

**ТОРГОВЛЯ В РОССИИ
ЭЛЕКТРОННАЯ
КОММЕРЦИЯ
И ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ**

2014

МИРОВОЙ ОНЛАЙН-РЫНОК

4%

от всего розничного
оборота

МИРОВОЙ РЫНОК

Опережающий рост

- Рынок электронной коммерции ежегодно прирастает в среднем на 18%. Продажи в других каналах растут лишь на 1,3% в год
- За прошедшие 5 лет доля интерне-коммерции выросла с 2,2% до 4%.
- Онлайн-бум затронул практически все страны.
- Наибольшее проникновение онлайн-коммерции отмечается в Северной Америке(6%) и Западной Европе (4.7%). За ними следует тихоокеанский регион (3.6%).
- Наиболее высокие темпы роста в период с 2009 по 2012 демонстрировала Азия (33.3%), Латинская Америка (21%) и восточная Европа (17%).



РОССИЯ

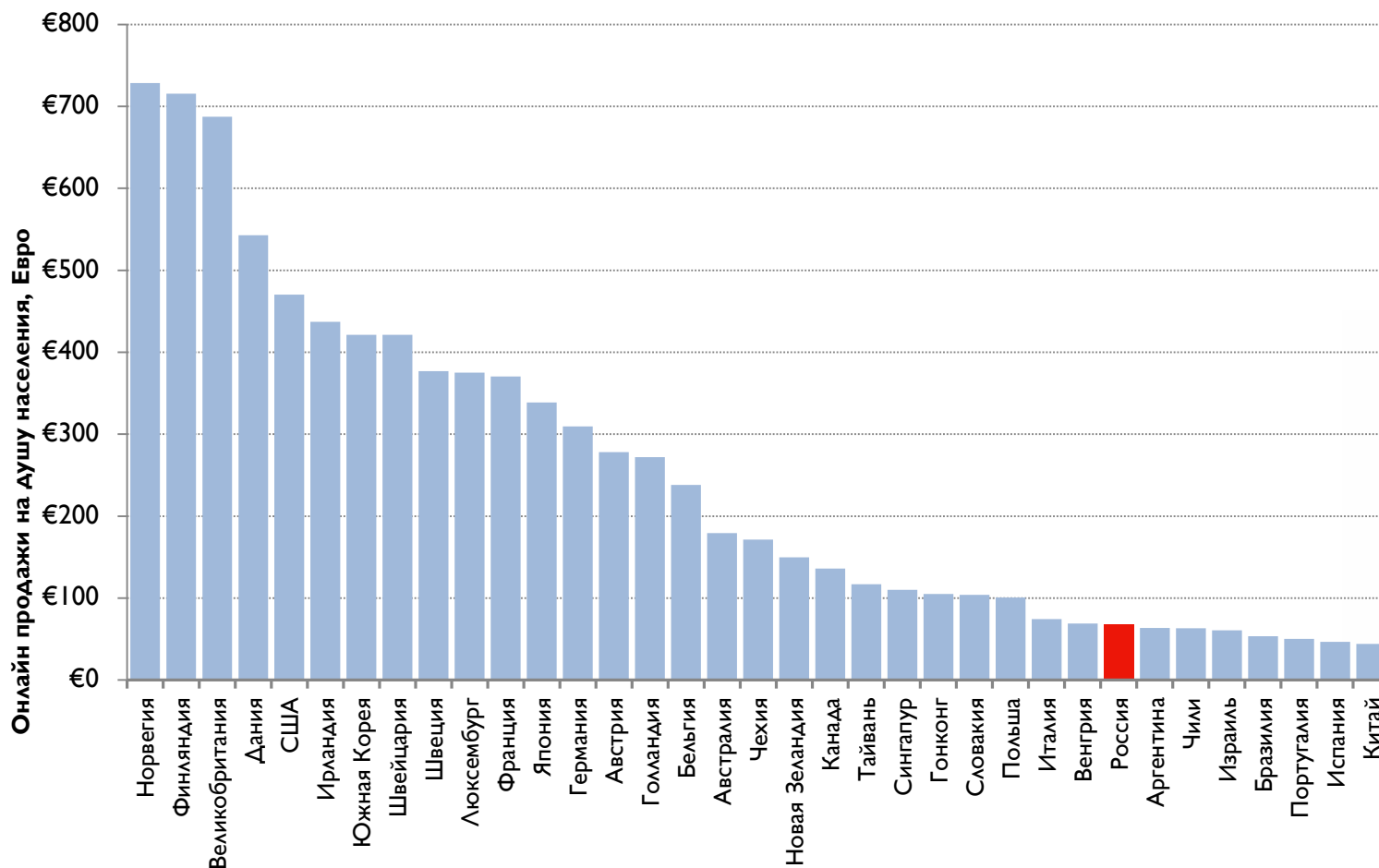
€10 000 000 000

Годовой оборот онлайн-торговли

2% от всех розничных продаж

ОБЪЕМ РЫНКА

Онлайн торговля в странах мира

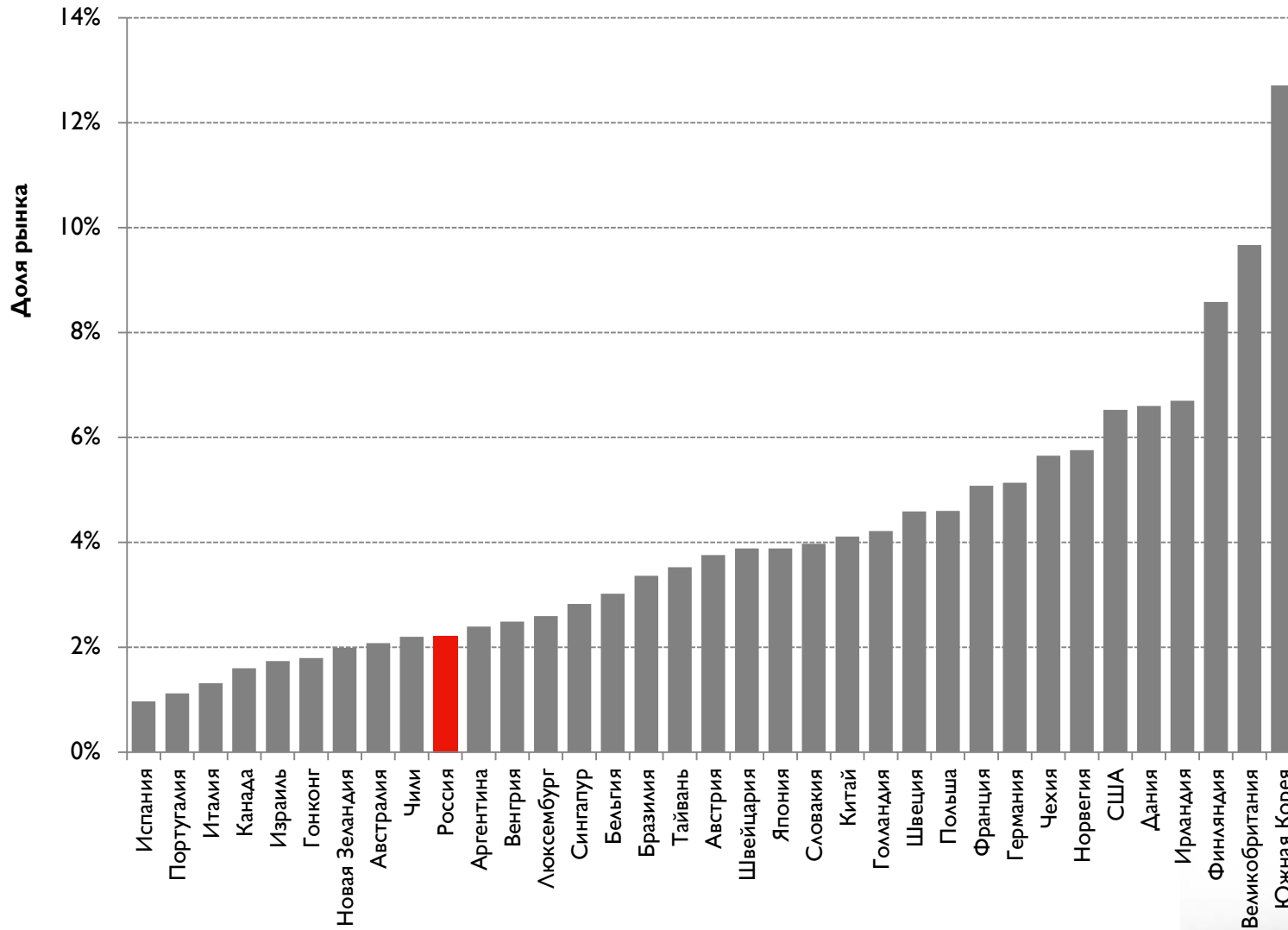


- Средний российский покупатель тратит онлайн в год лишь 70 Евро
- Самые активные онлайн покупатели тратят до 3000 Евро и более



ПРОНИКНОВЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Доля онлайн-покупок в общем товарообороте



- Темпы роста электронной коммерции в России 20-30% в год
- Ожидается, что доля электронной коммерции достигнет 4,5% к 2015 году



ПОКУПАТЕЛИ

22 миллиона

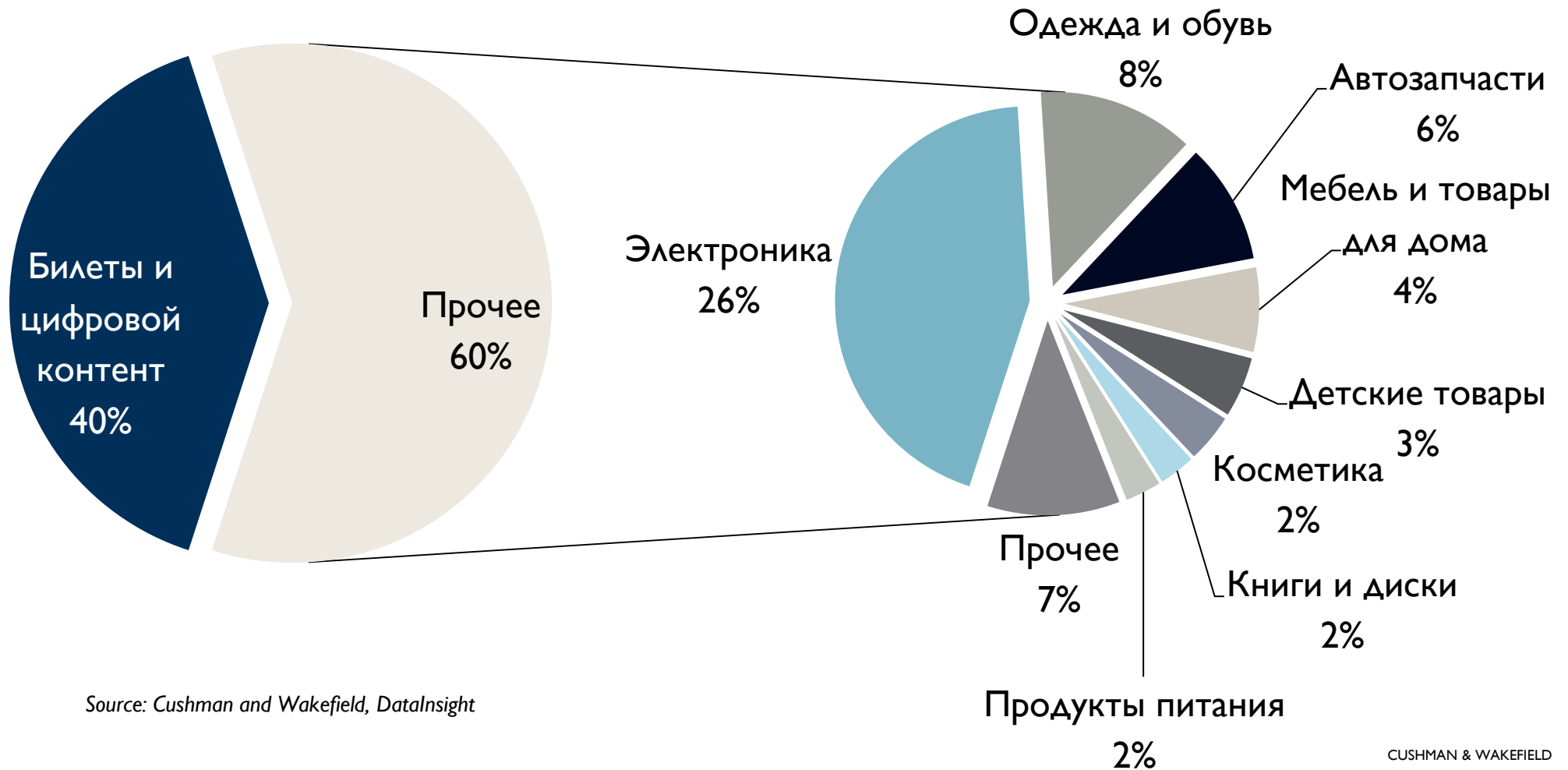
онлайн-покупателей

30%

Годовой рост аудитории

СТРУКТУРА РЫНКА

Корзина российского онлайн-покупателя



Source: Cushman and Wakefield, DataInsight

ОПЛАТА ПОКУПОК

Недостаточное развитие инфраструктуры

Основные способы оплаты в российской Сети



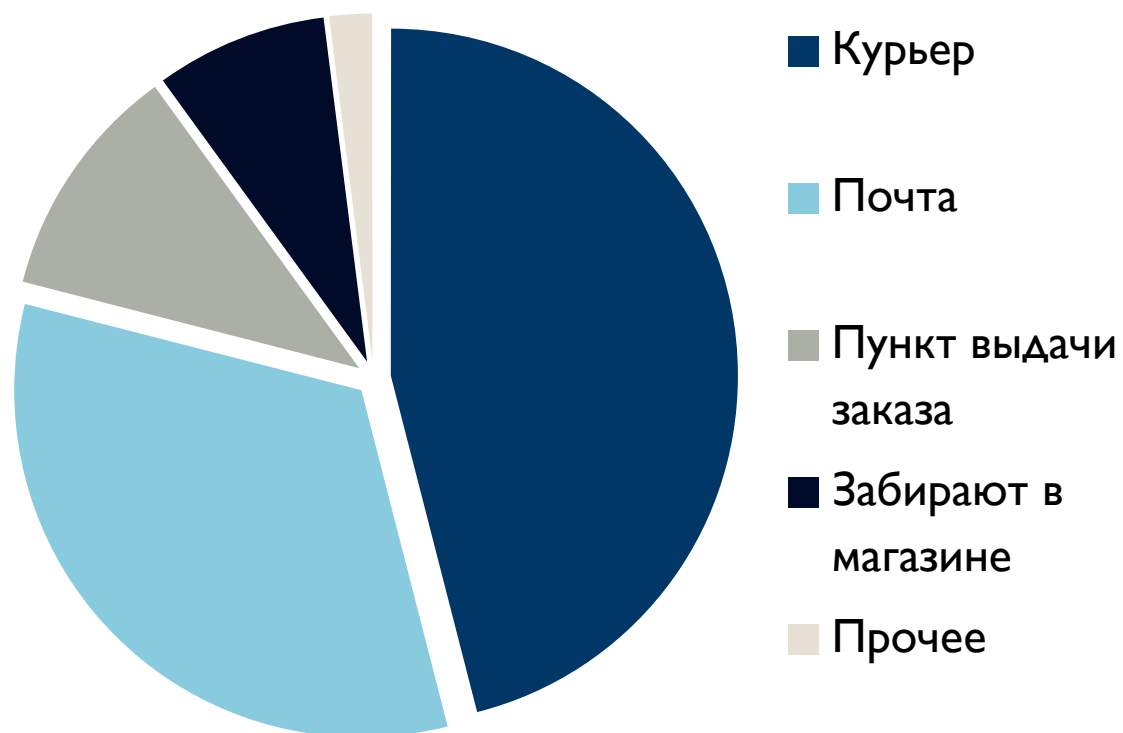
- Российская экономика все еще сильно завязана на наличные
- 74% Россиян имеют банковские карты
- Только 40% обладателей карт используют их для покупок



Source: Morgan Stanley research, DataInsight

СПОСОБЫ ДОСТАВКИ

Недостатки инфраструктуры



- Доставки между городами ограничена слабым развитием почтовых услуг
- Собственная курьерская доставка – наиболее распространенная форма торговли
- Все большее распространение получают пункты выдачи заказов.



Source: Morgan Stanley research, DataInsight

СПЕЦИФИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА

Возможности и препятствия



- 40% онлайн-покупателей живет в Москве и Санкт-Петербурге
- 10% всех покупок в онлайн - покупки из-за границы
- Авиабилеты – самый большой сегмент онлайн-рынка.
- Каждый год несколько миллионов покупателей совершают свою первую онлайн-транзакцию
- Основной потенциал роста рынка сосредоточен в регионах

ОНЛАЙН РИТЕЙЛ

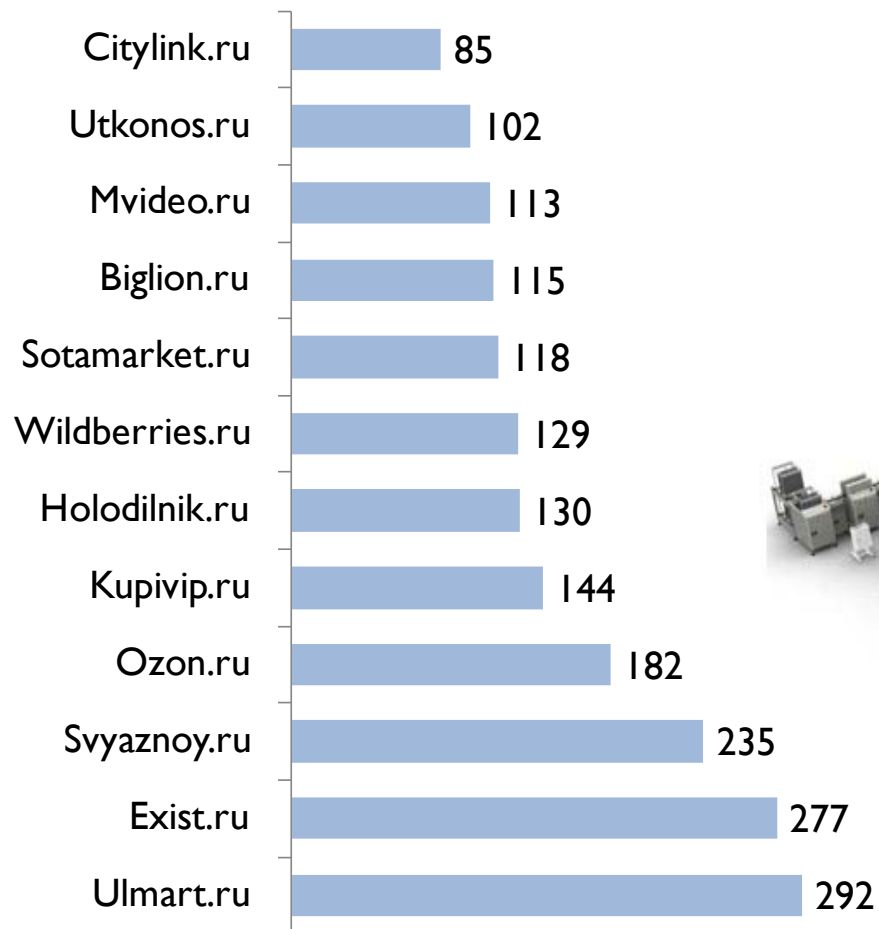
25 000

Онлайн-магазинов

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РОССИИ

10 крупнейших ритейлеров контролирует лишь 20% рынка

Объем продаж в 2012, млн Евро



- 10% онлайн-покупок совершается в зарубежных магазинах
- В США на первую десятку приходится 52% рынка
- Консолидация онлайн торговли произойдет в ближайшие годы



ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

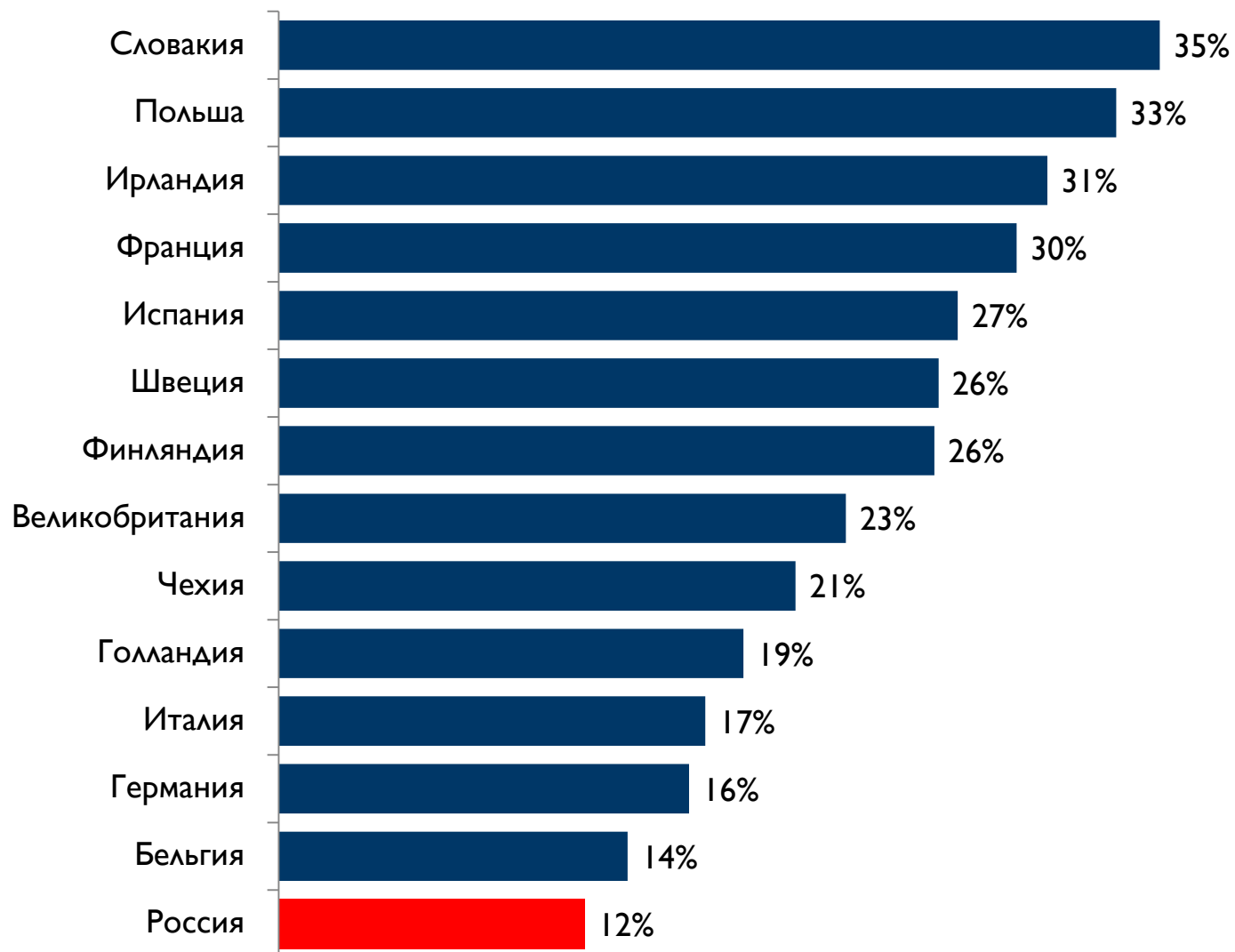
Самые динамичные сегменты

Для создания современной торговой инфраструктуры потребовались десятилетия. У электронной коммерции впереди длинный путь.

ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

Доля в общем торговом обороте

Доля торговых центров в общем товарообороте страны



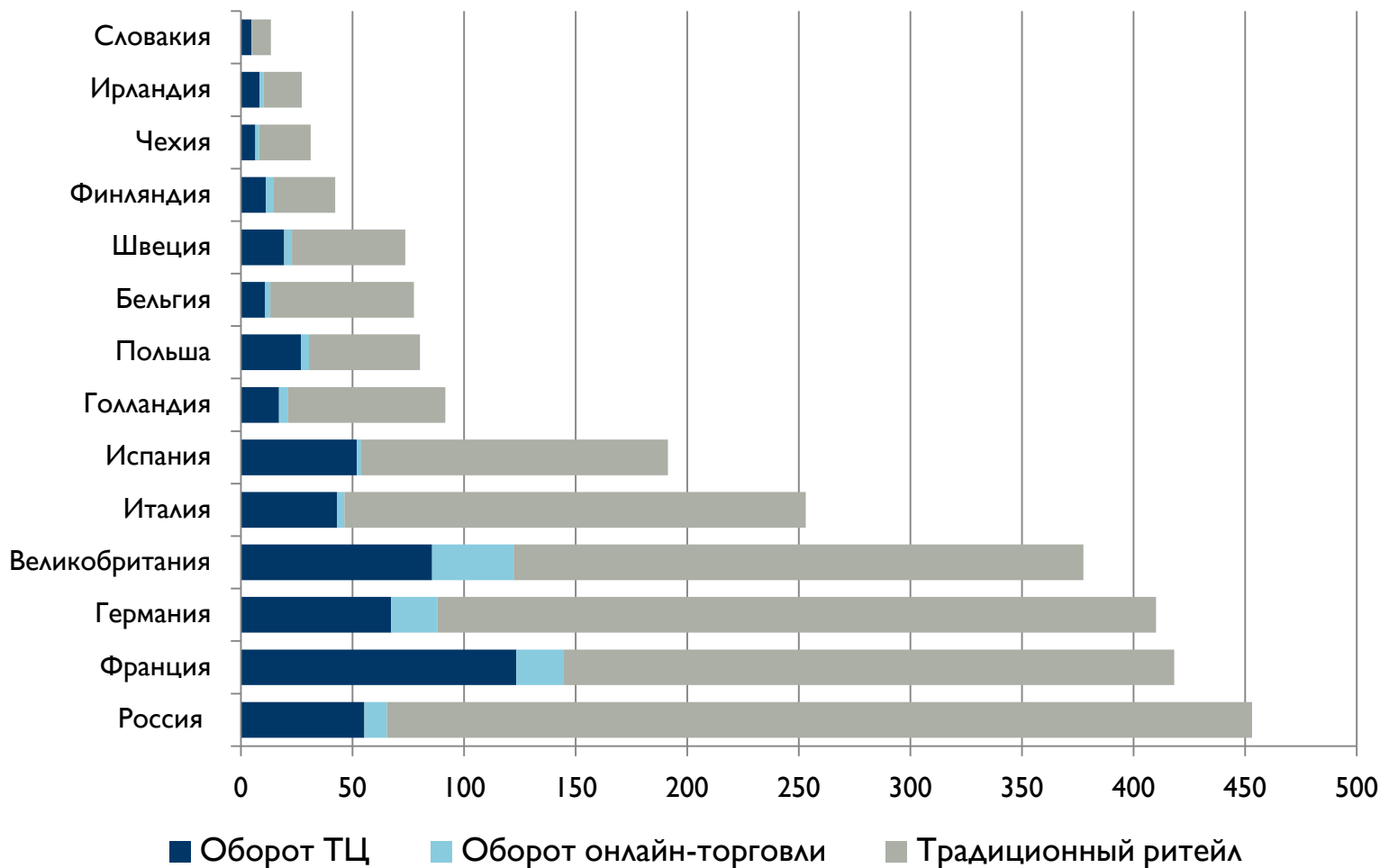
- Несмотря на бурные темпы роста, торговые центры в России занимают незначительную долю
- Мы ожидаем, что к 2015 г. их доля вырастет до 15%
- К 2020 году на торговые центры будет приходиться около четверти товарооборота.

Source: Cushman and Wakefield, ICSC

ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

Доля рынка

Объем торговли и ее структура в Европе, млрд Евро

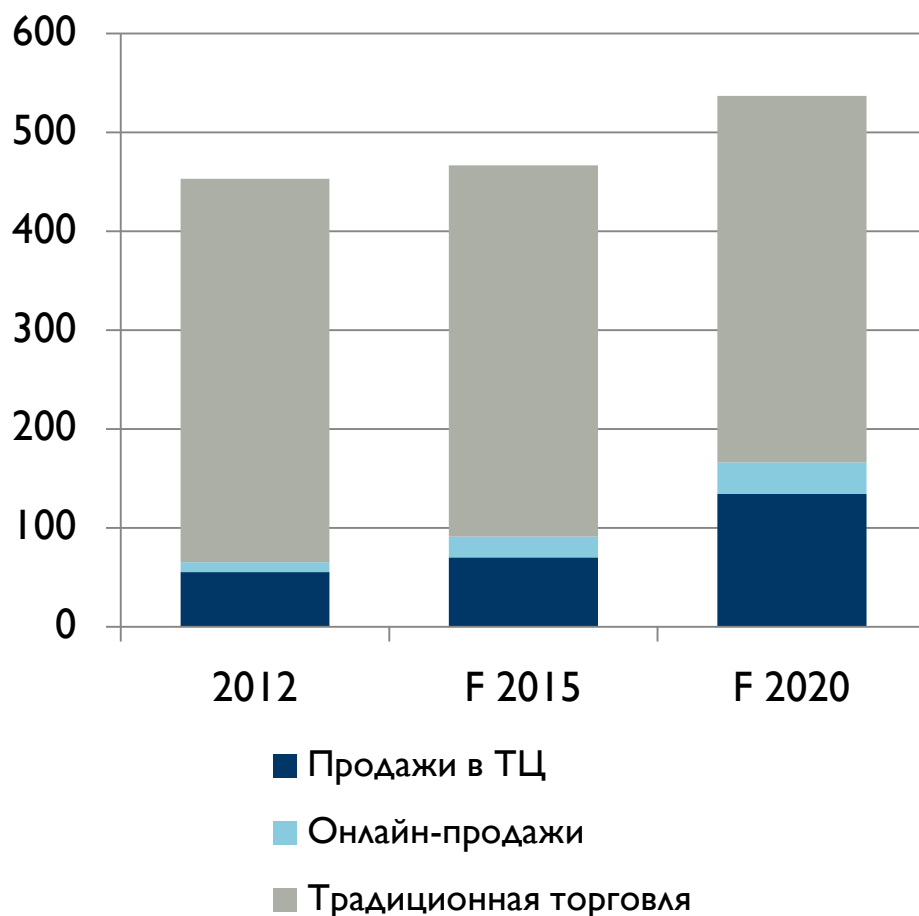


- В 2012 году Россия стала крупнейшим потребительским рынком Европы
- И торговые центры и электронная коммерция в России имеют большой потенциал развития.
- В течение следующих 10 лет их доля удвоится.

ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ И ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Радужные перспективы.

Прогноз объемов продаж ТЦ и онлайн-торговли, млрд Евро

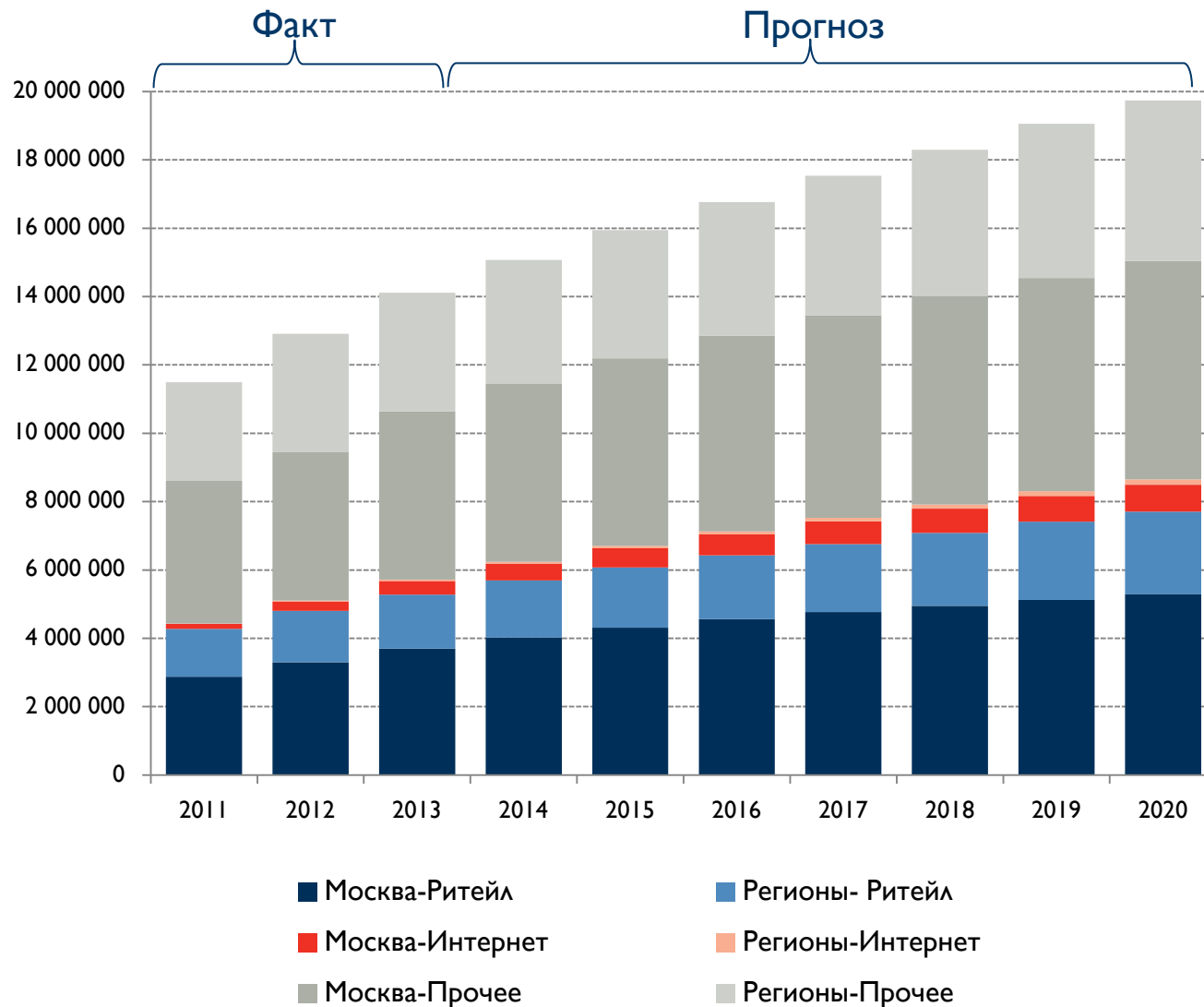


- Электронная коммерция и торговые центры останутся наиболее динамично развивающимися формами торговли.
- В краткосрочной перспективе темпы роста онлайн-торговли будут обгонять торговый центры, однако уже через несколько лет электронная коммерция упрется в «инфраструктурный потолок», что приведет к снижению темпов роста.
- Торговые центры имеют большой потенциал в долгосрочной перспективе.
- Мультиканальный ритейл позволит использовать преимущества обоих форматов.

ЛОГИСТИКА ДЛЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Инфраструктура

Логистические площади, занимаемые ритейлерами и онлайн-магазинами, кв.м.



- С точки зрения современной логистики, Москва останется центром интернет-торговли на ближайшие годы
- Классические и мультиканальные ритейлеры будут доминировать на логистическом рынке.
- Доля интернет-магазинов на арендном рынке логистики будет соответствовать их доле на потребительском рынке.

ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ

Сетевой ритейл

- Несмотря на стремительное развитие электронной коммерции, роль недвижимости в торговле не снижается. На первый план выходит правильное местоположение, размер и финансовая модель.
- Слабая инфраструктура будет сдерживать рост онлайн-торговли в России. Очень маловероятно, что доля электронной коммерции достигнет 10% даже к 2020 г.
- Ритейлерам необходимо думать о конкуренции с быстрорастущим электронным сегментом
- Возможно ритейлерам придется адаптировать размеры своих магазинов в сторону укрупнения, либо наоборот разукрупнения, но большего покрытия для эффективной конкуренции.



ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ

Затратная часть

- Дополнительные расходы на организацию канала онлайн-продаж вынудят некоторых ритейлеров снижать затраты на недвижимость.
- Флагманские магазины для ведущих брендов будут играть все большую имиджевую роль даже в виртуализирующемся мире, поэтому спрос на престижные локации будет расти.
- Распространение мультиканальной торговли, концепции шоурумов, пунктов доставки формирует дополнительный спрос и требования к логистическим мощностям.
- Возможна дальнейшая дивергенция арендных ставок: престижные объекты продолжат дорожать, а менее привлекательные - дешеветь.



ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОБЕДИТЕЛИ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Недвижимость в мультиканальном мире

- Мультиканальная торговля позволит ритейлерам обеспечить быстрый и устойчивый рост за счет покрытия самых динамичных сегментов.
- Электронная коммерция позволит привнести целый ряд новаций и усовершенствований, связанных с персонализацией товаров и обслуживания, в то время как недвижимость обеспечивает не только физическую доступность, но и атмосферу, ощущения, общение и удовольствие, невозможные в виртуальном мире.



ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОБЕДИТЕЛИ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Доминирующие локации

- Несмотря на то, что быстрое развитие онлайн-торговли несет угрозу некоторым форматам, крупноформатные ТЦ, объекты расположенные на самых проходимых улицах могут получить целый ряд преимуществ от развития мультиканальных концепций.
- Месторасположение, транспортная доступность, привлекательная среда, атмосфера качественных ТЦ будет поддерживать торговлю в особенности супермаркеты и развлечения.
- Перед управляющими встает вопрос адаптации и развития мультиканальных схем за счет предоставления новых услуг, в частности, доставки, так, чтобы торговый центр превратился в ключевой элемент инфраструктуры электронной коммерции.



ИНФРАСТРУКТУРА

Главный фактор, сдерживающий развитие.

ВЕДУЩИЕ ОНЛАЙН-РЫНКИ

Россия в конце списка

(1 is best)	Market Size	Infrastructure	Overall
United Kingdom	2	9	1
USA	1	15	2
Germany	4	14	3
France	3	16	4
Netherlands	9	5	5
Korea	7	12	6
Japan	5	17	7
Switzerland	14	4	8
Finland	20	3	9
Sweden	16	6	10
Denmark	15	7	11
Canada	13	10	12
Norway	18	11	13
Australia	12	19	14
Belgium	19	20	15
Taiwan	25	13	16
Hong Kong	35	2	17
China	6	31	18
Singapore	40	1	19
Austria	26	18	20
Brazil	11	27	21
Italy	10	28	22
Ireland	23	23	23
Luxembourg	37	8	24
New Zealand	30	21	25
Russia	8	41	26
Turkey	21	33	27
Poland	17	37	28
Spain	27	29	29
Chile	31	26	30

- Развитие онлайн торговли в России долгое время сдерживалось недостатками финансовой инфраструктуры
- Огромная территория страны предъявляет особые требования к каналам доставки, которые современная российская система не может удовлетворить
- Основной потенциал развития онлайн-торговли – ее проникновение в удаленные районы, испытывающие дефицит традиционного ритейла.

www.cushmanwakefield.com



МАКСИМ КАРБАСНИКОФФ

Партнер, Руководитель Отдела
Торговой недвижимости

+7 495 799 9888 ext. 599879

maxim.karbasnikoff@eur.cushwake.com



ЕКАТЕРИНА ЗЕМСКАЯ

Партнер, Руководитель Отдела
Торговой недвижимости

+7 495 799 9888 ext. 599877

ekaterina.zemskaya@eur.cushwake.com



АНДРЕЙ ШУВАЛОВ

Старший директор, Отдел Торговой
недвижимости

+7 495 799 9888 ext. 596160

andrey.shuvalov@eur.cushwake.com



ДЕНИС СОКОЛОВ

Партнер, Руководитель Отдела
Исследований

+7 495 799 9888 ext. 599891

denis.sokolov@eur.cushwake.com



ЛАДА БЕЛАЙЧУК

Старший директор, Заместитель
руководителя Отдела Исследований

+7 495 799 9888 ext. 599892

lada.belaychuk@eur.cushwake.com



ЕВГЕНИЙ ПОПОВ

Старший директор,, Руководитель
Отдела Стратегического консалтинга

+7 495 799 9888 ext. 596187

evgeny.popov@eur.cushwake.com