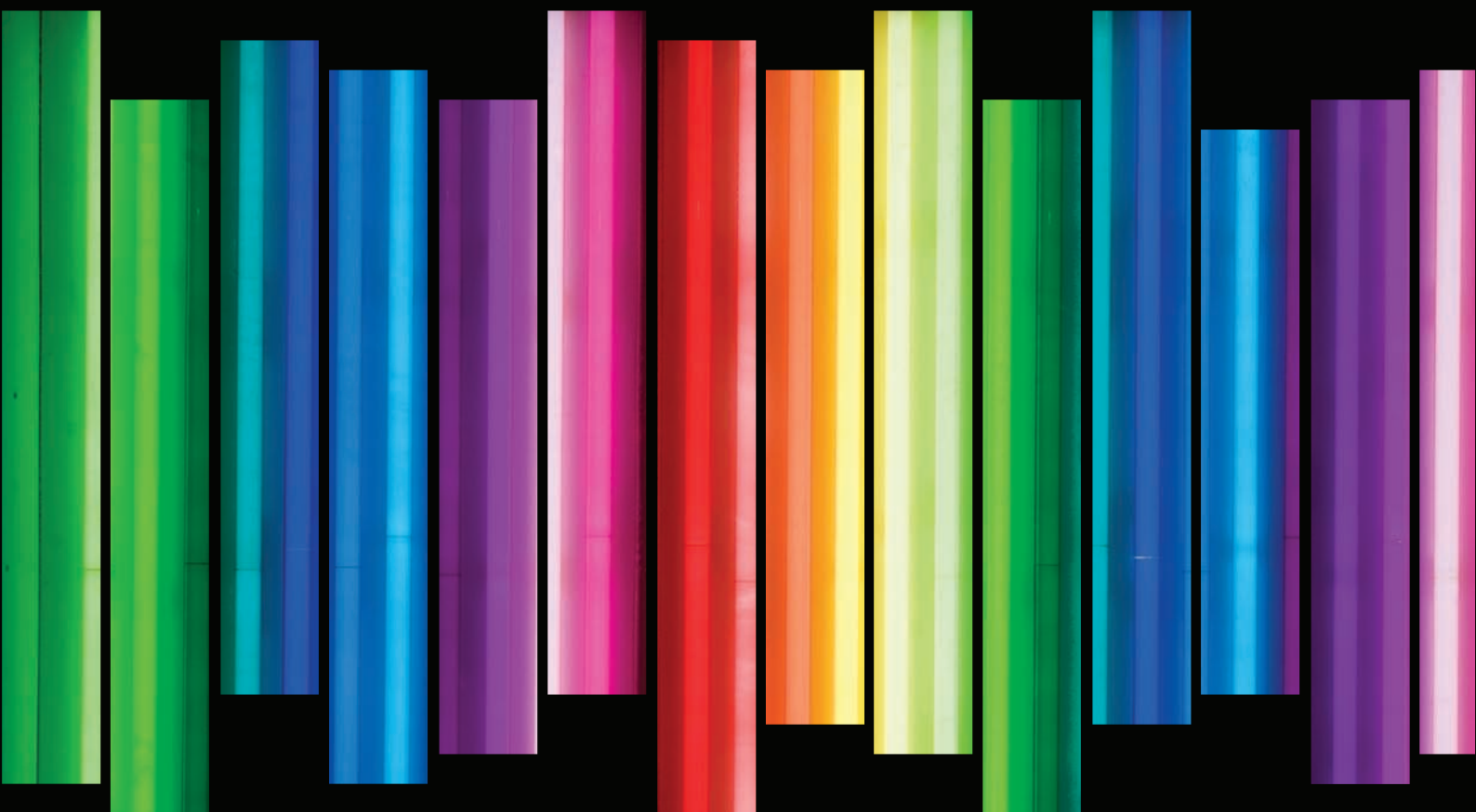


РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ : СТЕПЕНЬ ГЛОБАЛИЗАЦИИ БИЗНЕСА

СВ RICHARD ELLIS | ГЛОБАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И КОНСАЛТИНГ



2009 | КРАТКИЙ ОБЗОР



КАКОЙ
ГОРОД
ПРИВЛЕК

60%

МЕЖДУНАРОДНЫХ
СЕТЕЙ?

Исследование, проведенное СВ Richard Ellis, охватывает 280 торговых сетей в 67 странах, изучает их присутствие в странах и городах, выявляя различия в зависимости от профиля и регионах, дает представление об основных трендах глобальной экспансии.

В КАКОЙ СТРАНЕ
ОТКРЫТО БОЛЬШЕ
ВСЕГО МАГАЗИНОВ
МЕЖДУНАРОДНЫХ
СЕТЕЙ?

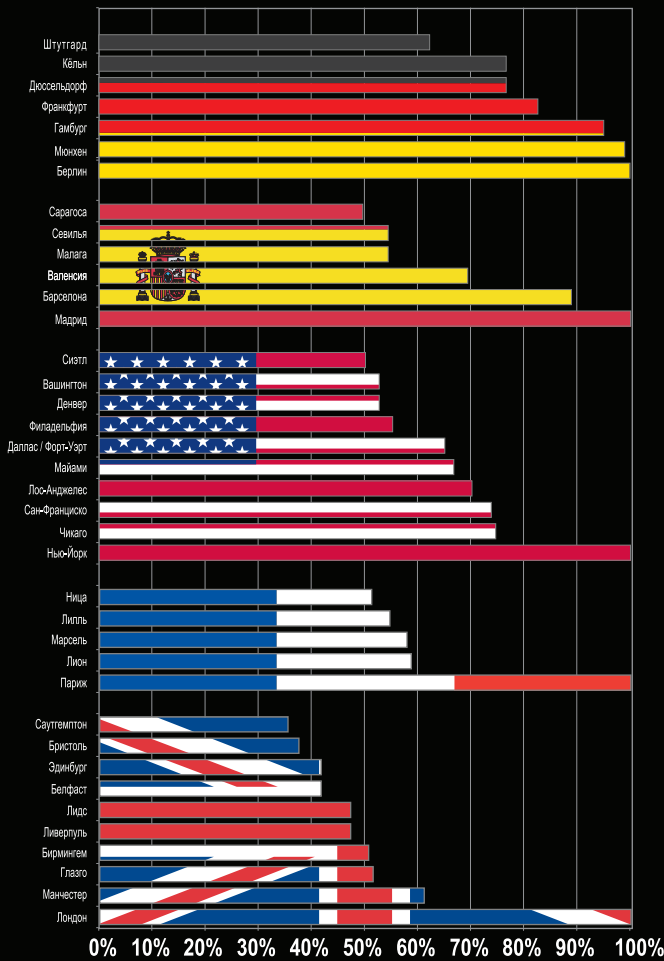
ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- Почти половина всех ритейлеров (46%) присутствуют в трех крупнейших регионах мира (Северная и Южная Америка, Европа Ближний Восток и Африка, Азиатско-тихоокеанский регион). Тем не менее, глобальное развитие торговых сетей находится в начальной стадии.
- Великобритания остается страной наиболее привлекательной для иностранных ритейлеров – 58% иностранных торговых сетей открыли здесь свои магазины. В целом, Европа является наиболее привлекательным рынком для иностранных ритейлеров. 5 крупнейших европейских экономик вошли в 8 наиболее привлекательных рынков.
- Торговые сети сегментов luxury и одежда/обувь осуществляют самую активную глобальную экспансию, чем ритейлеры других профилей. В среднем оператор luxury представлен в 27 странах, против 14 стран ритейлера другого сегмента.
- Лондон занимает первое место по привлекательности для ритейлеров, в нем открыты магазины у 60% ритейлеров, представленных в исследовании. Париж, Нью-Йорк, Дубай находятся на втором, третьем и четвертом месте соответственно. Это во многом объясняется привлекательностью этих городов для luxury и одежда/обувь сегментов ритейла.
- Торговые сети всех сегментов продолжили международное развитие в 2008 году, несмотря на нестабильную ситуацию в мире и возросшие риски из-за глобального финансового кризиса. Ритейлеры, представленные в отчете, были представлены в среднем в 16,5 странах на конец 2008 года, против 14,7 стран в 2007 году – средний рост в 12%.
- Торговые сети продолжают тенденцию не только по интернационализации бизнеса, открывая магазины в своем регионе, но и его глобализацию. Более 40% новых точек в 2008 году было открыто в регионах, не являющихся «домашним» для ритейлера.
- Наибольшую активность развития проявляли европейские ритейлеры сегмента luxury и одежда/обувь (в основном из Италии, Франции, Великобритании и Испании), и в меньшей степени США. В среднем luxury ритейлеры открылись в 3,4 новых странах, а ритейлеры сегмента обувь/одежда вышли в 1,9 новых стран.

- Географически от глобализации ритейла выиграли развивающиеся рынки – Ближний Восток, азиатские и восточно-европейские страны доминировали список новых открытий. Возможность использования франчайзинга, особенно в Азии и на Ближнем Востоке, помогла ритейлерам обеспечить свое присутствие на этих рынках при сокращенных затратах и с меньшими рисками, чем это было бы возможно при открытии собственных магазинов.

Присутствие ритейлеров в странах

Сравнительный анализ присутствия ритейлеров в столице и других городах



Источник: CB Richard Ellis

КАКИЕ РАЗВИВАЮЩИЕСЯ РЫНКИ ЯВЛЯЮТСЯ ГЛАВНЫМИ ПРИОРИТЕТАМИ В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКСПАНСИИ?

- Развивающиеся рынки оставались главным приоритетом для экстенсивного расширения многих сетей, и рейтинг наиболее «освоенных» мировых рынков ритейла претерпел за последний год существенные изменения — целый ряд рынков сделал впечатляющий рывок вверх в глобальной иерархии: особо стоит отметить рынки Саудовской Аравии (с 31 места поднялась на 15), Кувейта (с 30 на 19), Канады (с 18 на 13) и Китая (с 10 на 6).
- Тенденция открытия новых магазинов на развивающихся рынках, прослеживающаяся в политике многих ритейлеров, стала возможной благодаря совпадению нескольких факторов. Во-первых, общей стратегической движущей силой стало увеличение доходов потребителей (связанное с ростом цен на экспортируемые развивающимися странами товары и увеличению внутренних инвестиций). Во-вторых, это было связано с развитием рынка торговой недвижимости, состояние которого до последнего времени могло служить барьером для выхода крупных операторов. Открытие новых крупных торговых центров, подходящих для открытия флагманских магазинов международными операторами, активизировало процесс экспансии.
- Что касается дальнейшей глобализации ритейлеров, важно различать между краткосрочной ситуацией и долгосрочными трендами. Стратегическая задача по развитию международного присутствия и развитию бренда на региональном и глобальном уровне остается приоритетной для многих ритейлеров.
- Для некоторых ритейлеров существующая ситуация представляет беспрецедентные возможности по увеличению доли рынка путем собственного развития или поглощения ослабевших конкурентов. Хорошо капитализированные частные ритейлеры будут иметь преимущество в способности принимать краткосрочные гибкие решения, чем публичные компании, которые вынуждены поступать более осмотрительно.
- В существующей сложной экономической ситуации, многие ритейлеры краткосрочной перспективе заморозят свои планы по развитию, хотя бы на время, пока экономическая и финансовая ситуация будет более определенной.
- Россия заняла 7 место в рейтинге стран наиболее привлекательных для международных ритейлеров, поднявшись с 9 места в 2007 году – в ней по состоянию на начало 2009 года представлено 41% всех международных марок по сравнению с 38% в 2007 году. При этом Москва в рейтинге городов занимает 6 место с 42% международных марок, а Санкт-Петербург 62 место с 25% международных марок.

ОСТАНЕТСЯ ЛИ ГЛОБАЛЬНАЯ ЭКСПАНСИЯ ОСНОВНОЙ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЦЕЛЬЮ РИТЕЙЛЕРОВ?

Рейтинг городов

Рейтинг	Город	% представленных международных ритейлеров в городе
1	Лондон	60%
2	Париж	50%
3	Нью-Йорк	47%
4	Дубай	46%
5	Мадрид	44%
6	Москва	42%
7	Берлин	40%
8	Мюнхен	40%
9	Барселона	39%
10	Токио	39%
11	Сингапур	38%
12	Гамбург	38%
13	Гонконг	38%
14	Милан	38%
15	Пекин	36%
16	Стамбул	36%
17	Манчестер	36%
18	Вена	36%
19	Рим	36%
20	Чикаго	35%

Рейтинг стран

Рейтинг	Страна	% представленных международных ритейлеров в стране		Рейтинг в 2007
		2008	2007	
1	Великобритания	58%	55%	1
2	Испания	48%	47%	2
3	Франция	46%	43%	4
4	ОАЭ	45%	39%	6
5	Германия	45%	44%	3
6	Китай	42%	37%	10
7	Россия	41%	38%	9
8	Италия	41%	40%	5
9	Швейцария	40%	38%	8
10	США	39%	39%	7
11	Бельгия	38%	34%	12
12	Австрия	38%	36%	11
13	Канада	37%	31%	18
14	Япония	37%	33%	13
15	Саудовская Аравия	37%	24%	31
16	Сингапур	36%	33%	14
17	Турция	36%	30%	23
18	Гонконг	34%	31%	19
19	Кувейт	34%	25%	30
20=	Ирландия	34%	31%	20
20=	Польша	34%	32%	16
20=	Португалия	34%	31%	20

За дополнительной информацией обращайтесь:

EMEA RESEARCH

Nick Axford

Head of Research and Consulting, EMEA

t: +44 20 7182 3039

e: nick.axford@cbre.com

Natasha Patel

Analyst, EMEA Research and Consulting

t: +44 20 7182 3166

e: natasha.patel@cbre.com

GLOBAL RESEARCH

Raymond Torto

Global Chief Economist

t: +617 912 5225

e: raymond.torto@cbre.com

За информацией об услугах в торговой недвижимости CB Richard Ellis, обращайтесь :

EUROPE, MIDDLE EAST AND AFRICA (EMEA)

Peter Gold

t: +44 207 182 2969

e: peter.gold@cbre.com

ASIA PACIFIC

Dominic Stead

t: +852 2820 2800

e: dominic.stead@cbre.com

THE AMERICAS

Anthony Buono

t: +1 858 646 4718

e: anthony.buono@cbre.com

РОССИЯ

АННА ШИРЯЕВА

t: +7 495 725 2656

e: shiryaeva@magazinmagazinov.ru