

MARKETBEAT HOSPITALITY

RUSSIA

A Cushman & Wakefield Research Publication

Q2 2015



SUPPLY

According to C&W Hospitality and Tourism department Moscow quality room supply in Q2 2015 amounted to 15.7 thousand units*. At the same time quality room stock share still comprises not more than 33% of the whole city's hotel market supply.

Additional 4 quality city hotels totaling 883 rooms are expected to be opened till the end of 2015. Two of them are expected to be delivered in Q3 2015 — both of Ibis brand, operated by Accor (Ibis Moscow Dinamo on 37/8 Leningradsky highway and Ibis Oktyabrskoe Pole on 2 M. Rybalko Str.), another two are expected in Q4 2015, which are Midscale hotel Hampton by Hilton Moscow Strogino of Hilton Worldwide (20 Kulakova Str.) and Upper-Upscale hotel — Boutique Hotel StandArt (16/2 Tverskaya Str.).

With the opening of 6 new hotels in 2015 (total room count - 1,227), distribution of quality supply by classes will be the following: 50% of all rooms will be taken by Midscale and Economy hotels, 23% will belong to Upscale segment, 18% - Luxury hotels and 8% - hotels of Upper-Upscale segment. Thus, we see that Moscow hotel market is developing towards the increase of Economy and Midscale supply.

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

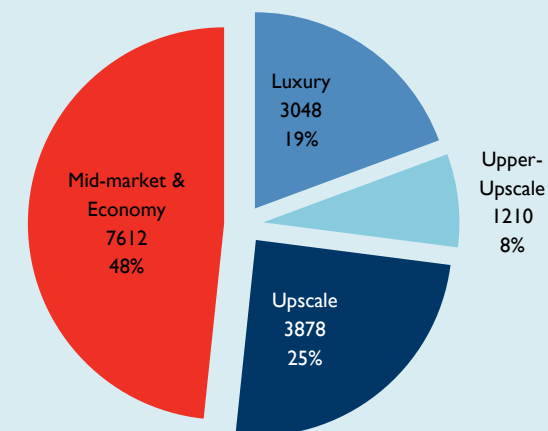
ПРЕДЛОЖЕНИЕ

По данным Отдела гостиничного бизнеса и туризма C&W качественное предложение гостиниц Москвы по итогам 2-го квартала 2015 г. составило 15,7 тыс. номеров*. При этом качественный номерной фонд составляет не более 33% от общего объема предложения на гостиничном рынке города.

До конца года планируется открытие 4-х качественных городских гостиниц общим номерным фондом 883 ед. Два из них планируются к открытию в 3-м квартале 2015 г. — оба под брендом Ibis оператора Accor (Ibis Moscow Dinamo на Ленинградском пр. 37/8 и Ibis Oktyabrskoe Pole на М.Рыбалко 2), еще два — в 4 квартале 2015 года—это отель среднеценовой категории Hampton by Hilton Moscow Strogino оператора Hilton Worldwide (Кулакова 20) и отель класса Upper-Upscale — Boutique Hotel StandArt на 110 номеров по адресу ул.Тверская 16/2.

С открытием в 2015 году 6 новых отелей в Москве общим номерным фондом 1227 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
Dedeman Park Izmailovo	Midscale	110	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 StandArt	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

In the first half of 2015 the Moscow quality hotel market showed a slight increase of the ruble prices (+0.9% against the result of Q2 2014).

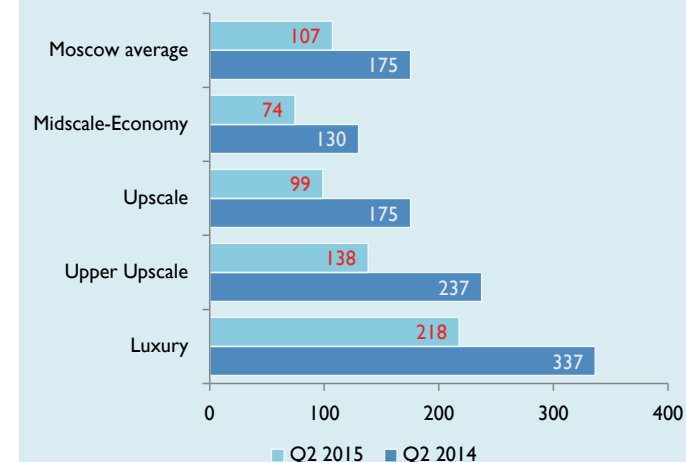
At the same time the most quality supply is more stable: hotels of the luxury segment increased both its occupancy (+2.5%) and average daily rate in rubles (+7%), but they still remain affordable in dollar prices (-35%), which obviously attracts foreign clientele, for whom the most quality and expensive hotels in Moscow became a 30-40% cheaper than a year ago. At the same time we can notice that guests of cheaper hotels "flow" to the more expensive ones: luxury hotels' occupancy has increased, while in the high-price category the number of rooms sold has slightly reduced (by 0.4 and 0.8 PP for upper-upscale and upscale segments, respectively). The hotel segment, which is positioned below luxury, but above the high-price (upper upscale), has retained its Q2 2014 results: ruble price decreased by 3.8% and that fact forced the occupancy to remain almost at the same level as it was last year (67,8% vs. 68,2%). Thus the difference in price between luxury and upper-upscale hotels in 2015 increased if compared to 2014: for "luxury" you need to pay now 36% more, while a year ago the price gap was 29%.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

По итогам первого полугодия московский рынок качественных гостиниц показал небольшой рост рублевых цен (+0,9% к результату 2 кв. 2014 г.).

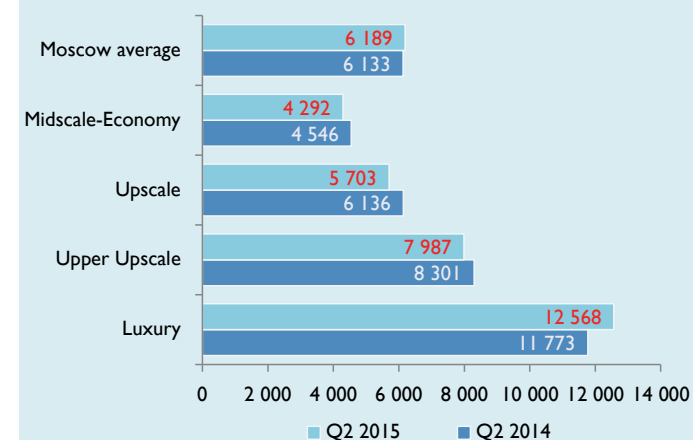
При этом наиболее качественное предложение более устойчиво работает: отели люксового сегмента увеличили как загрузку (+2,5%), так и среднюю цену продажи в рублях (+7%), однако они по-прежнему остаются доступными в долларовых ценах (-35%), что, очевидно, привлекает иностранную клиентуру, для которой наиболее качественные и дорогие гостиницы Москвы стали на 30-40% дешевле, чем год назад. При этом заметно «перетекание» гостей более дешевых отелей в более дорогие: загрузка люксовых отелей выросла, при том, что гостиницы высокой ценовой категории немного сократили количество продаваемых номеров (на 0,4 и 0,8 пп для upper-upscale и upscale сегментов соответственно). Гостиничный сегмент, позиционируемый ниже люксового, но выше высокого ценового (upper-upscale), можно сказать, сохранил свои прошлогодние результаты: рублевая цена скорректировалась вниз на 3,8%, за счет чего загрузка осталась почти на уровне прошлого года (67,8% против 68,2%). При этом разница в цене между гостиницами класса люкс и upper-upscale в 2015 году выросла по сравнению с 2014 годом: теперь «за роскошь» нужно заплатить на 36% больше, тогда как год назад разница в цене составляла 29%.

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

QUALITY HOTEL MARKET TRADING

Upscale hotels are losing their clients, who choose either more quality and expensive hotels, or prefer to stay in the new Midscale hotels with a good location: Merkur Paveletskaya or Mercure Novy Arbat, Holiday Inn Lesnaya, Courtyard by Marriott Paveletskaya, Azimuth Tulsкая etc. These hotels have the price, which is very close to the Upscale segment's ADR, including such hotels as Azimuth Olympic, Radisson Blu Slavyanskaya, Crown Plaza — hotels of large capacity, part of which requires to be repaired.

The Midscale segment reduced ADR by 5.6% in the first half of 2015, which led to an increased demand for these hotels by 1.9%. Economy segment is an outsider of the market, because it has in its structure a large proportion of the hotels, built up in "Soviet" times (VEGA Izmailovo), and also Novotel Sheremetyevo. ADR and occupancy of these hotels significantly affect the Economy segment's trading results. That is why the segment shows a 5.8% decrease of ruble prices and a 3.6% decrease in occupancy.

In general, we can say that demand is sensitive to the quality of supply more than to the price, therefore, upper-price hotels have even better occupancy than economy hotels (on average; quality and new economy class hotels operate with the occupancy close to 75%-80%). At the same time, the price factor remains important, and with the beginning of summer hotels began to work more aggressive with leisure demand attraction. Due to this fact occupancy in some segments reached 80% in June. On average Moscow occupancy amounted to 71.6% in June 2015 vs. 69.1% in June last year.

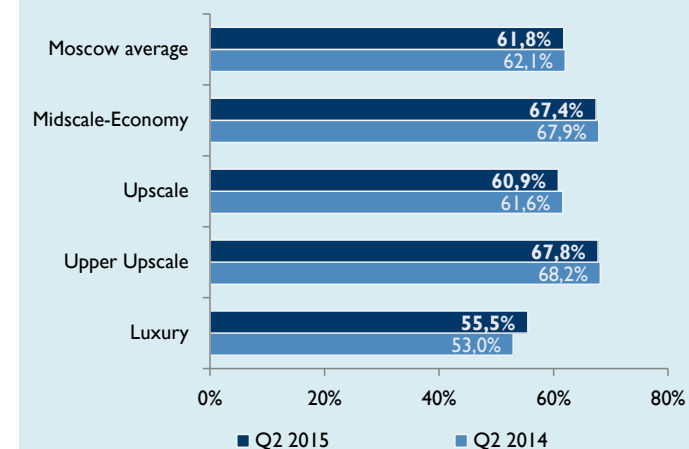
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Гостиницы верхнего ценового сегмента теряют клиентов, которые выбирают или более качественные и дорогие отели, либо же останавливаются в новых гостиницах среднеценовой категории, имеющих хорошую локацию на карте города: Меркур на Павелецкой или на Новом Арбате, Холидей Инн Лесная, Курtyard Марриотт на Павелецкой, Азимут Тульская и т.д. Эти отели по стоимости вплотную приближаются к верхнему ценовому сегменту, в котором позиционируются, в том числе, такие отели как Азимут Олимпик, Рэдиссон Блу Славянская, Краун Плаза – отели большой вместимости, часть из которых требует ремонта.

Среднеценовой сегмент в первом полугодии снизил цены на 5,6%, что повысило спрос на эти отели на 1,9%. Аутсайдеры рынка – экономичные отели, среди которых большая доля у отелей «советской» постройки (Вега, Измайлово), и Новотеля в Шереметьево, цены и загрузка которых существенно влияет на показатели выборки. Эти отели показывают 5,8% снижение рублевых цен и на 3,6% снижение заполняемости.

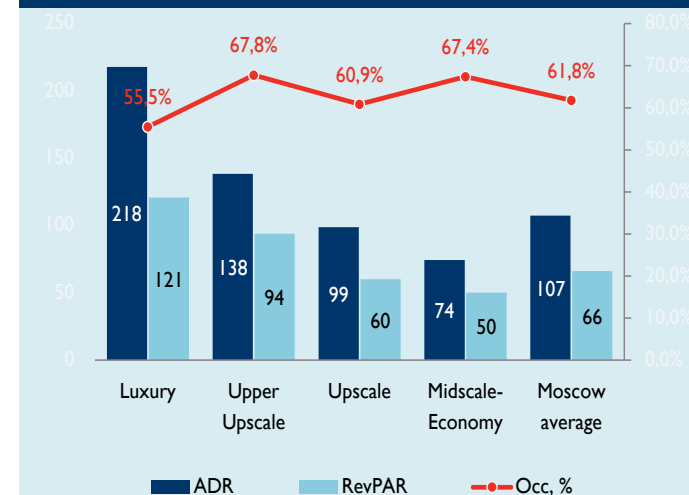
В целом, можно сказать, что спрос чувствителен к качеству предложения в большей степени, чем к цене, поэтому гостиницы верхнего ценового уровня загружаются даже лучше, чем экономичные (в среднем по рынку, качественные и новые экономичные отели работают с загрузкой, близкой к 75-80%). В то же время, ценовой фактор остается значимым, и с наступлением лета гостиницы более агрессивно работали с привлечением туристского спроса, за счет чего загрузка июня по отдельным сегментам достигала 80%. В среднем в июне 2015 года загрузка в Москве составила 71,6% при 69,1% в прошлом году.

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

The revenue per available room in Q2 2015 amounted to \$66 (in Q2 2014 - \$109). RevPAR of Moscow hotels in ruble equivalent almost stayed on the same level as in Q2 2014 (increase by 0.5%) and amounted to 3,824 rubles per available room. This stabilization became possible due to significant RevPAR growth in the luxury segment - by 12% compared to the same period of last year (up to 6,596 rubles). Meanwhile in other segments we still see the gap to the Q2 2014 RevPAR: -8.2% in the Upscale hotel segment, -6.3% in Misdcale-Economy hotels and -4.4% in Upper-Upscale hotels.

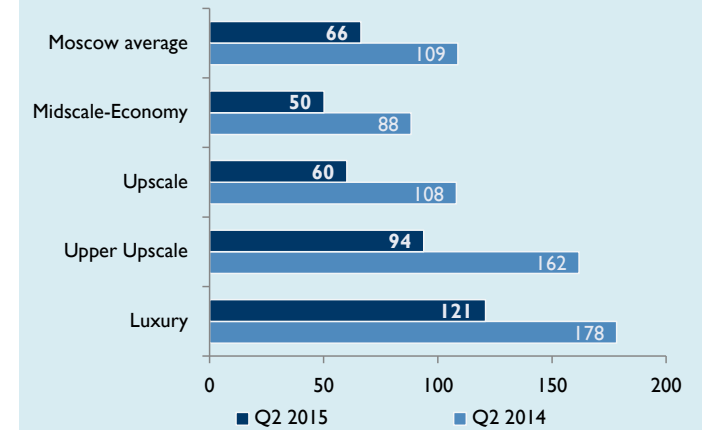
We believe that in the second half of the year, which is traditionally more active than the first, the demand can be maintained at the level of 63%-63.5% on average. The ADR of those segments, which are better adapted to the market, will continue to rise, but the market in general will not reach the earlier expected price correction at the level of inflation: economy hotels "pulled" down the market and the maximum ruble price growth is expected to reach 3%-4% to about 6.3 thousand rubles per room-night on average.

ТРЕНДЫ

Показатель доходности на номер составил в 2 квартале 2015г. \$66 на доступный номер (в 2 кв. 2014г. - \$109). В рублевом эквиваленте доходность гостиничного номера в Москве фактически не изменилась (рост на 0,5%) по сравнению со 2-м кв. 2014 г. и составила 3 824 руб./номер. При этом стабилизацию средней ситуации на рынке обеспечил сегмент luxury, в котором доходность в рублях на номер выросла на 12% по сравнению с прошлым годом (до 6 976 руб.). В остальных сегментах пока наблюдается отставание от доходности в первом полугодии 2014 года: -8,2% в сегменте Upscale, -6,3% в Misdcale-Economy и -4,4% в Upper-Upscale.

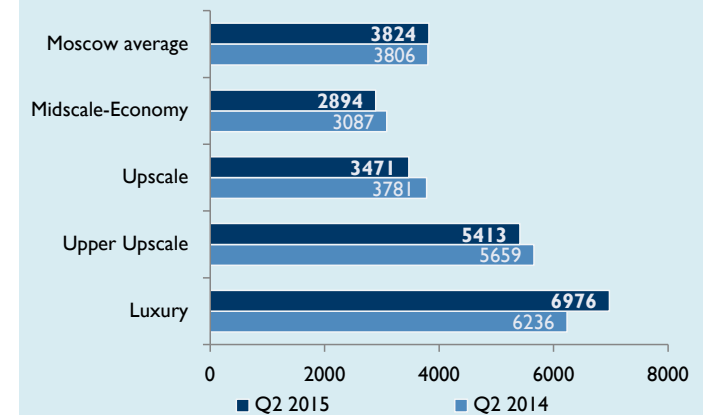
Мы полагаем, что во втором полугодии, традиционно более активном, чем первое, спрос удастся сохранить на уровне 63%-63,5% в среднем по городу. Средняя цена продажи по тем сегментам, которые лучше адаптированы к рынку, продолжит рост, но в целом по рынку ожидаемой ранее ценовой коррекции на уровне инфляции не произойдет: экономичные отели «стянут» рынок вниз, и максимальный ценовой рост ожидается на уровне 3-4% в рублях до порядка 6,3 тыс. рублей за номер по рынку в среднем.

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