

ЧТО ПОКАЖЕТ ЦЕННИК

КАК БУДУТ ДОРОЖАТЬ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ

Эффект девальвации рубля на цены потребительских товаров непродовольственного сегмента в этот раз может быть крайне ограниченным. В условиях карантинных мероприятий и закрытия магазинов сети будут стремиться до последнего не повышать цены на одежду, электронику, бытовую технику и парфюмерию, опасаясь дальнейшего снижения уже критически низких продаж. По отдельным категориям эксперты ждут роста цен на 25–30%, но подчеркивают, что процесс не будет быстрым. Другие аналитики не исключают и волны маркетинговых акций и распродаж, что также будет выгодным для покупателей.



Выход России из сделки ОПЕК+ в начале марта обрушил нефтяные котировки и, как следствие, запустил волну очередной девальвации рубля. Сразу после срыва соглашения при открытии торгов стоимость барреля нефти марки Brent упала более чем на 35%. Курс рубля, который за несколько дней до того был на уровне 69 руб. за доллар, превысил 75 руб. К евро рубль подешевел сразу же примерно на 8 руб. до 85,9 руб. Спустя две недели после завершения соглашения Россия вернулась в сделку ОПЕК+, готовясь в этом году сократить производство нефти более чем на 46 млн тонн. В результате к середине апреля российская валюта укрепилась примерно на 11% после падения и торговалась на уровне около 73,15 руб.

Как отмечает глава «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров, из-за пандемии COVID-19 эффект нынешней девальвации рубля на ценах в непродовольственных товарах из-за катастрофического сокращения продаж будет малозаметен. В таких сегментах, как ювелирные изделия, ситуация настолько критическая, что участники рынка будут стремиться продать хоть что-то, чтобы получить оборотные средства, поэтому сети, пока могут, не будут повышать цены и вынужденно активизируют промоакции, указывает он.

Одежный вопрос

Гендиректор Fashion Consulting Group (FCG) Анна Лебсак-Клейманс уверена, что снижение курса рубля скажется на ценах. Но рост цен на одежду и обувь обычно происходит с некоторой отсрочкой, так как в ситуации вынужденной экономии люди в первую очередь отказываются именно от трат на обновление своего гардероба. Розничные операторы, боясь потерять своих покупателей, до минимума сокращают свою маржу и «оттягивают» момент переоценки, стараясь максимально «завуалировать» рост, рассказывает она.

По расчетам госпожи Лебсак-Клейманс, при фиксации курса на уровне до 70 руб. за доллар цены на одежду, обувь и аксессуары в России могут в массовом сегменте вырасти не менее чем на 10%, а в премиальном — минимум на 20%. При

фиксации курса на уровне 78 руб. за доллар в FCG ждут роста розничных цен на перспективную осеннюю коллекцию как минимум на 25–30%, а на летнюю — на 20–25%.

Но моментального подъема цен в магазинах массового сегмента обычно не происходит, так как итоговую розничную цену в магазине одежды диктуют не сети, а возможности покупателя, добавляет она. Например, бренды в такой ситуации могут предлагать в коллекциях отдельные модели по низким ценам, во многом делая это за счет более дешевых материалов и простоты дизайна этих моделей. Люксовые сети более оперативно и линейно реагируют на изменение курса, поэтому с покупкой дорогих вещей при девальвации затягивать не стоит.

От продавцов одежды, обуви и аксессуаров премиум-класса Анна Лебсак-Клейманс также ждет повторения сценариев, которые они использовали в прошлые кризисные волны. Для потребителей люкса это означает замедление поступления новых вещей, пролонгированные продажи классики и длительные распродажи остатков на площадях сетей. При этом фокус закупки новых коллекций смещается в сторону самых востребованных брендов-лидеров и лимитированных коллекций аксессуаров, то есть продуктов, ориентированных на узкий сегмент самых состоятельных покупателей, рассказывает она.

Михаил Бурмистров напоминает, что из-за теплых осени и зимы в конце 2019 года российский fashion-рынок фактически пропустил зимний сезон и у сетей осталось на складах достаточное количество теплых вещей, ценник которых вряд ли будет пересматриваться. При этом он отмечает, что закрытие магазинов уже привело к драматичному падению спроса на всем рынке, поэтому покупателям стоит ждать волны маркетинговых акций и распродаж — попыток сетей поддержать спрос. Кроме того, добавляет господин Бурмистров, магазины будут закрыты как минимум весь апрель, потом начнутся затяжные майские праздники и не ясно, успеют ли сети попол-

ТЕКСТ **Анатолий Костырев**
ФОТО **Владислав Лоншаков**

ЛИДЕРЫ ПО РОСТУ ЦЕН СРЕДИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ* (%)

Источник: Росстат.

НАПОЛЬНЫЕ ЭЛЕКТРОПЫЛЕСОСЫ	1,8
ТУАЛЕТНОЕ МЫЛО	0,7
ХОЗЯЙСТВЕННОЕ МЫЛО	0,5
СТИРАЛЬНЫЙ ПОРОШОК	0,3
ТУАЛЕТНАЯ БУМАГА	0,3
ПОДГУЗНИКИ	0,3
ДЕТСКИЕ ФУТБОЛКИ	0,1
СМАРТФОНЫ	0,1

*За период с 31 марта по 6 апреля.

СРЕДНИЕ РАСХОДЫ РОССИЙСКИХ ДОМОХОЗЯЙСТВ ПО НЕДЕЛЯМ В 2020 ГОДУ (РУБ.)

Источник: «Ромир».

7-Я НЕДЕЛЯ	542
8-Я НЕДЕЛЯ	544
9-Я НЕДЕЛЯ	552
10-Я НЕДЕЛЯ	583
11-Я НЕДЕЛЯ	568
12-Я НЕДЕЛЯ	696
13-Я НЕДЕЛЯ	724
14-Я НЕДЕЛЯ	582