

## Торговые центры, открывшиеся в I квартале 2014 г.

В I квартале 2014 г. в России (за исключением Москвы) было введено в эксплуатацию 10 торговых центров общей площадью около 337,3 тыс. м<sup>2</sup>, что сопоставимо с показателем за аналогичный период 2013 г. (364,2 тыс. м<sup>2</sup>). Это составляет около 12% от всего объема площадей, заявленного к выходу в 2014 г.



\* на карте указаны общие площади объектов

В зависимости от профиля, доля арендных платежей в обороте оператора может варьироваться в диапазоне от 2% до 22%. В различных регионах России соотношение оборота арендаторов одного профиля и суммы, расходуемой на аренду, практически не меняется: например, вне зависимости от стадии развития рынка того или иного города, 11–16% торгового оборота операторов детских товаров отчисляется собственнику торгового объекта.

Профиль	Доля арендных платежей в обороте оператора
Одежда	11–18%
Детские товары	11–16%
Белье	8–14%
Обувь	13–16%
Сумки	18–20%
Спортивные товары	11–13%
Аксессуары	18–22%
Подарки	20–22%
Украшения	7–10%
Красота и здоровье	12–16%
Рестораны	8–15%
Фудкорт	8–10%
Электроника	3–8%
Товары для дома	12–15%
Развлечения	12–15%
Кинотеатр	8–12%
Продукты питания	2–5%

Источник: Knight Frank Research, 2014

## Основные тенденции

Сложившаяся экономическая ситуация (снижение уровня доверия к банкам, высокая волатильность рубля) и изменившаяся политическая обстановка не привели к значительному снижению спроса на торговые помещения со стороны арендаторов, однако существенно замедлили процесс согласования договоров аренды.

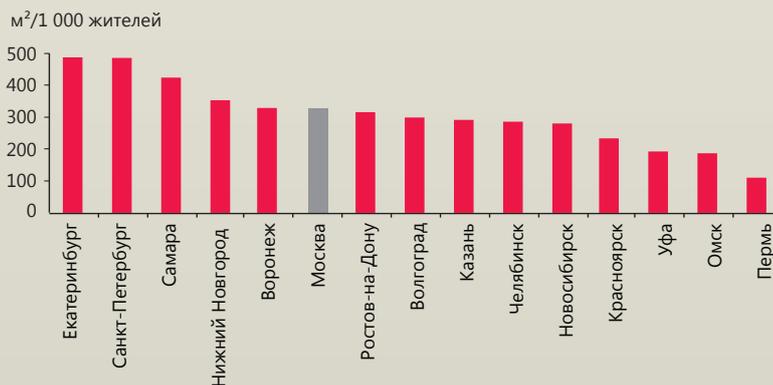
В I квартале 2014 г. коммерческие условия оставались относительно стабильными, а ежегодная индексация договоров аренды проводилась бесконфликтно. Операторы настаивают на фиксации «валютного коридора» в договорах аренды, тогда как собственники торговых объектов предпочитают компенсировать арендаторам рост курса валют косвенными методами (например, отказываются от ежегодной индексации в случае превышения некоего фиксированного курса).

Торговые операторы придерживаются более аккуратной стратегии развития: они выбирают наиболее привлекательные торговые центры с высоким трафиком.

## Ключевые события

- Российская FMCG-компания X5 Retail Group объявила об уходе с рынка Украины (завершается сделка по продаже 13-и магазинов сети «Перекресток»).
- Сразу несколько крупных федеральных операторов (российское представительство Metro Group, «Детский мир», «Обувь России») решили отложить выход на IPO.
- В Санкт-Петербурге началось строительство двух гипермаркетов «Биг бокс» (к 2018 г. планируется открыть 14 гипермаркетов сети).
- Возобновлены переговоры между административными структурами Волгоградской области и шведским концерном IKEA о приобретении участка для строительства ТРЦ.

## Обеспеченность качественными торговыми площадями



Источник: Knight Frank Research, 2014

# I КВАРТАЛ 2014 г. РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

МОСКВА

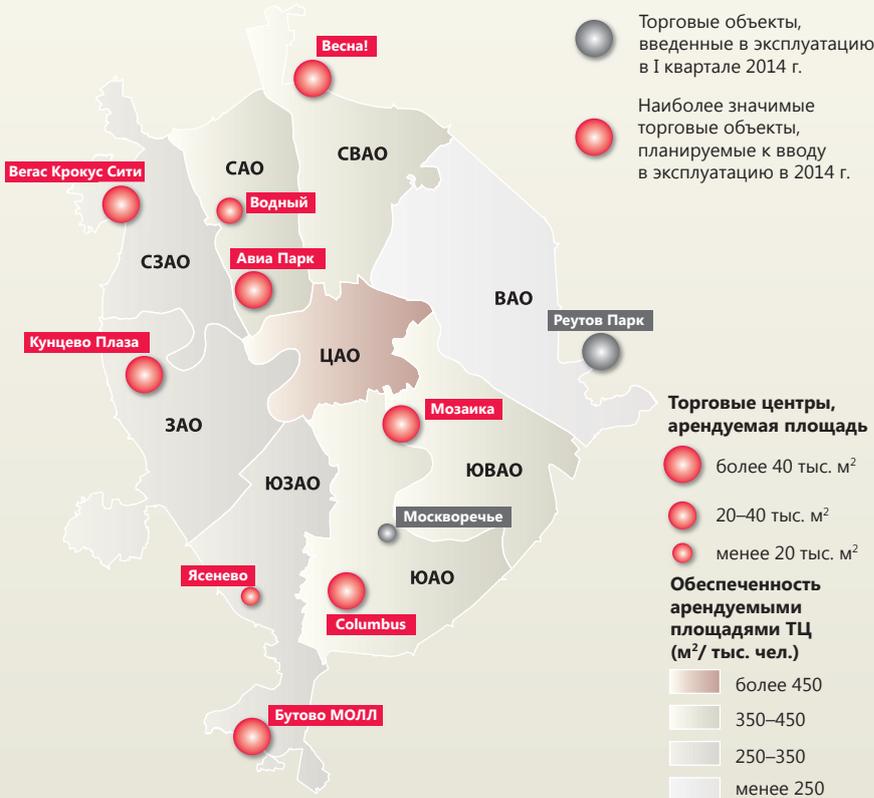


Общий объем предложения площадей в московских торговых центрах в I квартале 2014 г. увеличился на 119,7 тыс. м<sup>2</sup> (GLA – 57,7 тыс. м<sup>2</sup>). Общий объем площадей составил 7,52 млн м<sup>2</sup> (GLA – 4,01 млн м<sup>2</sup>).

К вводу в эксплуатацию до конца 2014 г. заявлено более 20 торговых центров общей площадью 1,92 млн м<sup>2</sup> (GLA – 0,96 млн м<sup>2</sup>). Столь значительный прирост предложения повлечет за собой увеличение доли вакантных помещений, которая к 2015 г. может достигнуть 7%.

## Ключевые события

- Компания AFI Development планирует открыть в Москве крупный центр шоу-румов для производителей и дистрибьюторов – «Галерея шоу-румов Exopolon» (GBA – 110 тыс. м<sup>2</sup>).
- В России откроются первые магазины испанской fashion-сети Lefties.
- Сеть универмагов House of Fraser (Великобритания) планирует развиваться в России.



Источник: Knight Frank Research, 2014

## Коммерческие условия

Во вновь подписываемых арендных договорах торговые операторы стремятся зафиксировать курс валюты или заключать «рублевые» договоры. Хотелось бы отметить, что закупки большинства торговых операторов, сотрудничающих с международными и отечественными брендами, осуществляются в твердой валюте, а значит в ближайшее время вероятнее всего вырастет розничная цена предлагаемых товаров.

На первый взгляд, это может увеличить рублевые доходы девелоперов от сотрудничества с теми операторами, ставка которых привязана к товарообороту. С другой стороны, рост цен на товары, как в предыдущие периоды девальвации, скорее всего, приведет к снижению спроса со стороны потребителя и сокращению товарооборота операторов.

## Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль	Базовая арендная ставка, \$/м <sup>2</sup> /год	Доля, взимаемая с оборота
Гипермаркет (>7 000 м <sup>2</sup> )	100–250	2–4%
Городской гипермаркет (3 000–7 000 м <sup>2</sup> )	150–350	2–4%
Супермаркет (1 500–3 000 м <sup>2</sup> )	250–500	4–6%
DIY (>5 000 м <sup>2</sup> )	200–350	4–6%
Бытовая техника (1 500–3 000 м <sup>2</sup> )	250–500	2,5–5%
Спортивные товары (1 500–2 500 м <sup>2</sup> )	350–1 000	4–5%
Детские товары (1 000–2 500 м <sup>2</sup> )	250–450	9–12%
Операторы галереи профиля «одежда» (50–300 м <sup>2</sup> )	800–2 500	11–16%
Операторы галереи профиля «обувь» (50–300 м <sup>2</sup> )	900–3 000	12–16%
Аксессуары (10–70 м <sup>2</sup> )	2 500–4 500	11–14%
Кинотеатры	150–250	7–11%
Развлекательный центр (100–1 500 м <sup>2</sup> )	220–500	8–12%
Развлекательный центр (2 000–5 000 м <sup>2</sup> )	100–200	4–7%

Источник: Knight Frank Research, 2014

© Knight Frank 2014



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.

МОСКВА  
115054,  
ул. Валовая, д. 26  
БЦ Lighthouse

Телефон: +7 (495) 981 0000  
Факс: +7 (495) 981 0011

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ  
191025,  
ул. Маяковского, д. 3Б  
БЦ Alia Tempora

Телефон: +7 (812) 363 2222  
Факс: +7 (812) 363 2223