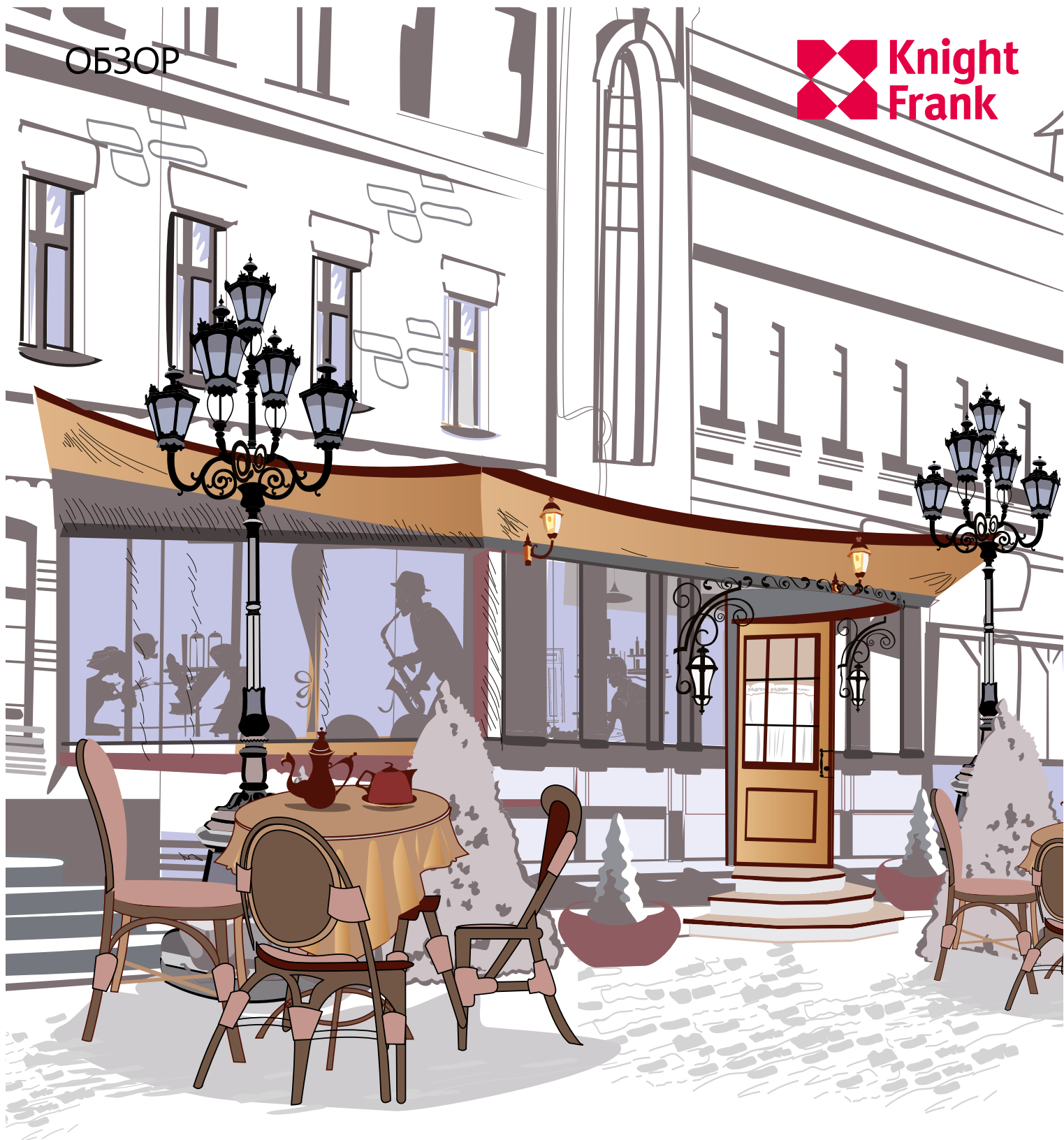


ОБЗОР



2016 ГОД

STREET RETAIL

(ТОРГОВО-РОЗНИЧНЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ)

Москва



Виктория Камлюк

Руководитель отдела торговых помещений, Knight Frank

«...Интересными тенденциями 2016 г. стали, во-первых, достаточно оживленное перераспределение активов формата street retail между различными собственниками, а, во-вторых, появление новых игроков, целенаправленно формирующих высокодоходный портфель помещений и профессионально занимающихся его управлением. При этом меняется и география сделок: в фокусе внимания уже не только центральная часть Москвы. А также изменились и требования к объектам покупки: в приоритете так называемые «модульные» помещения с простой историей собственности и правильной документацией...».

STREET RETAIL МОСКВА

В 2016 г. в сегменте столичного рынка уличных торговых помещений (street retail) произошло несколько ключевых событий: продолжилась активная реализация программы «Моя улица», в теплый сезон начали действовать новые правила организации летних веранд, рынок пережил три этапа сноса объектов, признанных «самостроем», а также скачки показателей трафика и, как следствие, товарооборота операторов в связи со строительными работами на московских улицах.

Московский рынок качественных встроенно-пристроенных торговых помещений значительно изменился за последнее десятилетие. Так, например, с 2007 г. в столице открылось около 30 новых станций метрополитена, рядом с которыми начали формироваться новые торговые кластеры. Импульс развитию сегмента придал, казалось бы, не связанный с форматом street retail процесс ликвидации объектов рыночной торговли, не соответствующих требованиям ФЗ «О розничных рынках» (с 2007 г. количество рынков в Москве уменьшилось почти в 3 раза). Также можно отметить, что на фоне увеличения показателя суммарной протяженности столичных автомобильных дорог (с 4,5 тыс. км до 6,4 тыс. км) произошел переход от привычной схемы parking free к платному парковочному пространству (а на некоторых улицах – к полному запрету на парковку): покупатели на автомобилях испытывают слож-

ности при посещении магазинов формата street retail.

Масштабные изменения вызвали стремительное «форматирование» торговых улиц: меняется профиль арендаторов крупных торговых коридоров, портрет покупателя, коммерческие условия. Примечательно, что еще десятилетие назад мы отмечали тенденцию к «укрупнению» средней площади помещений, расположенных в торговых коридорах столицы: собственники стремились объединить мелкие лоты, чтобы соответствовать прежним требованиям арендаторов. Сегодня можно наблюдать обратный процесс: дробление крупных объектов приводит к постепенному сокращению помещений среднего размера как в центре столицы, так и на магистральных торговых коридорах.

Специалисты компании Knight Frank выделяют четыре категории возможного расположения помещений:

- ♦ в составе пешеходных зон и улиц с интенсивным пешеходным движением;
- ♦ в центральных торговых коридорах с транспортно-пешеходным движением;
- ♦ на магистральных улицах;
- ♦ на улицах спальных районов города.

Далее в отчете подробно рассмотрена ситуация на каждом субрынке.

Пешеходные торговые улицы

По итогам 2016 г. суммарный объем торговых помещений пешеходных зон составил 108,7 тыс. м². Более 50% объема торговых площадей, представленных на данном субрынке, занимают арендаторы профиля «общественное питание», еще около 16% – операторы одежды и обуви.

За анализируемый годовой период наиболее значительные изменения в структуре пешеходных улиц по профилю арендаторов были связаны с fashion-сегментом: открылись бутики Fendi, Loro Piana, флагманский магазин Adidas Originals; на некотором отдалении от пешеходной части улицы Кузнецкий Мост открылся бутик Yulia Prokhorova, в ближайшее время распахнет двери крупнейший в Европе магазин Nike. В среднесрочной перспективе мы не ожидаем массового возвращения одежных брендов на пешеходные улицы столицы, однако очевидно, что некоторые компании (объединения российских дизайнеров, интернет-бутики, международные операторы сегмента luxury) перестали избегать помещений формата street retail. Примечательно, что улица Кузнецкий Мост, для которой характерны достаточно высокие показатели ротации, стала своеобразным «тест-коридором» для флагманских концепций: завоевав лояльность аудитории и выработав стратегию развития, операторы зачастую покидают Кузнецкий Мост.

В структуре пешеходных торговых коридоров увеличилась доля площадей, занятых ювелирными магазинами: так, в 2016 г. состоялось открытие бутиков Harry Winston (Столешников пер.), «Московский ювелирный завод» (Никольская ул.), «Адамас» (Арбат ул.).

В то же время следует отметить, что салоны красоты постепенно уходят с прогулочных улиц: как правило, потребитель данных услуг редко принимает спонтанное решение о посещении салона, ориентируется на рекомендацию знакомых или на собственный опыт работы с конкретным мастером, а следовательно, дорогостоящая витрина пешеходной зоны не является приоритетным требованием подобных операторов.

Положительной тенденцией стало сокращение доли вакантных площадей на пешеходных торговых улицах столицы: по сравнению с 2015 г. показатель снизился на 1,1 п. п. и достиг значения 6,2%.

Пешеходные торговые улицы. Основные показатели

	2016 г.*	2015 г.**
Объем торговых помещений	108,7 тыс. м ²	105,5 тыс. м ²
Количество торговых помещений	475	450
Средний размер помещения	228,6 м ²	234 м ²
Доля вакантных площадей (по площади помещений)	6,2%	7,3%

* По 14 пешеходным улицам (или участкам улиц), пользующимся наибольшим спросом со стороны торговых операторов

** По 12 пешеходным улицам (или участкам улиц), пользующимся наибольшим спросом со стороны торговых операторов

Источник: Knight Frank Research, 2017

Пешеходные торговые улицы. Структура по профилю арендаторов (площадь объектов), %

Профиль	2016 г.	2015 г.	Изменение, п. п.
Общественное питание	53,7%	54,3%	-0,60%
Одежда	14,4%	12,5%	1,90%
Подарки/сувениры	4,4%	4,8%	-0,40%
Банки	3,1%	3,1%	0,00%
Продукты	1,3%	1,3%	0,00%
Ювелирные изделия	2,5%	2,1%	0,40%
Аксессуары	2,5%	2,6%	-0,10%
Салон красоты	1,9%	2,7%	-0,80%
Аптека/оптика	1,8%	1,6%	0,20%
Обувь	1,7%	1,5%	0,20%
Вакантные площади	6,2%	7,3%	-1,10%
Другое	6,5%	6,2%	0,30%

Источник: Knight Frank Research, 2017



Центральные торговые коридоры

В 2016 г. на центральных торговых улицах с автомобильным движением показатель доли вакантных площадей практически не изменился: понижению среднего значения способствовал рост доли вакантных площадей, расположенных на Садовом кольце. В перспективе, по мере реализации программы «Моя улица» (в 2017 г. будет благоустроено еще около 13 км Садового кольца), количество вакантных помещений может значительно сократиться.

В текущий период помещения формата street retail на центральных торговых улицах в первую очередь пользуются спросом у операторов общественного питания: открылись «Гадкий койот» и «Обед буфет» (на улице Новый Арбат), Maritozzo (М. Бронная ул.), Meatless на Пятницкой улице, China Bistro в здании «Центрального телеграфа» на Тверской улице. В структуре центральных улиц по профилю доля операторов общественного питания за годовой период увеличилась на 1,9 п. п.

В центральных торговых коридорах, так же как и на пешеходных улицах, присутствие операторов профилей «одежда» и «обувь» становится более заметным: на улице Петровке в 2016 г. были открыты магазин российских дизайнеров Erma и меховой бутик Gutseriev by Maximova, появился обновленный Podium Concept, а на Тверской улице – бутик «LEF 27+2». Однако, скорее всего, тенденция не получит активного продолжения.

В последние годы на анализируемом субрынке устойчивой тенденцией стало развитие продуктовых сетевых операторов, магазинов с товарами для дома, фитнес-концепций и пунктов различных бытовых услуг. Арендаторы помещений на центральных улицах Москвы в большей степени ориентируются на потребности «дневного» населения центральной части Москвы и все реже рассматривают данную локацию исключительно в качестве имиджевой. Среди операторов, открывших в 2016 г. свои новые объекты, можно выделить супермаркет AV Daily (Тверская ул.), сайкл-студию Rock The Cycle (1-я Тверская-Ямская ул.), «Дом быта» на Вальной улице, готовится к открытию супермаркет «Бахетле» на улице Земляной Вал.

Центральные торговые коридоры*. Основные показатели



























	2016 г.*	2015 г.**
Объем торговых помещений	469,1 тыс. м ²	420 тыс. м ²
Количество торговых помещений	2,74 тыс.	2,3 тыс.
Средний размер помещения	171,2 м ²	183 м ²
Доля вакантных площадей (по площади помещений)	9,1%	9,2%
В том числе:		
Улицы Бульварного кольца		
Объем торговых помещений	60,8 тыс. м ²	61,7 тыс. м ²
Доля вакантных площадей (по площади помещений)	8,0%	8,80%
Улицы Садового кольца		
Объем торговых помещений	125 тыс. м ²	108 тыс. м ²
Доля вакантных площадей (по площади помещений)	14,3%	10,0%
Другие центральные торговые улицы		
Объем торговых помещений	283,3 тыс. м ²	250,4 тыс. м ²
Доля вакантных площадей (по площади помещений)	7,1%	9,0%

* По 47 центральным торговым коридорам, пользующимся наибольшим спросом со стороны торговых операторов

** По 42 центральным торговым коридорам, пользующимся наибольшим спросом со стороны торговых операторов

Источник: Knight Frank Research, 2017

Центральные торговые улицы. Структура по профилю арендаторов (площадь объектов)

Профиль	2016 г.	2015 г.	Изменение, п. п.
Общественное питание	 37,9%	 36,0%	1,9%
Досуговые концепции (развлечения, спорт, хобби)	 9,7%	 9,6%	0,1%
Банки	 8,9%	 11,0%	-2,1%
Продукты	 6,2%	 5,0%	1,2%
Одежда	 6,1%	 5,7%	0,4%
Услуги, включая медицинские	 4,9%	 4,6%	0,3%
Салон красоты	 5,4%	 6,5%	-1,1%
Ювелирные изделия	 2,6%	 2,7%	-0,1%
Товары для дома	 2,3%	 2,0%	0,3%
Книги. Канцелярия	 2,0%	 2,4%	-0,4%
Аптека. Оптика	 2,0%	 2,5%	-0,5%
Вакантные площади	 9,1%	 9,2%	-0,1%
Другое	 2,9%	 2,8%	0,1%

Источник: Knight Frank Research, 2017

Торговые коридоры крупных магистралей

В конце 2016 г. в сегменте street retail на крупных магистралях наблюдалось постепенное вымывание пустующих помещений с рынка: это в полной мере коснулось и тех «проблемных» проспектов, для которых еще некоторое время назад были характерны высокие показатели доли свободных площадей, – Кутузовского и Ленинского. Среди операторов, которые в 2016 г. открывали свои магазины на магистральных торговых улицах, можно отметить салон «Детский №1» и первый московский магазин Agafia Shop (Ленинский пр-т), магазин здорового питания «МясновЪ» и ресторан с едой по себестоимости D.O.M.E (Комсомольский пр-т), севичерия Latinos (Кутузовский пр-т) и другие.

Структура московских магистралей по профилю операторов постепенно меняется. Так, наиболее выраженной тенденцией десятилетнего развития рассматриваемого сегмента стало постепенное сокращение доли площадей, занимаемых банковскими и финансовыми организациями (с 20% в 2007 г. до 13,9% в 2016 г.) и операторами профилей «одежда» и «обувь» (с 17,5% в 2008 г. до 10,6% в 2016 г.), на фоне активного развития предприятий общественного питания и продуктовых магазинов.

Торговые коридоры крупных магистралей. Основные показатели*

	2016 г.	2015 г.
Объем торговых помещений	298,7 тыс. м ²	283 тыс. м ²
Количество торговых помещений	1,16 тыс.	1,1 тыс.
Средний размер помещения,	258 м ²	257 м ²
Доля вакантных площадей (по площади помещений)	9,9%	10,5%

* Помещения, технические параметры которых соответствуют ключевым требованиям торговых операторов. В выборку включены 5 вылетных магистралей, а также кольцевая магистраль ТТК.

Источник: Knight Frank Research, 2017

Торговые коридоры крупных магистралей. Структура по профилю арендаторов (площадь объектов)**



** Не учитывались помещения автосалонов, АЗС, технических центров, автомобильных моечных комплексов.

Источник: Knight Frank Research, 2017



Торговые кластеры спальных районов

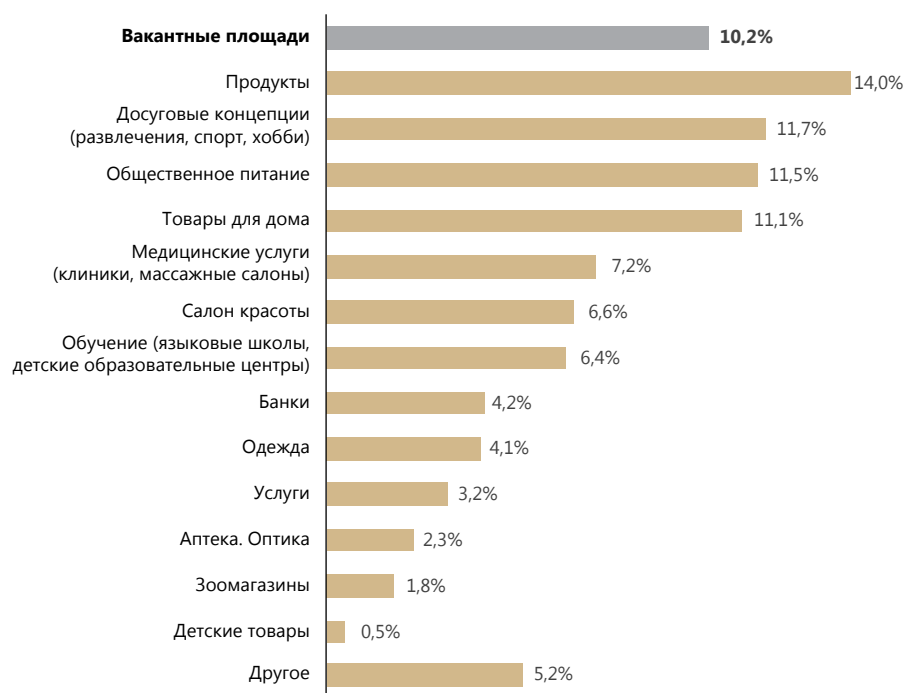
Для отдаленных от центра Москвы территорий характерны достаточно высокий показатель доли вакантных площадей и преобладание операторов профиля «продукты» (14%). При этом можно отметить, что операторы профилей «досуговые концепции» (развлечения, спорт, хобби), «общественное питание» и «товары для дома» занимают практически одинаковые доли в структуре данного субрынка. Помещения, расположенные в спальных районах мегаполиса, в первую очередь пользуются спросом у операторов, работающих в ценовых сегментах «средний» и «ниже среднего».

В связи с вводом в эксплуатацию Московского центрального кольца (МЦК) и открытием новых станций метрополитена можно ожидать точечного развития торговой инфраструктуры в формате street retail в непосредственной близости от подобных объектов.

Коммерческие условия

Коммерческие условия в сегменте street retail в 2016 г. существенно не изменились: торговыми объектами с наиболее высокими запрашиваемыми ставками аренды остаются фасадные помещения,

Торговые кластеры спальных районов. Структура по профилю арендаторов (площадь объектов)



Источник: Knight Frank Research, 2017

расположенные в Столешниковом переулке, а также на улицах Кузнецкий мост, Петровка, Никольская.

В текущий период рынок street retail остается одним из привлекательных для

инвестирования сегментов недвижимости. При этом следует указать, что если около 10 лет назад игроки сегмента инвестировали «в квадратные метры», то сегодня интерес представляют вложения средств в стабильный арендный доход, то есть покупку помещения с действующим арендным договором. Средний бюджет сделки в 150–200 млн рублей при стабильном доходе позволяет гарантировать срок окупаемости 8–12 лет.

Дополнительным стимулом для потенциального инвестора может стать приобретение крупного помещения для последующего его деления на небольшие площади, что позволит увеличить годовой арендный доход от площади в целом. Отчасти данную тенденцию поддерживают и изменения, коснувшиеся парковочного пространства столицы. Так, например, в предыдущие годы протяженность витрины торгового помещения играла важную роль для привлечения покупателей-автомобилистов, однако сегодня фактор «длинной витрины» или рекламной вывески уже не является первостепенным, поскольку у покупателя зачастую возникают сложности с парковкой у понравившегося магазина.

Ставки аренды по основным торговым улицам

Название	Ставка аренды (руб./м ² /год)
Тверская ул. (на участке от ст. м. «Охотный Ряд» до ст. м. «Пушкинская»)	100 000–140 000
Пятницкая ул.	40 000–120 000
Арбат ул.	60 000–130 000
Мясницкая ул.	60 000–95 000
Столешников пер.	150 000–220 000
Новый Арбат ул.	50 000–120 000
Кузнецкий Мост ул.	70 000–200 000
Петровка ул.	70 000–130 000
Никольская ул.	70 000–150 000
Камергерский пер.	80 000–140 000
Патриаршие Пруды (торговая зона)	70 000–130 000
Садовое кольцо	30 000–90 000
Кутузовский пр-т	40 000–80 000
Мира пр-т	40 000–100 000
Спальные районы	20 000–70 000

Источник: Knight Frank Research, 2017

Прогноз

Значительное влияние на развитие сегмента встроенно-пристроенных торговых помещений столицы в 2017 г. окажет реализация программы «Моя улица»: в благоустроенных торговых коридорах появятся новые покупатели, потребности которых станут поводом для масштабных реформ в сегменте street retail.

Кроме того, в 2017 г. будут продолжены мероприятия по сносу объектов, не соответствующих требованиям городской администрации: очередной этап ликвида-

ции построек, признанных незаконными, запланирован на февраль 2017 г.

Необходимо отметить, что в целом многие действия столичных властей способствуют активному формированию качественной торговой инфраструктуры. В то же время о значительной положительной коррекции коммерческих условий говорить пока рано: на рынке наблюдается небольшое повышение ставок аренды для локаций, доступность и привлекательность которых улучшаются.

ИССЛЕДОВАНИЯ

Ольга Ясько

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

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Виктория Камлюк

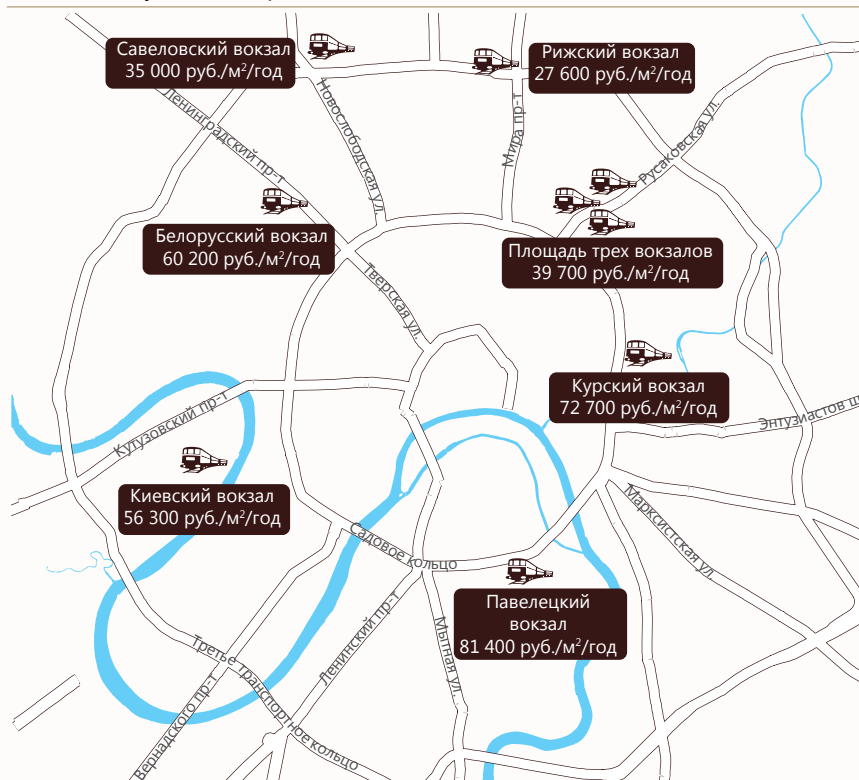
Руководитель отдела торговых помещений Knight Frank
viktoryia.kamliuk@ru.knightfrank.com

+7 (495) 981 0000

РИТМ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

Помещения у вокзалов в основном арендуют операторы быстрого питания, мелкая розничная торговля товарами в дорогу, прессой, продуктами, подарками и сувенирами. Состав арендаторов привокзальной торговой зоны также зависит от расположения поблизости качественных торговых и деловых центров, которые формируют целевую аудиторию более высокого уровня. Поэтому здесь можно увидеть и премиальные торговые марки, и дорогие рестораны. Ставки аренды на торговые помещения у вокзалов довольно высоки вследствие дефицита предложения и мелкой нарезки площадей. Примечательно, что уровень арендных ставок на привокзальных территориях сопоставим с такими торговыми коридорами, как Маросейка и Новый Арбат.

Рейтинг железнодорожных вокзалов Москвы по стоимости аренды помещений уличной торговли*



* Средневзвешенная ставка аренды на помещения на первых этажах жилых и коммерческих зданий, расположенных в непосредственной близости от железнодорожного вокзала столицы.
Источник: Knight Frank Research, 2017



© Knight Frank LLP 2017 – 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.