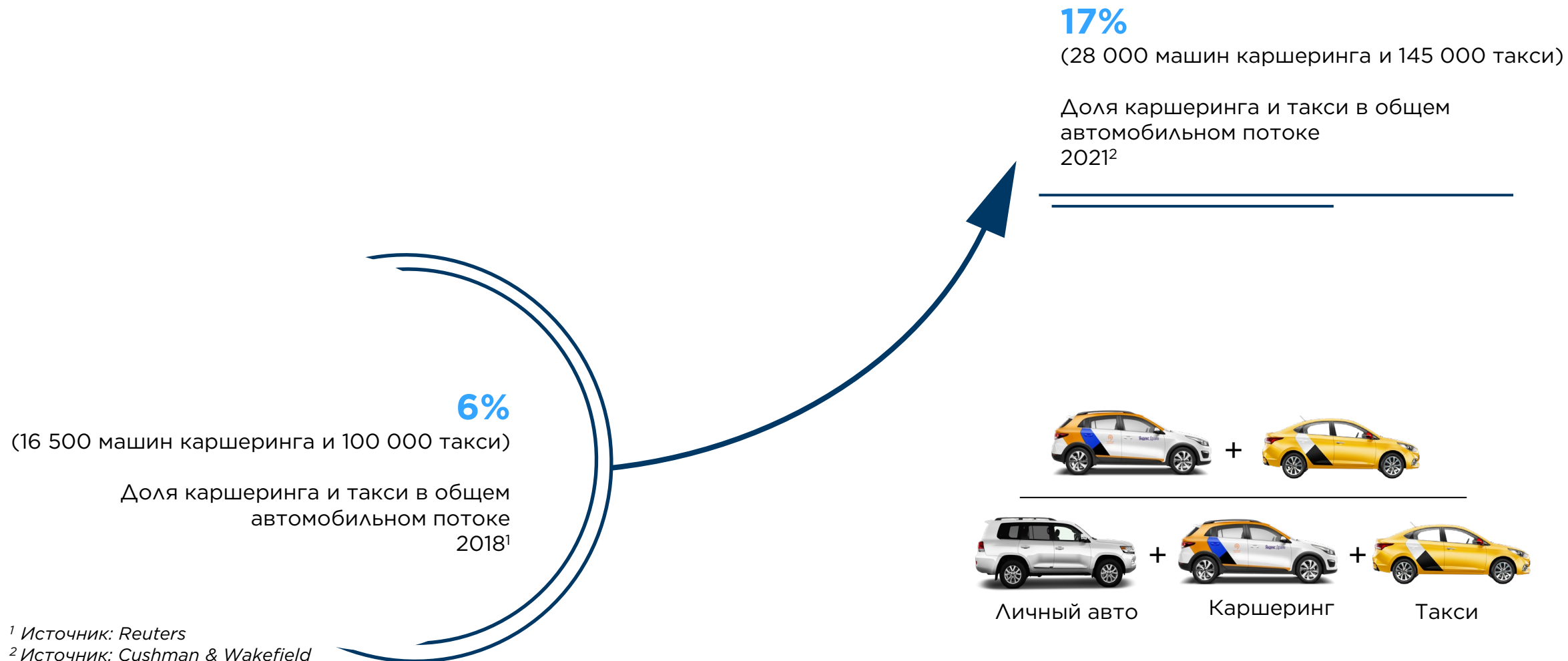
Годовой рост шеринговых
сервисов в России
2020

ШЕРИНГОВАЯ ЭКОНОМИКА

СТАТИСТИКА НОВЫХ СРЕДСТВ ПЕРЕДВИЖЕНИЯ



КАРШЕРИНГ И ТАКСИ В ОБЩЕМ АВТОМОБИЛЬНОМ ПОТОКЕ



ВЫВОДЫ

- С развитием транспорта в Москве, жители все больше следуют новому тренду передвижения: такси, каршеринг, самокаты и велосипеды. Это влечет за собой изменения в процессе пользования общественными услугами.
- У людей появляется возможность быстро и недорого добраться до удаленного от метро ТЦ, места работы, ресторана или кинотеатра. (Возможно, в будущем торговым центрам удастся сократить количество парковочных мест рядом с ТЦ).
- Согласно исследованию Яндексa, большая часть людей использует каршеринг, чтобы добраться:
 - До вокзала (что повышает важность услуг в этом месте),
 - До баров и ресторанов (что подразумевает необходимость предусмотреть парковку рядом или недалеко от заведения),
 - На работу (вероятнее всего из-за отсутствия близости к метро)

05

КОНТАКТЫ



КОНТАКТЫ

ДЕПАРТАМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЙ И АНАЛИТИКИ



Татьяна Дивина

Заместитель руководителя
департамента исследований
и аналитики

Tatyana.Divina@cushwake.com



Александр Михеев

Аналитик

Alexander.Mikheev@cushwake.com



Евгения Сафонова

Аналитик
Торговая недвижимость

Evgenia.Safonova@cushwake.com



Екатерина Ногай

Аналитик
Торговая и складская
недвижимость

Ekaterina.Nogai@cushwake.com

