



I ПОЛУГОДИЕ 2016 ГОДА
РЫНОК ТОРГОВОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ
Москва

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Суммарная площадь торговых объектов, вышедших на рынок во II квартале 2016 г., составила 202,4 тыс. м² (GBA – 482,1 тыс. м²). Это максимальное значение показателя для второго квартала за всю историю развития рынка.

В последние месяцы наблюдаются постепенная активизация переговорных процессов, повышение интереса арендаторов к строящимся объектам, создание и тестирование новых форматов сетевых магазинов. Активность международных операторов находится на среднем уровне: в Москве открылись первые магазины 24 новых брендов.

Показатель доли свободных площадей в функционирующих торговых центрах столицы по итогам 2016 г. может достигнуть рекордного значения – 16,4%, увеличившись за год на 3,3 п. п.



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

«Большинство участников рынка преодолели наиболее сложный шоковый период, перестали рассуждать о достижении «дна» и ждать «отскока»: с теми или иными потерями рынок приспособился к тому, что ведение бизнеса возможно и в некомфортных условиях. В покупательской среде можно констатировать обновление антикризисной модели потребления: за последние 10 лет потребители не раз обращались к ней, адаптируя под меняющиеся условия. В сфере девелопмента и развития розничного сектора нельзя не отметить положительную активность: продолжился поиск возможностей – новые схемы коммерческих отношений, новые торговые форматы, новые профили в торговых центрах. Намечается редевелопмент крупных и давно работающих на рынке торговых центров, наблюдается оживление интереса к проектируемым объектам надежных девелоперских компаний».

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

Основные показатели*. Динамика

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендуемая), млн м ²	10,6 / 5,5 (4,4% ▲) / (3,8% ▲)**
Введено в эксплуатацию в I полугодии 2016 г. (площадь общая/арендуемая), тыс. м ²	482,1 / 202,4
Планируется к вводу во II полугодии 2016 г. (площадь общая/арендуемая), млн м ²	1,0 / 0,49
Доля вакантных площадей, %	14,3 (1,2 п. п. ▲)**
Базовые арендные ставки, руб./м ² /год (без учета операционных расходов и НДС)	
якорные арендаторы	От 0 до 12 000
арендаторы галереи	От 0 до 35 000
Операционные расходы, руб./м ² /год	2 500–9 000
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	444 (2,9% ▲)**

* 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 2015 г.

Источник: Knight Frank Research, 2016

Предложение

Если по итогам I квартала 2016 г. на московском рынке не было зафиксировано прироста предложения, то во II квартале объем качественных торговых площадей увеличился за счет открытия сразу четырех торговых объектов. Так, в апреле принял первых покупателей ТРЦ «Ривьера». Примечательно, что объект вошел в пятерку крупнейших моллов, открывшихся в Москве за последние 5 лет, но при этом оказался единственным, расположенным в пределах Третьего транспортного кольца.

Еще одним крупным торговым центром, открывшимся во II квартале 2016 г., стал ТРЦ «Рига Молл», где в июне начал работу гипермаркет OBI. Активная арендная кампания ТРЦ «Рига Молл» продолжается.

Также в столичном регионе были открыты объект районного формата ТЦ «Восточный ветер» (GLA – 15 тыс. м²) и торговый центр микрорайонного типа ТЦ «Акварель Южная» (GLA – 7,4 тыс. м²).

Таким образом, суммарная арендопригодная площадь торговых объектов, вышед-

Торговые объекты, открывшиеся в I полугодии 2016 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендваемая площадь (GLA), м ²
Ривьера	Автозаводская ул., д. 18	298 000	100 000
Рига Молл	Новорижское ш., 5 км от МКАД	157 000	80 000
Восточный ветер	Щелковское ш., м/р-н «1-ое Мая»	17 000	15 000
Акварель Южная	Кировоградская ул., д. 9, корп. 1	10 100	7 420

Источник: Knight Frank Research, 2016

ших на рынок во II квартале 2016 г., составила 202,4 тыс. м² (GBA – 482,1 тыс. м²). Это максимальное значение показателя для второго квартала за всю историю развития рынка торговой недвижимости столичного региона. В то же время следует отметить, что указанная площадь составляет лишь 30% от объема, заявленного к вводу в эксплуатацию в 2016 г.

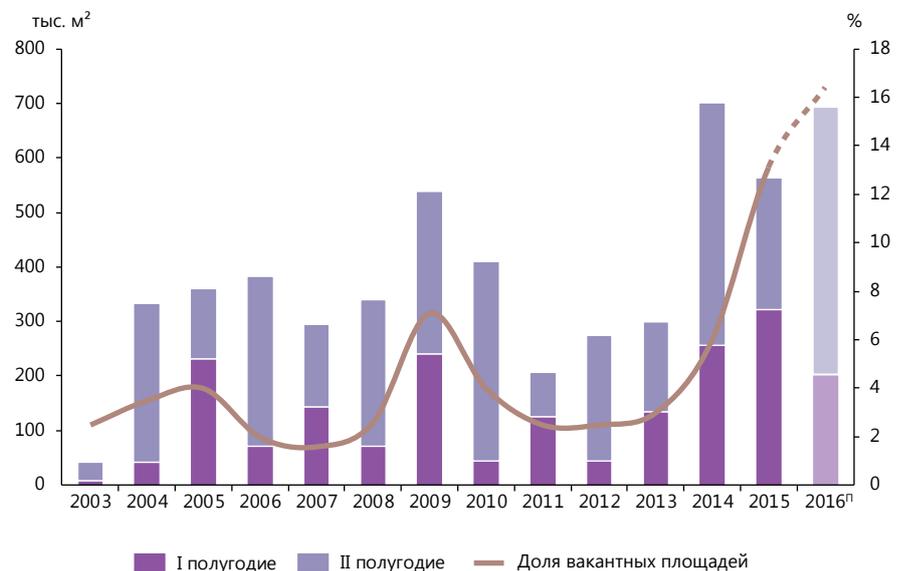
В Южном административном округе столицы на конец I полугодия 2016 г. сосредоточен наибольший объем качественных торговых площадей. Открытие ТРЦ «Ривьера», расположенного здесь, увеличило разрыв с другими округами Москвы по данному показателю. В рейтинге обеспеченности торговыми площадями лидером является Зеленоградский административный округ*. А наименее обеспеченным на протяжении нескольких лет остается Восточный административный округ, и, несмотря на то, что в III квартале 2016 г. в ВАО ожидается открытие крупного ТРЦ «Косино Парк» (GLA – 39 тыс. м²), ситуация не изменится.

Спрос

Анализ ретроспективных показателей потребительской уверенности, рассчитываемых различными компаниями на основе индексного метода, указывает на то, что покупатели вот уже более двух лет оценивают свои финансовые возможности как ограниченные и придерживаются определенных «кризисных» моделей потребления.

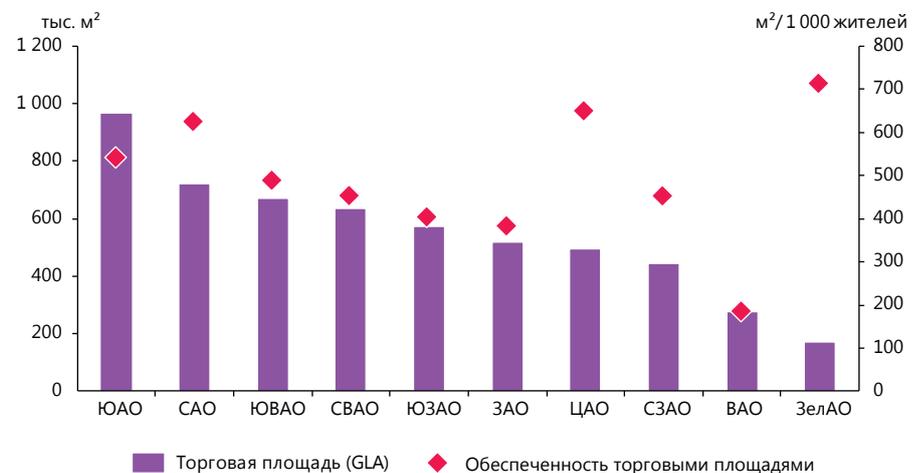
С I квартала 2015 г. Индекс потребительской уверенности (Росстат) демонстрировал постепенное снижение: в I квартале 2016 г. показатель снизился еще на 4 пункта (с -26 до -30). Более позитивный результат показывает Индекс потребительского доверия от компании

Динамика прироста предложения и доли вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2016

Объем предложения и обеспеченность торговыми площадями (GLA) по округам Москвы



Источник: Knight Frank Research, 2016

* Принимаются во внимание показатели по десяти административным округам г. Москвы

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

ВЦИОМ: ежеквартальный показатель Индекса на протяжении года (II квартал 2015 г. – II квартал 2016 г.) колебался в пределах 3 пунктов и по итогам II квартала 2016 г. достиг максимального для анализируемого периода значения – 34 пунктов.

На протяжении года низкая степень оптимизма конечных потребителей оставалась одним из основных факторов, сдерживающих активное развитие операторов, а следовательно, и рост спроса на торговые площади. Однако в последние месяцы наблюдается постепенное изменение ситуации – активизация переговорных процессов, повышение интереса арендаторов к строящимся объектам, создание и тестирование новых форматов сетевых магазинов.

Необходимо отметить, что во II квартале 2016 г. в функционирующих торговых центрах столицы зафиксирован скачок показателя доли вакантных площадей: с 12,5% в начале апреля до 14,3% к концу июня. Резкое изменение значения можно объяснить выходом на рынок нескольких торговых центров с крайне низким уровнем занятости площадей. В целом суммарный объем экспонируемых на рынке торговых площадей (как в функционирующих, так и в строящихся объектах) за квартал практически не изменился и по-прежнему составляет около 1 млн м².

Активность международных операторов находится на среднем уровне: в I полугодии 2016 г. в Москве открылись первые магазины 24 международных брендов. По сравнению с аналогичным периодом

2015 г. «дебютантов» оказалось почти в 2 раза больше, однако в настоящее время отсутствуют предпосылки к тому, что спрос со стороны новых игроков достигнет уровня 2014 г., когда рынок пополнился 77 новыми брендами (34% от всех вышедших за последние 5 лет).

В I полугодии 2016 г. наиболее активными были международные операторы сегмента «одежда и обувь» (54% от количества новых брендов). По стране происхождения традиционно лидировали итальянские компании (25%). Также отличались активностью французские (13%), английские (13%), американские (13%) бренды и операторы из стран СНГ. Примечательно, что 46% новых брендов ориентированы на аудиторию с доходами выше среднего уровня. До конца 2016 г. ожидается еще

Международные операторы, открывшие первые магазины в Москве в I полугодии 2016 г.

	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
1	Aigle	Франция	Одежда. Обувь	Средний
2	Armani Exchange	Италия	Одежда	Средний
3	Barbour	Великобритания	Одежда	Выше среднего
4	Burvin	Белоруссия	Одежда	Средний
5	Charlotte Olympia	Великобритания	Обувь	Премиальный
6	Demurya	Франция / Россия	Одежда	Премиальный
7	Ferutdin Zakirov Atelier	Узбекистан	Одежда	Премиальный
8	Gawatt	Армения	Общественное питание	Средний
9	Heineken (pop-up)	Нидерланды	Общественное питание	Средний
10	Holika Holika	Южная Корея	Косметика и парфюмерия	Средний
11	Il Gufo	Италия	Детские товары	Выше среднего
12	John Varvatos	США	Одежда	Премиальный
13	KidZania	Мексика	Edutainment	Средний
14	Kiko Milano	Италия	Косметика и парфюмерия	Средний
15	Ladurée	Франция	Общественное питание	Выше среднего
16	Lion of Porches	Португалия	Одежда	Средний
17	Love Stories	Нидерланды	Белье	Средний
18	Nature Republic	Южная Корея	Косметика и парфюмерия	Средний
19	Newby London	Великобритания	Бутик чая	Выше среднего
20	Obag.store	Италия	Аксессуары	Выше среднего
21	Ravazzolo	Италия	Одежда	Премиальный
22	Tardini	Италия	Обувь. Аксессуары	Премиальный
23	Urban Decay	США	Косметика и парфюмерия	Средний
24	Victoria's Secret Pink	США	Белье. Одежда	Средний

Источник: Knight Frank Research, 2016

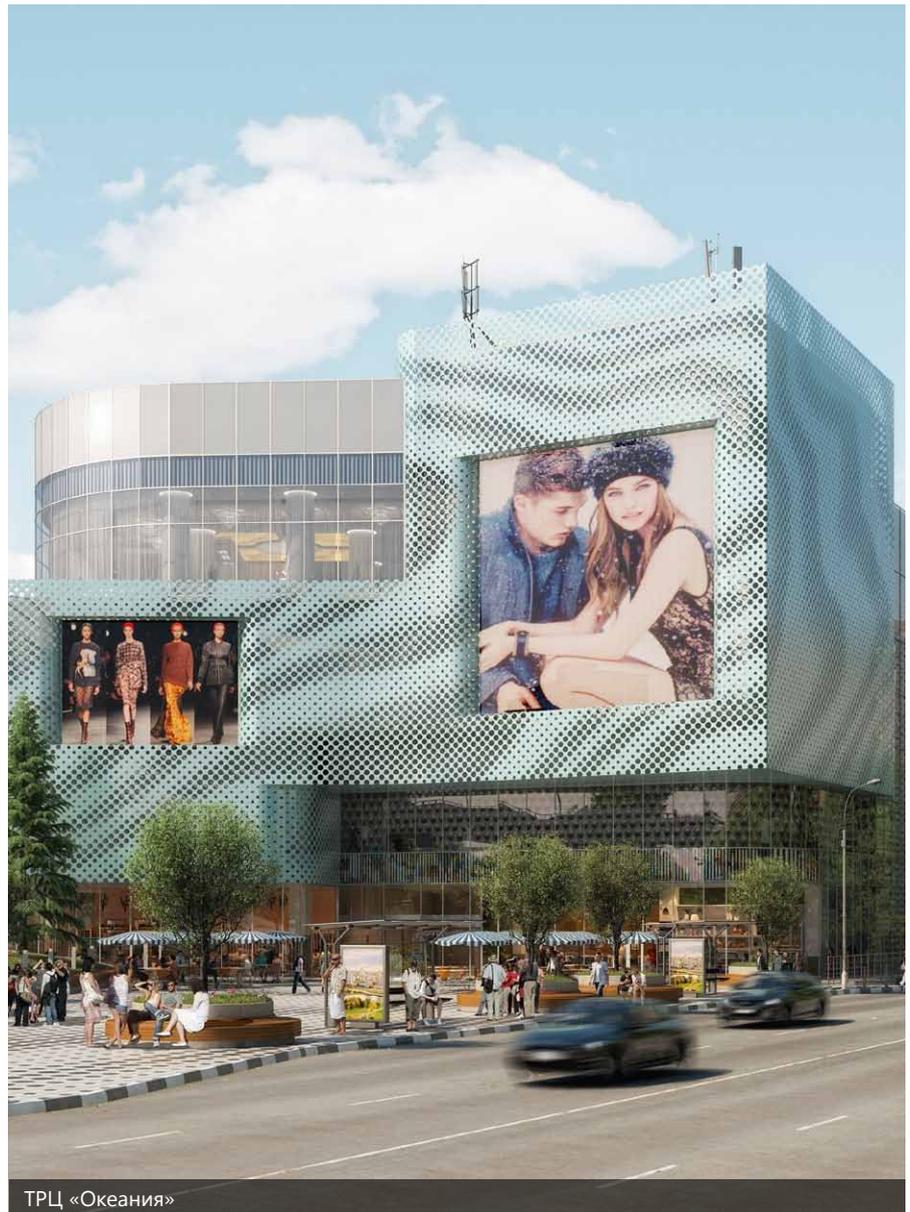
не менее десятка премьер, среди которых Eataly, Cofix, Presse Café, Eglo, Hofbrauhaus, Lillapoix Beauty и другие.

Среди интересных тенденций текущей стадии развития рынка торговой недвижимости можно отметить участвовавшие случаи смены якорных арендаторов в составе торговых центров. Подобная практика получила распространение и в 2008–2009 гг. Однако если во время прошлого кризисного периода собственники были готовы лишь к смене продуктового оператора, то в текущей ситуации можно увидеть примеры ротации якорных арендаторов различного профиля.

Коммерческие условия

Во II квартале 2016 г. ставки аренды в торговых центрах Москвы не претерпели существенных изменений. Несмотря на фактический переход рынка на рублевые схемы расчета арендных платежей, собственники отдельных объектов по-прежнему сохранили ценообразование в иностранной валюте и не готовы на длительный период фиксировать границы валютного коридора.

В текущих условиях, даже несмотря на ранний старт арендной кампании, торговые объекты выходят на рынок со значительной долей вакантных площадей. В связи со сложностями привлечения в проекты арендаторов стабилизация операционного дохода для собственников большинства новых торговых центров может быть достигнута лишь на 2–3 год эксплуатации объекта недвижимости.



ТРЦ «Океания»

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м ² /год*	% от товарооборота
Гипермаркет (>7 000 м ²)	0–10 000	1,5–4
DIY (>5 000 м ²)	0–6 000	4–6
Бытовая техника (1 300–4 000 м ²)	4 000–12 000	2,5–4
Спортивные товары (1 000–6 000 м ²)	0–10 000	6–10
Детские товары (1 000–2 000 м ²)	6 000–15 000	8–12
Операторы галереи профиля «одежда» (400–1 000 м ²)	0–30 000	4–12
Операторы галереи профиля «обувь» (300–500 м ²)	0–35 000	7–12
Досуговые концепции (1 000–4 000 м ²)	0–6 000	10–13

* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров

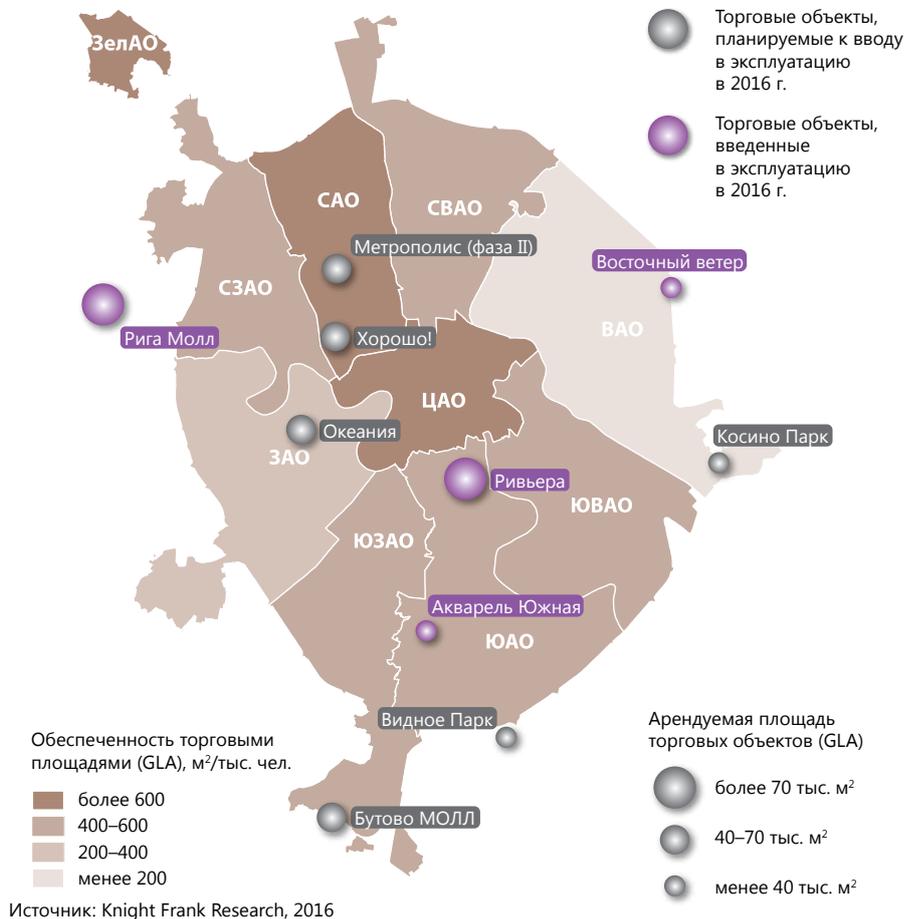
Источник: Knight Frank Research, 2016

Прогноз

С большой долей вероятности во II полугодии 2016 г. в Москве состоится ввод в эксплуатацию как минимум еще пятнадцать торговых центров различного формата. Крупнейшими запланировано на III-IV кварталы 2016 г., станут ТРЦ «Океания» (GLA – 60 тыс. м²), ТРЦ «Бутово МОЛЛ» (GLA – 54,5 тыс. м²), ТРЦ «Хорошо!» (GLA – 50 тыс. м²) и вторая фаза ТРЦ «Метрополис» (GLA – 38 тыс. м²). Таким образом, прирост качественных торговых площадей по итогам 2016 г. составит около 700 тыс. м² (GBA – около 1,5 млн м²), что может стать одним из самых высоких показателей за всю историю развития рынка торговой недвижимости. Однако не исключено, что арендная кампания некоторых торговых центров потребует значительных временных ресурсов и переноса сроков ввода в эксплуатацию на будущие периоды.

Показатель доли свободных площадей в функционирующих торговых центрах столицы по итогам года может достигнуть рекордного значения – 16,4%, увеличившись за год на 3,3 п. п.

Торговые центры, открывшиеся в I полугодии 2016 г. и планируемые к открытию в 2016 г.



Источник: Knight Frank Research, 2016

Наиболее значимые торговые центры, планируемые к вводу в эксплуатацию во II полугодии 2016 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендуемая площадь (GLA), м ²
Океания	Славянский б-р, д. 3	137 000	60 000
Бутово МОЛЛ	пересечение Остафьевской ул. и Чечерского пр-да	154 000	54 500
Хорошо!	Хорошевское ш., д. 33/1	114 000	50 000
Косино Парк	Святоозерская ул., вл. 5	79 000	39 000
Метрополис (фаза II)	Ленинградское ш., д. 16	66 000	38 000
Видное Парк	М-4 «Дон», 3 км от МКАД	105 000	27 600

Источник: Knight Frank Research, 2016



© Knight Frank LLP 2016 – 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.obukhovskiy@ru.knightfrank.com

+7 (495) 981 0000
KnightFrank.ru