



2013 ГОД
РЫНОК ТОРГОВОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ
Москва

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- В 2013 г. в Москве были открыты 18 торговых центров, начала функционировать вторая очередь торгового парка «Отрада» в Митино. Прирост предложения составил 600 тыс. м² (GLA – 364 тыс. м²).
- Прошедший год стал рекордным для московского рынка ритейла: в столице были открыты первые торговые точки 45 международных сетей, 90% из которых впервые вышли на российский рынок. Всего на сегодняшний день в Москве присутствуют 9 из 50 крупнейших мировых торговых операторов.
- На протяжении 2013 г. коммерческие условия оставались относительно стабильными. В некоторых наиболее привлекательных торговых центрах при заключении новых договоров аренды ставки были увеличены до 15%. При этом доля вакантных площадей в функционирующих торговых центрах Москвы увеличилась до 3% (2,5% по состоянию на конец 2012 г.).

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ



Сергей Гипш,
Директор департамен-
та торговой недвижи-
мости, Россия и СНГ,
Партнер Knight Frank

«Прошедший год характеризовался широчайшей экспансией торговых операторов. Конкурируя друг с другом, наращивая капитализацию своих сетей, они теперь готовы подстраивать свою логистику под предложения девелоперов, реализующих качественные объекты в различных городах России. Уже не осталось городов, далее которых торговые операторы не готовы идти: для своего развития они выбирают в том числе отдаленные регионы – Иркутск, Улан-Уде и Владивосток».

Ключевые события

- Девелоперы продолжают анонсировать проекты новых торговых центров в московском регионе:

KVS Group к концу 2015 г. планирует построить ТРЦ «Небо» в Солнцево. Общая площадь объекта составит 62 тыс. м².

В Наро-Фоминском районе появится ТРЦ «Удачи» общей площадью 123 тыс. м².

- Компания Praktika Development анонсировала планы по строительству ТРЦ общей площадью около 100 тыс. м² в непосредственной близости от будущей станции метро «Саларьево», расположенной на территории Новой Москвы.

- Московские власти продолжили ревизию инвестиционных контрактов:

Отменен проект строительства торгово-офисного центра (общая площадь – 175 тыс. м²) на 2-й Силикатной улице.

Основные показатели. Торговые центры*

Показатели	Значения	Динамика
Общее предложение действующих объектов (площадь общая / арендуемая), млн м ²	7,48 / 4,02	▲
Введено в эксплуатацию 2013 г. (площадь общая / арендуемая), тыс. м ²	600 / 364	
Планируется к вводу в 2014 г. (площадь общая / арендуемая), тыс. м ²	2 035 / 1 015	
Доля вакантных площадей, %	3	▲
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	327	▲

* 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, 2014

В одностороннем порядке расторгнут инвестиционный контракт по созданию пешеходной зоны «Аллея Романов» вблизи Моховой улицы.

Предложение

Общий объем предложения площадей в московских торговых центрах в 2013 г. увеличился на 600 тыс. м² (GLA – 364 тыс. м²). Данный результат выглядит впечатляюще на фоне крайне низких показателей 2011–2012 гг., когда вследствие сокращения числа новых проектов в посткризисный период темпы прироста предложения снизились до исторического минимума десятилетнего развития рынка. Однако он все еще уступает средним темпам прироста предложения, характерным для московского рынка.

Всего в 2013 г. в Москве были открыты 18 торговых центров, также начала функционировать вторая очередь торгового парка «Отрада» в Митино. Таким образом, совокупный объем предложения по состоянию на конец года составил 7,48 млн м² (GLA – 4,02 млн м²).

Стоит отметить, что в новом предложении преобладают объекты районного и микрорайонного форматов: только один торговый центр (ТРЦ «Гудзон»), введенный в эксплуатацию в 2013 г., имеет арендопригодную площадь свыше 40 тыс. м². Кроме того, два объекта ГК «Ташир» (ТРЦ «Райкин Плаза» и ТРЦ «Рио на Ленинском») имеют арендопригодную площадь 35 тыс. м² каждый. Эти три торговых центра совокупно формируют 40% нового предложения.

Развитие торговых центров небольшого формата является вполне закономерным в условиях нехватки магазинов шаговой доступности. Стоит подчеркнуть, что столичные власти также уделяют внимание этому вопросу. Например, одной из инициатив московского правительства стала разработка концепции по размещению небольших торговых галерей (площадью до 4 тыс. м²) в спальных районах столицы.

В 2013 г. состоялось открытие двух торговых объектов в формате аутлет-центра – «Fashion House Аутлет Центр» и Vnukovo Outlet Village. Вместе с первым объек-

Наиболее крупные торговые центры, введенные в эксплуатацию в 2013 г.

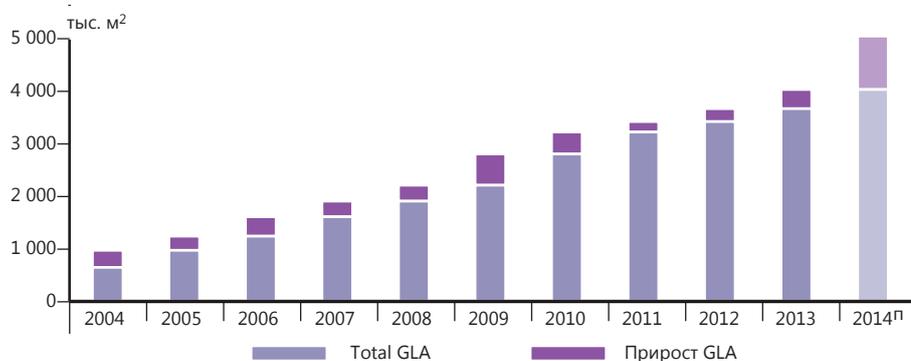
Название	Адрес	Общая площадь (GVA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
Гудзон	Каширское ш., вл. 12	122 065	65 500
Райкин Плаза	Шереметьевская ул., д. 6, стр. 1	80 000	35 000
«Рио» на Ленинском	Ленинский пр-т, вл. 109	75 000	35 000
Fashion House аутлет-центр (1-я фаза)	МО, Ленинградское ш., пос. Черная грязь	38 580	28 765
Спортэкс	5-я Кабельная ул., д. 2	32 000	22 000
Vnukovo Outlet Village (1-я фаза)	МО, Киевское ш., 8 км от МКАД	29 736	16 584
Конфетти	Нагатинская ул., д. 16	25 000	17 600
ВДНХ	1-я Останкинская ул., д. 55	23 000	19 500
Мандарин	Монтажная ул., д. 9	20 568	17 700
Пикник	п. Новоивановское, Западная ул., с. 4	20 000	17 000

Источник: Knight Frank Research, 2014

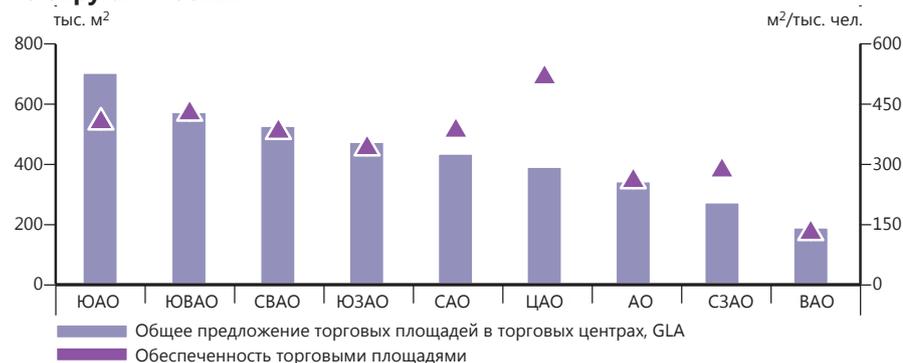
том данного формата – «Outlet village Белая Дача», – который функционирует с августа 2012 г., в столичном регионе на сегодняшний день представлено три аутлет-центра на северном, западном и юго-восточном направлениях соответственно.

Продолжает развиваться сегмент специализированных торговых объектов. В прошлом году он пополнился новым спортивно-развлекательным центром «Спортэкс», мебельными комплексами Roomer и «Мандарин».

Новые торговые центры сконцентрированы преимущественно на юге столицы. Таким образом, ЮАО (самый густонаселенный округ Москвы) укрепил свои лидирующие позиции с точки зрения объема предложения и вошел в тройку наиболее обеспеченных качественными торговыми площадями округов. Лидерство по данному показателю за счет низкой численности населения по-прежнему удерживает ЦАО. Что касается востока столицы, где рынок торговой недвижимости наименее развит, то здесь значимых изменений не произошло: ввод в эксплуатацию одного комплекса районного формата не улучшил ситуацию.

Динамика прироста торговых площадей в московских торговых центрах 2004–2014 гг.


Источник: Knight Frank Research, 2014

Объем предложения и обеспеченность торговыми площадями по округам Москвы


Источник: Knight Frank Research, 2014



2013 ГОД РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Москва

Все чаще возобновляется приостановленная ранее реализация проектов торговых центров. Как правило, данный процесс предваряет смена собственника объекта. Так, в III квартале 2013 г. компания «Крона-Маркет» получила разрешение на строительство ТРЦ «Абрамцево» и одновременно с этим выставила проект на продажу (потенциальным покупателем выступает компания Renaissance Development). Также в ближайшей перспективе ожидается возобновление реализации ТРЦ «Ривер Молл» в связи с его покупкой компанией Praktika Development.

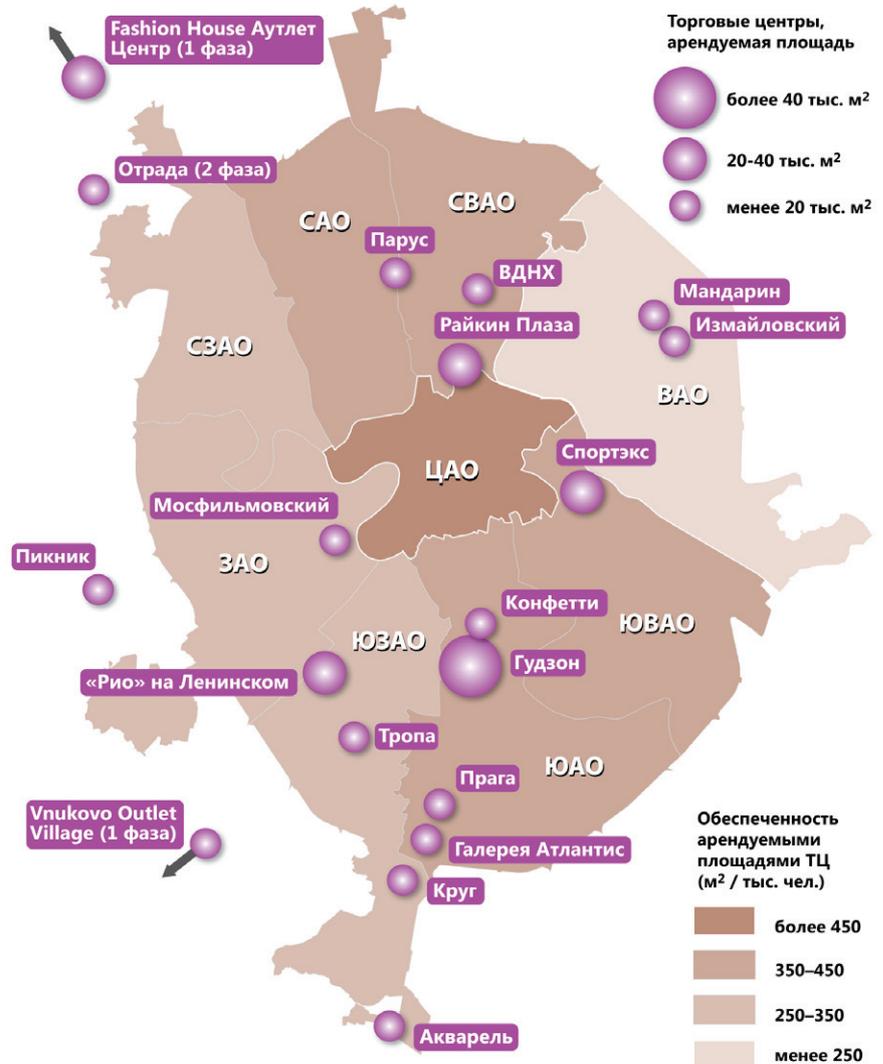
Спрос

Пока в России темпы роста оборота розничной торговли замедляются, в Москве они, напротив, растут – 3,6% в 2013 г. по сравнению с 1,5% годом ранее. Отчасти это обусловлено менталитетом жителей мегаполиса: рост цен (инфляция в Москве в 2013 г., по данным Росстата, составила 6,2%) практически не влияет на их покупательские привычки. Кроме того, сложившаяся экономическая ситуация (снижение уровня доверия к банкам, высокая волатильность рубля) стимулирует рост текущих трат населения. Так, если в 2010 г. москвичи потратили на покупку товаров 70,7% доходов, то в 2013 г. – 79,7%. Интересно, что за это же время превышение расходов над доходами граждан возросло вдвое – с 8,5% в 2010 г. до 15% в 2013 г. Это означает, что возросла доля товаров, приобретаемых в кредит.

Действительно, за 2013 г. объем выданных населению Москвы кредитов увеличился на 20%, совокупная задолженность граждан перед банками по состоянию на конец года превысила 100 тыс. руб. из расчета на жителя города.

Чаще всего в кредит приобретаются бытовая техника и электроника: более 20% всех покупок в сегменте совершается в кредит. Торговые операторы поощряют покупательские амбиции населения, внедряя новые кредитные программы. Так, лидер отрасли – «М.Видео» – анонсировал планы по расширению сотрудничества с банком «Сетелем» – дочерней структурой Сбербанка. Media Markt, в свою очередь, предлагает клиентам услуги профессиональных брокеров. Салоны оптики, ювелирные магазины, универмаги и др. предоставляют своим клиентам возможность приобрести понравившуюся вещь в кредит. Динамично расширяется сегмент он-лайн кредитования. Для получения кредита на покупку товара в интернет-магазине покупателю достаточно заполнить интерактивную анкету и приложить копию паспорта. Однако на фоне все более широкого распространения кредитных карт, позволяющих приобретать

Торговые объекты, введенные в эксплуатацию в 2013 г. Обеспеченность торговыми площадями по округам



Источник: Knight Frank Research, 2014

товары в любых магазинах и имеющих льготный период погашения задолженности, развитие сегмента экспресс-кредитования, вероятнее всего, замедлится.

Высокие темпы роста интернет-продаж стимулируют торговых операторов увеличивать присутствие в сети, дополняя функционал сайтов, повышая активность в социальных сетях и т. д. В 2013 г. на территории России начали действовать он-лайн магазины Zara, Karen Miller и другие.

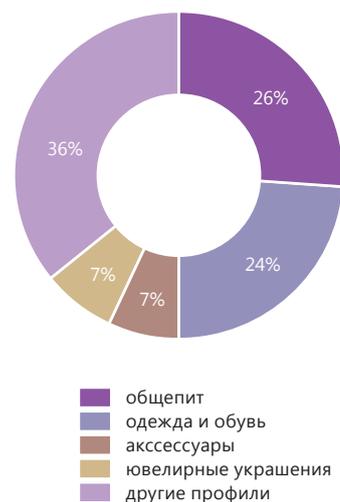
Эффективным инструментом является комбинация разных каналов продаж. К примеру, для того чтобы привлечь интернет-покупателя в один из магазинов сети, некоторые операторы предлагают скидки на товары, заказанные он-лайн. С одной

стороны, такой подход позволяет компании избежать дополнительных затрат на доставку товара, с другой – «заманить» покупателя в магазин, где он, возможно, совершит и другие покупки. Напомним, что доля импульсных покупок различных аксессуаров в магазинах бытовой техники достигает 30%, а в супермаркете – 50%.

Одной из тенденций рынка ритейла последних лет является постоянное расширение ассортимента крупных сетей. В связи с этим происходит увеличение площади магазинов: многие одежные марки вместо ранее традиционных 150–200 м² рассматривают помещения площадью от 300 м² и более. Некоторые компании выделяют отдельные ассортиментные группы, выпуская их на рынок под новым брендом. Так, например, H&M вслед за крупнейшим



Среди новых международных операторов преобладают компании профиля «общепит»



Источник: Knight Frank Research, 2014

испанским ритейлером Inditex представила в 2013 г. в ТРЦ «Афимолл» линейку товаров для дома – N&M Home, а в ТРЦ «Золотой Вавилон Ростокино» открылся первый магазин аксессуаров GUESS Accessories одноименного бренда ТРЦ.

Другим трендом 2013 г. стало распространение формата «магазин+» (сочетание разных торговых концепций или функций в рамках единого пространства). К примеру, в начале 2013 г. в ТРЦ «Метрополис» открылся первый магазин Nike с выделенной зоной для тренировок по системе Nike Training Club.

Прошедший год стал рекордным для московского рынка ритейла: в столице были открыты первые торговые точки 45 международных сетей, 90% из которых впервые вышли на российских рынок.

Наиболее активно развивался сегмент общепита: были открыты заведения японской, азиатской, итальянской кухонь. Однако лидером по числу сетей стали США: в Москве открылись заведения таких известных брендов, как Nathon's, Johnny Rockets, Krispy Kreme, Quiznos и другие.

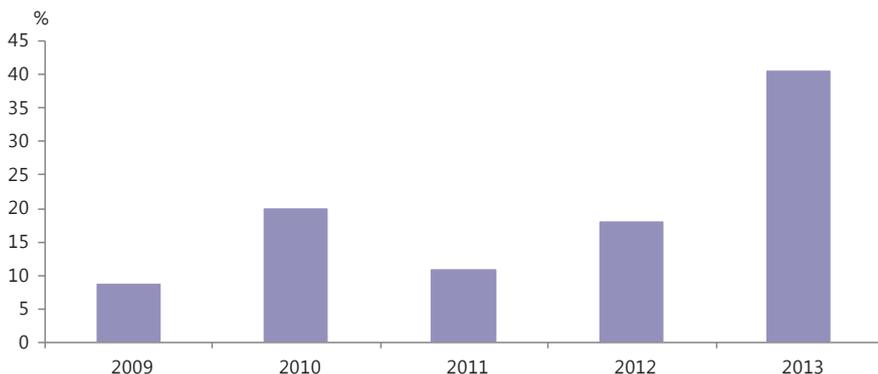
Всего на сегодняшний день в Москве присутствуют 9 из 50 крупнейших мировых

торговых операторов по версии портала Stores.org, при этом из операторов профиля «одежда/обувь» в российской столице представлены топ-5 компаний за исключением американской TJX Companies (бренды T.K. Maxx, HomeSense и другие).

Что касается площадок, выбираемых новыми игроками рынка в качестве стартовых, то многое зависит от профиля арендатора, ценового сегмента и его целевой аудитории. Так, концептуальные одежные марки предпочитают универмаг «Цветной»: в прошлом году там открылся магазин британской марки Casely-Hayford. Одежные бренды сегмента масс-маркет выбирают наиболее крупные торговые центры с высоким трафиком – «Европейский», «Метрополис», «Афимолл». Бренды более высокого ценового сегмента, как правило, открывают флагманские магазины в street-retail, среди торговых центров они выбирают «Крокус Сити Молл» и «Времена года».

Среди якорных арендаторов высокие темпы развития демонстрируют продуктовые сети. В 2013 г. в столичном регионе были открыты новые гипермаркеты «АШАН», «Гиперглобус». В декабре в ТРЦ «Гудзон» открылся второй гипермаркет «О'кей» в пределах МКАД (первый расположен в ТРЦ «Золотой Вавилон Ростокино»). Кроме того, на столичный рынок вышла петербургская продуктовая сеть «Лента», которая за год открыла 10 супермаркетов. Компания намерена закрепиться в московском регионе: уже в 2014 г. состоится открытие еще одного гипермаркета сети в ТРЦ «Мозаика».

В 2013 г. первые магазины в столице открыли более 40% всех международных операторов, вышедших на столичный рынок за последние 5 лет



Источник: Knight Frank Research, 2014

2013 ГОД РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Москва

Условия аренды в торговых центрах Москвы, 2013 г.

Профиль	Базовая арендная ставка, \$/м ² /год	Доля, взимаемая с оборота, %
Гипермаркет (> 7 000 м ²)	100–250	2–4
Городской гипермаркет (3 000–7 000 м ²)	150–350	2–4
Супермаркет (1 500–3 000 м ²)	250–500	4–6
DIY (> 5 000 м ²)	200–350	4–6
Бытовая техника (1 500–3 000 м ²)	250–500	4–5
Спортивные товары (1 500–2 500 м ²)	400–1 200	4–5
Детские товары (1 000–2 500 м ²)	250–450	9–12
Операторы галереи профиля «одежда» (50–300 м ²)	800–2 500	12–16
Операторы галереи профиля «обувь» (50–300 м ²)	900–3 000	12–16
Аксессуары (10–70 м ²)	2 500–4 500	11–14
Кинотеатры	150–250	3–5
Развлекательный центр (100–1 500 м ²)	250–500	8–12
Развлекательный центр (2 000–5 000 м ²)	100–200	4–7

Источник: Knight Frank Research, 2014

Коммерческие условия

Среди последних тенденций, связанных с коммерческими условиями аренды помещений в торговых центрах Москвы, следует отметить постепенное уменьшение базовой ставки аренды на фоне увеличения доли, взимаемой с торгового оборота арендатора. За последние 5 лет доля договоров с комбинированной арендной ставкой увеличилась в 2,5 раза и достигла 70%. Многие крупные fashion-операторы и дистрибьюторы (например ГК «ДжамильКо», «Джинсовая симфония») все чаще заключают договоры аренды по вышеуказанной схеме. Подобная тенденция обусловлена тем, что таким образом и девелопер, и арендатор будут в равной степени заинтересованы в успешной работе торгового объекта.

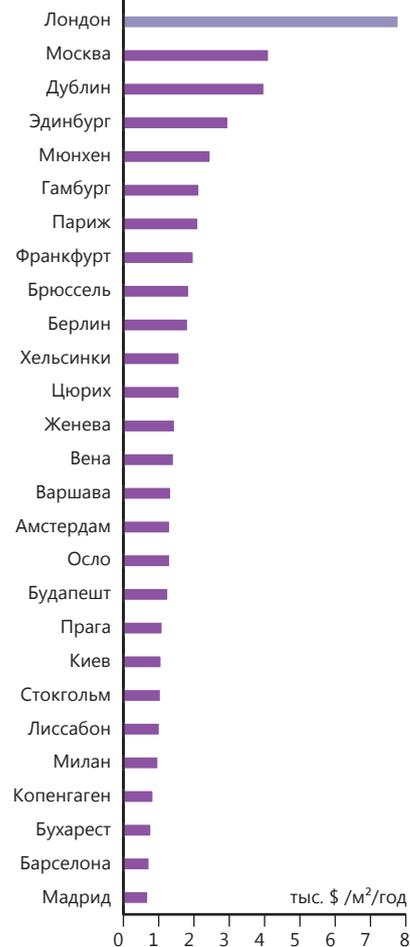
На протяжении 2013 г. коммерческие условия оставались относительно стабильными. Собственники некоторых наиболее востре-

бованных объектов корректировали ставки при заключении новых договоров аренды, увеличивая их до 15%. При этом доля вакантных площадей в функционирующих торговых центрах Москвы увеличилась до 3% (2,5% по состоянию на конец 2012 г.).

Отметим, что в наиболее качественных торговых центрах вакантные помещения отсутствуют вовсе, в таких объектах формируются списки операторов, готовых арендовать освободившееся помещение: по нашим оценкам, более 10% московских торговых центров имеют значительные «листы ожидания».

При открытии торговый центр зачастую заполнен арендаторами лишь на 40–50%. Это связано с тем, что торговые операторы стремятся максимально оптимизировать свои затраты и, прежде чем арендовать помещение в торговом центре, хотя бы удостовериться в том, что он будет успешен.

Ставки аренды в наиболее успешных торговых центрах европейских городов



Источник: Knight Frank Research, 2014

Как правило, функционировать в нормальном режиме новый торговый центр начинает через год после открытия. А к трем годам работы он достигает максимального уровня эффективности.

Основные коммерческие условия и показатели функционирования торговых центров регионального формата, 2013 г. (% от максимума)

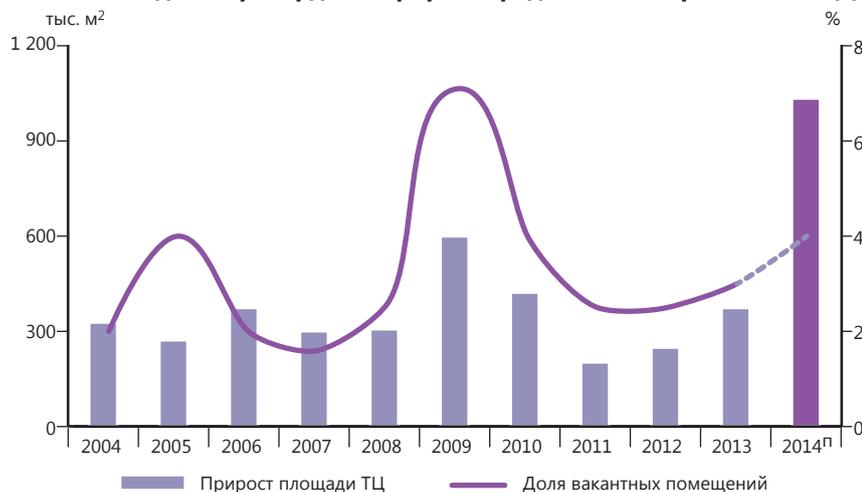
Показатель	Период после открытия ТЦ					
	3 месяца	6 месяцев	1 год	3 года	3–7 лет	Более 7 лет
Базовая арендная ставка*	50–70%	70–100%	100%	100%	100%	100%
Доля с оборота	100%	100%	100%	100%	100%	100%
ОРЕХ	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Посещаемость	50–60%	60–70%	95–100%	100%	100%	100%
Доля вакантных помещений**	15–17%	10–15%	7–10%	1,5–3%	3–4%	5–6%

* Ставка дисконтируется до момента открытия в торговом центре 70–80% арендаторов (по занимаемой площади)
 ** % не сданных в аренду площадей
 Источник: Knight Frank Research, 2014

Наиболее значимые торговые объекты, планируемые к вводу в эксплуатацию в 2014 г.

Название	Адрес	Площадь, м ²	
		Общая (ГВА)	Арендопригодная (GLA)
Авиапарк	Хорошевское ш., вл. 38А	300 000	231 000
Вегас Крокус Сити	66 км МКАД	295 000	105 000
Columbus	Варшавское ш., вл. 140	277 000	140 000
Кунцево-плаза	Ярцевская ул., д. 19	212 000	64 000
Бутово МОЛЛ	пересечение Остафьевской ул. и Чечерского пр-да	143 000	65 000
Мозаика	7-я Кожуховская ул., вл. 3А	134 000	68 000
Весна!	пересечение МКАД и Алтуфьевского ш.	126 000	56 000
ТРЦ на Рязанском пр-те	Рязанский пр-т, вл. 20	95 700	30 000
Реутов Парк	г. Реутов, Носовихинское ш., д. 45	90 000	41 000
Водный	Головинское ш., вл. 5	48 500	32 500
Ясенево	Новоясеневский пр-т, вл. 7	40 000	17 000
Evolution Tower	ММДЦ Москва-Сити, уч. 2-3	36 000	21 000
ТЦ на Поречной	Поречная ул., д. 10	35 000	н/д
ТЦ в составе культурно-делового центра «Ханой-Москва»	пересечение МКАД и Ярославского ш.	31 500	н/д

Источник: Knight Frank Research, 2014

В 2014 г. ожидается рекордный прирост предложения торговых площадей


Источник: Knight Frank Research, 2014

Прогноз

К вводу в эксплуатацию в 2014 г. в московском регионе заявлены 23 торговых центра общей площадью 2,04 млн м² (GLA – 1,02 млн м²). На этапе проектирования находятся еще более 30 объектов.

В сложившейся на столичном рынке торговой недвижимости ситуации возрастающей конкуренции мы ожидаем увеличения количества объектов, собственники которых могут задуматься о необходимости проведения редевелопмента той или иной степени. Это касается как объектов советского наследия (универмаги,

торговые дома), так и торговых центров, построенных на самом раннем этапе развития рынка торговой недвижимости столицы. Уже сейчас мы наблюдаем редевелопмент некоторых из них. Например, сеть торговых центров «Мега» проводит обновление своих первых моллов, а компания ООО «ЭНКА ТЦ» реализует комплексную реновацию территории, на которой был расположен самый первый профессиональный торговый объект – ТЦ «Рамстор Капитолий».

Мы ожидаем, что в 2014 г. сохранятся высокие темпы выхода международных операторов на московский рынок; этому,



в частности, будет способствовать открытие крупнейших торговых комплексов. Многие крупные сети выбирают для представления своего бренда на новом рынке именно такие объекты.

Одновременная сдача в аренду нескольких знаковых для московского рынка торговых центров дает торговым операторам простор для развития: они имеют возможность выбора помещений, максимально отвечающих их интересам.

В то же время столь значительный прирост предложения повлечет за собой увеличение доли вакантных помещений, которая к 2015 г. может достигнуть 7%.

Европа

Австрия
Бельгия
Великобритания
Германия
Ирландия
Испания
Италия
Монако
Нидерланды
Польша
Португалия
Россия
Румыния
Украина
Франция
Чешская республика
Швейцария

Африка

Ботсвана
Замбия
Зимбабве
Кения
Малави
Нигерия
Танзания
Уганда
Южная Африка

Ближний Восток

Бахрейн
ОАЭ

Азия и Тихоокеанский регион

Австралия
Вьетнам
Индия
Индонезия
Камбоджа
Китай
Малайзия
Новая Зеландия
Сингапур
Тайланд
Южная Корея

Америка и Канада

Бермудские острова
Канада
Карибские острова
США

Офисная недвижимость**Константин Лосюков**

Директор
konstantin.losiukov@ru.knightfrank.com

Складская недвижимость**Вячеслав Холопов**

Партнер, Директор, Россия и СНГ
viacheslav.kholopov@ru.knightfrank.com

Торговая недвижимость**Сергей Гипш**

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

Элитная жилая недвижимость**Елена Юргенева**

Директор, Россия и СНГ
elena.yurgeneva@ru.knightfrank.com

Международные инвестиции**Хайко Давидс**

Партнер
heiko.davids@ru.knightfrank.com

Инвестиции и продажи**Евгений Семенов**

Партнер, Директор, Россия и СНГ
evgeniy.semyonov@ru.knightfrank.com

Развитие бизнеса**Андрей Петров**

Партнер
andrey.petrov@ru.knightfrank.com

Стратегический консалтинг**Константин Романов**

Партнер, Директор, Россия и СНГ
konstantin.romanov@ru.knightfrank.com

Оценка недвижимости**Ольга Кочетова**

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

Управление недвижимостью**Дмитрий Атопшев**

Партнер, Директор
dmitry.atopshev@ru.knightfrank.com

Управление проектами**Андрей Закревский**

Партнер
andrew.zakrewsky@ru.knightfrank.com

Маркетинг и PR**Мария Данилина**

Директор, Россия и СНГ
maria.danilina@ru.knightfrank.com

Исследования рынка**Ольга Ясько**

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

Санкт-Петербург**Николай Пашков**

Генеральный директор
nikolai.pashkov@ru.knightfrank.com

Основанная в Лондоне более века назад компания Knight Frank является признанным лидером на международном рынке недвижимости. Вместе со своим стратегическим партнером, компанией Newmark, Knight Frank располагает сетью из более чем 370 офисов в 48 странах мира и насчитывает 13 700 специалистов.

Вот уже 117 лет Knight Frank остается символом профессионализма для десятков тысяч клиентов во всем мире. За 17 лет работы в России Knight Frank стала одной из ведущих компаний на рынках офисной, складской, торговой и жилой недвижимости. Только в России нашими услугами воспользовались более 500 крупных российских и международных компаний.

Этот и другие обзоры Knight Frank размещены на сайте www.knightfrank.ru

МОСКВА

115054,
ул. Валовая, д. 26
БЦ Lighthouse

Тел.: +7 (495) 981 0000
Факс: +7 (495) 981 0011

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

191025,
ул. Маяковского, д. 3Б
БЦ Alia Tempora

Тел.: +7 (812) 363 2222
Факс: +7 (812) 363 2223

© Knight Frank 2014