

ОБЗОР



2017 ГОД РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Москва

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

По итогам 2017 г. было введено в эксплуатацию 199 тыс. м², что является самым низким показателем за прошедшие 10 лет.

На фоне сокращения объемов ввода новых площадей пустующие помещения в торговых центрах достаточно активно заполняются арендаторами: итоговый показатель доли вакантных площадей, составивший в конце 2016 г. 12,9 %, по итогам 2017 г. не превышает 8,5%.

В 2017 г. на российский рынок вышло 37 новых международных розничных игроков. Данный показатель на 33% ниже количества новых на российском рынке зарубежных брендов в 2016 г.

Несмотря на активные кампании крупнейших девелоперов торговых объектов по реконцепции проектов, для московского рынка характерно устаревание существующих торговых центров, что может привести к увеличению доли объектов, требующих редевелопмента, до 45% к 2020 г.

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ



Евгения Хакбердиева
Директор по сдаче в аренду торговых
центров, Knight Frank

«2017 год стал показательным с точки зрения спроса арендаторов на качественные торговые центры Москвы. Принимая во внимание низкие показатели ввода торговых объектов в 2017 году на фоне растущего спроса со стороны арендаторов, можно ожидать повышения активности девелоперов в торговом сегменте уже в 2018 году».

Основные показатели*. Динамика

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	12/6,21
Введено в эксплуатацию в 2017 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	439,7/199
Планируется к вводу в эксплуатацию в 2018 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈767/≈324
Доля вакантных площадей, %	8,5 (4,4 п. п. ▼)**

Условия аренды в торговых центрах Москвы:

торговая галерея, руб./м ² /год	0–45 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	3 000–20 000

Операционные расходы:

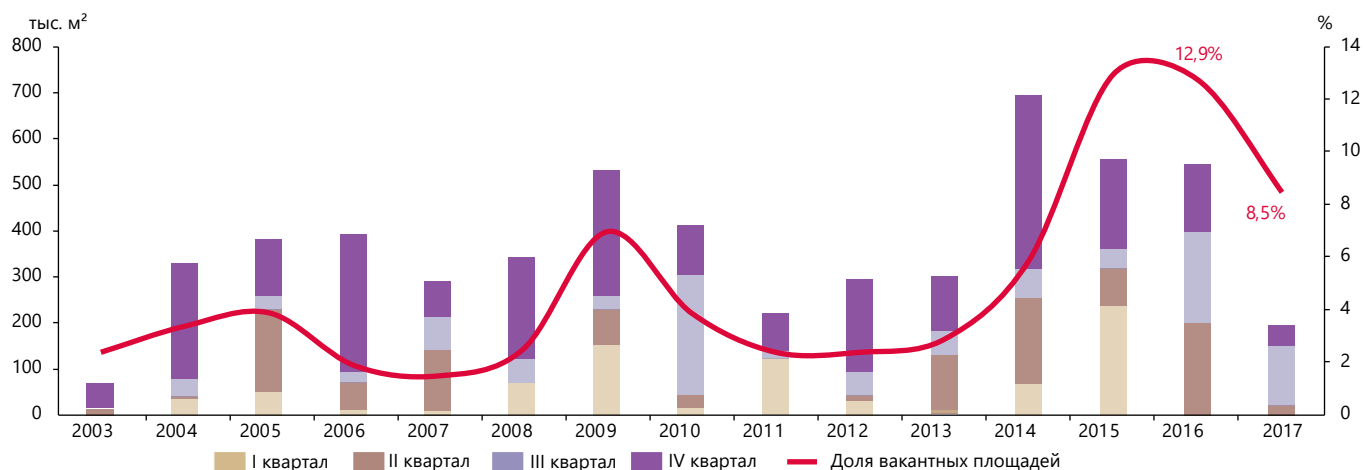
торговая галерея, руб./м ² /год	6 000–10 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	1 500–3 000

Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	501,6
--	-------

* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий общей площадью более 5 000 м², объединенных общей концепцией и единым управлением
** Изменение по сравнению с показателем на начало 2017 г.

Источник: Knight Frank Research, 2018

Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



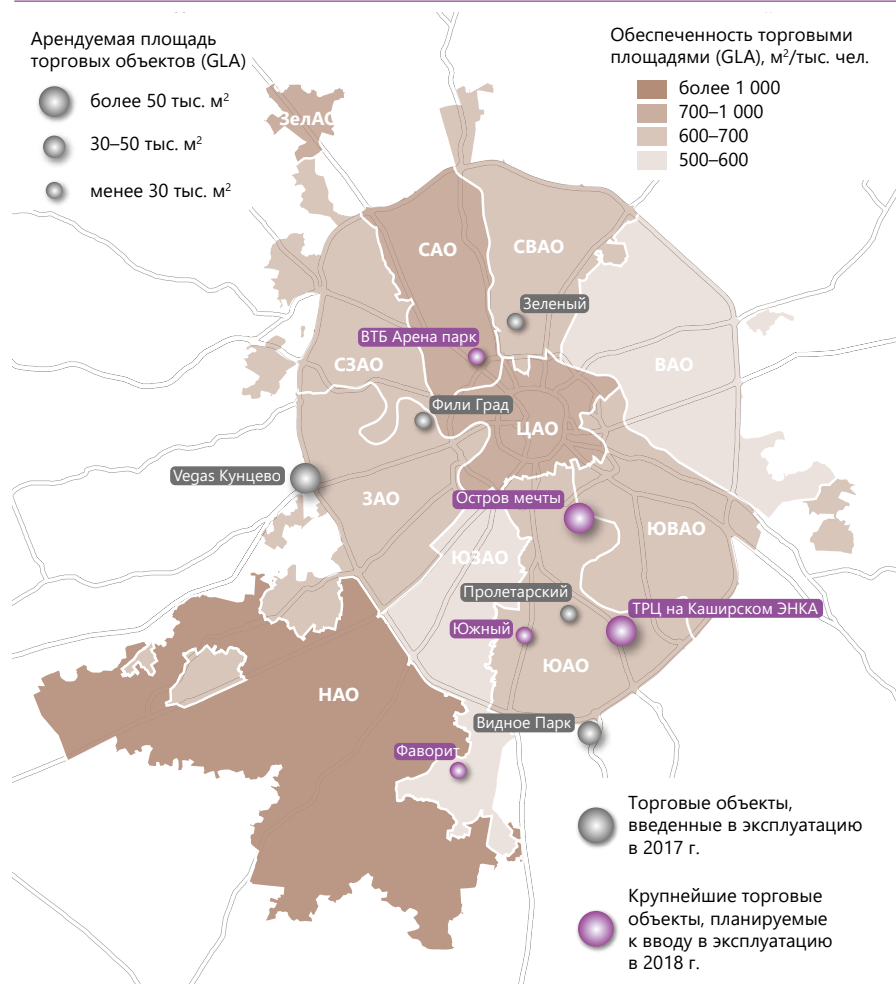
Источник: Knight Frank Research, 2018

Предложение

По итогам 2017 г. на московский рынок качественной торговой недвижимости вышло 5 объектов, общая арендопригодная площадь которых составила 199 тыс. м². Это самый низкий показатель ввода качественных торговых площадей за прошедшие 10 лет. Крупнейшим проектом 2017 года стал ТРЦ «Vegas Кунцево» (GLA 119,5 тыс. м²; GBA - почти 287 тыс. м²) – третий проект девелоперской компании Grosus Group на московском рынке. Последний раз торговый центр подобного «Vegas Кунцево» масштаба открывался в Москве три года назад – в I квартале 2015 г. Это был ТРЦ Columbus, показатель арендопригодной площади которого составил 140 тыс. м².

Также важно отметить, что продолжается кампания крупнейших девелоперов по реконструкции и редевелопменту уже существующих торговых объектов с целью продления «срока жизни» своих проектов и привлечения новых потребителей. Например, на месте снесенного ТЦ «Капитолий» у станции метро «Молодежная» в 2015 г. открылся МФК «Кунцево Плаза» общей площадью 235 тыс. м², судьбу устаревшего ТЦ «Капитолий» повторяют проекты того же девелопера: уже в 2018 г. откроется ТРЦ на Каширском шоссе (GLA 70,2 тыс. м²), запланирован редевелопмент ТРЦ «Капитолий» на Шереметьевской». Также проводится реконцепция в объектах «Золотой Вавилон Отрадное» (GLA более 20 тыс. м²), «Пятое Авеню» (GLA 20 тыс. м² GLA), GoodZone (GLA около 65 тыс. м²).

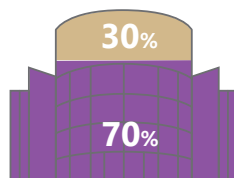
Торговые центры, открывшиеся в 2017 г., и крупнейшие объекты, планируемые к открытию в 2018 г.



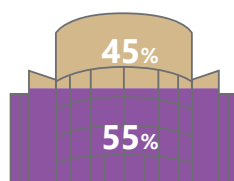
Источник: Knight Frank Research, 2018

Торговые центры, требующие редевелопмента 2017 vs 2020 гг.

2017



2020^п



■ Современные торговые объекты
■ Объекты, требующие редевелопмента

Источник: Knight Frank Research, 2018

Торговые объекты, открывшиеся в 2017 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
I квартал			
Пролетарский	Пролетарский пр-т, д. 24	23 700	15 450
Зеленый	Огородный пр-д, д. 10	9 150	7 000
II квартал			
–	–	–	–
III квартал			
Vegas Кунцево	56-й км МКАД	286 872	119 467
Фили Град	Береговой пр-д, д. 5, стр. 26	15 000	12 000
IV квартал			
Видное Парк	М-4 Дон, участок №9	105 000	45 000

Источник: Knight Frank Research, 2018

Однако, несмотря на кампании крупнейших игроков рынка, по итогам 2017 г. около 30% существующих торговых центров являются устаревшими и требуют обновлений. По нашим оценкам, если данная тенденция сохранится и девелоперы не приступят к обновлению торговых объектов более активно, то показатель устаревания существующих торговых центров превысит 45% к 2020 г.

Спрос

На фоне сокращения объемов ввода новых площадей пустующие помещения в торговых центрах достаточно активно заполняются арендаторами: итоговый показатель доли вакантных площадей, составивший в конце 2016 г. 12,9 %, на конец 2017 г. составляет 8,5%.

Наибольший объем пустующих помещений зафиксирован в объектах, вышедших на рынок в 2016 г.: в настоящее время здесь остается вакантным каждый четвертый квадратный метр. Напомним, что в 2016 г. были открыты такие торговые центры, как «Акварель Южная», «Бутово МОЛЛ», «Хорошо!», «Восточный ветер», «Новомосковский». Арендная кампания в данных объектах продолжается.

Однако в целом на фоне сокращения предложения новых качественных объектов на московском рынке мы прогнозируем, что доля вакантных площадей в концептуальных объектах, введенных в эксплуатацию за прошедшие несколько лет, будет уменьшаться.

В IV квартале 2017 г. на российский рынок вышло 8 новых международных розничных операторов – данный показатель практически в 3 раза ниже показателя предыдущего года за аналогичный период: тогда свои магазины и заведения открыли 22 игрока. Семь операторов начали свое развитие с рынка столицы, один бренд – оператор спортивных товаров Lescon (Турция) – стартовал на рынке Воронежа в «Центре Галереи Чижова».

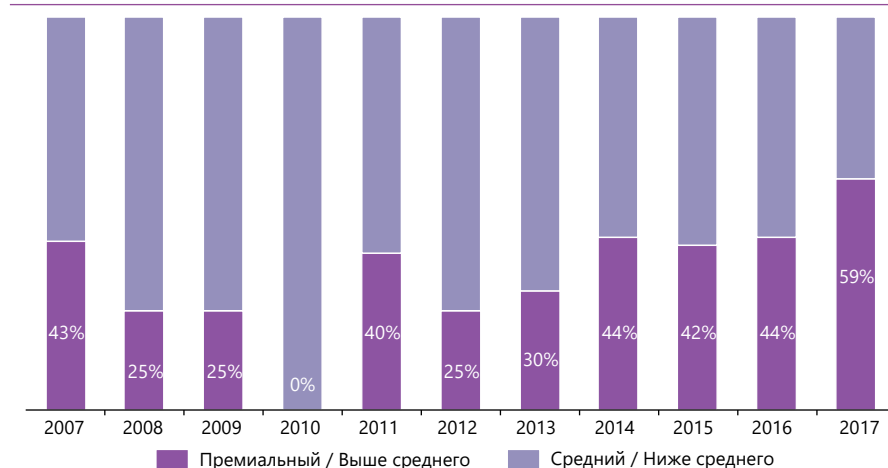
Таким образом, всего за четыре квартала 2017 г. на российский рынок вышло 37 новых международных розничных игроков. Данный показатель на 33% ниже количества новых на российском рынке зарубежных брендов за 2016 г., когда свои проекты реализовали 55 ритейлеров. Уровень выхода новых брендов в 2017 г. соответствует показателю не самого «позитивного» с точки зрения активности 2013 г., когда на рынок вышло 40 новых международных операторов.

Объем и доля вакантных площадей в торговых объектах, открытых в разные годы



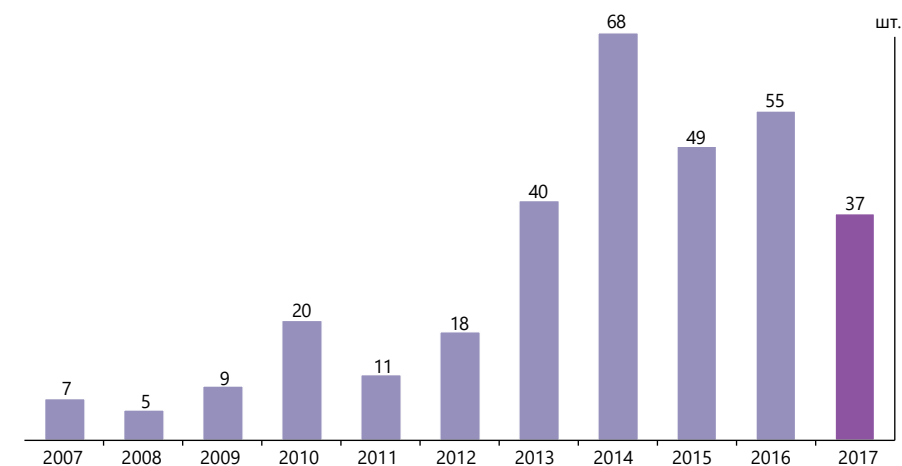
Источник: Knight Frank Research, 2018

Структура брендов, вышедших на российский рынок за последние 10 лет, по ценовому сегменту



Источник: Knight Frank Research, 2018

Динамика выхода международных операторов на российский рынок за последние 10 лет



Источник: Knight Frank Research, 2018

Международные операторы, вышедшие на российский рынок в 2017 г.

	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
1	Ahimsa	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
2	Aquazzura	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
3	DJI	Китай	Техника/Электроника	Средний
4	Eataly	Италия	Общественное питание	Выше среднего
5	Eglo	Австрия	Товары для дома / Интерьер	Выше среднего
6	Giorgio Armani Beauty	Италия	Косметика и парфюмерия	Средний
7	High by Claire Campbell	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
8	Huawei	Китай	Техника/Электроника	Средний
9	Japonica	Япония	Косметика и парфюмерия	Средний
10	L.K.Bennett	Великобритания	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
12	MC2 Saint Barth	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
11	Meizu	Китай	Техника/Электроника	Средний
13	Mirdada	Белоруссия	Детская одежда	Средний
15	Palais des Thes	Франция	Бутик чая	Выше среднего
14	Peter Kaiser	Германия	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
16	Zanellato	Италия	Аксессуары	Выше среднего
17	Zlocchi Store	Испания/Украина	Одежда/Обувь/Белье	Премиальный
18	Truefitt&Hill	Великобритания	Услуги	Выше среднего
19	Officine Gullo	Италия	Товары для дома / Интерьер	Выше среднего
20	Plein Sport	Германия	Товары для спорта	Премиальный
21	Mandarina Duck	Италия	Аксессуары	Выше среднего
22	Tucano Coffee	Молдавия	Общественное питание	Средний
23	Hanro	Швейцария	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
24	Barracuda	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
25	BioTechUSA	США	Спортивные товары	Средний
26	Il Gufo	Италия	Детская одежда	Выше среднего
27	ara	Германия	Одежда/Обувь/Белье	Средний
28	Mimioriki	Казахстан	Детская одежда	Средний
29	Lescon	Турция	Спортивные товары	Средний
30	Comma	Германия	Одежда/Обувь/Белье	Средний
31	TRIB3	США	Фитнес клуб	Выше среднего
32	Under Armour	США	Спортивные товары	Средний
33	Disney Игрушки	США	Товары для детей	Средний
34	JURA Store	Швейцария	Техника/Электроника	Выше среднего
35	3INA	Испания	Косметика и парфюмерия	Средний
36	Mauboussin	Франция	Ювелирные украшения	Премиальный
37	Assunta Madre Moscow	Италия	Общественное питание	Премиальный

Источник: Knight Frank Research, 2018

Примечательно, что в текущем году 59% операторов, вышедших на российский рынок, позиционируются в высоком ценовом сегменте – годом ранее их насчитывалось 44% от общего числа. Среди дебютантов можно выделить бутик ювелирных украшений Mauboussin (Франция) на Никольской улице, открытие которого анонсировалось еще летом,

но состоялось в конце декабря 2017 г., московский филиал премиального итальянского ресторана Assunta Madre Moscow на Поварской улице (до конца 2017 г. заведение работает в тестовом режиме, но уже открыто для посещения), долгожданный магазин детских игрушек и подарков "Игрушки Disney" в Центральном Детском Магазине,

американский фитнес-клуб премиального сегмента TRIB3 в Лесном переулке, а также магазин спортивных товаров Under Armour (США), флагманский бутик которого открылся в ТРЦ «Метрополис».

По итогам 2017 г. структура распределения новых брендов по профилю совпадает с тенденциями предыдущих лет: практически одна треть (11 из 37) новых

операторов относится к сегменту «одежда/обувь/белье», занимая как «средний», так и «выше среднего» ценовые сегменты. Таким образом, в 2017 г. сегмент «одежда/обувь/белье» стал лидирующим среди всех новых операторов, вышедших на российский рынок. Другие сегменты представлены примерно равными долями и достаточно сильно отстают по количеству от лидирующего направления – на рынок вышло по 4 оператора в сегменте «спортивные товары», «детские товары» и «техника/электроника», по 3 представителя сегментов «косметика и парфюмерия» и «общественное питание». Остальные сегменты представлены парой операторов либо единичными представителями.

У 32% вышедших в 2017 г. на российский рынок международных брендов страной происхождения является Италия, что продолжает тенденцию 2016 г. Однако в текущем году можно отметить такую интересную тенденцию, как появление игроков из Казахстана и Молдавии: бренды данных стран редко фигурируют в списках дебютантов на российском рынке.

В 2017 г. о закрытии магазинов в России объявило 8 игроков: это такие операторы, как Finlayson (товары для дома, Финляндия), Takko Fashion (универмаг, Германия) и Matas & Papas (товары для детей и будущих мам, Великобритания). Для сравнения: в 2016 г. с рынка ушло 5 иностранных брендов, в 2015 г. – 11 операторов, а в 2014 г. – 12 зарубежных розничных компаний.

Коммерческие условия

По итогам года резких изменений арендных ставок в торговых центрах в 2017 г. не произошло, однако в связи дефицитом торговых площадей для некоторых крупных сетевых операторов, вызванным низким уровнем нового качественного предложения, рост ставок аренды составил около 10%.

Прогноз

Несмотря на низкий показатель ввода новых качественных торговых площадей, по итогам 2017 г. Москва не является лидером по обеспеченности жителей качественными торговыми площадями среди городов-миллионников (4 место с показателем 501,6 тыс. кв. м/1 000 жителей), что говорит о том, что потенциал строительства новых торговых центров у города есть.

Согласно планам, анонсированным девелоперами торговых объектов, в 2018 г. на столичном рынке будет введено около 324 тыс. м² торговых площадей. К вводу заявлены такие крупные торговые объекты, как ТРЦ «Остров мечты» (GLA 80 тыс. м²) и проект реновации торгового центра на Каширском шоссе девелопера «ЭНКА ТЦ» (GLA 71 тыс. м²). Также ряд объектов, заявленных к вводу в 2017 г., не был реализован, и их сдача

в эксплуатацию запланирована на первое полугодие 2018 г. Это, например, такие объекты, как вторая очередь ТЦ «Южный» (GLA 20 тыс. м²), «ВТБ Арена парк» (GLA 17 тыс. м²) и ТЦ «Галеон» (GLA 14 тыс. м²).

На фоне ввода новых торговых площадей в 2018 г. мы ожидаем небольшого увеличения доли вакантных площадей в новых торговых центрах – до 9,0%, однако вакансии в стабилизированных торговых центрах, работающих больше двух лет, будет снижаться.

Также важно отметить, что в ближайшие 3 года перспективной локацией для формирования крупных торговых кластеров могут стать территории за МКАД, где ведется или запланировано строительство станций метро. С 2003 по 2017 гг. в этих районах было открыто 16 станций, до конца 2020 года планируется ввести в эксплуатацию еще около 15. Развитие транспорта, жилой застройки ведет к росту числа жителей и улучшению инфраструктуры в данных зонах. Таким образом, относительно отдаленные от МКАД жилые районы, но имеющие станции метро рядом, будут привлекательны для девелоперов благодаря обеспеченному потоку посетителей. Например, в районе Саларьево в 2019 г. будет введено 432 тыс. м² жилья, а в составе ТПУ будет работать ТЦ «Саларис» общей площадью 310 тыс. м². Также в районе станции метро Котельники к 2019 г. планируется построить торговый центр с арендной площадью около 100 тыс. м².

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м ² /год*	% от товарооборота
Гипермаркет (>7 000 м ²)	4 500–10 000	1,5–4
DIY (>5 000 м ²)	3 000–9 000	4–6
Бытовая техника (1 300–4 000 м ²)	8 000–20 000	2,5–5
Спортивные товары (1 000–6 000 м ²)	6 000–12 000	6–8
Детские товары (1 000–2 000 м ²)	6 000–18 000	8–10
Операторы галереи профиля «одежда» (400–1 000 м ²)	0–35 000	4–12
Операторы галереи профиля «обувь» (300–500 м ²)	0–45 000	7–12
Досуговые концепции (1 000–4 000 м ²)	4 000–8 000	9–15
Общественное питание (food-court)	45 000–150 000	12–15
Общественное питание (рестораны)	10 000–25 000	10–12

* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров

Источник: Knight Frank Research, 2018

Наиболее значимые торговые центры, планируемые к вводу в эксплуатацию в 2018 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
Остров Мечты	Нагатинская пойма	280 000	80 000
ТРЦ на Каширском шоссе	Каширское ш., д. 61, корп. 2	195 500	70 800
Фаворит	Южнобутовская ул., вл. 9	37 000	22 900
ТЦ Южный 2-я очередь	Кировоградская ул., вл. 9, корп. 4	28 200	20 000
ВТБ Арена парк	Ленинградский пр-т, д. 36	30 000	17 200

Источник: Knight Frank Research, 2018

Примеры действующих качественных ТЦ рядом со станциями метро, расположенными за пределами МКАД

Название станции метро за пределом МКАД	Линия	ТЦ в шаговой доступности от станции метро	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
Мякинино	Арбатско-Покровская	Vegas Crocus City Crocus City Mall	112 500 29 030
Бунинская Аллея	Бутовская	«Бутово Молл»	57 000
Улица Старокачаловская	Бутовская	«Вива!» «Алфавит»	21 900 12 000
Бульвар Адмирала Ушакова	Бутовская	«Витте Молл»	23 000
Лермонтовский проспект	Таганско-Краснопресненская	«Драйв»	23 000
Пятницкое шоссе	Арбатско-Покровская	«Мандарин»	17 700
Митино	Арбатско-Покровская	«Митино» «Ладья» «Ковчег»	7 500 13 400 5 600
Новокошино	Калининско-Солнцевская	«Реутов Парк»	41 000
Бульвар Дмитрия Донского	Серпуховско-Тимирязевская	«Северное Сияние» «Круг»	10 000 8 000

Источник: Knight Frank Research, 2018



ТРЦ в составе ТПУ «Саларьево»

ИССЛЕДОВАНИЯ

Ольга Широкова

Директор, Россия и СНГ

olga.shirokova@ru.knightfrank.com

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Евгения Хакбердиева

Директор, Россия

evgenia.khakberdieva@ru.knightfrank.com

+7 (495) 981 0000

KnightFrank.ru



© Knight Frank LLP 2018 – 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.