

ОБЗОР



I ПОЛУГОДИЕ 2017 ГОДА РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Москва

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

В I полугодии 2017 г. на рынке Москвы было введено в эксплуатацию два торговых объекта (GLA – 22,5 тыс. м²). Показатель выхода на рынок новых торговых площадей стал одним из самых низких за последние 14 лет.

В модернизированных концептуальных торговых объектах наблюдается устойчивый рост ставок аренды.

В I полугодии 2017 г. не отмечалось высокой активности международных торговых операторов: на российский рынок вышло 19 новых международных розничных сетей.

Практика показывает, что даже полугодовой «простой» в реализации торгового проекта требует обязательного аудита концептуальных решений.



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

«Мы наблюдаем в мире и в России крушение привычного формата одного из столпов классического ритейла – гипермаркета: происходят смены команд, стратегий развития и, что самое главное, концепций во всех сетях. В крупнейших городах России первичное насыщение гипермаркетами произошло, гонка по оптимизации затрат с целью устоять в конкуренции друг с другом достигла порога, финансисты передают бразды правления концептуалам. В ближайшее время можно ожидать появления очень интересных концепций от поскупчевших было Ашанов и Каруселей, а трендсеттер последнего времени – самый актуальный сегодня «Глобус», не сбавляя темпа, представит в ближайшее время новый формат – «Глобус 3.0».

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

Основные показатели*. Динамика

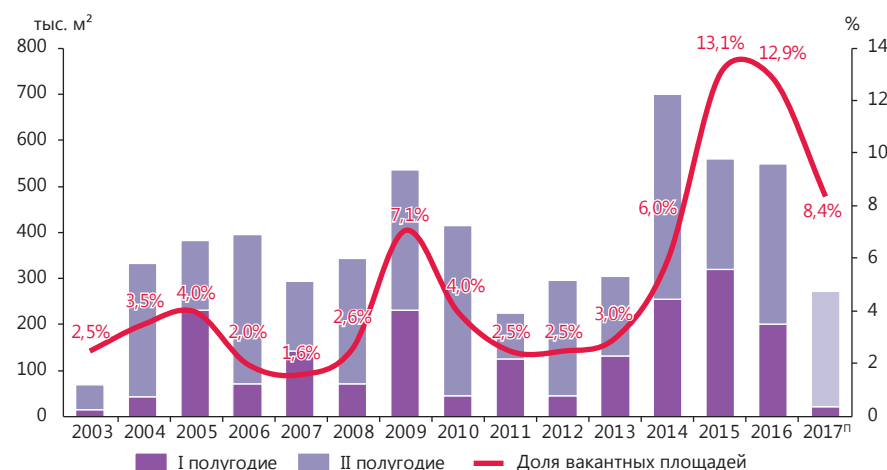
Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	11,6/6,03
Введено в эксплуатацию в I полугодии 2017 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	32,9/22,5
Планируется к вводу в 2017 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈520/≈250
Доля вакантных площадей, %	8,4 (4,5 п. п. ▼)**
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	487,4

* 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 IV квартала 2016 г.

Источник: Knight Frank Research, 2017

Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2017

Торговые объекты, открывшиеся в 2017 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м²	Арендопригодная площадь (GLA), м²
Пролетарский	Пролетарский пр-т, д. 24	23 700	15 450
Зеленый	Огородный пр-д, д. 10	9 150	7 000

Источник: Knight Frank Research, 2017

Предложение

В I полугодии 2017 г. на рынке Москвы было введено в эксплуатацию два торговых объекта (причем оба во втором квартале года), суммарная торговая площадь которых составила 22,5 тыс. м² (GBA – 32,9 тыс. м²). Показатель выхода на рынок новых торговых площадей стал одним из самых низких за последние 14 лет.

Открывшиеся торговые центры – ТЦ «Зеленый» (GLA – 7 тыс. м²) и «Пролетарский» (15,5 тыс. м²) – расположены за пределами Третьего транспортного кольца и являются объектами районного формата.

Доля вакантных площадей в торговых объектах, открытых в разные годы



Источник: Knight Frank Research, 2017

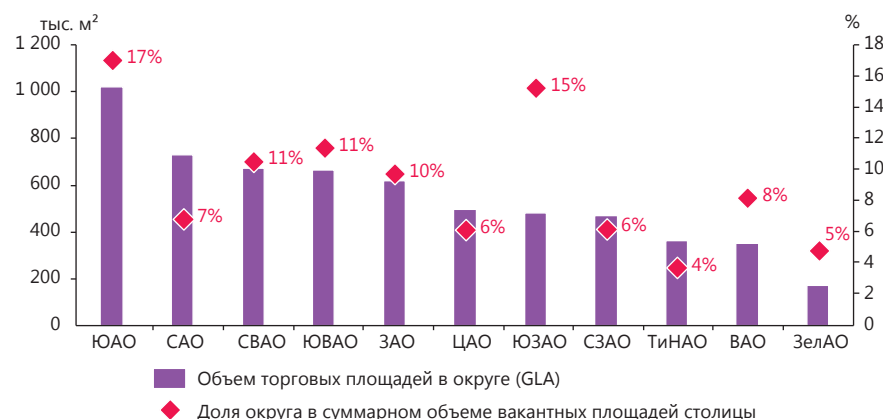
Спрос

На фоне сокращения объемов ввода новых площадей пустующие помещения активно заполнялись арендаторами: итоговый показатель доли вакантных площадей, составлявший в конце 2016 г. 12,9%, в I квартале 2017 г. снизился на 2,7 п. п. (до 10,2%), а к завершению I полугодия 2017 г. достиг значения, которое стало минимальным с начала 2015 г., – 8,4%.

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

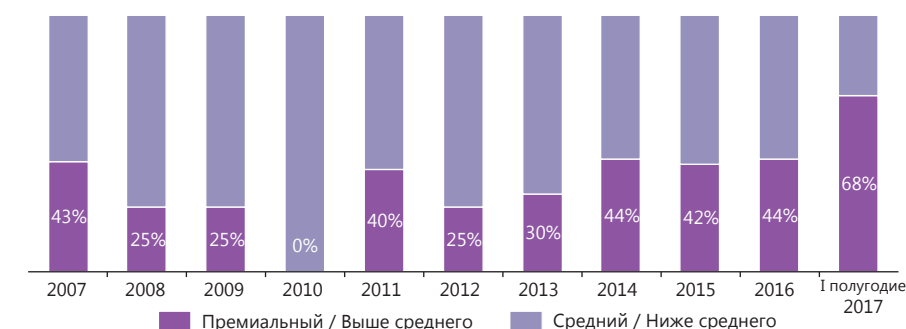
Значительный объем не занятых арендаторами помещений также сохраняется в объектах 2014 г. (каждый десятый квадратный метр) и 2015 г. (каждый седьмой квадратный метр). Однако следует указать, что темпы поглощения новых площадей останутся высокими: например, в течение двух лет показатель доли вакантных площадей в торговых центрах, открывшихся в 2015 г., сократился с 60% до 19% (то есть на 41 п. п.).

Объем торговых площадей и доля вакантных площадей в составе административных округов



Источник: Knight Frank Research, 2017

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



Источник: Knight Frank Research, 2017

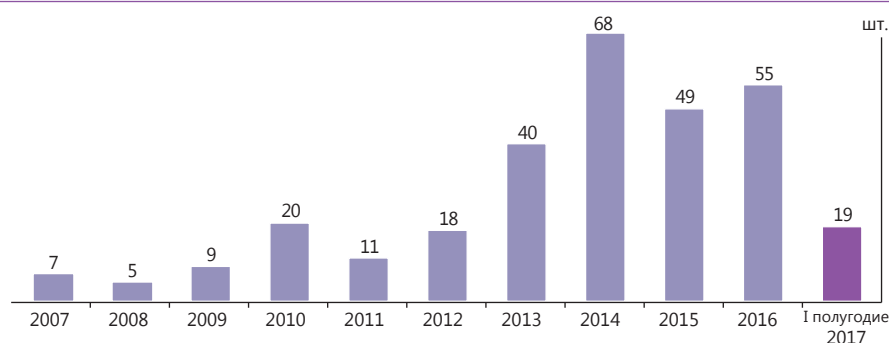
РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

Всего в функционирующих торговых центрах столицы пустует более полумиллиона квадратных метров торговых площадей. Максимальный объем свободных площадей зафиксирован в Южном административном округе: здесь из 1 млн м² торговых площадей вакантно почти 90 тыс. м² (или 17% от общего объема вакантных помещений на территории Москвы).

В I полугодии 2017 г. не отмечалось высокой активности международных торговых операторов: на российский рынок вышло 19 новых международных розничных сетей. Еще около десятка зарубежных сетевых компаний планируют открыться в III квартале 2017 г. и в настоящее время занимаются подготовкой помещений для своих первых магазинов и заведений.

Примечательно, что в текущем году 68% операторов, вышедших на российский рынок, работают в высоком ценовом сегменте (годом ранее их насчитывалось 46% от общего числа). Среди новых брендов можно выделить бутик обуви и аксессуаров Zlocci Store (Испания/Украина), первый в России и второй в мире монобрендовый магазин аксессуаров Zanellato

Динамика выхода международных операторов на российский рынок за последние 10 лет



Источник: Knight Frank Research, 2017

(Италия), открывшийся в ГУМе магазин пляжной одежды MC2 Saint Barth, парижский дом чая Palais des Thes (бутик и чайная школа) и другие. Всего за последние 10 лет в Россию пришло более 130 брендов, относящихся к ценовой категории «выше среднего» (около 37% от общего количества).

Иностранные бренды, работающие в формате «дискаунтер», fix price или в низкой

ценовой категории, крайне редко выходят на российский рынок. Как правило, данную нишу занимают федеральные или региональные розничные компании, ориентированные на российского потребителя, обладающие оптимальной производственно-логистической базой и занявшие значительную долю рынка.

В структуре распределения новых брендов по профилю лидировали операторы

Международные операторы, открывшие первые магазины в Москве в I полугодии 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	Zlocci Store	Испания/Украина	Одежда/Обувь/Белье	Премиальный
18	Truefitt&Hill	Великобритания	Услуги	Выше среднего
19	Officine Gullo	Италия	Товары для дома/Интерьер	Выше среднего

Источник: Knight Frank Research, 2017

сегмента «одежда/обувь/белье» (около 37% от общего числа). Примечательно, что еще в 2013 г. преимущество было у общественного питания: около 38% новых брендов представляли собой сетевые концепции ресторанов и кафе (в этот период открылись такие заведения, как Dippin Dots, Krispy Kreme, Lavazza Espresso, Marugame, Nathan's Famous, Shake Shack).

В I полугодии 2017 г. у почти половины новых брендов (8 из 19) страной происхождения является Италия. Годом ранее также лидировали итальянские компании (25%), за ними следовали французские, английские, американские бренды (все по 13%) и операторы из стран СНГ.

Массового ухода международных операторов в 2017 г. не наблюдается: о закрытии магазинов в России объявили такие игроки, как Finlayson (товары для дома, Финляндия) и Takko Fashion (универсам, Германия). 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

В модернизированных концептуальных торговых объектах наблюдается устойчивый рост ставок аренды. Как правило, это выражается в повышении верхней границы диапазона ставок или показателя доли товарооборота, уплачиваемой арендатором.



ТРЦ на Каширском шоссе

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)	6 000–18 000	2,5–5
Спортивные товары (1 000–6 000 м ²)	6 000–10 000	6–8
Детские товары (1 000–2 000 м ²)	6 000–15 000	8–10
Операторы галереи профиля «одежда» (400–1 000 м ²)	0–40 000	4–12
Операторы галереи профиля «обувь» (300–500 м ²)	0–55 000	7–12
Досуговые концепции (1 000–4 000 м ²)	0–8 000	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, 2017

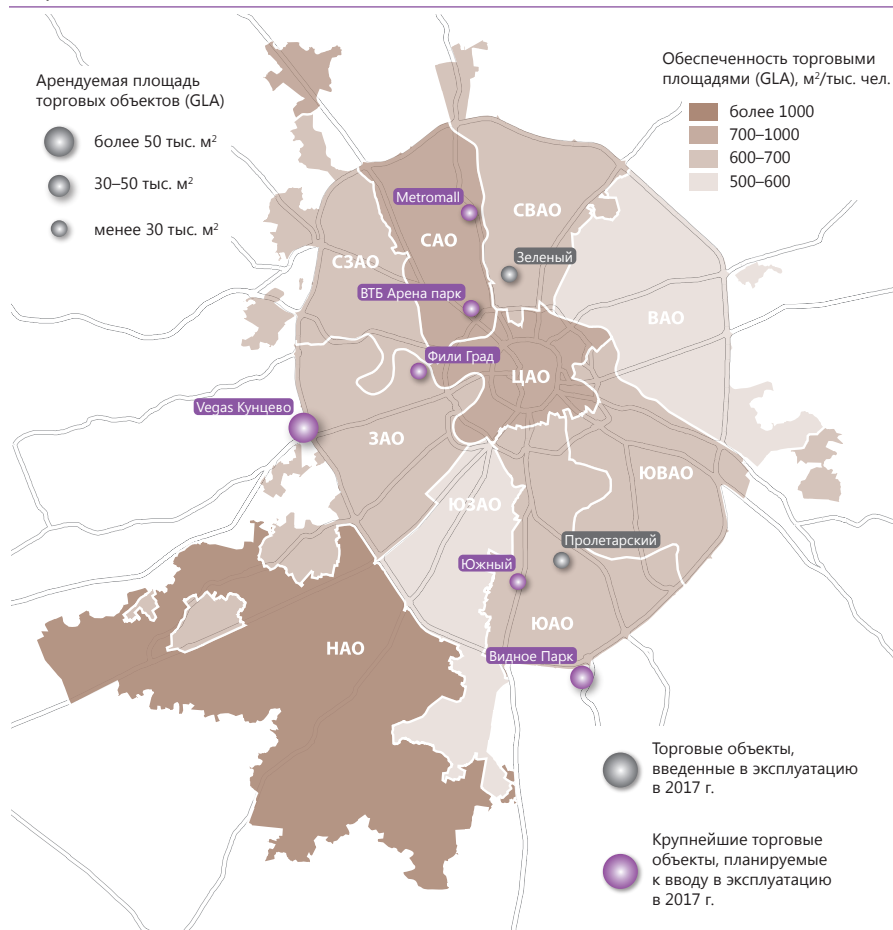
Прогноз

Согласно планам девелоперов торговых объектов, в ближайшее полугодие на территории Москвы будет введено в эксплуатацию еще около 250 тыс. м² торговых площадей. Значительная часть планируемого объема приходится на ТРЦ «Vegas Кунцево», который будет открыт уже в III квартале 2017 г. При этом показатель доли вакантных площадей продолжит снижение.

Необходимо отметить, что становление столичного рынка торговых центров началось более 20 лет назад и по данным на текущий период многие торговые объекты значительно устарели: около 30% торговых площадей московского рынка нуждаются в модернизации. Учитывая, что от 5% до 20% ежегодно вводимых в эксплуатацию торговых площадей устаревают уже к моменту открытия, а также в связи с постепенным изменением конъюнктуры рынка, количество торговых центров столицы, нуждающихся в редевелопменте, будет увеличиваться: к 2020 г. их объем вырастет до 40%. Таким образом, сегодня в сфере девелопмента и редевелопмента торговых центров на первый план выходят увеличение капитализации объекта и максимальное продление его жизненного цикла.

Одной из важнейших тенденций текущего этапа развития рынка является постепенное сокращение количества проектов, о реализации которых девелоперы заявляли накануне 2008 г. или 2013 г., то есть в периоды, предшествующие стагнационным процессам в сфере девелопмента торговых центров. На выходе из очередного «кризиса» девелоперы часто возвращались к приостановленным проектам, не внося изменений в разработанные концепции. Сегодня практика возобновления работ по проекту без пересмотра концептуальных решений доказала свою неэффективность: изменение поведенческого поведения, появление свежих технических решений, развитие рынка торговых операторов и появление новых проектов транспортной инфраструктуры – все эти аспекты приводят к тому, что даже полугодовой «простой» в реализации торгового проекта требует обязательного аудита концептуальных разработок.

Торговые центры, открывшиеся в I полугодии 2017 г. и планируемые к открытию в 2017 г.



Источник: Knight Frank Research, 2017

Наиболее значимые торговые центры, планируемые к вводу в эксплуатацию в 2017 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендпригодная площадь (GLA), м ²
Vegas Кунцево	55-й км МКАД	231 250	113 400
Видное Парк	МО, трасса М-4 «Дон»	105 000	45 000
Южный	Кировоградская ул., вл. 9, корп. 4	28 200	20 000
ВТБ Арена парк	Ленинградский пр-т, д. 36	30 000	17 180
Фили Град	Б. Филевская ул./Береговой пр-д	15 000	12 000
Metromall	Дмитровское ш., д. 73	13 780	9 990



© 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.

ИССЛЕДОВАНИЯ

Ольга Ясько

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

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Александр Обуховский

Директор, Россия и СНГ
alexander.obukhovsky@ru.knightfrank.com

+7 (495) 981 0000

KnightFrank.ru