

## Ритейлеры выросли на елках

Кризис не сократил новогоднюю выручку магазинов

Несмотря на кризис, покупатели отказались сэкономить на новогоднем столе и подарках к Новому году. Продуктовая розница, автодилеры и торговцы бытовой техникой зафиксировали привычный новогодний всплеск покупательской активности, обеспечивший им до 20% годового оборота. Впрочем, по прогнозам ритейлеров, покупатели "гуляли на последние деньги": в 2009 году падение розничных продаж может составить 20-70% в зависимости от отрасли.

Большинство розничных сетей еще не подвели итоги предновогодних продаж, традиционно обеспечивающих им до 20% годового оборота, но, по предварительным данным опрошенных "Ъ" ритейлеров, им удалось удержать декабрьские продажи на уровне декабря 2007 года. Гендиректор X5 Retail Group (сети "Перекресток", "Пятерочка", "Карусель" и др.) Лев Хасис говорит, что "доволен продажами, спрос есть". Сибирская сеть "Холидей классик" наторговала в декабре столько же, сколько в последнем месяце 2007 года, признается гендиректор сети Алексей Захаров. Гендиректор "Азбуки вкуса" Владимир Садовин зафиксировал незначительное замедление темпов роста декабрьских продаж: в 2008 году они выросли на 43%, а годом ранее - на 50%.

"Традиционный декабрьский всплеск был", - признает глава дистрибуторской алкогольной компании "АСТ - Интернэшнл Инваэронмэнт" Леонид Рафаилов. Он оценивает рост декабрьских продаж своей компании приблизительно в 10%: выручка начала заметно расти с 25 декабря, хотя обычно продажи увеличиваются уже с 15 декабря. С тем, что пик спроса в декабре 2008 года начался примерно на десять дней позже, чем в декабре 2007-го, соглашается и господин Захаров: "Начали покупать уже в последних числах декабря".

Коммерческий директор группы "Русский алкоголь" Вадим Касьянов подсчитал, что в декабре его компания продала в розницу 2 млн бутылок водки "Зеленая марка", что позволило ей перевыполнить годовой план на 1 млн дал. "На водке не сэкономили", - соглашается вице-президент по маркетингу компании "Винэксим" (водка "Путинка", шампанское "Советское") Станислав Кауфман. По его оценке, в новогодний период продажи "Путинки" обычно увеличиваются на 300-500%, "в этот раз динамика та же".

Предновогодние продажи автомобилей, по признанию председателя совета директоров холдинга Genser Игоря Пономарева, оказались "более чем удачными после резкого падения осенью" (по данным Ассоциации европейского бизнеса, в ноябре объем продаж снизился на 15%, или на 23,85 тыс. машин, по сравнению с аналогичным периодом 2007 года). "Прирост в декабре 2008 года по сравнению с аналогичным периодом годом ранее составил примерно 35% - мы практически полностью компенсировали осенний кризис, машины продолжали выдавать даже 31 декабря", - ликует господин Пономарев.

По оценке пресс-секретаря компании "М.Видео" Жанны Перфильевой, до кризиса на долю новогодних продаж приходилось примерно 15-20% годового оборота сети. В этом году, по ее словам, пропорция не изменилась: "Декабрь оказался достаточно удачным и продуктивным". По словам совладельца ГК "Единая Европа" (сеть lie de Beaute) Игоря Денисова, кризис никак не повлиял на потребительскую активность в его сети: "В магазинах, где это было возможно, на час был увеличен рабочий день".

Продавцы люксовых товаров в декабре также смогли переломить наметившуюся осенью отрицательную динамику (в сентябре-ноябре, по оценке совладельца ГК "Подииум" Эдуарда Киценко, падение продаж составляло 10-17%). Правда, для этого большинство крупнейших продавцов товаров класса люкс были вынуждены впервые за много лет начать 30- и 50-процентные распродажи еще до Нового года: так поступили и в Mercury (ЦУМ, монобрендовые магазины Dolce & Gabbana, Prada, Gucci и др.), и в "Подииуме" (Emilio Pucci, D'squared, Michael Kors). Генеральный менеджер Mercury Александр Реебок оценивает итоги новогодних продаж как "положительные, но не совсем такие, как в прошлом году". Гендиректор Soho Jewellery (украшения David Morris, Chantecler) Станислав Егорушков отмечает, что за период с 18 по 30 декабря продажи его компании выросли на 60% по сравнению с летними или осенними месяцами.

Но оптимизма ритейлерам новогодние продажи не прибавили. Вадим Касьянов из "Русского алкоголя" называет декабрьский рекорд своей компании "лебединой песней", а гендиректор дистрибуторской компании "Регион-50" Николай Лаушкин прогнозирует, что в 2009 году рынок алкоголя упадет на 20-25%, в том числе и из-за того, что дистрибуторы начнут отказываться от импортных напитков, существенно подорожавших из-за роста курса евро (см. "Ъ" от 26 декабря). Станислав Егорушкин считает, что рынок fashion-украшений сократится на 60-70%, при этом рынок

драгоценных камней может вырасти, так как покупатели будут рассматривать камни как инвестиции. По словам гендиректора исследовательской компании "Бизнес-Аналитика" Андрея Стерлина, тенденция перехода потребителей на более дешевые продукты питания наметилась еще в ноябре, а большинство дорогих покупок, например машины или бытовую технику, все, кто мог себе это позволить, купили в декабре, потратив на это годовые бонусы или стремительно обесценивающиеся рублевые сбережения.

Бусько Анна, Парфентьева Кристина

Газета «Коммерсантъ» № 01 от 11.01.2009, С.13