



АНАСТАСИЯ РЕУТОВА,
РЕДАКТОР GUIDE
«ИТОГИ ГОДА»

А НАПОСЛЕДОК Я СКАЖУ

На 2022 год многие возлагали большие надежды. Казалось, что два года коронавирусных ограничений подходят к концу, и теперь, наконец-то, наступит долгожданный постпандемийный период, можно будет выдохнуть, расправить плечи и расслабиться.

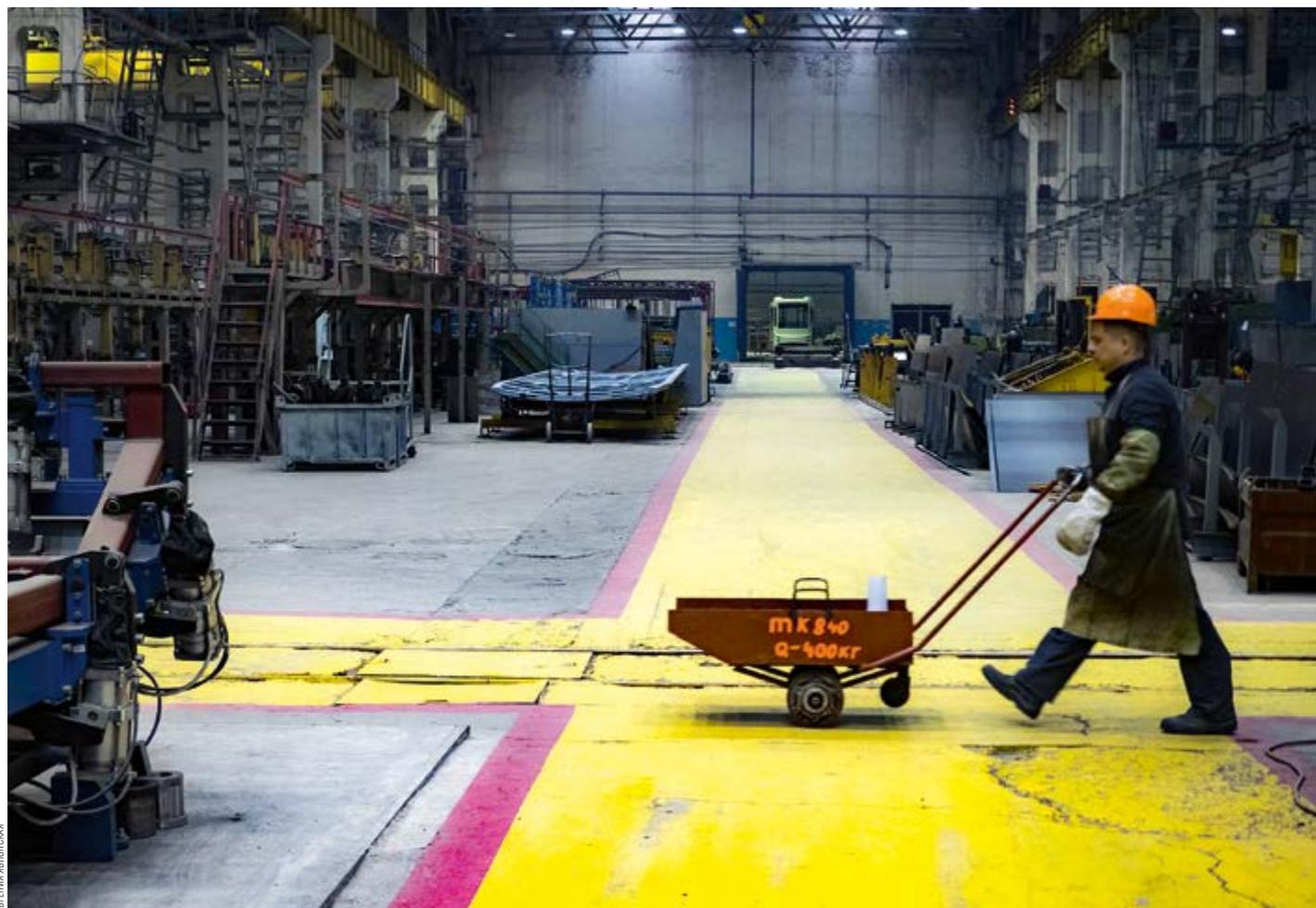
Но изменившаяся в феврале геополитическая обстановка привела к введению новых антироссийских санкций и разрыву многолетних партнерских отношений.

В этом выпуске мы постарались подвести итоги уходящего года, года жизни в новых условиях. В разговорах с Guide представители власти и профессиональных сообществ, бизнесмены и эксперты неоднократно подчеркивали, что пандемийный опыт позволил намного быстрее и менее болезненно принять, привыкнуть, подстроиться под новые испытания — разрыв и перестройка логистических цепочек, уход с отечественного рынка зарубежных компаний, актуализация тренда на импортозамещение, удорожание товаров.

Но вот головокружение от стремительного разворота на 180 градусов постепенно проходит, в сознании укладываются очертания новой реальности, и кто-то даже начинает активно строить планы на будущее. Что сказать напоследок? Что мир так же хрупок, как бокал с шампанским, который традиционно поднимают в новогоднюю ночь.

ОТРАСЛИ ПОД САНКЦИЯМИ

ПОСЛЕ НАЧАЛА СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ (СВО) РФ НА УКРАИНЕ И ПОСЛЕДУЮЩИХ САНКЦИЙ СЕРЬЕЗНО ПОСТРАДАЛИ МНОГИЕ ОТРАСЛИ, А ЭКОНОМИКА РОССИИ, И СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ В ТОМ ЧИСЛЕ, НАЧАЛА ПРИОБРЕТАТЬ ЧЕРТЫ ВНУТРИГОСУДАРСТВЕННОЙ МОДЕЛИ. ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, В УСЛОВИЯХ «ЗАКРЫТЫХ ГРАНИЦ» УРАЛЬСКАЯ ЭКОНОМИКА СМОЖЕТ СОХРАНИТЬ И ПРИВЛЕЧЬ НОВЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК, В ЧАСТНОСТИ, ЗА СЧЕТ РАЗВИТИЯ И УВЕЛИЧЕНИЯ МОЩНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА И НАЛАЖИВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ ПРОДУКЦИИ. ДИАНА СУНАГАТУЛЛИНА



ЕВГЕНИЙ ЯВРОНСКИЙ

С НАЧАЛОМ СВО ВОСТРЕБОВАННОСТЬ УРАЛЬСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПК ВОЗРОСЛА

ПОТРЕБИТЕЛИ ЛИШИЛИСЬ БРЕНДОВ

В 2022 году потребительский рынок Свердловской области оказался под влиянием новых рисков, связанных с санкциями, уходом с отечественного рынка ряда зарубежных брендов. Последнее, по словам представителя Российского совета торговых центров (РСТЦ) в Свердловской области, генерального директора ТЦ «Европа» Марины Крупиной, сильно сказалось на посещаемости торговых центров. «При сокращении выбора и отсутствии любимых брендов шопинг становится менее интересным, особенно если говорить о премиум-сегменте, где эмоциональная составляющая и разнообразие коллекций — важнейшие элементы», — пояснила она.

Снижение посещаемости торговых центров Екатеринбурга фиксируется в апреле (в среднем на 10–20%) и по итогам летних месяцев (на 14% меньше, чем в 2021 году, и на 24%, чем в доковидном 2019 году). После приостановки продаж зарубежных брендов Puma и Adidas посещаемость аутлета Brands' Stories в Солнечном микрорайоне Екатеринбурга снизилась на

20%, заявлял летом коммерческий директор «Форум-групп» Михаил Ерофеев. В ТРЦ «Радуга-парк» (другой проект «Форум-групп») трафик за это время уменьшился на 6%. На это повлияла приостановка показов зарубежных кинокартин в кинотеатре ТРЦ и уход с российского рынка шведского магазина H&M.

В преддверии начала учебного года скачок трафика зафиксировали ТЦ «Пассаж» и ТРЦ «Гринвич», который по итогу августа посетили около 1,5 млн человек (в августе 2021 года было 1,48 млн человек). Положительную динамику в торговом центре объяснили перераспределением потоков и возросшим интересом к российским брендам. Впрочем, по мнению экспертов, сезонный скачок существенно не поменял ситуацию в целом.

«Со временем ситуация с трафиком нормализовалась. Думаю, это связано еще и с фактором решения отказа от «ненужных» покупок и направление взгляда в сторону «осознанного потребления» — покупать стали меньше, но выбирать более качественные товары», — пояснила Марина Крупина. Как сообщили в Focus Technologis, в октябре Mall Index (отражает

изменение количества посетителей на единицу площади торговых центров) в Екатеринбурге был на 18% ниже аналогичного периода 2021 года, а в ноябре вырос на 7%, так как в прошлом году на трафике негативно сказались коронавирусные ограничения. «Многие игроки не хотят полностью уходить с рынка и предлагают новые бренды. Растет интерес к российским дизайнерам. Немаловажную роль играет и сектор индивидуального пошива, который с каждым годом становится популярнее среди премиальной аудитории», — добавила госпожа Крупина.

Годовой темп прироста цен на непродовольственные товары в Свердловской области снизился с 15,14% в сентябре до 14,32% в октябре, сообщили в Уральском ГУ Банка России. В условиях ограниченного ассортимента спрос на легкие автомобили был слабым, и, как следствие, годовые темпы прироста цен продолжили снижаться. Также из-за сдержанного спроса ускорилось снижение цен на смартфоны, замедлился годовой рост цен на беспроводные наушники, некоторые виды бытовой техники и мебели. →

