



I ПОЛУГОДИЕ 2016 ГОДА
РЫНОК ТОРГОВОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ
Россия

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

В 2016 г. на рынке торговой недвижимости России ожидается рекордный прирост качественных торговых площадей – 2,87 млн м². Из них 1,8 млн м² будет введено в эксплуатацию в региональных городах.

По показателю обеспеченности качественными торговыми площадями рынки большинства российских городов уступают европейским: так, уровень обеспеченности торговой инфраструктурой парижан в 3 раза выше, чем жителей Москвы, и в 8 раз выше, чем жителей Перми.

Из 220 международных операторов, вышедших в Россию за последние 5 лет, более 16% выбрали для открытия первого магазина не столицу.



Александр Обуховский
 Директор департамента торговой недвижимости, Knight Frank Russia&CIS

«В отличие от Москвы и Петербурга менее населенные города России по-прежнему значительно разнятся и по обеспеченности торговыми центрами, и по уровню доходов населения, и по настроениям торговых операторов. Можно утверждать, что в ближайшие пять лет на карте России появятся адреса, привлекательные для девелоперов и ритейлеров. Что касается прогнозируемого рекорда по вводу в эксплуатацию торговых площадей в текущем году, то его можно объяснить совпадением нескольких факторов. Во-первых, в текущих условиях более легкий ввод в эксплуатацию ожидает объекты с рублевыми проектными кредитами, а с учетом того, что значительное количество региональных торговых центров прокредитовано в рублях, именно локальные рынки будут формировать основной объем нового строительства. Во-вторых, необходимо учитывать особенности менталитета местных девелоперов: затеявая в предыдущие годы амбициозные проекты, они часто не укладывались в заявленные сроки».

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РОССИИ

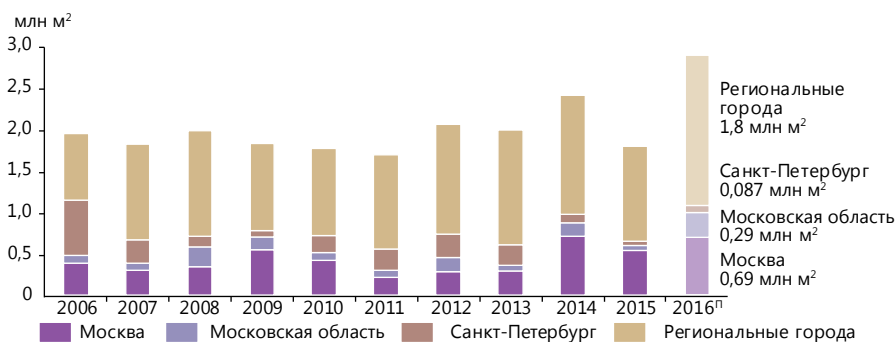
Основные показатели

Общее предложение действующих объектов в России (площадь общая/арендуемая), млн м ²	39,8/24,2
Общее предложение действующих объектов в региональных городах* (площадь общая/арендуемая), млн м ²	22,4/14,5
Введено в эксплуатацию в I полугодии 2016 г. в региональных городах* (площадь общая/арендуемая), тыс. м ²	922,5/541,6
Планируется к вводу в эксплуатацию в региональных городах* во II полугодии 2016 г. (площадь общая/арендуемая), млн м ²	2,1/1,3

* Без учета объектов Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга

Источник: Knight Frank Research, 2016

Динамика прироста качественных торговых площадей в 2006–2016 гг.



Источник: Knight Frank Research, 2016

Предложение

В 2016 г. на рынке торговой недвижимости России ожидается рекордный прирост качественных торговых площадей – 2,87 млн м². Из них 1,8 млн м² будет введено в эксплуатацию в региональных городах. Уже в III квартале 2016 г. показатель объема качественных площадей в России (GBA) преодолет отметку в 40 млн м².

По итогам I полугодия 2016 г. суммарное предложение качественных торговых площадей в России достигло 39,8 млн м² (GLA – 24,2 млн м²). На долю региональных городов приходится около 60% всех качественных торговых площадей в России – 22,4 млн м² (GLA – 14,5 млн м²).

В I полугодии 2016 г. в региональных городах России было введено в эксплуатацию 18 качественных торговых центров суммарной торговой площадью 541,6 тыс. м² (ГВА – 922,4 тыс. м²). Принимая во внимание тот факт, что за аналогичный период 2015 г. в регионах России было открыто 22 торговых центра, суммарная торговая площадь которых составила 392 тыс. м², можно сделать выводы об интенсификации девелоперских процессов в текущем периоде и об укрупнении (почти в 2 раза) среднего размера нового торгового объекта.

Необходимо отметить, что в структуре предложения качественных торговых площадей России доля Санкт-Петербурга постепенно снижается: в настоящее время она не превышает 12%. Рынок торговой

недвижимости города развивается неактивно: в 2015 г. был зафиксирован десятилетний минимум показателя прироста новых площадей – 53 тыс. м² (менее 3% от общего объема нового предложения в России).

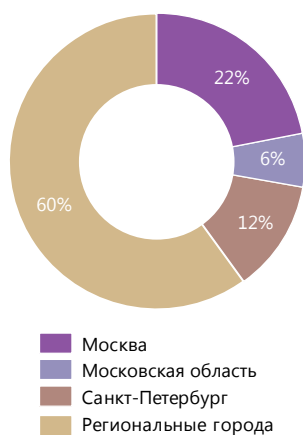
С точки зрения обеспеченности жителей качественными торговыми площадями лидером остается Самара (551,5 м²/1 000 жителей). С открытием ТРЦ Good`Ok, которое состоится в ближайшее время, разрыв с Екатеринбургом (2-е место) по показателю обеспеченности станет более значимым. Кроме указанных городов, в пятерку лидеров вошли Нижний Новгород (467,4 м²/1 000 жителей), Уфа (414,8 м²/1 000 жителей) и Воронеж (395,5 м²/1 000 жителей).

За последние 5 лет наиболее активное развитие получили рынки Уфы и Волгограда: в данных городах объем предложения качественных торговых площадей увеличился более чем в 2 раза.

Наименьший показатель обеспеченности качественными торговыми площадями среди городов-миллионников отмечается в Перми – 122 м²/1 000 жителей.

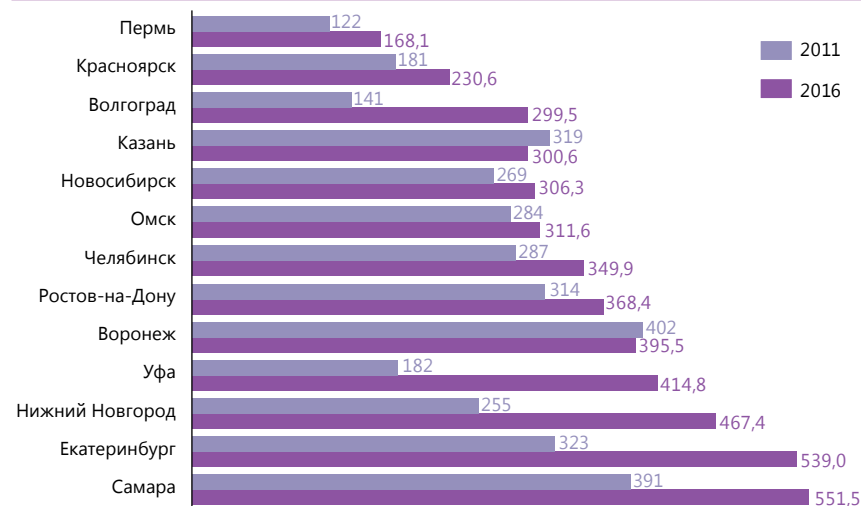
Необходимо отметить, что в таких городах, как Казань и Воронеж, показатель обеспеченности качественными торговыми площадями за пятилетний период снизился: данный факт объясняется тем, что на фоне активного прироста населения здесь практически не вводились в эксплуатацию новые профессиональные торговые объекты.

Структура предложения качественных торговых площадей в России



Источник: Knight Frank Research, 2016

Обеспеченность качественными торговыми площадями в 2011 и в 2016 гг., м²/1 000 жителей



Источники: Росстат, Knight Frank Research, 2016

Крупнейшие торговые центры региональных городов России, введенные в эксплуатацию в I полугодии 2016 г.

Название	Город	Адрес	ГВА, м ²	GLA, м ²
МераГРИНН	Курск	Карла Маркса ул., д. 68	230 000	129 000
СильверМолл	Иркутск	Сергеева ул., д. 3/5	108 600	53 400
Седанка Сити	Владивосток	Полетаева ул., д. 6Д	94 000	45 000
Пионер	Барнаул	Ленина пр-т, д. 102В	80 000	37 000
Академический	Екатеринбург	Краснолесья ул., д. 133	53 000	30 000
Акваполис	Псков	Кузбасской Дивизии ул., д. 19	62 000	31 000
Ковров Молл	Ковров	Лопатина ул., д. 7	49 900	26 480
ЯЙ (Лето)	Уфа	Пархоменко ул., д. 156/3	30 330	23 000

Источник: Knight Frank Research, 2016

Спрос

По итогам II квартала 2016 г. зафиксирован рост Индекса потребительской уверенности (Росстат): по сравнению с I кварталом 2016 г. показатель прибавил 4 п. п. (до -26%), что стало первым за год движением индексного значения в положительную зону. Позитивные изменения в настроениях потребителей нашли отражение в динамике индексов, рассчитываемых и другими участниками рынка.

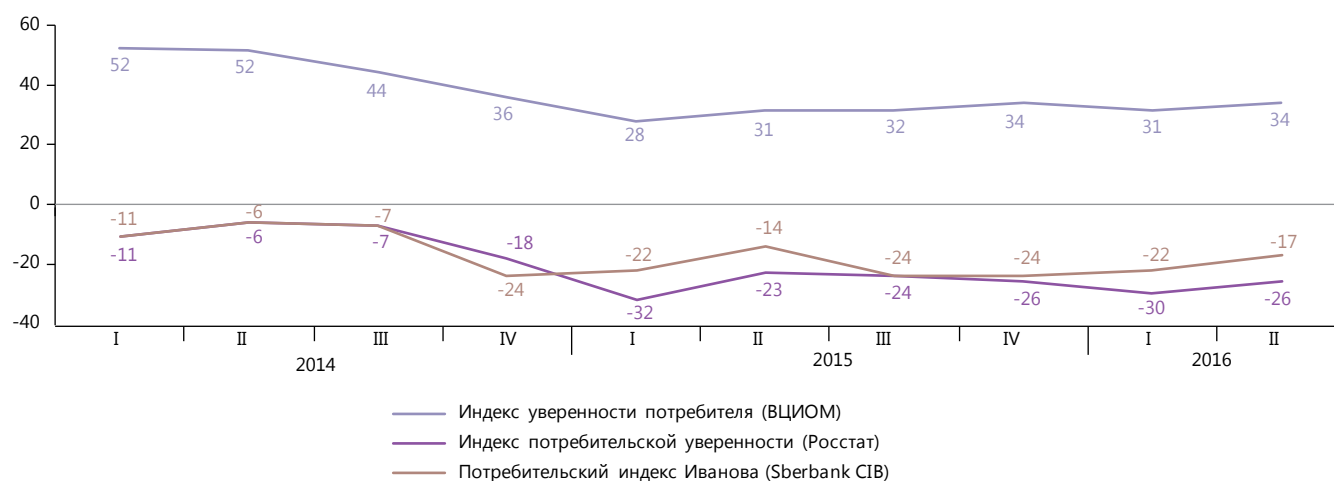
Согласно данным исследовательского холдинга «Ромир», размер среднего чека по сравнению с июнем 2015 г. сократился на 55 рублей, потеряв около 10% своей стоимости. При этом показатель уже пять месяцев подряд остается на низком уровне: покупатели придерживаются моделей

поведения, типичных для стратегии разумной экономии.

В отсутствие активного спроса со стороны покупателей розничные операторы снижают темпы экспансии и внимательно анализируют потенциал новых площадок. В некоторых случаях возникает ротация арендаторов не только между конкурирующими торговыми центрами, но и в пределах торгового объекта: в условиях роста доли вакантных площадей у операторов появляется возможность выбора более привлекательной локации – некоторые арендаторы объекта переезжают из «мертвых зон», перемещаются с одного этажа на другой и т. д.

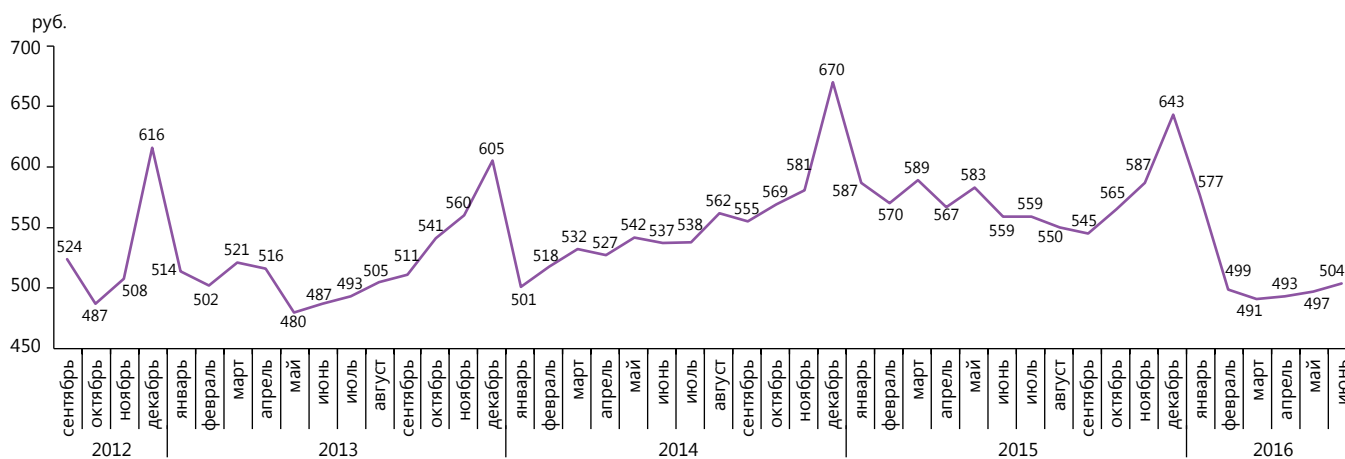
Если говорить об активности международных розничных компаний, то можно отметить, что из 220 международных операторов, вышедших в Россию за последние 5 лет, более 16% выбрали для открытия первого магазина не столицу. Среди городов, которые чаще других становились стартовыми для экспансии международных брендов, следует выделить Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань и Краснодар. В I полугодии 2016 г. три бренда (12%) начали свое развитие с открытия первого магазина за пределами Москвы: на рынок Санкт-Петербурга вышли Fujifilm, Jil Sander Navy и эстонская одежда марка Veta.

Индексы потребительского рынка



Источники: ВЦИОМ, Росстат, Sberbank CIB, Knight Frank Research, 2016

Динамика показателя среднего чека



Источник: Исследовательский холдинг Ромир

Россия. Международные сравнения

По показателю обеспеченности качественными торговыми площадями рынок большинства российских городов пока значительно уступает европейским: так, например, уровень обеспеченности торговой инфраструктурой парижан в 3 раза выше, чем жителей Москвы, и в 8 раз выше, чем жителей Перми.

В то же время по объему предложения качественной торговой недвижимости рынок Москвы остается крупнейшим в

Европе. Необходимо отметить, что для рынков крупных российских городов (в том числе и московского) характерны достаточно высокие темпы прироста предложения, в то время как объем качественной торговой недвижимости в большинстве городов Европы практически не увеличивается: на некоторых наиболее зрелых рынках европейских мегаполисов уже более 10 лет не вводятся в эксплуатацию новые торговые центры.

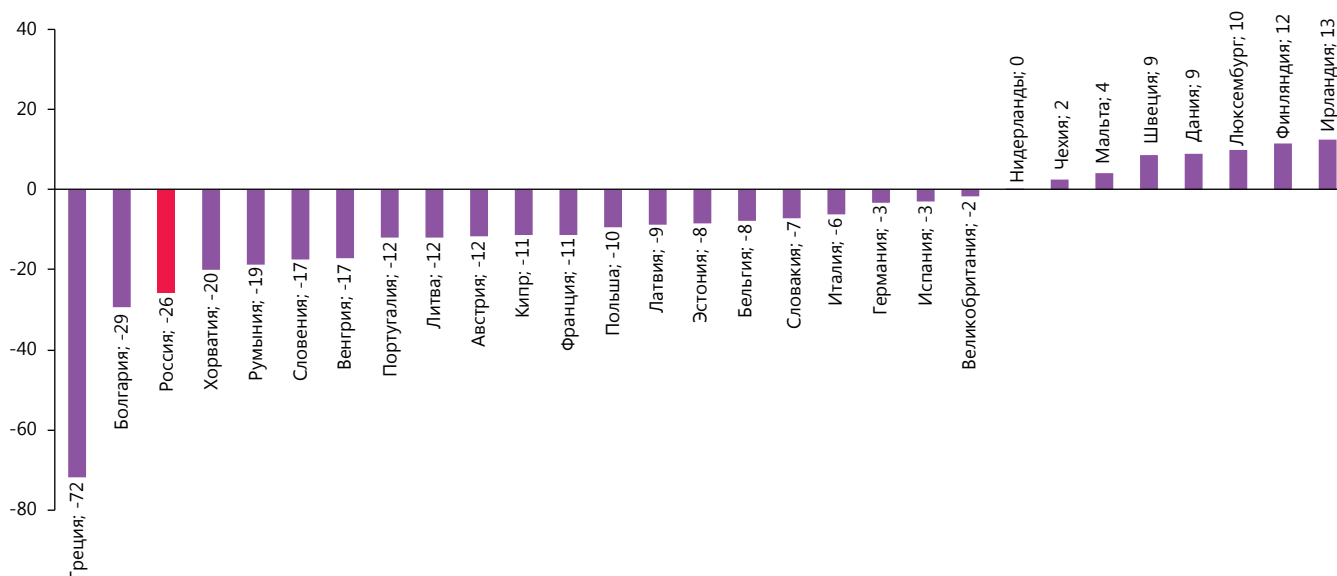
Формирование рынков торговой недвижимости в российских городах в значительной степени зависит от условий кредитования, международной геополитической ситуации и спроса со стороны конечных потребителей, который пока оценивается как слабый (показатель Индекса потребительской уверенности один из самых низких в Европе).

Объем предложения и обеспеченность торговыми площадями (GLA) жителей крупных городов Европы



Источники: Росстат, Евростат, Knight Frank Research, 2016

Индекс потребительской уверенности



Источники: Росстат, Евростат, Knight Frank Research, 2016

Международные операторы, открывшие первые магазины в России в I полугодии 2016 г.

	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
1	Aigle	Франция	Одежда. Обувь	Средний
2	Armani Exchange	Италия	Одежда	Средний
3	Barbour	Великобритания	Одежда	Выше среднего
4	Burvin	Белоруссия	Одежда	Средний
5	Charlotte Olympia	Великобритания	Обувь	Премиальный
6	Demurya	Франция / Россия	Одежда	Премиальный
7	Ferutdin Zakirov Atelier	Узбекистан	Одежда	Премиальный
8	Gawatt	Армения	Общественное питание	Средний
9	Heineken (pop-up)	Нидерланды	Общественное питание	Средний
10	Il Gufo	Италия	Детские товары	Выше среднего
11	John Varvatos	США	Одежда	Премиальный
12	KidZania	Мексика	Edutainment	Средний
13	Kiko Milano	Италия	Косметика и парфюмерия	Средний
14	Ladurée	Франция	Общественное питание	Выше среднего
15	Lion of Porches	Португалия	Одежда	Средний
16	Love Stories	Нидерланды	Белье	Средний
17	Nature Republic	Южная Корея	Косметика и парфюмерия	Средний
18	Newby London	Великобритания	Бутик чая	Выше среднего
19	Obag.store	Италия	Аксессуары	Выше среднего
20	Ravazzolo	Италия	Одежда	Премиальный
21	Urban Decay	США	Косметика и парфюмерия	Средний
22	Victoria's Secret Pink	США	Белье. Одежда	Средний
23	Fujifilm	Япония	Электроника	Средний
24	Jil Sander Navy	Германия / Япония	Одежда	Выше среднего
25	Veta	Эстония	Одежда	Средний

Источник: Knight Frank Research, 2016

Прогноз

Во II полугодии 2016 г. в региональных городах России прирост объема качественных торговых площадей может составить 1,3 млн м² (GVA – 2,1 млн м²). С учетом площадей, вышедших на рынок в I полугодии, предложение в российских регионах за год увеличится на 13,1%. Для сравнения: в Москве во II полугодии

2016 г. прирост торговых площадей составит 0,49 млн м² (рост за год – 13,1%), а рынок Санкт-Петербурга пополнится 87 тыс. м² (рост за год – 3,1%).

В сложившихся условиях рынок не способен поглощать торговые площади «докризисными» темпами, что в 2014–2015 гг.

стало причиной роста показателя доли свободных помещений на рынках многих российских городов. Ряд макроэкономических показателей, характер заключаемых сделок и специфика поведения покупателей указывают на отсутствие предпосылок к сокращению доли вакантных площадей в ближайшей перспективе.



© Knight Frank LLP 2016 – Этот отчет является публикацией обобщенного характера. Материал подготовлен с применением высоких профессиональных стандартов, однако информация, аналитика и прогнозы, приведенные в данном отчете, не являются основанием для привлечения к юридической ответственности компании Knight Frank в отношении убытков третьих лиц вследствие использования результатов отчета.

Публикация данных из отчета целиком или частично возможна только с упоминанием Knight Frank как источника данных.

ИССЛЕДОВАНИЯ

Ольга Ясько

Директор, Россия и СНГ
olga.yasko@ru.knightfrank.com

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Александр Обуховский

Директор Департамента торговой недвижимости, Knight Frank Russia&CIS
alexander.obukhovsky@ru.knightfrank.com

+7 (495) 981 0000
KnightFrank.ru