



I КВАРТАЛ 2015 ГОДА  
РЫНОК ТОРГОВОЙ  
НЕДВИЖИМОСТИ  
Москва

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

В I квартале 2015 г. состоялось открытие трех торговых центров общей площадью 595 тыс. м<sup>2</sup> (GLA – 239,3 тыс. м<sup>2</sup>).

Совокупное предложение площадей в современных торговых центрах Москвы составило 9,58 млн м<sup>2</sup> (GLA – 4,98 млн м<sup>2</sup>).

Многие сети пересмотрели планы экспансии на российском рынке, ряд международных брендов объявил о закрытии магазинов: это Herve Leger, Lindex, Flormar и другие.

Ставки аренды, номинированные в иностранной валюте, в течение последних 12 месяцев снизились на 20–30%.

## РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ



**Ольга Ясько**  
Директор Департамента аналитики,  
Knight Frank, Россия и СНГ

«Ситуация на рынке торговой недвижимости Москвы в I квартале 2015 г. характеризовалась двумя тенденциями. Первая – продолжающийся массовый инерционный ввод в эксплуатацию новых торговых объектов, увеличивающий и без того существенное давление на арендодателей. Вторая – поиск ценового равновесия, приемлемого для собственников и арендаторов в условиях высокой курсовой волатильности и снижающегося оборота торговых операторов. Показатели, с которыми рынок подошел к концу квартала, безусловно, нельзя рассматривать как равновесные, а средние по рынку цифры могут быть мало применимы для оценки деятельности конкретных объектов. Тем не менее дальнейшее развитие именно этих тенденций будет формировать образ рынка в глазах инвесторов, девелоперов и потребителей».

### Основные показатели. Торговые центры\*. Динамика

Общее предложение действующих объектов (площадь общая / арендуемая), млн м <sup>2</sup>	9,58 / 4,98 ▲
Введено в эксплуатацию в I квартале 2015 г. (площадь общая / арендуемая), тыс. м <sup>2</sup>	595 / 239,3
Планируется к вводу до конца 2015 г. (площадь общая / арендуемая), тыс. м <sup>2</sup>	1 600 / 787
Доля вакантных площадей, %	8 ▲
Базовые арендные ставки, \$/м <sup>2</sup> /год (без учета операционных расходов и НДС)	
якорные арендаторы	100–400 ▼
арендаторы галереи**	200–3 500 ▼
Операционные расходы, \$/м <sup>2</sup> /год	80–260 ▶
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м <sup>2</sup> /1 000 жителей	408 ▲

\* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий общей площадью более 5 000 м<sup>2</sup>, объединенных общей концепцией и единым управлением

\*\* Ставки для магазинов площадью около 100 м<sup>2</sup> на первом этаже

Источник: Knight Frank Research, 2015

### Наиболее значимые торговые центры, введенные в эксплуатацию в I квартале 2015 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м <sup>2</sup>	Арендо-пригодная площадь (GLA), м <sup>2</sup>	Девелопер
Кунцево Плаза	Ярцевская ул., д. 19	245 000	65 000	ГК «ЭНКА»
Columbus	Варшавское ш., вл. 140	277 000	140 000	ООО «МИРС»
ЦДМ на Лубянке	Театральный пр-д, вл. 5	73 000	34 390	ОАО «Галс-Девелопмент»

Источник: Knight Frank Research, 2015

Динамика прироста предложения и изменения уровня вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2015

Предложение

В I квартале 2015 г. было введено в эксплуатацию 3 торговых центра общей площадью 595 тыс. м² (GLA – 239,3 тыс. м²) – ТЦ Columbus, ТРЦ «Кунцево Плаза» и «ЦДМ на Лубянке». Данный прирост является рекордным для рассматриваемого периода за всю историю существования рынка профессиональной торговой недвижимости. Стоит отметить, что столь высокий прирост предложения сформирован объектами, открытие которых было запланировано на 2014 г. На конец I квартала совокупное предложение площадей в современных торговых центрах Москвы составило 9,58 млн м² (GLA – 4,98 млн м²).

Общей тенденцией на рынке стал выход объектов с торговой галереей, функционирующей на 30–50% (как правило, открыты магазины 1–2 якорных арендаторов и нескольких операторов торговой галереи). Одной из основных причин этого являются трудности с привлечением арендаторов в новый торговый центр (в текущей ситуации торговые операторы отдают предпочтение функционирующим качественным объектам с хорошей посещаемостью).

Спрос

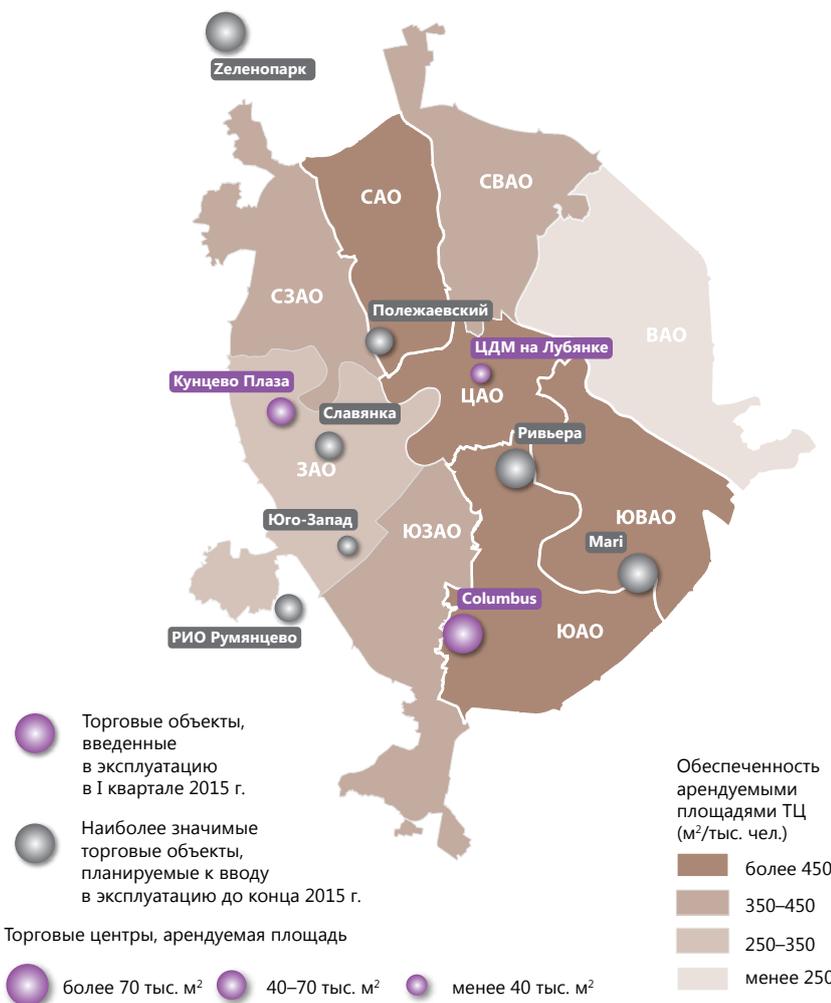
2015 год начался с повышения уровня инфляции и снижения реальных денежных доходов населения. Рост индекса потребительских цен с начала года составил 7,2% (напомним, что за I квартал 2014 г. изменение составило 2,3%).

С начала года показатель оборота розничной торговли демонстрировал снижение относительно аналогичных показателей 2014 г. Так, согласно данным Росстата, в России за январь–февраль 2015 г. снижение составило 6,1% по сравнению с аналогичным периодом 2014 г. В Москве падение было значительнее – 6,8%.

Посещаемость торговых центров Москвы в рассматриваемом периоде снижалась. Причем наиболее сильно пострадали крупные торговые центры (GLA > 80 тыс. м²). Согласно данным компании Watcom, в марте посещаемость торговых центров данного формата в некоторые недели снижалась относительно аналогичного периода 2014 г. более чем на 10%.

На фоне падения потребительского спроса, ухудшения макроэкономических

Торговые центры, открывшиеся в I квартале 2015 г. Торговые центры, планируемые к вводу в эксплуатацию до конца 2015 г.



Источник: Knight Frank Research, 2015

# РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

## Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль	Базовая арендная ставка \$/м <sup>2</sup> /год, I квартал 2014 г.	Базовая арендная ставка \$/м <sup>2</sup> /год, I квартал 2015 г.
Гипермаркет (>7 000м <sup>2</sup> )	100–250	100–250
Городской гипермаркет (3 000–7 000 м <sup>2</sup> )	150–350	150–300
Супермаркет (1 500–3 000 м <sup>2</sup> )	250–500	250–450
DIY (>5 000 м <sup>2</sup> )	200–350	150–300
Бытовая техника (1 500–3 000 м <sup>2</sup> )	250–500	120–250
Спортивные товары (1 500–2 500 м <sup>2</sup> )	400–800	100–300
Детские товары (1 000–2 500 м <sup>2</sup> )	250–450	200–300
Операторы галереи профиля «одежда» (50–300 м <sup>2</sup> )	800–2 500	600–2 000
Операторы галереи профиля «обувь» (50–300 м <sup>2</sup> )	900–3 000	600–2 200
Аксессуары (10–70 м <sup>2</sup> )	2 500–4 500	1 600–4 000
Развлекательный центр (100–1 500 м <sup>2</sup> )	250–500	150–300
Развлекательный центр (2 000–5 000 м <sup>2</sup> )	100–200	70–150

Источник: Knight Frank Research, 2015

показателей и геополитической обстановки многие сети пересмотрели планы развития на российском рынке, ряд международных брендов объявил о закрытии магазинов: это Herve Leger, Lindex, Flormar и другие. Кроме этого, финский ритейлер Stockmann анонсировал планы по закрытию в Москве трех универмагов. Стоит отметить, что сокращение количества торговых точек данной сети приведет к высвобождению порядка 30 тыс. м<sup>2</sup> арендопригодных площадей.

В текущей ситуации наиболее уверенно чувствуют себя продуктовые и DIY – операторы. К примеру, Leroy Merlin заявил об открытии в стране 10 новых магазинов до конца 2015 г. Кроме того, в текущей ситуации также наименьшее снижение посещаемости и оборотов испытывают на себе торговые сети по продаже товаров для детей, бренды одежды сегмента mass-market.

Среди международных брендов, заявивших о выходе на российский рынок в текущем периоде, можно выделить Superdry, Buff, Samomile, Seiko и другие. Однако интерес к российскому рынку со стороны международных операторов падает.

## Коммерческие условия

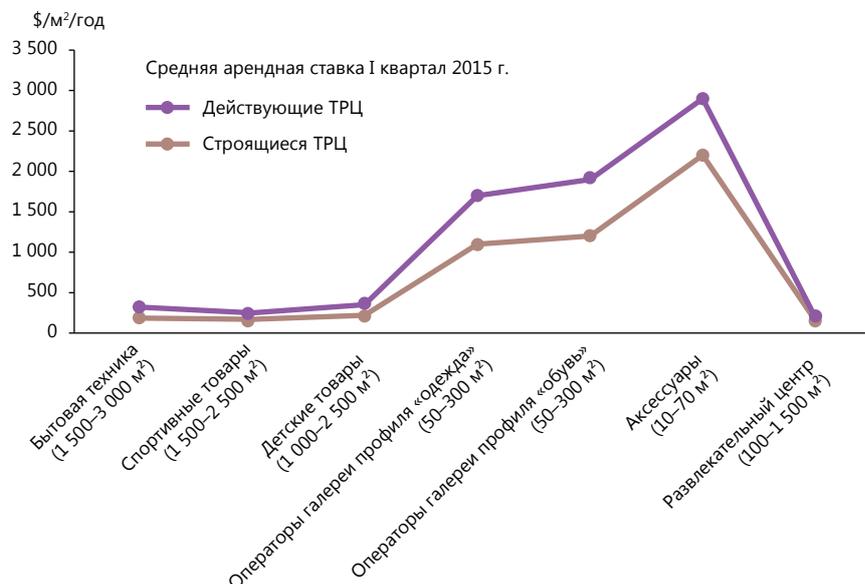
Собственники торговых помещений в целях сокращения вакантных площадей вынуждены идти на уступки арендаторам,

предоставляя максимально комфортные условия аренды. В наиболее выигрышном положении продолжают оставаться самые качественные объекты, имеющие хорошее местоположение и сильный пул арендаторов. Пересмотр коммерческих условий в подобных объектах происходит с минимальными потерями для собственника: как правило, арендаторам предоставляется дисконт по долларовой ставке аренды (для разных категорий брендов

величина дисконта различается) или на короткий срок – от 3 месяцев до 2 лет – фиксируется курс валюты договора.

Стоит отметить, что в среднем по рынку ставки аренды, номинированные в иностранной валюте, снизились по сравнению с началом 2014 г. на 20–30%. Интересно и то, что сейчас обсуждается рублевая ставка, которая включает в себя не только базовую ставку аренды, но также НДС и операционные расходы.

Сравнение средних ставок аренды на площади в строящихся и действующих торговых центрах в зависимости от профиля арендатора



Источник: Knight Frank Research, 2015



ТРЦ «Метрополис», Ленинградское ш., д. 18

## Прогноз

До конца 2015 г. к вводу заявлено еще 19 объектов общей площадью более 1 500 тыс. м<sup>2</sup> (GLA – более 700 тыс. м<sup>2</sup>). Среди них такие крупные торговые центры, как ТРЦ «Зеленопарк» (GLA – 110 тыс. м<sup>2</sup>), ТРЦ Mari (GLA – 70 тыс. м<sup>2</sup>), ТРЦ «РИО Румянцево» (GLA – 45 тыс. м<sup>2</sup>). Однако открытие ряда проектов, вероятнее всего, будет перенесено, поэтому, по нашим оценкам, прирост предложения

во II–IV кварталах не превысит 300 тыс. м<sup>2</sup> арендопригодных площадей.

Средний уровень вакантных площадей на московском рынке до конца года может сохраниться в пределах 8–9%. Однако в случае ухудшения макроэкономических показателей ситуация может измениться. Увеличится доля замороженных проектов, в том числе и на завершающих этапах строительства. В этом случае доля вакантных площадей может возрасти до 15%.

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

Название	Адрес	Общая площадь (GVA), м <sup>2</sup>	Арендопригодная площадь (GLA), м <sup>2</sup>
Зеленопарк	Ленинградское ш., 17 км от МКАД	140 000	110 000
Ривьера	Автозаводская ул., д. 16–18	260 100	91 200
Mari	Поречная ул., д. 10	135 000	70 000
Славянка	Славянский б-р, д. 3	136 600	61 800
Полежаевский	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

Источник: Knight Frank Research, 2015

### 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.