

2016 ГОД
**РЫНОК ТОРГОВОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ**
Москва

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Показатель прироста торговых площадей уже третий год подряд сохраняется на высоком уровне.

К 2020 г. более 40% торговых площадей московского рынка торговой недвижимости потребуют редевелопмента.

В 2016 г. в новых торговых центрах впервые с 2013 г. зафиксирован рост рублевых ставок аренды как запрашиваемых собственниками, так и подтверждаемых арендаторами.



Александр Обуховский

Директор департамента торговой недвижимости, Knight Frank Russia & CIS

«В 2016 г. биография столичного рынка торговой недвижимости была насыщена событиями: открывались новые торговые центры, приходили и уходили международные операторы, анонсировались масштабные планы девелоперов. Однако, на мой взгляд, сейчас важнее говорить не об итогах прошедшего периода, а о трендах, которые получат развитие в будущем. Учитывая стремительное старение рынка недвижимости, глобальным трендом для столицы станет начало активных работ по обновлению (а в некоторых случаях по изменению функционала) объектов недвижимости, включающих торговую компоненту. Изменения коснутся и формирования tenant mix: современный покупатель требует внимательного отношения и принципиально новых идей. На фоне высокого уровня рисков девелопмента в текущей ситуации эксперименты с концепцией стали, пожалуй, не самыми опасными, а порой и полезными «упражнениями», следствием которых стал уход от «клонирования» торговых концепций и проявление индивидуальности торговых объектов».

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

Предложение

Суммарная арендопригодная площадь торговых объектов, вышедших на рынок в 2016 г., составила 550,4 тыс. м² (ГВА – 1 216,9 тыс. м²): показатель прироста торговых площадей уже третий год подряд сохраняется на высоком уровне.

Основные показатели*. Динамика

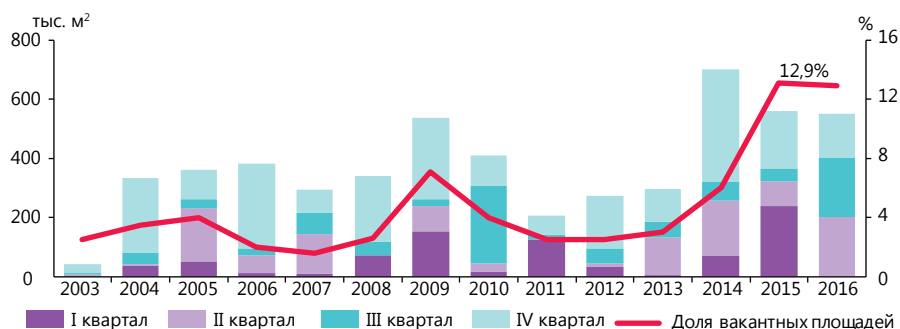
Общее предложение действующих объектов (площадь общая / арендопригодная), млн м ²	11,2 / 5,8 (11,3% ▲) / (3,7% ▲)**
Введено в эксплуатацию в 2016 г. (площадь общая / арендопригодная), тыс. м ²	1 216,9 / 550,4 (5,6% ▲) / (1,8% ▼)**
Планируется к вводу в эксплуатацию в 2017 г. (площадь общая / арендопригодная), тыс. м ²	875,3 / 433,9 (13% ▼) / (4,2% ▼)**
Доля вакантных площадей, %	12,9 (0,2 п. п. ▼)**
Операционные расходы, руб./м ² /год	2 500–9 000
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	468,8 (8,6% ▲)**

* 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, 2017

Динамика прироста предложения и доли вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2017

ЗАО	СЗАО	ЗелАО
589 454 м²	447 824 м²	169 406 м²
433 м²/1 000 жителей	453 м²/1 000 жителей	712 м²/1 000 жителей
17	15	7
34 674 м²	29 855 м²	24 201 м²
2017 25%	2017 36%	2017 22%
2020 44%	2020 48%	2020 30%

ЗелАО
Fashion House
Аутлет Центр (фаза II)

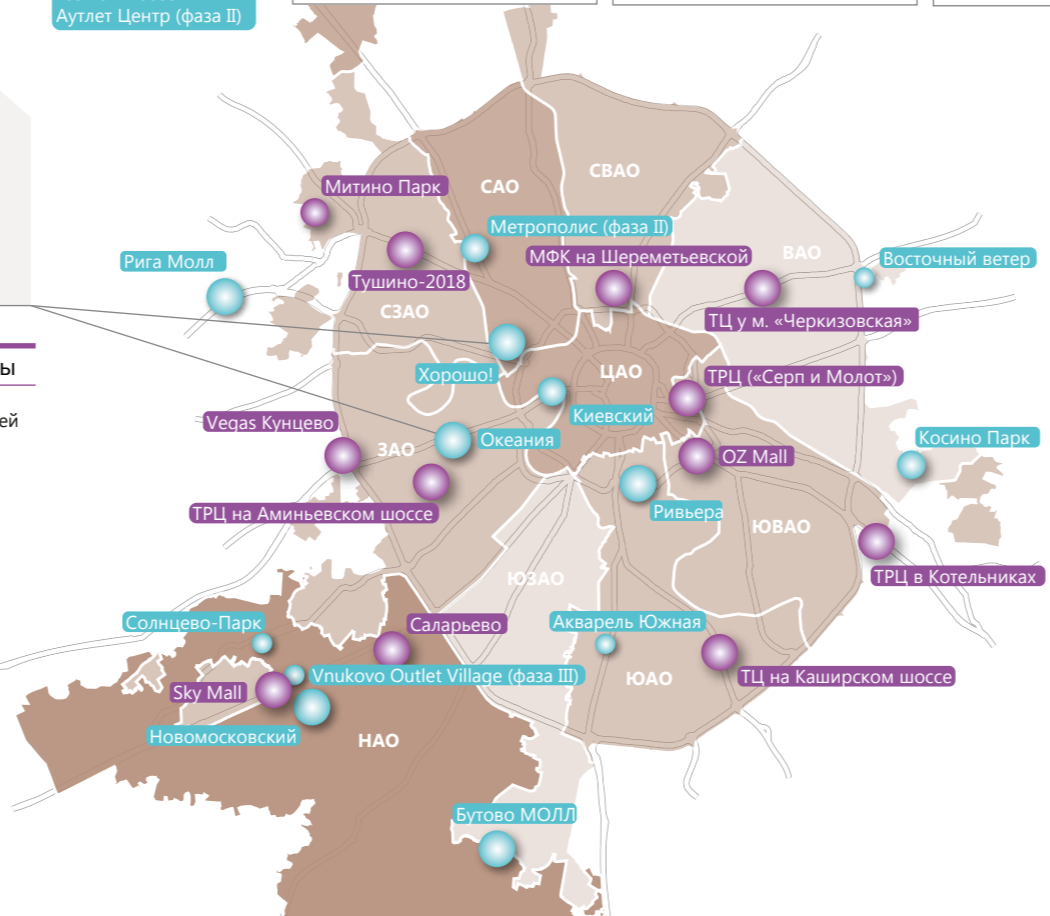
САО
719 203 м²
621 м²/1 000 жителей
17
42 306 м²
2017 20%
2020 42%

СВАО
624 671 м²
442 м²/1 000 жителей
16
39 042 м²
2017 33%
2020 88%

ВАО
313 751 м²
208 м²/1 000 жителей
11
28 523 м²
2017 16%
2020 68%

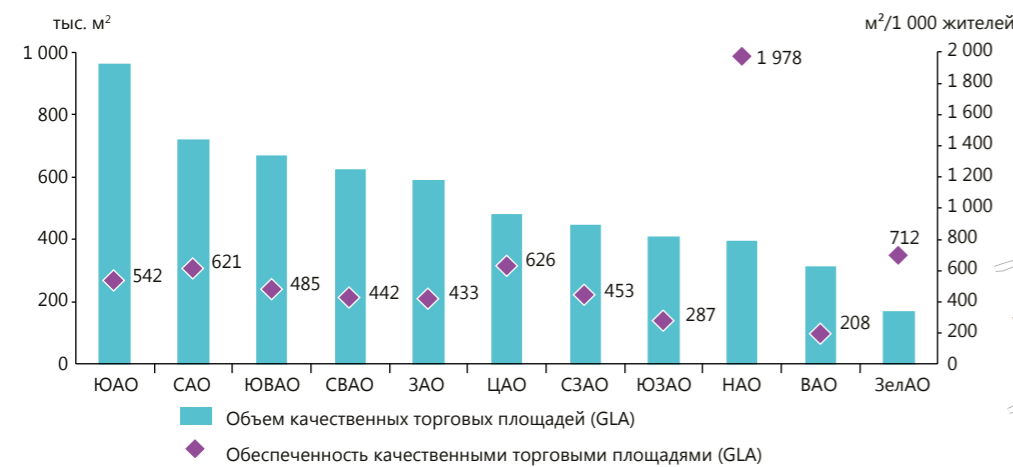
Для Восточного административного округа столицы характерно сдержанное развитие крупноформатных объектов торговой инфраструктуры. С большой долей вероятности торговый центр вблизи ТПУ «Черкизово», планируемый к реализации финансовой группой «Сафмар», станет первым современным торговым центром, расположенным на Щелковском шоссе.

ЮВАО
669 283 м²
485 м²/1 000 жителей
16
41 830 м²
2017 18%
2020 63%



Ввод в эксплуатацию ТРЦ «Океания» (GLA – 62 тыс. м²) стал одним из самых позитивных и заметных событий 2016 г.: на момент открытия в торговом центре функционировало более 70% площадей. «Океания» является флагманским московским объектом крупного девелопера «ТПС Недвижимость». Вторым торговым центром компании «ТПС Недвижимость», также открывшимся в столичном регионе в 2016 г., стал ТРЦ «Хорошо!» (GLA – 50 тыс. м²).

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



ЦАО
481 288 м²
626 м²/1 000 жителей
24
20 054 м²
2017 15%
2020 37%

УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

Торговые объекты, введенные в эксплуатацию в 2016 г.

Крупнейшие торговые объекты, планируемые к вводу в эксплуатацию в 2017–2020 г.

Арендваемая площадь торговых объектов (GLA)

- более 50 тыс. м²
- 30–50 тыс. м²
- менее 30 тыс. м²

Обеспеченность торговыми площадями (GLA), м²/1 000 жителей

- более 1 000
- 700–1 000
- 600–700
- 500–600

Показатели по административным округам

- Объем качественных торговых площадей, м² (GLA)
- Обеспеченность качественными торговыми площадями (GLA), м²/1 000 жителей
- Количество торговых центров
- Средняя площадь торгового объекта, м²
- Доля торговых объектов, требующих редевелопмента, 2017 г., %
- Доля торговых объектов, требующих редевелопмента, 2020 г., %

НАО
395 890 м²
1 978 м²/1 000 жителей
10
39 589 м²
2017 7%
2020 75%

Новомосковский административный округ уже сейчас лидирует по показателю обеспеченности жителей качественными торговыми площадями (в первую очередь в силу низкой плотности населения). Развитие транспортной инфраструктуры района простимулировало формирование торгового сегмента НАО. Развитие крупных проектов на территории НАО может сказаться на показателях посещаемости и товарооборота операторов в торговых центрах, расположенных вдоль Ленинского и Вернадского проспектов, а также вдоль юго-западного отрезка МКАД. В первую очередь, речь идет об устаревших или изначально имевших недостатки в концепции торговых центрах, которые в условиях наблюдаемого в настоящее время качественного роста девелопмента не смогут конкурировать с новыми объектами.

ЮЗАО
408 729 м²
287 м²/1 000 жителей
21
19 463 м²
2017 56%
2020 81%

ЮАО
961 371 м²
542 м²/1 000 жителей
32
30 043 м²
2017 47%
2020 61%

В Южном административном округе столицы по-прежнему сконцентрирован наибольший объем качественных торговых площадей: с вводом в эксплуатацию ТРЦ «Ривьера» в апреле 2016 г. округ укрепил свои лидирующие позиции по показателю суммарного объема предложения. В среднесрочной перспективе ожидается активное развитие торговой инфраструктуры на южном и юго-восточном направлениях столицы. В условиях высокой конкуренции арендаторы выбирают объекты с более гибкими условиями аренды или более привлекательным местоположением: так, якорный оператор «Декатлон», открывшийся в 2016 г. в ТРЦ «Ривьера», закрывает магазин в ТРЦ «Мозаика».

Источник: Knight Frank Research, 2017

Спрос

Восходящий рыночный тренд, наметившийся еще в начале 2016 г., продолжает сохраняться: темпы поглощения новых площадей остаются высокими. Как правило, в новых качественных торговых объектах показатель доли вакантных площадей за год эксплуатации снижается в десятки раз. При этом концептуальные центры с хорошим местоположением по-прежнему востребованы рынком: уровень вакантных площадей в них не поднимается выше 1,5–3%. В целом показатель суммарного объема экспонируемых на рынке торговых площадей в функционирующих объектах по сравнению с 2015 г. сократился на 7% и составил около 650 тыс. м² (на фоне прироста площадей действующих центров на 3,7%).

Восстановление уверенности торговых операторов становится более выраженным: опасаясь упустить возможности начавшего расти рынка, розничные компании активно рассматривают предложения по аренде и участвуют в переговорных процессах, в некоторых случаях обсуждают с собственниками «переезд» в более крупное помещение.

Также необходимо указать, что с точки зрения выхода на российский рынок новых международных торговых операторов 2016 г. стал одним из самых продуктивных за последнее десятилетие: 55 розничных компаний открыли свои первые магазины в различных городах России.



ТРЦ «Океания»

Торговые объекты, открывшиеся в 2016 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендопригодная 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
Океания	Славянский б-р, д. 3	136 600	61 820
Новомосковский	Хабарова ул., вл. 2	117 000	60 000
Бутово МОЛЛ	пос. Воскресенское, Чечёрский пр-д, д. 51	143 000	57 000
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
Киевский	Кутузовский пр-т, д. 2	46 000	20 000
Восточный ветер	Щелковское ш., м/р-н «1-е Мая»	17 000	15 000
Солнцево-Парк	Боровское ш., м/р-н «Солнцево-Парк», д. 32	17 000	11 600
Акварель Южная	Кировоградская ул., д. 9, корп. 1	10 100	7 420
Vnukovo Outlet Village (фаза III)	д. Лапшинка, вл. 8	10 500	6 100
Fashion House Аутлет Центр (фаза II)	пос. Черная грязь, Торгово-промышленная ул., стр. 6	5 650	4 500

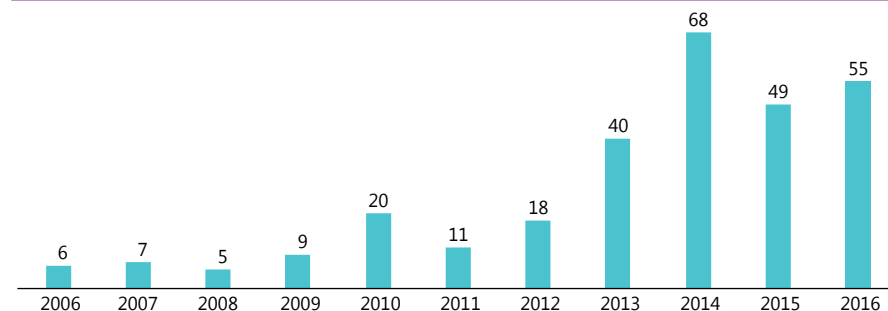
Источник: Knight Frank Research, 2017

Для сравнения: в 2015 г. на рынок вышло всего 49 новых брендов, что на 11% меньше аналогичного показателя 2016 г. Примечательно, что более 40% операторов, вышедших на российский рынок в 2016 г., работают в ценовом сегменте «выше среднего»: среди них можно выделить молодой британский бренд Charlotte Olympia, марку с «историей» Barbour (одежда; Великобритания), бренд русско-французского модного дома Demuра (одежда), клуб-магазин мужского костюма Ferutdin Zakirov Atelier (Узбекистан/Италия), бутик мужской одежды и аксессуаров John Varvatos (США), бутики шоколада Lindt (Швейцария) и чая Newby London (Великобритания) и другие.

Несмотря на очевидное возобновление активности в сегменте розничной торговли, в 2016 г. рынок не миновали потери: стало известно о закрытии магазинов и заведений таких международных операторов, как Finlayson (товары для дома; Финляндия), La Senza (белье), Magnolia Bakery (общественное питание; США), германской компанией Tengelmann Group был остановлен проект по развитию продуктовых дискаунтеров Plus, а Inventive Retail Group отказалась от продвижения итальянского бренда Prenatal Milano. Однако количество международных операторов, покинувших российский рынок, уменьшилось в сравнении с 2015 г. (11 операторов) или 2014 г. (12 операторов).

Наиболее явной тенденцией спроса стало сокращение доли занимаемой якорным продуктовым оператором площади. Если в 2007 г. супермаркеты или гипермаркеты

Динамика выхода международных операторов на российский рынок, 2006–2016 гг.



Источник: Knight Frank Research, 2017

были крупнейшими операторами торговых объектов – под продукты отводилось 39,5% площадей торгового центра, – то в структуре tenant mix для новых объектов под продукты отводится менее 10% площади торгового центра. Отчасти это связано с тем, что значительно изменилось поведение столичного покупателя: жители современного мегаполиса все чаще стали покупать продукты в магазинах «у дома», формируя запрос на экстенсивное развитие данного формата. Следует отметить, что за десятилетний период количество продуктовых гипермаркетов увеличилось в 2,3 раза, супермаркетов – в 2 раза, а магазинов формата «у дома» – в 11,5 раз.

Также следует отметить, что за 10 лет развития торговой инфраструктуры почти в два раза (с 7,9% до 14%) увеличилась доля площадей, которые занимают в торговом центре операторы развлекательного сегмента. Устойчивая общемировая тенденция сочетания шоппинга и развлечений постепенно перерастает в совме-

щение shopping+entertainments+sport+education+art+events. Это в свою очередь формирует спрос на новые форматы заведений: в современных торговых центрах появляются кулинарные школы, веревочные парки, театры, квесты, танцевальные студии, автошколы, полигоны для радиоуправляемых моделей, выставочные пространства и другие привлекательные проекты. Подобные концепции, как правило, выполняют функцию социализации, позволяют сделать процесс шоппинга менее утомительным, разнообразить досуг жителей, но при этом требуют от покупателя значительных временных затрат (сегмент time-consuming). В концепциях современных торговых центров операторы данного сегмента находятся на втором месте по доле занимаемых площадей (14%).

Кроме того, судить о масштабе изменений в структуре торговых центров по профилю операторов за десятилетний период можно по магазинам fashion-сегмента: в 2007 г. они занимали около 20% торго-

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м ² /год*	% от товарооборота
Гипермаркет (>7 000 м ²)	3 000–10 000	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	8–12
Операторы галереи профиля «одежда» (400–1 000 м ²)	0–40 000	4–14
Операторы галереи профиля «обувь» (300–500 м ²)	0–45 000	7–12
Досуговые концепции (1 000–4 000 м ²)	0–8 000	9–12
Общественное питание (food-court)	45 000–150 000	12–15
Общественное питание (рестораны)	0–25 000	10–12

* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров

Источник: Knight Frank Research, 2017

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

вой площади, в настоящее время – более 37% (самый распространенный «профиль» арендатора).

Коммерческие условия

В 2016 г. в новых торговых центрах впервые с 2013 г. зафиксирован рост рублевых ставок аренды как запрашиваемых собственниками, так и подтверждаемых арендаторами. Обязательными условиями для инициирования данного процесса являются хорошая локация торгового объекта и качественный состав арендаторов.

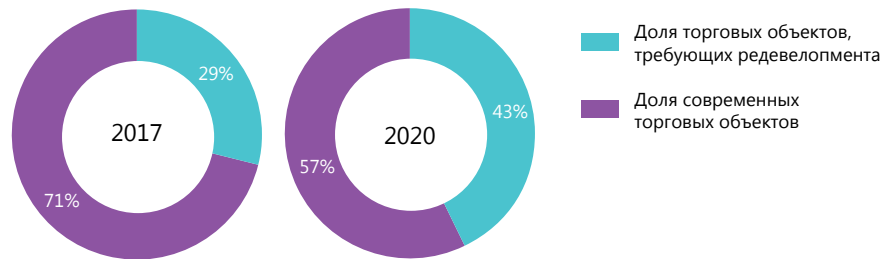
Наблюдается значительное повышение уровня ставок аренды в торговых центрах, собственники которых приняли решение о модернизации объекта: как правило, в подобных центрах величина подтверждаемой арендаторами ставки значительно увеличивается не только относительно прежних коммерческих условий, но и в сравнении со среднерыночными показателями.

Прогноз

С большой долей вероятности в 2017 г. в Москве состоится ввод в эксплуатацию еще как минимум шестнадцати торговых центров различного формата. Крупнейшими объектами станут ТРЦ «Vegas Кунцево» (GLA – 119,5 тыс. м²) и ТЦ на Каширском шоссе (GLA – 70,8 тыс. м²). Таким образом, прирост качественных торговых площадей по итогам 2017 г. составит около 430 тыс. м² (GVA – около 875 тыс. м²). Однако не исключено, что арендная кампания некоторых торговых центров потребует значительных временных ресурсов и, как следствие, переноса сроков ввода в эксплуатацию на будущие периоды.

Также можно отметить, что в среднесрочной перспективе, в рамках проекта компании ADG Group по реконструкции московских кинотеатров, состоится выход на рынок объектов формата community-центр. На сегодняшний день формат не представлен в России.

К 2020 г. более 40% торговых площадей московского рынка торговой недвижимости потребуют редевелопмента, (GLA)



Источник: Knight Frank Research, 2017

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

Название	Адрес	Общая площадь (GVA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
Vegas Кунцево	55-й км МКАД	286 870	119 470
ТЦ на Каширском ш.	Каширское ш., д. 61, корп. 2	195 500	70 800
Смоленский пассаж (фаза II)	Смоленская пл., вл. 7-9	58 510	46 000
ТРЦ на Рязанском пр-те	Рязанский пр-т, вл. 20	95 700	30 000
Летний Сад	Дмитровское ш., д. 107	н/д	21 000
Южный	Кировоградская ул., вл. 9, корп. 4	28 200	20 000
Жулебино	Авиаконструктора Миля ул., д. 5, корп. 1	38 000	19 160
ВТБ Арена парк	Ленинградский пр-т, д. 36	30 000	17 180
ТЦ на Чертановской ул.	Чертановская ул., вл. 20-22	22 000	17 000
Пролетарский	Пролетарский пр-т, д. 24	23 670	15 000
Галеон	пересечение Ленинского пр-та и Островитянова ул.	28 800	14 000
Фили Град	Б. Филевская ул./Береговой пр-д	15 000	12 000
Metromall	Дмитровское ш., д. 73	13 780	9 990
Петровский	Новопетровская ул., вл. 6	20 980	8 500
Зеленый (Огород)	Огородный пр-д, д. 10	9 150	7 000
Selectica	Варшавское ш., вл. 148	9 100	6 750

Источник: Knight Frank Research, 2017



© 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