



Национальное Рейтинговое Агентство

НЕПРОДУКТОВАЯ РОЗНИЦА: ПРОВАЛЬНЫЙ ГОД?

Аналитический
обзор

Ноябрь
2020

Оглавление

Резюме	3
1. Неудовольственный ритейл.....	4
2. Неудовольственный импорт.....	7
3. Перспективы сегментов непродуктовой розницы на 2020 г.....	8
4. Выводы.....	11
Контакты и авторы	12

Резюме

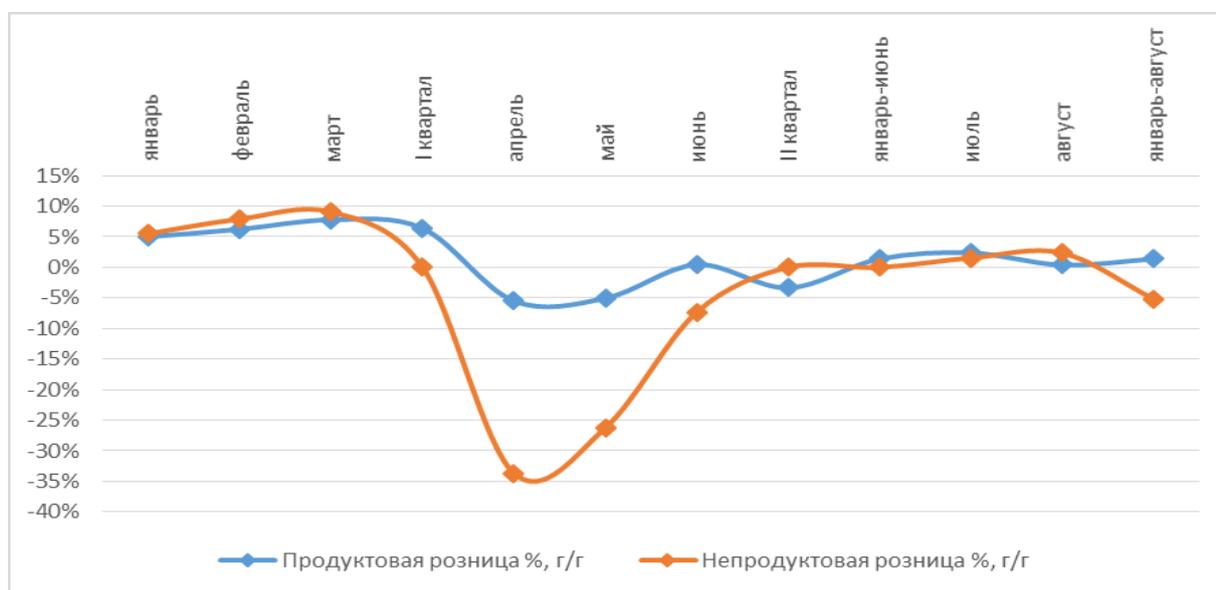
- **Функционирование непродовольственного сегмента в первую ковидную волну было практически полностью ограничено. Потери непродуктовой розничной торговли в «закрытые месяцы» в разы превысили максимальное сокращение розничного товарооборота. Сокращение непродовольственного товарооборота в апреле было максимальным за последние 20 лет (-39,7% м/м и - 33,7% г/г).**
- **В реальном выражении с учетом инфляции (4,2%) непродуктовый рынок по итогам 2020 г. сократится на 6,3% г/г. Однако такой спад будет менее существенным по сравнению с посткризисными 2009 и 2015 гг.**
- **Снижение объема розничных непродуктовых продаж было обусловлено в первую очередь сокращением оборота торговли в физическом выражении. В апреле – мае индекс физического объема непродовольственных продаж составил 64,6% и 71,8%, соответственно от соответствующих прошлогодних уровней.**
- **Основной спад импорта непродовольственных товаров пришелся не за «закрытый» II квартал, а на III. Простой и затоваривание розничных непродовольственных ритейлеров, сбой в сроках трансграничных поставок, резкое падение потребительского спроса вынудили непродуктовых продавцов существенно сократить объемы импорта в III квартале, в течение которого объем импорта упал ровно в два раза в годовом выражении - до 5,5 млрд долл. США.**
- **Сегмент продаж одежды и обуви на фоне 36-процентного сокращения импорта вкуче с падением реальных доходов населения может снизиться на 25-30% по итогам 2020 г. - до 1,6 трлн руб.**
- **В отличие от прочих сегментов динамика продаж фармпродукции (+6% г/г в 2020 г.) не будет коррелировать с понижательной динамикой импорта ввиду реализуемой госпрограммы импортозамещения и роста импорта субстанций для увеличения объемов локализованного производства.**
- **Не исключаем сокращение рынка БТЭ на 6% в 2020 г. до 1,4 трлн руб. При этом подсегменты продаж компьютеров и смартфонов могут удержаться на прошлогодних уровнях. Сегменты DIY и спорттоваров, наименее пострадавшие относительно прочих направлений благодаря активному продвижению онлайн-продаж в период первой волны ограничений также могут по итогам года остаться на уровне 2019 г.**
- **Рынок ювелирных изделий станет одним из наиболее пострадавших в 2020 г. на фоне ослабления рубля на 28% и роста цен на золото на 23% с начала года. В 2020-м оборот рынка может сократиться на 30% в натуральном выражении и на 45-55%.**
- **Уход розницы в онлайн и изменение потребительского поведения внесут свой негативный вклад в объемы продаж оффлайн, но будут поддерживать объемы непродуктового рынка в целом и могут стать важным драйвером роста в дальнейшем.**

1. Неудовольственный ритейл

Неудовольственная торговля стала одной из наиболее пострадавших отраслей в период пандемии коронавируса. **Работа сегмента была ограничена, в то время как продуктовые магазины продолжали полноценно функционировать.** Максимальное снижение продуктового оборота составило лишь 5,5% в апреле.

Потери неудовольственной розничной торговли в «закрытые месяцы» были в разы больше (-30-35% г/г), и по итогам 2020 г. могут достичь 500 млрд руб. по сравнению с показателем прошлого года, а рынок сократится до порядка 17 трлн руб. (-3% г/г).

Рисунок 1. Ежемесячная динамика оборота продуктовой и неудовольственной розницы в стоимостном выражении %, г/г



Источник: Росстат, оценки НРА

В номинальном выражении без корректировки на инфляцию отрицательная динамика неудовольственного торгового оборота станет самой слабой с 2000 г. **В посткризисные 2009 и 2015 гг. наблюдался незначительный рост** неудовольственного сегмента в пределах 1%, обусловленный высокой инфляцией.

Однако же **в реальном выражении с учетом инфляции (4,2% в 2020 г.) непродуктовый рынок сократится на 6,3% г/г** в этом году. Такое снижение будет менее существенным по сравнению с показателями в посткризисные годы. Так, в 2009 г. с корректировкой на инфляцию в сегменте неудовольственного ритейла (9,7%) рынок сжался на 8,1%, в 2015 г. – на 11,1% на фоне инфляции в 13,7%.

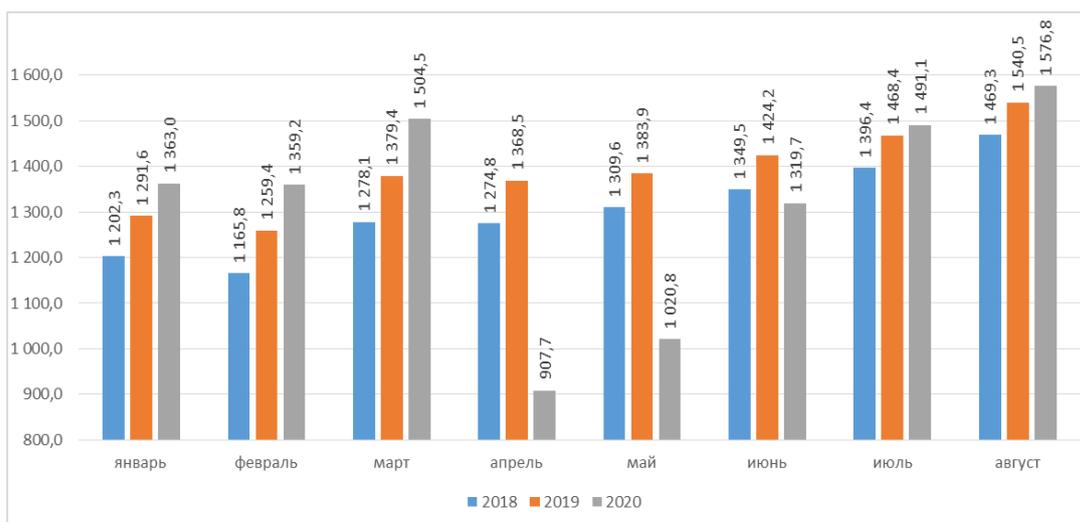
Рисунок 2. Годовой оборот непродовольственной розницы, млрд руб.



Источник: Росстат, оценки НРА

По сегменту непродовольственной розницы в целом в апреле-мае было зафиксировано резкое сокращение оборота торговли – на треть относительно соответствующих месяцев предыдущего года. Введение ограничений в конце марта, закрытие всех торговых центров, а также неопределенность, связанная с дальнейшей перспективой сохранения трудоустроенности занятых в этом секторе – всё это привело к резкому сокращению потребления товаров, не относящихся к категории первой необходимости. В июне годовые темпы снижения продаж замедлились до 7,8% г/г, а с середины лета начался постепенный восстановительный рост.

Рисунок 3. Ежемесячный оборот непродовольственной розницы, млрд руб.



Источник: Росстат

Оборот розничной торговли непродовольственными товарами за 8 месяцев 2020 г. составил 10,5 трлн руб., снизившись на 5,2% к уровню аналогичного периода прошлого года.

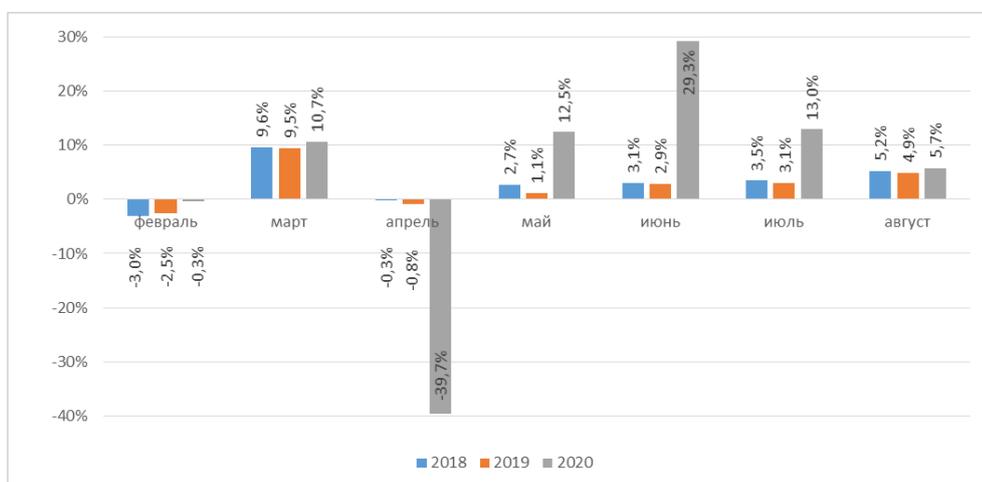
Рисунок 4. Динамика непродуктовой розницы в стоимостном выражении, г/г



Источник: Росстат

Апрель стал самым слабым месяцем с точки зрения ежемесячной динамики розничного товарооборота. Темпы снижения достигли **39,7%** относительно предыдущего месяца и **33,7%** относительно апреля 2019 г. - столь существенного провала не наблюдалось за последние **20 лет**, даже в кризисные 2008-2009 и 2014-2015 гг.

Рисунок 5. Динамика непродуктовой розницы, м/м в стоимостном выражении



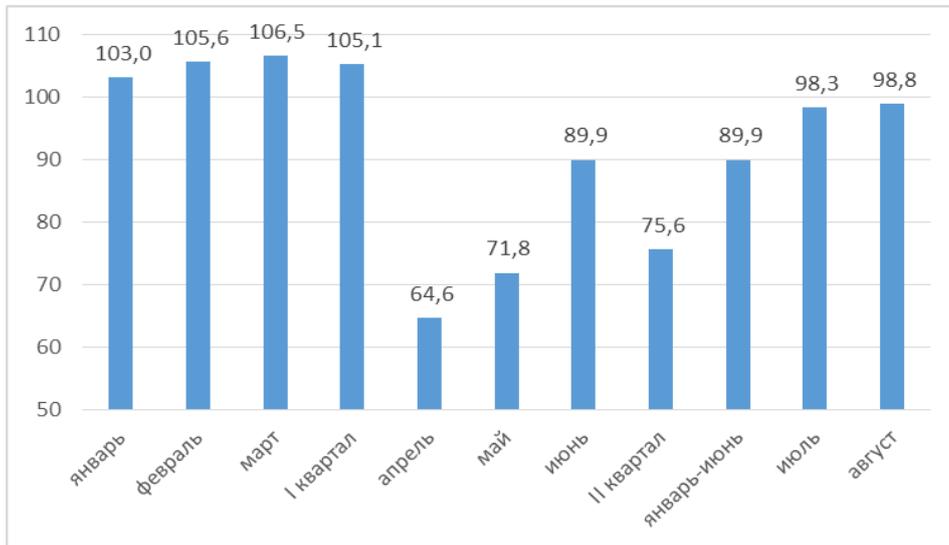
Источник: Росстат

Снижение объема розничных непродуктовых продаж было обусловлено сокращением оборота торговли в физическом выражении. Так, в апреле–мае индекс физического объема непродовольственных продаж составил 64,6–71,8%, соответственно от соответствующих прошлогодних уровней. По итогам 8 месяцев, по оценкам НРА, показатель составил 92,3% к аналогичному прошлогоднему периоду.

По итогам года индекс физических непродовольственных продаж незначительно повысится и составит порядка 93,5% от прошлогоднего уровня, учитывая постепенное

восстановление объемов продаж и отсутствие ограничений на торговую деятельность во время наблюдаемой второй волны COVID-19.

Рисунок 6. Индекс физического объема непродуктовой розницы, г/г

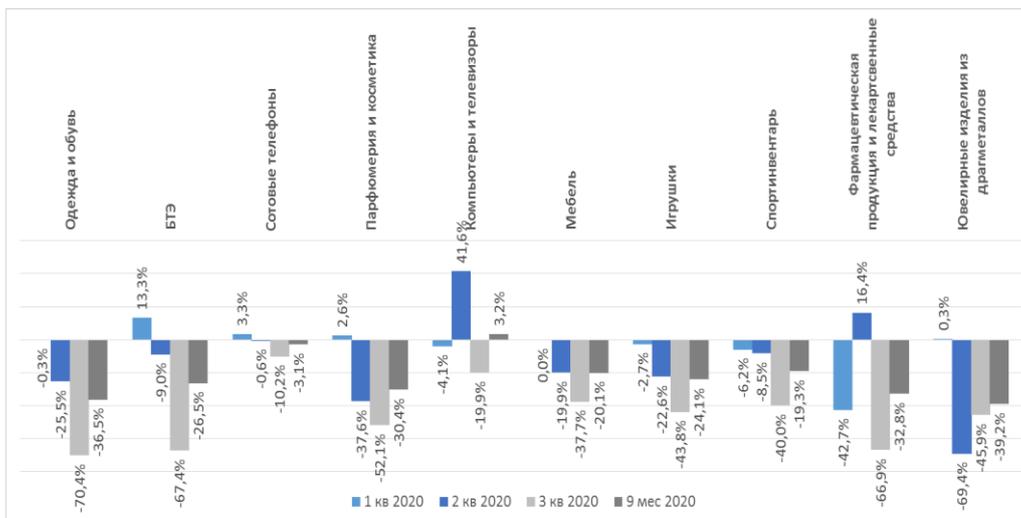


Источник: Росстат

2. Недовольственный импорт

Статистика внутреннего потребления товаров непродуктовой розницы в разбивке по категориям товаров в РФ отсутствует. Ниже представлена динамика импорта недовольственных потребительских товаров в РФ за три истекшие квартала 2020 г. в долларах США. Динамика импорта недовольственных товаров во многом отражает спрос и динамику продаж соответствующих товаров, хотя и с определенным лагом.

Рисунок 6. Динамика импорта недовольственных розничных товаров в 2020 г., % г/г в долл. США

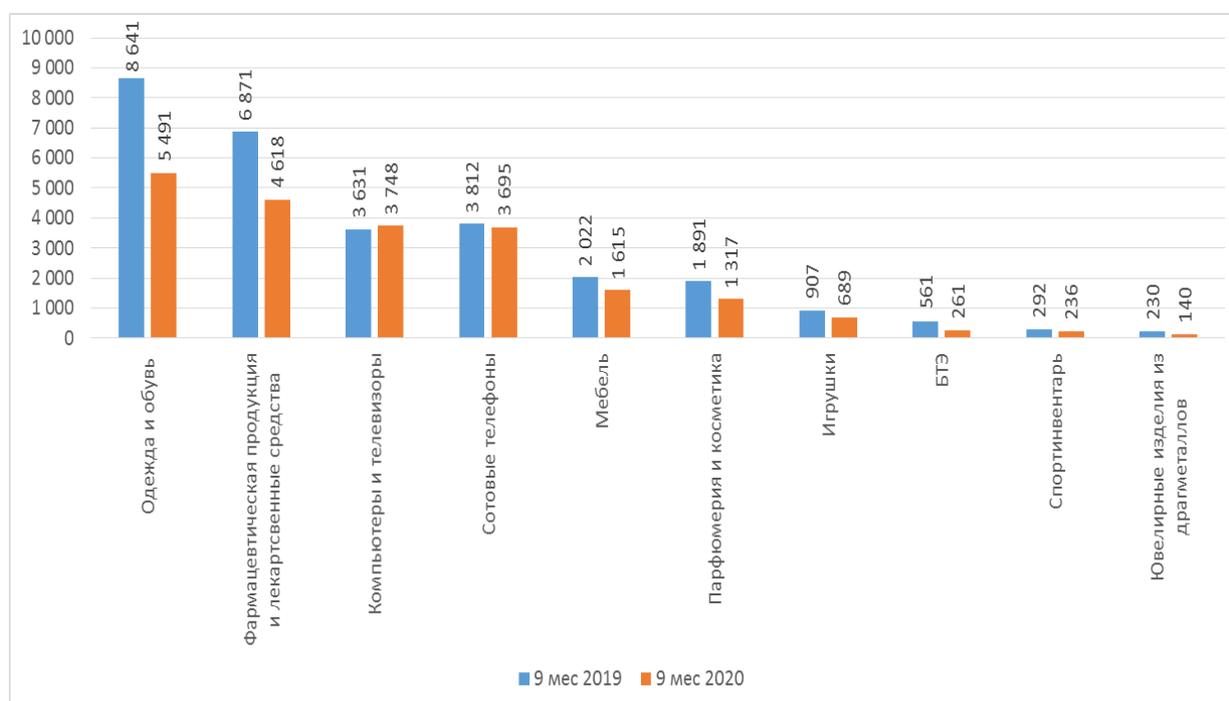


Источник: ФТС, оценки НРА

За 9 месяцев 2020 г. объем импорта указанных категорий товаров составил 22 млрд долл. США, сократившись на четверть относительно сопоставимого прошлогогоднего периода. Основной спад пришелся не за «закрытый» II квартал, в течение которого «встали» продажи в непродовольственных магазинах, а объем импорта снизился лишь на 4% г/г, а на III квартал. По итогам июля-сентября 2020 г. объем импорта рухнул ровно в два раза до 5,5 млрд долл. США, относительно III квартала 2019 г.

Простой и затоваривание розничных непродовольственных ритейлеров в разгар весенней волны ковида, сбой в сроках трансграничных поставок из-за закрытия экономик, резкое падение потребительского спроса вынудили непродовольственных продавцов резко сократить объемы импорта в III квартале.

Рисунок 7. Объем импорта непродовольственных товаров за 9 месяцев 2020 г., млн долл. США



Источник: ФТС, оценки НРА

Порядка 80% в объеме импорта розничной непродовольственной продукции приходится на четыре категории товаров – «Одежда и обувь» (25%), «Фармацевтика» (21%) и по 17% на «Компьютеры и телевизоры» и «Мобильные телефоны». В III квартале наибольшее сокращение импортных поставок (от 60% до 70% в годовом выражении) наблюдалось в наиболее крупных по объему сегментах – «Одежда и обувь» и «Фармацевтическая продукция».

3. Перспективы сегментов непродовольственной розницы на 2020 г.

Оффлайн-магазины одежды и обуви станут наиболее пострадавшими по итогам года. В первую волну ограничений отпала необходимость в обновлении гардероба, а значительная часть потребителей перешла в онлайн-магазины. Вторая волна и перевод, как минимум, трети

сотрудников на удаленный режим работы усилят тренд на совершение более осознанных необходимых покупок в отличие от спонтанных, принимая во внимание снижение реальных располагаемых доходов населения. По итогам II квартала реальные располагаемые доходы упали на 8% г/г, по данным Росстата, а по году в целом возможно снижение на 10–12%. Кроме того, сокращение объема импорта на 70% г/г в III квартале повлияет на ограничение ассортимента наиболее дорогостоящей одежды и обуви, реализуемой в наиболее «прибыльном» последнем квартале каждого года.

Реализация отложенного спроса в III квартале, когда выручка от продаж одежды и обуви выросла на 5–12% в годовом выражении, не компенсирует потерь II квартала и замедления продаж последних месяцев года ввиду нестабильности ситуации. По итогам 2019 г. объем продаж в сегменте составил порядка 2,3 трлн руб. Сокращение объема импорта на 36% за истекшие девять месяцев вкпе с падением реальных располагаемых доходов населения **может привести к снижению сегмента на 25-30% по итогам 2020 г. – до 1,6 трлн руб. В 2021 г.** при условии нормализации ситуации с COVID-19 отложенный спрос начнет реализовываться, но не ранее марта-апреля, учитывая традиционное «затишье» продаж в постпраздничные дни, а также ожидаемое сохранение ряда ограничений до проведения масштабной вакцинации населения.

Розничные продажи сегмента «Фармпродукция и лекарственные средства», также продемонстрировавшего наиболее высокие темпы сокращения объемов импорта в III квартале (67% г/г), в отличие от сегмента Fashion, не будут соответствовать динамике импорта. На отечественном рынке ввиду реализуемой правительством стратегии импортозамещения при снижении объемов импорта готовых лекарственных средств наблюдается весьма существенный рост ввоза фармакологических субстанций, применяемых при производстве препаратов как российскими, так и локализованными в РФ фармкомпаниями.

По итогам прошлого года темпы роста рынка коммерческих продаж составили лишь 2,9% г/г. Кроме того, данный сегмент сократился и в объемном выражении (в упаковках) впервые с 2015 г. В рублях аптечная розница по итогам января-июля выросла, по различным оценкам, на 12–15%. В этом году продолжится смещение продаж в сторону более дорогих рецептурных препаратов и отказ от бессистемного приобретения безрецептурных лекарственных средств. По итогам 2020 г. ожидается замедление темпов роста рынка до ~6% г/г в стоимостном выражении, что в основном будет обусловлено ростом объема продаж в упаковках (на 5,4% г/г). По итогам года **сегмент розничных аптечных продаж лекарственных средств может вырасти до 1,36 трлн руб. против 1,3 трлн руб. в прошлом году.**

В 2019 году объем рынка бытовой техники и электроники (БТЭ) в России составил 1,5 трлн руб. **По итогам 5 месяцев рынок БТЭ вырос на 9% г/г в денежном измерении исключительно благодаря росту продаж компьютеров и ноутбуков** – данный подсегмент был единственным, который не сократился в апреле-мае. Во II квартале рынок ПК вырос на треть в годовом выражении в единицах. Такая динамика продаж соответствует и динамике импорта – во II квартале увеличение импорта этих товаров составило 42% г/г на фоне резкого роста потребительского спроса из-за перехода населения на удаленный формат работы и роста объема онлайн-торговли у крупных сетей, в Интернет-магазинах и на торговых площадках. Кроме того, повлиял и «психологический» фактор – желание потребителей вложиться в электронику.

В III квартале динамика продаж IT-техники будет определяться насыщением потребительского спроса и дальнейшим сокращением реальных доходов населения. При этом сокращение объемов импорта ПК в III квартале (на 20% г/г) может отражать насыщение отложенного спроса после открытия торговых центров за счет нераспроданных запасов продукции во II квартале. В целом по итогам 9 месяцев 2020 г. объем импорта компьютеров и телевизоров (в долларах США) вырос на 3,2% г/г, прочей БТЭ – сократился на 26,5% г/г. На

фоне сокращения объемов импорта и снижения потребительских расходов **мы не исключаем сокращение рынка БТЭ в 2020 г. на 15% в долларовом выражении, что соответствует 1,4 трлн руб. (-6% г/г в рублях)**. Однако несмотря на сокращение рынка мы ожидаем, что цены на БТЭ будут следовать за динамикой курса рубля по отношению к доллару, возможно с лагом в несколько месяцев.

Рынок смартфонов, еще один сегмент рынка электроники, в 2019 г. составил 495 млрд руб., увеличившись на 2% в штуках. По итогам II квартала продажи смартфонов упали на 11,5% г/г в количественном выражении и на 22,4% г/г – в денежном. **Причиной весьма значительного сокращения рынка смартфонов в стоимостном выражении стало смещение потребительских предпочтений в сторону аппаратов более дешевых ценовых категорий** – от 150 до 200 долл. США, тогда как год назад наиболее востребованными были смартфоны стоимостью от 200 до 300 долл. США. Динамика импорта сотовых телефонов за истекшие 9 месяцев была достаточно ровной, снижение составило лишь 3% в долл. США, что наряду с продажами компьютеров и телевизоров (+3% г/г) выглядит весьма благоприятным трендом на фоне 20-30-процентного снижения импорта прочих непродовольственных товаров.

Реализация смартфонов, как и ПК, была во многом обусловлена смещением продаж в Интернет. Рост онлайн-покупок взлетел во II и продолжился в III квартале 2020 г. – продажи в сети выросли в полтора раза. По данным МТС, за девять месяцев через Интернет было продано на 60% больше устройств в натуральном и на 84% в денежном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. По прогнозам Ассоциации компаний розничной торговли, **совокупная доля онлайн-торговли в РФ может вырасти с 6,1% в 2019 г. до 9,2% по итогам 2020 г., что в большей степени отразится в продажах техники и электроники.**

В 2019 г. совокупный объем рынка строительно-отделочных материалов (DIY) России превысил 1,6 трлн руб. Вслед за апрельским обвалом товарооборота на треть в конце мая началось восстановление продаж ввиду начала традиционного сезона индивидуального строительства. После открытия оффлайн-торговли сегмент DIY, наименее пострадавший в сравнении с прочими направлениями из-за активного продвижения онлайн-продаж (+35-45% г/г) в период первой волны зафиксировал 30-60-процентный рост выручки за первые недели продаж к мартовским уровням, мебельный сегмент вырос на треть. **Объем продаж на российском рынке DIY по итогам года может остаться на уровне 2019 г.** за счет перераспределения бюджета с туризма и отдыха на жилищное обустройство, снижения ставок по ипотеке и продления программы льготной ипотеки до 2021 г., что наряду со спросом на недвижимость поддержит спрос на строительные и ремонтные материалы.

Значительная часть продаж в секторе спорттоваров (так же, как и в сегменте DIY) в период апреля-июня ушла в онлайн. Во время действия режима нерабочих дней и закрытия фитнес-клубов потребители стали больше интересоваться приобретением спортивных снарядов и товаров для дома. При этом, по оценкам участников рынка, наблюдался не только рост среднего чека (+70% г/г), но и более чем 30-процентный рост количества покупок. По итогам этого года ожидается взрывной рост онлайн-продаж на 22% в целом до 2,3 трлн руб., из которого порядка 1,4% приходится на онлайн-продажи спорттоваров, объем которых может вырасти до 32,4 млрд руб. (с 26,2 млрд руб. годом ранее).

Импорт спортивных товаров в РФ сократился за три квартала менее чем на 20% в долларовом выражении, и в IV квартале на фоне открытых спортивных учреждений и наличия «отложенного спроса на активность» стоит ожидать его восстановления. Российский рынок спортивных товаров оценивается в 500 млрд руб., а тренд на ЗОЖ и политика государства в области продвижения интереса к спорту останутся его основными драйверами.

Рынок ювелирных изделий станет одним из наиболее пострадавших в 2020 г. на фоне 90-процентного снижения продаж в период первой волны пандемии. По данным Гильдии ювелиров, в прошлом году объем розничной торговли ювелирными изделиями составлял 241 млрд руб., **в 2020-м оборот рынка может сократиться на 30% в натуральном выражении и на 45-55% (до 130-135 млрд руб.)** в денежном выражении на фоне смещения спроса в сторону более дешевой продукции.

Ослабление рубля на 28% с начала года и рост цен на золото на 23% привели к увеличению стоимости драгоценных украшений при одновременном снижении покупательной способности населения, которая в данном сегменте будет восстанавливаться в последнюю очередь. Объем импорта ювелирных изделий за истекшие девять месяцев сократился почти на 40% в годовом выражении, а смещение потребления в сторону более дешевой отечественной продукции не позволит компенсировать потери из-за спада продаж брендовых зарубежных марок. Драйвером восстановления отрасли станет общее восстановление экономики, но сектор вернется к уровню 2019 г. не раньше 2022-2023 гг.

4. Выводы

Динамика непродуктовой розницы в IV квартале будет определяться рядом противоположных факторов. Помимо традиционного, хотя и ослабленного, сезонного фактора – предпраздничных распродаж в декабре, скажется влияние снижения импорта в III квартале. Нельзя исключать риск возникновения дефицита ряда импортных товарных позиций на фоне роста потребительских расходов из-за опасения дальнейшего снижения курса рубля по отношению к инвалютам. При этом нивелирующим фактором может выступать неопределенность, связанная с перспективами развития второй пандемической волны и сохранения рабочих мест, что в свою очередь будет ограничивать рост расходов населения на товары не первостепенной важности.

Уход розницы в онлайн и изменение потребительского поведения внесут свой негативный вклад в объемы оффлайн-продаж, но будут поддерживать объемы непродуктового рынка в целом. По итогам года наиболее существенное сокращение объема продаж ожидается в сегменте ювелирной розницы, а также одежды и обуви (на 50% и 30%, соответственно). Рынок БТЭ также, скорее всего, сократится, но значительно меньшими темпами (-6% г/г). Сегменты DIY и спорттоваров может сохранить прошлогодние объемы продаж за счет резкого увеличения доли онлайн-торговли. Единственным непродуктовым розничным сегментом, который может показать рост продаж, окажется аптечный сегмент (+6% г/г).

Контакты и авторы

Мария Сулима

Старший аналитик корпоративных рейтингов
рейтинговой службы

E-mail: sulima@ra-national.ru

Сергей Гришунин

Управляющий директор рейтинговой
службы

E-mail: grishuni@ra-national.ru

Контакты для СМИ

Михаил Тегин

Директор по связям с общественностью

Тел. +7 (495) 122-22-55 (143)

E-mail: tegin@ra-national.ru



**123610, г. Москва,
Краснопресненская набережная,
д.12, под. 7, оф. 1502
тел./факс: +7 (495) 122-22-55
www.ra-national.ru**

Ограничение ответственности Агентства

© 2020

Настоящий аналитический обзор создан Обществом с ограниченной ответственностью «Национальное Рейтинговое Агентство» (ООО «НРА»), является его интеллектуальной собственностью, и все права на него охраняются действующим законодательством РФ. Вся содержащаяся в нем информация, включая результаты расчетов, выводы, методы анализа и др., предназначена исключительно для ознакомления; их распространение любым способом и в любой форме без предварительного согласия со стороны ООО «НРА» и подробной ссылки на источник не допускается. Любые факты неправомерного использования интеллектуальной собственности ООО «НРА» могут стать основанием для судебного преследования. Единственным законным источником публикации документа является официальный сайт ООО «НРА» в информационно-телекоммуникационной сети Интернет по адресу: www.ra-national.ru

ООО «НРА» и любые его работники не несут ответственности за любые последствия, которые наступили у лиц, ознакомившихся с настоящим аналитическим обзором, в результате их самостоятельных действий в связи с полученной из него информацией, в том числе за любые убытки или ущерб иного характера, прямо или косвенно связанные с такими действиями. Вся содержащаяся в аналитическом обзоре информация представляет собой выражение независимого мнения ООО «НРА» на дату его подготовки на основе сведений и данных, полученных из источников, которые ООО «НРА» считает надежными. Любые сделанные в нем предположения, выводы и заключения не имели целью и не являются предоставлением рекомендаций по принятию инвестиционных решений и проведению операций на финансовых рынках или консультацией по вопросам ведения финансово-хозяйственной деятельности. ООО «НРА» не несет ответственности за точность и достоверность сведений и данных, полученных из использованных источников, и не имеет обязанности по их верификации, а также по регулярному обновлению информации, содержащейся в настоящем аналитическом обзоре.