

I КВАРТАЛ 2018 ГОДА

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Москва



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

В I квартале 2018 г. на московском рынке торговой недвижимости зафиксирован незначительный прирост нового предложения – 18,7 тыс. м² (GLA).

Сохраняется стабильная динамика сокращения доли свободных площадей. По итогам I квартала вакантность ТЦ столицы составляет 8,0%.

Наблюдается низкая активность со стороны новых международных торговых операторов: на рынок России вышло всего 8 новых брендов, что на треть ниже уровня аналогичного периода 2017 г.

Ставки аренды на торговые помещения в ТЦ существенно не изменились за I квартал и в целом остались на прежнем уровне.

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ



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

«I квартал 2018 года оставался стабильным с точки зрения активности ритейлеров: те проекты, которые сегодня на рынке, пользуются спросом, но при этом новые на рынок пока так и не вышли. Мы ожидаем, что основной прирост предложения в ближайшей перспективе будет возможен за счет торговых центров в составе ТПУ и небольших районных ТРЦ Москвы и Московской области».

Основные показатели*

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	12,1/6,23
Планируется к вводу в эксплуатацию в 2018 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈532,2/≈268,5
Доля вакантных площадей, %	8

Условия аренды в торговых центрах Москвы:

якорные арендаторы торговой галереи, руб./м ² /год	0–120 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	0–35 000

Операционные расходы:

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

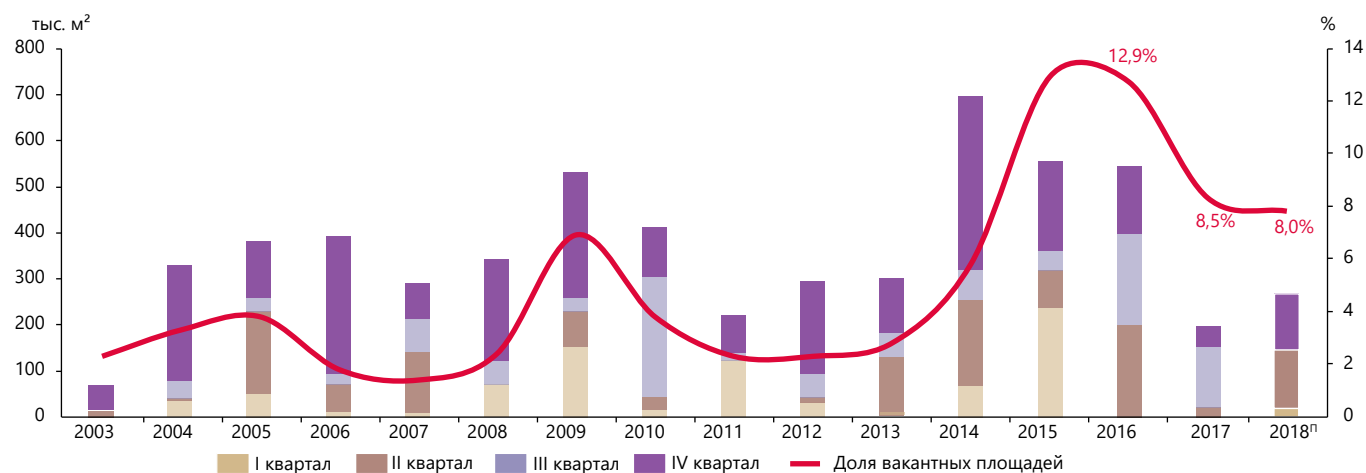
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м²/1 000 жителей

498

* 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

Источник: Knight Frank Research, 2018

Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2018

Предложение

По итогам I квартала 2018 г. общий объем предложения рынка торговой недвижимости Москвы составил 12,1 млн м² (GLA – 6,23 млн м²). Предложение пополнилось одним новым объектом – ТЦ «Миля» (GLA – 18,7 тыс. м²).

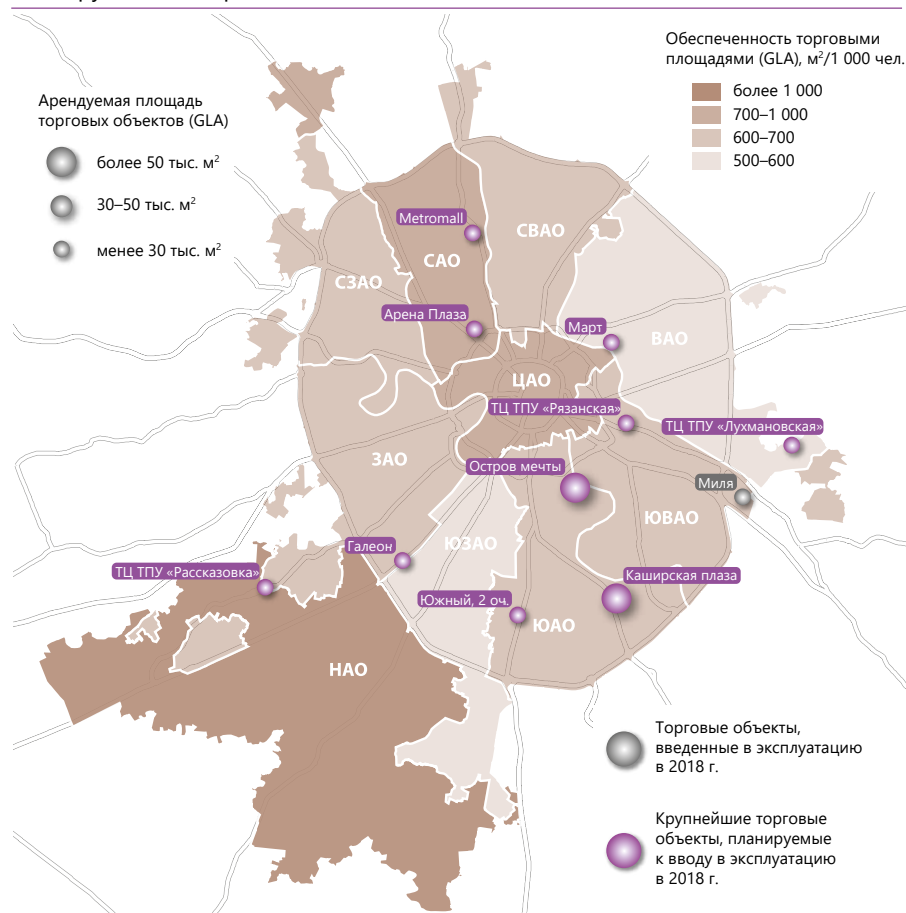
Всего до конца года заявлено к вводу в эксплуатацию 10 торговых центров, 3 из которых – торговые центры в составе ТПУ «Лухмановская», «Рязанская» и «Рассказовка» (суммарной площадью 45,6 тыс. м², GLA).

По предварительному прогнозу, новое предложение по итогам 2018 г. может составить около 268,5 тыс. м² (GLA). Среди заявленных к открытию крупнейшими проектами являются ТРЦ «Остров мечты» (GLA – 80 тыс. м²) и ТЦ «Каширская Плаза» (GLA – 70,2 тыс. м²).

Спрос

Сохраняющийся низкий темп ввода нового предложения и рост индекса потребительской уверенности способствуют снижению среднерыночного показателя вакантности площадей в торговых центрах столицы. Так, уровень вакансии в торговых центрах Москвы за I квартал 2018 г. сократился на 0,5% (относительно IV квартала 2017 г.) и составил 8%.

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



Источник: Knight Frank Research, 2018



Международные операторы, вышедшие на российский рынок в I квартале 2018 г.

	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
1	Adolfo Dominguez	Испания	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
2	Karl Lagerfeld	Франция	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
3	Liu Jo	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Премиальный
4	Coach	США	Аксессуары	Выше среднего
5	Lipault	Франция	Аксессуары	Средний
6	GEOX Kids	Италия	Товары для детей	Средний
7	Coccodrillo	Польша	Товары для детей	Средний
8	Flormar	Турция	Косметика/Парфюмерия	Средний

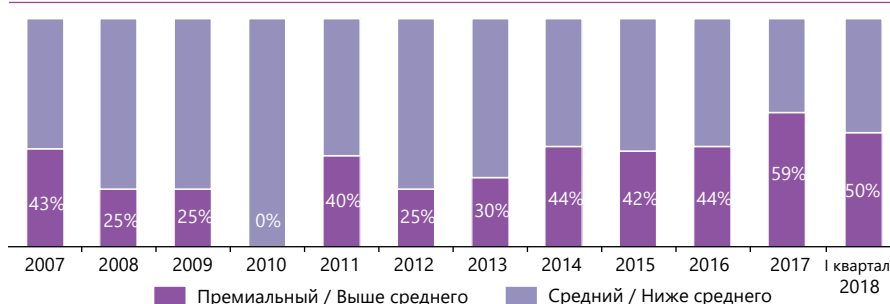
Источник: Knight Frank Research, 2018

В I квартале 2018 г. на российский рынок вышло 8 международных розничных операторов, что на треть меньше, чем за аналогичный период 2017 г. Большинство дебютантов – бренды европейских стран, соответствующие ценовому сегменту «средний» и «выше среднего», за исключением итальянского бренда одежды Liu Jo (сегмент «премиальный»).

Из новых брендов стоит выделить магазин детской обуви GEOX Kids – именно в России состоялось открытие первого в мире детского магазина этой торговой марки; долгожданный магазин легендарного американского бренда аксессуаров Coach открылся в середине марта в ГУМе; первый флагманский бутик итальянского бренда одежды Liu Jo, занявший площадь на двух этажах ТЦ «Атриум».

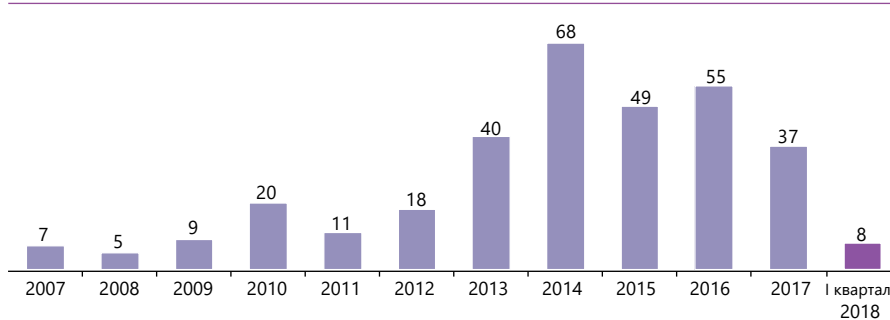
Стоит отметить, что при снижении активности выхода международных брендов на российский рынок бренды, которые уже присутствуют, продолжают активную экспансию. За I квартал 2018 г. только 1 бренд объявил о своем уходе с рынка – Claire's (США, аксессуары и бижутерия).

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, шт.



Источник: Knight Frank Research, 2018



ТРЦ «Каширская Плаза»

Коммерческие условия

В течение I квартала уровень арендных ставок не претерпел значительных колебаний и в целом остался в прежнем ценовом диапазоне. Максимальная базовая ставка аренды приходится на помещения в зоне «фуд-корта» в действующих проектах с высокой проходимостью и может достигать 150 тыс. руб./м²/год. В то же время минимальные ставки аренды устанавливаются на площади более 2 000 м² для якорных арендаторов.

Прогноз

В текущий момент на территории Москвы на завершающих стадиях строительства находятся порядка 10 торговых объектов общей площадью 268,5 тыс. м² (GLA), открытие которых запланировано до конца 2018 г. За последние три года на рынок торговой недвижимости Москвы ежегодно выводилось лишь 50–60 % площадей от анонсированного объема нового предложения. Таким образом, по итогам 2018 г. ожидается, что арендопригодная площадь нового предложения не превысит аналогичный показатель 2017 г. и может составить 150 тыс. м².

По нашим оценкам, в знаковых и успешных торговых центрах города низкий уровень вакантных площадей будет по-прежнему сохраняться. При этом доля свободных площадей в объектах, вышедших на рынок в период 2014–2017 гг. и характеризующихся достаточно высокой долей вакантности, составляющей 16%, будет снижаться постепенно и только в случае грамотной арендной политики, проводимой собственниками и подразумевающей предоставление арендаторам арендных каникул при входе в проект, возможность платы % с ТО и т. п.

Мы ожидаем, что в 2018 г. сохранится слабая активность со стороны международных операторов. Причиной замедления экспансии на российский рынок иностранных брендов является не только текущая конъюнктура рынка, но и политические отношения между Россией и «странами-

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м²/год*	% от товарооборота
Гипермаркет (> 7 000 м²)	4 500–10 000	1,5–4
DIY (> 5 000 м²)	3 000–9 000	4–6
Супермаркет (1 000–2 000 м²)	12 000–23 000	4–6
Супермаркет (450–900 м²)	18 000–35 000	6–8
Товары для дома (< 1 500 м²)	6 000–10 000	10–12
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м²)	8 000–20 000	2,5–5
Спортивные товары (1 200–1 800 м²)	6 000–12 000	6–8
Детские товары (1 200–2 000 м²)	6 000–16 000	7–9
Операторы торговой галереи:		
Якоря более 1 000 м²	0–12 000	4–12
Мини-якоря 700–1 000 м²	0–14 000	6–12
Мини-якоря 500–700 м²	0–16 000	6–12
300–500 м²	0–25 000	5–12
150–300 м²	8 000–18 000	6–14
100–150 м²	16 000–36 000	10–14
50–100 м²	25 000–80 000	12–14
0–50 м²	45 000–120 000	12–14
Досуговые концепции:		
Развлекательные центры (2 000–4 000 м²)	4 000–8 000	10–14
Кинотеатры (2 500–5 000 м²)	0–6 000	8–12
Общественное питание:		
Food-court	45 000–150 000	12–15
Кафе	15 000–90 000	12–15
Рестораны	0–25 000	10–15

* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров

Источник: Knight Frank Research, 2018

поставщиками» новых брендов. Согласно заявленным планам операторов, на рынок России в 2018 г. планируют выйти около 20 новых брендов. Другими словами, показатель 2018 года вряд ли превысит предыдущий – 37 новых брендов.

В течение года (со II квартала 2017 г.) наблюдается умеренный, но стабильный рост индекса потребительской уверенности в большей степени за счет оптимистичных ожиданий потенциальных покупателей. Данная тенденция дает основание к ожиданию пусть и незначительного, но роста продаж в текущем году.

Продолжается активная работа над проектами ТПУ. Для части проектов город пыта-

ется найти инвесторов через торги, часть – готов брать в самостоятельную работу. На сегодняшний день инвесторов приобрели около 15 транспортно-пересадочных узлов, в большинстве которых заложена торговая функция. Анонсировано строительство торговых центров в составе проектов ТПУ «Саларьево» (GLA – 105 тыс. м²), «Ботанический сад» (GLA – 45, 4 тыс. м²), «Парк Победы» (GLA – 29,3 тыс. м²) и др. Сроки реализации заявленных проектов намечены на 2018–2021 гг. Так, в ближайшей перспективе ожидается прирост нового предложения в большей степени за счет торговых площадей в составе проектов ТПУ.



© 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.

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