



III КВАРТАЛ 2014 ГОДА РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Москва

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- В III квартале 2014 г. состоялось открытие одного объекта – ТЦ «Водный» (GLA – 32,5 тыс. м²). Таким образом, общее предложение площадей в современных торговых центрах увеличилось до 8,29 млн м².
- До конца 2014 г. планируется ввод в эксплуатацию 6 торговых центров общей площадью 834 тыс. м² (GLA – 477 тыс. м²).
- В течение анализируемого периода на развитие сегмента торговой недвижимости оказывали влияние негативные политические и экономические события. В связи с этим многие торговые операторы пересмотрели планы развития на российском рынке.
- Арендные ставки в лучших торговых центрах остаются на прежнем уровне, а в менее удачных проектах девелоперы зачастую вынуждены идти навстречу арендаторам, предоставляя им существенные скидки.

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ



Ольга Ясько,
Директор Департамента
аналитики, Knight
Frank Russia & CIS

«На мой взгляд, в настоящий момент рынок торговой недвижимости развивается по инерции. Хотя ряд торговых операторов уже говорит о снижении товарооборотов, а также приостановке развития. Однозначно можно сказать, что ритейлеры стали менее оптимистичны в своих прогнозах на будущие периоды. Это связано с неопределенностью текущей политико-экономической ситуацией: сейчас не очень понятно, ожидают ли Россию новые санкции и насколько долгосрочны уже введенные. Полагаю, что сильнее всего пострадает сегмент «средний плюс», поскольку в кризисные периоды наибольшую осторожность в финансовых вопросах начинают проявлять именно те, кто составляет целевую аудиторию этого сегмента. В то время как операторы, работающие в более низком ценовом диапазоне, могут, напротив, получить преимущества для развития».

Ключевые события

- В августе 2014 г. президент РФ В. В. Путин подписал Указ «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации», запрещающий ввоз сельскохозяйственной продукции и продовольствия из стран, которые ввели санкции против России. Большинство торговых операторов пересмотрели ассортимент своих магазинов, заменив товары, произведенные в США или странах Евросоюза, отечественными аналога-

Основные показатели. Торговые центры*

Показатель		Динамика
Общее предложение действующих объектов (площадь общая / арендуемая), млн м ²	8,29/4,31	▲
Введено в эксплуатацию в I–III кварталах 2014 г. (площадь общая / арендуемая), тыс. м ²	605/263,5	
Планируется к вводу в 2014 г. (площадь общая / арендуемая), тыс. м ²	834/477	
Доля вакантных площадей, %	4	▲
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	355	▲

* 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

** Ставки для магазинов площадью около 100 м² на первом этаже

Источник: Knight Frank Research, 2014

Торговые центры, введенные в эксплуатацию в 2014 г.

Название	Адрес	Общая площадь (ГВА), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²	Девелопер
I квартал				
Реутов Парк	г. Реутов, Носовихинское ш., д. 45	90 000	41 000	Amma Development
Москворечье	Каширское ш., д. 52	29 750	16 650	«Гарант-Инвест»
II квартал				
Вегас Крокус Сити	66 км МКАД	295 000	105 000	Crocus Group
Весна!	Пересечение МКАД и Алтуфьевского ш.	126 000	56 000	Central Properties и Alto Assets
МЦ	Миклухо-Маклая ул., вл. 36	15 700	12 400	ООО «СЮЗ»
III квартал				
Водный	Головинское ш., вл. 5	48 500	32 500	MR Group

Источник: Knight Frank Research, 2014

ми или продуктами, экспортируемыми из тех стран, на которые не было наложено эмбарго.

- Крупный девелопер IKEA анонсировал планы дальнейшего развития в России: заявлено о реализации торговых центров в подмосковных Мытищах и в Воронеже, а также ведется поиск земельных участков для строительства объектов в городах Саратов, Волгоград, Пермь, Челябинск и Тюмень.
- Среди крупных сделок M&A (слияния и поглощения) можно отметить приобретение группой «Обувь России» компании «Россита», которой принадлежали сети обувных магазинов среднего ценового сегмента «Россита» и Lisette (83 объекта), а также слияние компаний «Техносила» и «Техношок», в результате которого увеличится количество магазинов под брендом «Техносила».
- На завершающей стадии находится сделка по приобретению структурами Сергея Гордеева четырех универмагов, входящих в портфель ОАО «ОТД "Ясенево"» («Ясенево», «Добрынинский», «Белград» и «Молодежный»).

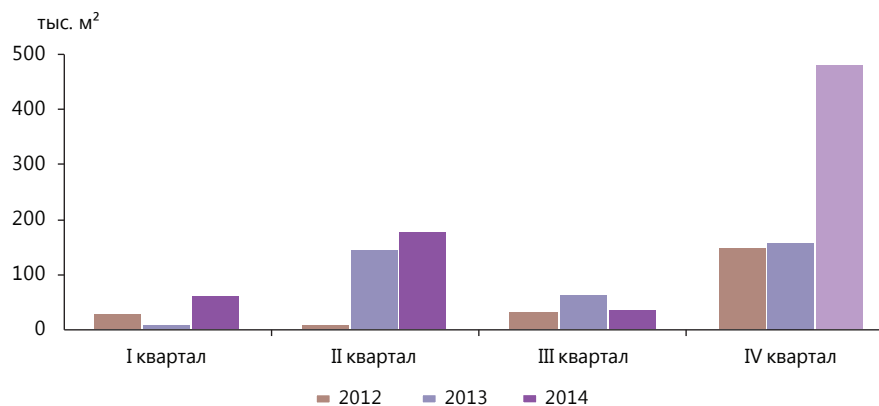
Предложение

В III квартале 2014 г. в эксплуатацию был введен один торговый объект – ТЦ «Водный», общая площадь которого составляет 48,5 тыс. м² (GLA – 32,5 тыс. м²). Кроме того, в сентябре состоялось открытие торгового центра микрорайонного формата «Изумруд» (GBA – 7 тыс. м²), якорным арендатором которого является супермаркет «Магнит», проводящий активную экспансию на московском рынке. В сентябре также начал работать флагманский гипермаркет сети в ТЦ «Ханой-Москва» (ввод в эксплуатацию всего объекта запланирован на октябрь).

Таким образом, за период с начала года были введены в эксплуатацию 6 объектов совокупной площадью 605 тыс. м² (GLA – 263,5 тыс. м²), в результате объем качественных торговых площадей в московских торговых центрах по состоянию на конец сентября достиг 8,29 млн м² (GLA – 4,31 млн м²). Показатель обеспеченности составил 355 м² на 1 000 жителей.

Также можно отметить, что в III квартале состоялось торжественное открытие крупного оптово-розничного комплекса «Лужайка» и оптово-продовольственного центра «Фуд Сити». Несмотря на то,

Динамика ввода торговых площадей в 2013–2014 гг.



Источник: Knight Frank Research, 2014

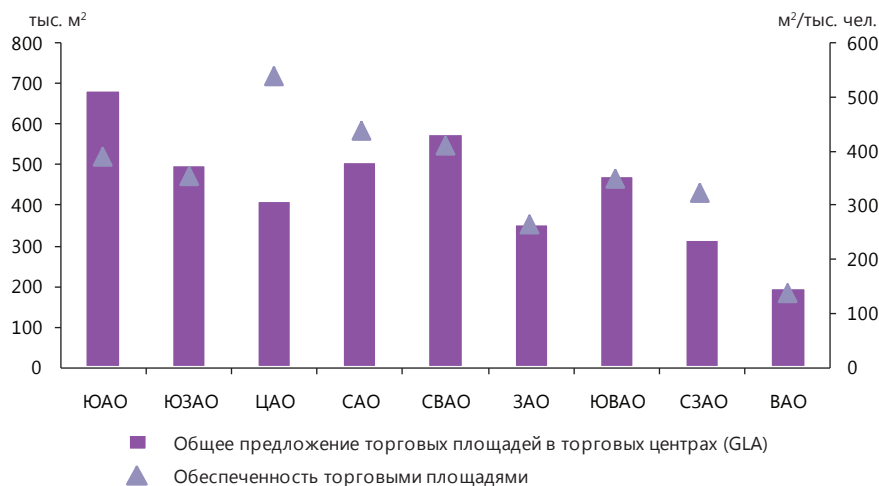
что подобные центры, как правило, не причисляются участниками рынка к качественным торговым объектам, их роль в развитии малого бизнеса и в формировании торгового сектора становится все более важной. В настоящее время в Московском регионе и нескольких городах продолжается реализация крупных проектов подобного формата – МФЦ «Торжок» (Химки), центр шоу-румов Exrolon (Москва), технополис «Новая Тура» (Казань), торгово-логистический центр девелопера «Норд сити молл» в Новосибирске и т. д.

Анализ периодов ввода в эксплуатацию торговых центров позволяет выявить определенные закономерности: наибольший объем нового предложения, как правило, выходит на рынок в последнем квартале года. Например, в предыдущие

годы именно в IV квартале были открыты такие знаковые торговые объекты, как «МЕГА Химки», «Европейский», «Рио на Дмитровке», ТРЦ «Гудзон» и другие. Согласно планам девелоперов, текущий год не станет исключением: ожидается, что на IV квартал придется более 60% годового объема нового предложения.

По итогам III квартала 2014 г. наибольшее количество торговых центров сосредоточено в Южном административном округе столицы (19% от общего числа торговых площадей Москвы), при этом по показателю обеспеченности торговыми площадями уверенно лидирует ЦАО (541 м² на 1 000 человек). Отстающим по-прежнему остается Восточный округ: здесь меньше всего торговых центров (5%) и самый низкий уровень обеспеченности (132 м² на 1 000 человек).

Распределение торговых площадей и уровень обеспеченности торговыми площадями по округам Москвы



Источник: Knight Frank Research, 2014

III КВАРТАЛ 2014 ГОДА РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Москва

Спрос

В III квартале на развитие сегмента торговой недвижимости оказывали влияние негативные политические и экономические события. В связи с этим многие торговые операторы, отмечая коррекцию покупательского спроса и снижение оборотов торговых точек, пересмотрели планы развития на российском рынке. Так, стало известно о сокращении количества магазинов монобрендовой сети Samsung и уходе с рынка сети американских закусовых Wendy's.

Отмечается существенное замедление темпов заполнения арендаторами новых торговых центров: во многих объектах, введенных в эксплуатацию в I–III кварталах 2014 г., продолжают арендные кампании и имеются вакантные помещения для «первичной» сделки. В текущих условиях выигрывают девелоперы, приступившие к брокериджу на ранних этапах реализации девелоперского проекта.

В то же время российский рынок остается привлекательным для международных торговых операторов. Среди сетевых компаний, впервые вышедших на российский рынок, можно отметить американскую сеть Crate&Barrel, специализирующуюся на предметах интерьера (ТРЦ «Афимолл Сити»), турецкий fashion-бренд Pentі (магазин открылся в ТРЦ «МЕГА Химки»), саксонскую часовую мануфактуру A. Lange & Söhne (магазин открылся в Столешниковом переулке), ювелирный магазин испанской сети UNOde50 (ТРЦ «Метрополис») и другие.

Коммерческие условия

В условиях высокой конкуренции на рынке торговые операторы чувствуют себя более свободно в выборе торговых объектов для своих магазинов, рассматривая только лучшие торговые центры столицы с максимальным трафиком. Для них строящиеся объекты зачастую менее привлекательны. В результате такой политики арендные ставки в лучших торговых центрах остаются на прежнем уровне, тогда как в менее удачных проектах при согласовании договоров девелоперы зачастую вынуждены идти навстречу арендаторам, предоставляя им существенные скидки (например, так называемый step-rent – дисконт от базовой арендной ставки на первые годы работы с последующим постепенным повышением), увеличивая сроки арендных каникул и т. д. Также применяется практика учета уровня заполненности объекта для определения величины дисконта. В среднем по рынку ставки аренды снизились на 15–20%. Особенно ярко выражено падение ставок для арендаторов, профилем

Условия аренды в торговых центрах Москвы, III квартал 2014 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)	200–350	2–4
Супермаркет (1 500–3 000 м ²)	250–1 000	4–6
DIY (> 5 000 м ²)	200–350	4–6
Бытовая техника (1 500–3 000 м ²)	250–400	2,5–6
Спортивные товары (1 500–7 000 м ²)	180–300	4–8
Детские товары (1 000–2 500 м ²)	250–400	8–12
Операторы галереи профиля «одежда» (50–300 м ²)	800–2 200	11–16
Операторы галереи профиля «обувь» (50–300 м ²)	900–2 500	12–16
Аксессуары (10–70 м ²)	2 200–4 000	11–14
Кинотеатр	150–250	7–11
Развлекательный центр (100–1 500 м ²)	220–400	8–12
Развлекательный центр (2 000–5 000 м ²)	100–200	4–7

Источник: Knight Frank Research, 2014

деятельности которых является торговля мужской и женской одеждой, обувью, товарами для дома, а также спортивными аксессуарами.

В текущем периоде операционные расходы не изменились, оставшись на прежнем уровне: 80–260 \$/м²/год. Отметим, однако, что в будущем велика вероятность их увеличения в связи с ростом налоговой нагрузки на девелопера.

Прогноз

До конца года планируются к открытию несколько крупных торговых объектов суммарной площадью 834 тыс. м² (GLA – 477 тыс. м²). Среди них – ТЦ «Ханой-Москва», ТРЦ «Авиа Парк» и «Мозаика», ТРК Mari, а также МФК «Кунцево Плаза». При этом прирост объема предложения

за год может составить более 1,4 млн м², что является рекордным показателем для рынка за последние десять лет. Обеспеченность при этом возрастет до 395 м² на 1 000 жителей.

Рынок торговой недвижимости становится все более конкурентным. Поэтому торговые операторы продолжают свое развитие с осторожностью, рассматривая лучшие предложения от девелоперов и анализируя эффективность каждого магазина сети для предотвращения эффекта «каннибализации». При этом наиболее вероятно, что в ближайшем будущем наибольшему негативному влиянию последствий текущей ситуации подвергнутся торговые операторы профилей «одежда и обувь», «развлечения» и «рестораны», в то время как продовольственный и «фаст-фуд» сегменты окажутся в более выигрышном положении.

Наиболее значимые объекты, заявленные к открытию в 2014 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA) / Арендпригодная площадь (GLA), м ²
Авиа Парк	Хорошевское ш., вл. 38а	300 000 / 231 000
Mari	Поречная ул., вл. 10-12	135 000 / 70 000
Мозаика	7-я Кожуховская ул., вл. 3а	134 000 / 68 000
Кунцево Плаза	Ярцевская ул., д. 19	212 000 / 64 000
Ханой-Москва	Ярославское ш., д. 146	39 750 / 31 046
Outlet Village «Белая Дача», II фаза	МО, г. Котельники, Яничкин пр-д, д. 5	13 700

Источник: Knight Frank Research, 2014

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

Элитная жилая недвижимость

Андрей Соловьев
Директор
andrey.solovyev@ru.knightfrank.com

Международные инвестиции

Хайко Давидс
Партнер
heiko.davids@ru.knightfrank.com

Инвестиции и продажи

Алан Балоев
Директор
alan.baloev@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

Изабелла Атоян
Директор, Россия и СНГ
izabella.atoyan@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