

ОБЗОР



2014 ГОД РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Москва

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

В Москве в 2014 г. были открыты 15 торговых центров. Прирост предложения в 1 292 тыс. м² (GLA – 689,9 тыс. м²) является рекордным за всю историю существования профессионального рынка торговой недвижимости.

На российский рынок вышли 34 зарубежных бренда – по сравнению с 2013 г. «дебютантов» оказалось на 30% меньше.

Доля вакантных площадей в функционирующих торговых центрах Москвы увеличилась до 6% (3% по состоянию на конец 2013 г.).

Девелоперы ряда проектов при согласовании договоров вынуждены идти навстречу арендаторам, которые настаивают на переходе на рублевую ставку аренды либо на фиксации валютного коридора.

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ



Юлия Соколова
Директор по сдаче в аренду
торговых центров,
Knight Frank

«Подводя итоги прошедшего года, можно сказать, что совершенно точно 2015 г. будет непростым для рынка коммерческой недвижимости как для ритейлеров, так и для девелоперов. Арендодатели будут вынуждены принять новые условия игры на рынке, теперь больше отвечающие интересам арендатора. А арендаторам, в свою очередь, придется проделать огромную работу по анализу эффективности своего бизнеса: это закупка товара, логистика, арендная политика, работа с покупателем и оптимизация всех направлений. Собственники, которые первыми станут на путь партнерских отношений с арендаторами, смогут обеспечить своим объектам качественный состав арендаторов и получить гарантированный доход, а арендаторы, выработавшие оптимальную бизнес-модель, смогут успешно пройти очередной кризисный период. Кроме того, как известно, любой кризис – это время новых возможностей. Соответственно, вполне возможно, что в этом году мы увидим много новых имен на российском рынке коммерческой недвижимости».

Основные показатели. Динамика*

Основные показатели. Торговые центры**	Показатель
Общее предложение действующих объектов (площадь общая / арендуемая), млн м ²	8,98 / 4,74 ▲
Введено в эксплуатацию в 2014 г. (площадь общая / арендуемая), тыс. м ²	1 292 / 689,9
Планируется к вводу в 2015 г. (площадь общая / арендуемая), тыс. м ²	2 146 / 1 000,7
Доля вакантных площадей, %	6 ▲
Базовые арендные ставки, \$/м ² /год (без учета операционных расходов и НДС)	
якорные арендаторы	100–500 ▼
арендаторы галереи***	700–4 000 ▼
Операционные расходы, \$/м ² /год	80–260 ▲
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	391 ▲

* По сравнению с аналогичным периодом 2013 г.

** 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.

*** Ставки для магазинов площадью около 100 м² на первом этаже.

Источник: Knight Frank Research, 2015

Ключевые события

- ♦ В августе 2014 г. президент РФ В. В. Путин подписал Указ «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации», запрещающий ввоз сельскохозяйственной продукции и продовольствия из стран, которые ввели санкции против России. Большинство торговых операторов пересмотрели ассортимент своих магазинов, заменив товары, произведенные в США или странах

Евросоюза, отечественными аналогами или продуктами, экспортируемыми из тех стран, на которые не было наложено эмбарго.

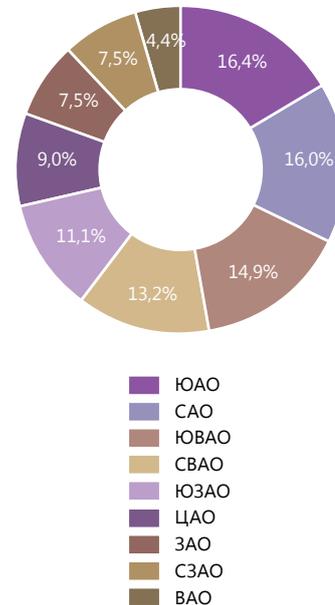
- ♦ К реализации было заявлено несколько новых масштабных проектов торговых центров – ТРЦ на пересечении Звенигородского шоссе и МКАД общей площадью более 150 тыс. м² (дeweloper – ЗАО «Дон-Строй Инвест»); ТРЦ на пересечении ТТК и Звенигородского шоссе общей площадью около 260 тыс. м² (дeweloper – ООО «Нордстар Девелопмент»);

Объем предложения и обеспеченность торговыми площадями по округам Москвы



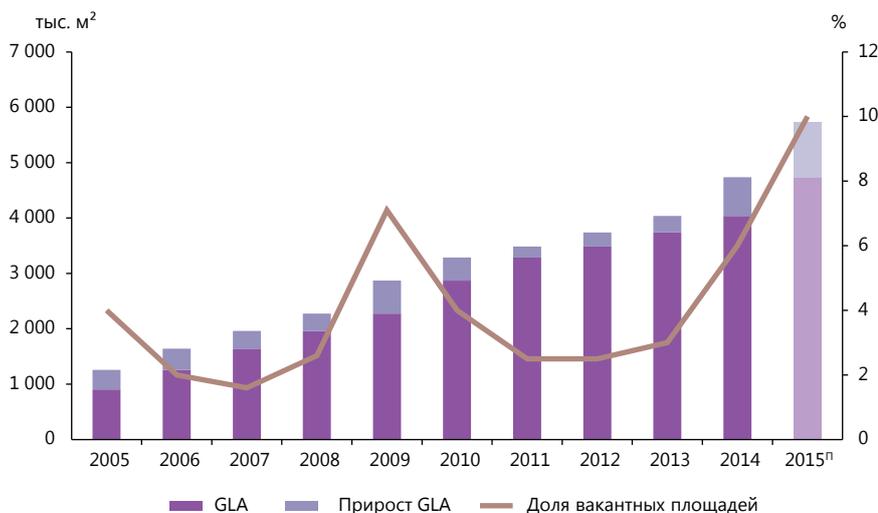
Источник: Knight Frank Research, 2015

Лидером по объему предложения торговых центров на московском рынке традиционно является Южный административный округ



Источник: Knight Frank Research, 2015

Динамика прироста торговых площадей в московских ТЦ



Источник: Knight Frank Research, 2015

Предложение

Общий объем предложения в московских торговых центрах в 2014 г. увеличился на 1 292 тыс. м² (GLA – 689,9 тыс. м²). Данный прирост является рекордным за всю историю существования профессионального рынка торговой недвижимости. Отметим, что в последний раз максимальный прирост на рынке был зафиксирован в 2009 г. и составлял около 600 тыс. м² арендопригодных площадей.

В 2014 г. на московском рынке были введены в эксплуатацию 15 торговых объектов; кроме этого, начала функционировать 3-я очередь торгового парка «Отрада» в Митино. Совокупный объем предложения на конец года составил 8,98 млн м² (GLA – 4,74 млн м²). При этом обеспеченность качественными торговыми площадями увеличилась до 391 м² на 1 000 жителей.

Лидером по объему предложения торговых центров на московском рынке на протяжении нескольких лет остается Южный административный округ: по итогам 2014 г. на его долю приходится 16,4 % от общего объема торговых площадей города. Самый низкий объем предложения (около 200 тыс. м²) зафиксирован в Восточном административном округе.

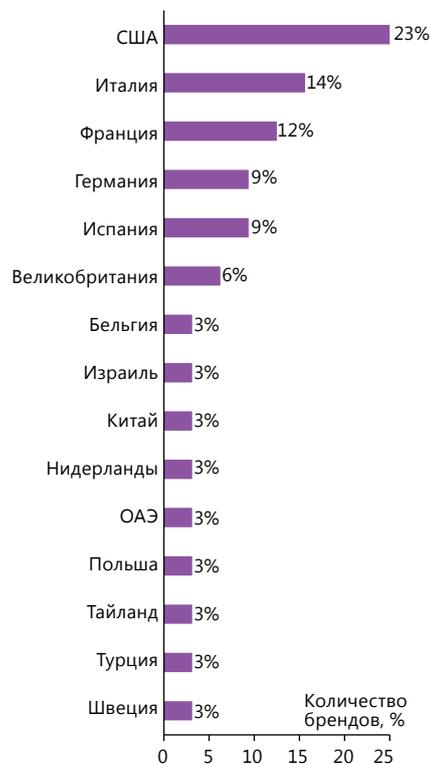
ТРЦ «Июнь» на территории «НИИДАР» общей площадью 184 тыс. м² (девелопер – ГК «Регионы») и другие.

- Крупный девелопер IKEA анонсировал планы дальнейшего развития в России: заявлено о реализации торговых центров в подмосковных Мытищах и в Воронеже, а также ведется поиск земельных участков для строительства объектов в городах Саратов, Волгоград, Пермь, Челябинск и Тюмень.
- Среди крупных сделок M&A (слияния и поглощения) можно отметить при-

обретение группой «Обувь России» компании «Россита», которой принадлежали сети обувных магазинов среднего ценового сегмента «Россита» и Lisette (83 объекта), а также слияние компаний «Техносила» и «Техношок», в результате которого увеличится количество магазинов под брендом «Техносила».

- Вследствие осложнения макроэкономической ситуации некоторые операторы (российское подразделение Metro Group, «Детский мир», «Обувь России») отложили планы по выходу на IPO на неопределенный срок.

Лидером по числу новых международных брендов, открывшихся в России в 2014 г., остаются США



Источник: Knight Frank Research, 2015

Среди новых международных операторов преобладают компании профиля «одежда и обувь»



Источник: Knight Frank Research, 2015

крупных проектов подобного формата – МФЦ «Торжок» (Химки), центра шоу-румов Exrolon (Москва), торгово-логистического центра «Норд Сити молл» (Новосибирск) и других.

Развивается сегмент развлечений. В ТРЦ «Авиапарк» в 2015 г. состоится открытие первого в России детского парка KidZania. Кроме этого, в прошедшем году были анонсированы планы строительства на территории Нагатинской поймы специализированного детского развлекательного парка «Диснейленд» площадью 250 тыс. м². Еще один парк развлечений планируется построить на юго-западе Москвы возле станции метро «Лесопарковая».

Также в ближайшей перспективе ожидается открытие в Московском регионе нескольких ритейл-парков, расположенных на основных областных трассах, к примеру «Торговый парк №1», «007-M7 Ритейл-парк». Данный формат в московском регионе до сих пор почти не развивался: компании были преимущественно сосредоточены на деvelopeмменте классических торговых центров, обеспечивающих большую доходность. Однако положительный опыт «стихийных ритейл-парков» в совокупности с рядом преимуществ формата (более низкие затраты на строительство, пофазная реализация, быстрая окупаемость и простота в управлении) способствовали его активному развитию в последние два года.

Спрос

В 2014 г. существенное влияние на развитие сегмента торговой недвижимости оказывали негативные политические и экономические факторы. Темпы роста оборота розничной торговли Москвы продемонстрировали 1,5%-е снижение по сравнению с 2013 г., по России данный показатель упал на 1,7%. Инфляция в Москве, по данным Росстата, составила 11,7% – это самый высокий показатель, начиная с 2008 г.

Операторы разных профилей и ценовых сегментов по-разному переживают сложившуюся экономическую ситуацию. Большинство торговых операторов отмечали падение покупательского спроса, что в некоторых случаях выражалось в снижении посещаемости магазинов. Наиболее ярко спад покупательской активности наблюдался в сегменте «одежда и обувь»: у некоторых ритейлеров снижение составило 30%. Кроме того, fashion-операторы отмечают сокращение среднего чека в среднем на 5–7%.

Продуктовые сети, DIY-магазины (преимущественно низкого и среднего ценовых сегментов), напротив, продемонстрировали рост числа посетителей. Отметим, что продовольственное эмбарго не оказало существенного влияния на выручку сетей: торговые операторы смогли быстро найти аналоги запрещенным к ввозу в страну продуктам.

В целом, согласно данным компании Watcom Group, посещаемость московских торговых центров в декабре 2014 г. была ниже по сравнению с показателями аналогичных периодов (статистика ведется помесячно) 2013 г.

Многие торговые операторы, отмечая коррекцию покупательского спроса и снижение оборотов у торговых точек, пересмотрели планы развития на российском рынке. Ряд брендов объявил об уходе: это Sepalla, Esprit, Gerry Weber, River Island, New look и другие. Кроме того, значительное давление на операторов, реализующих европейские и американские товары, оказывает продолжающееся ослабление рубля, что приводит к снижению маржинальности бизнеса.

Отмечается существенное замедление темпов заполнения арендаторами новых торговых центров: во многих объектах, введенных в эксплуатацию в 2014 г., продолжаются арендные кампании и имеются вакантные помещения для «первичной» сделки. В текущих условиях выигрывают девелоперы, приступившие к брокериджу на ранних этапах реализации девелоперского проекта. Кроме того, собственники многих торговых центров проводили техническое открытие своих объектов (ТРК «Мозаика», ТЦ «Ханой-Москва», ТЦ «Алфавит» и другие), когда работать начинали только якорные арендаторы – гипермаркеты или супермаркеты, а торговая галерея заполнялась уже позже.

В связи с тем, что ряд компаний в 2014 г. объявил об уходе с российского рынка, а многие пересмотрели планы дальнейшего развития, включающие закрытие нерентабельных магазинов, уровень вакантных помещений в торговых центрах увеличился до 6%.

Изменилась ситуация на международном рынке: в прошедшем году на российский рынок вышли 34 зарубежных бренда – по сравнению с 2013 г. «дебютантов» оказалось на 30% меньше. Наиболее активно развивался сегмент «одежда и обувь»: были открыты новые магазины итальянских, французских, испанских торговых марок. Лидером по числу новых выходя-

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

щих на рынок сетей по-прежнему остаются США: в Москве открылись заведения таких известных брендов, как Crate&Barrel, Magnolia Bakery, Hooters и другие.

Кроме этого, ряд международных компаний, ранее работавших по схеме франчайзинга, заявил о своем решении самостоятельно развиваться в России, среди них Longchamp, Burberry, Jennyfer и другие.

Одним из трендов в отрасли торговли можно назвать стремление сетей к повышению эффективности работы, увеличению доходности торговых точек. С этой целью компании проводили оптимизацию внутренних процессов, ребрендинг и т. д. Так, «Азбука вкуса» в прошедшем году представила два новых формата – минимаркет AV Daily и супермаркет среднего ценового сегмента «AV Маркет», X5 Retail Group – сеть магазинов под брендом «ВоенторгПятерочка», Mango – крупноформатный магазин Mango Megastore и магазин сегмента oversize – Violeta by Mango.

Коммерческие условия

В условиях высокой конкуренции на рынке торговые операторы чувствуют себя более свободно в выборе объектов для своих магазинов, рассматривая только лучшие торговые центры столицы с максимальным трафиком. В результате девелоперы ряда проектов при согласовании договоров вынуждены идти навстречу арендаторам,

Условия аренды в торговых центрах Москвы, 2014 г.

Профиль	Базовая арендная ставка, \$/м ² /год	Доля, взимаемая с оборота, %
Гипермаркет (>7 000м ²)	100–250	1,5–4%
Городской гипермаркет (3 000–7 000 м ²)	200–350	2–4%
Супермаркет (1 500–3 000 м ²)	250–900	3–6%
DIY (>5 000 м ²)	200–350	4–6%
Бытовая техника (1 500–3 000 м ²)	150–350	2,5–5%
Спортивные товары (1 500–7 000 м ²)	150–300	4–8%
Детские товары (1 000–2 500 м ²)	200–400	8–12%
Операторы галереи профиля «одежда» (50–300 м ²)	600–2 200	8–16%
Операторы галереи профиля «обувь» (50–300 м ²)	900–2 500	10–16%
Аксессуары (10–70 м ²)	2 200–4 000	11–14%
Кинотеатр	150–250	7–12%
Развлекательный центр (100–1 500 м ²)	200–400	8–12%
Развлекательный центр (2 000–5 000 м ²)	100–200	4–7%

Источник: Knight Frank Research, 2015

предоставляя им существенные скидки (например, так называемый step-rent – дисконт от базовой арендной ставки на первые годы работы с последующим постепенным повышением), увеличивая сроки арендных каникул и т. д. Также применяется практика учета зависимости величины дисконта от процента заполняемости объекта. В среднем по рынку ставки аренды снизились на 15–20%.

При перезаключении или заключении новых договоров компании-арендаторы

настаивают на переходе на рублевую ставку аренды либо на фиксации валютного коридора. При этом к рублевым ставкам готово уже подавляющее большинство девелоперов. Сейчас торговые операторы готовы расторгнуть (если позволяет договор аренды) арендные отношения с теми арендодателями, которые в рамках непрерывного роста курса валют и падения оборотов не идут на уступки по коммерческим условиям.



ТРЦ «КУНЦЕВО ПЛАЗА», Ярцевская ул., д. 19

Наиболее значимые торговые объекты, планируемые к вводу в эксплуатацию в 2015 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GVA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
Columbus	Варшавское ш., вл. 140	277 000	140 000
Зеленопарк	Ленинградское ш., 17 км от МКАД	140 000	110 000
Ривьера	Автозаводская ул., д. 16-18	260 100	91 200
Marі	Поречная ул., д. 10	135 000	50 000
Кунцево Плаза	Ярцевская ул., д. 19	245 000	65 000
Славянка	Славянский б-р, д. 3	136 600	61 818
ТРЦ на Хорошевском шоссе	Хорошевское ш., д. 33/1	130 000	50 000
РИО Румянцево	Киевское ш., 1,5 км от МКАД	70 000	45 000
Юго-Запад	пересечение Вернадского пр-та и Покрышкина ул.	70 000	40 000
Центральный Детский Магазин на Лубянке	Театральный пр-д, вл. 5	60 500	35 240

Источник: Knight Frank Research, 2015

Прогноз

К вводу в эксплуатацию в 2015 г. в московском регионе заявлено более 20 торговых объектов. Среди них такие крупные, как ТРЦ Columbus (GLA – 140 000 м²), ТРЦ «Кунцево Плаза» (GLA – 65 000 м²), ТРЦ Marі (GLA – 50 000 м²) и другие. В случае реализации заявленных планов прирост предложения может превзойти рекордный результат 2014 г., составив около 1 млн м² арендопригодных площадей. Однако текущая экономическая ситуация, что наиболее вероятно, существенно уменьшит данный показатель.

Торговые операторы в будущем году продолжат свое развитие с осторожностью, рассматривая лучшие предложения от девелоперов и анализируя эффективность каждого магазина, избавляясь от нерентабельных площадок. Уже сейчас многие компании заявили о пересмотре планов экспансии на российском рынке, это относится как к федеральным, так и к международным ритейлерам. Кроме того, в прошедшем году мы увидели 30%-е сокращение количества международных брендов, выходящих на российский рынок. В 2015 г. данная тенденция сохранится: для европейских и американских марок наш рынок слишком нестабилен и труднопрогнозируем. Однако в будущем году возможно увеличение международных брендов, пришедших с азиатских рынков, например, турецких. Отметим, что замещение ушедших с российского рынка брендов будет происходить медленно и не в полном объеме, что повлечет увеличение доли вакантных площадей в торговых центрах до 10%.

Нестабильность экономической ситуации, сложности в получении финансирования, а также его высокая стоимость могут повлиять на реализацию новых проектов. Уже в 2014 г. девелоперы торговых объектов, находящихся в стадии реализации, пересмотрели планы и сдвинули сроки ввода в эксплуатацию. Существенное увеличение кредитной ставки ставит под вопрос окупаемость проекта и целесообразность его дальнейшей реализации. В 2015 г. наиболее вероятно увеличение доли «замороженных» объектов, а также отмена проектов, находящихся на стадии проектирования. Кроме этого, у некоторых строящихся объектов возможна смена собственника.

Препятствием развитию рынка розничной торговли также может стать изменение потребительских предпочтений покупателей. Основной целевой группой профессиональных торговых объектов является средний класс, который лишь недавно начал формироваться в России. Эта группа населения наиболее уязвима: цены растут, а заработная плата «не успевает» за инфляцией. Уже в IV квартале 2014 г. мы наблюдали увеличение розничных цен у продуктовых сетей, а в сегменте «одежда и обувь» средний рост цен составил 5–7%, в отдельных случаях – до 15%. В 2015 г. ожидается дальнейшее увеличение розничных цен на товары различных категорий. Это обусловлено не только текущей экономической ситуацией, но и тенденцией к снижению объемов продаж – в первом полугодии 2015 г. для некоторых операторов сокращение товарооборота может достичь 30%.

ИССЛЕДОВАНИЯ

Ольга Ясько

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

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Сергей Гипш

Управляющий партнер, Директор,
Россия и СНГ
sergey.gipsh@ru.knightfrank.com

Россия, 115054,
Москва, ул. Валовая, д. 26
БЦ Lighthouse
Телефон: +7 (495) 981 0000
Факс: +7 (495) 981 0011
KnightFrank.ru



© Knight Frank LLP 2015 - 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.