

# I ПОЛУГОДИЕ 2015 ГОДА РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Москва



## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

В I полугодии 2015 г. состоялось открытие шести торговых центров общей площадью 778 тыс. м<sup>2</sup> (GLA – 316,4 тыс. м<sup>2</sup>). При этом объем прироста площадей в текущем году на 75% был сформирован объектами, вышедшими на рынок в I квартале 2015 г.

Совокупный объем общих площадей качественных торговых центров столицы составил 9,78 млн м<sup>2</sup>, при этом показатель суммарного предложения арендопригодных площадей преодолел отметку в 5 млн м<sup>2</sup>.

Операторы по-прежнему сосредоточены на оптимизации затратной части бюджета или придерживаются краткосрочных стратегий развития.

Коммерческие условия на рынке торговой недвижимости временно регулируются различными дополнительными соглашениями к основным договорам аренды.



**Ольга Ясько**  
 Директор департамента аналитики,  
 Knight Frank, Россия и СНГ

«На первый взгляд, ситуация имеет тенденцию к ухудшению: объемы нового предложения сокращаются, либо выход нового предложения отодвигается на будущие периоды. Ставки продолжают падать, оборот розничной торговли, а за ним и обороты арендаторов торговых центров также снижаются. И пока неясно, когда наступит стабилизация всех показателей.

Но, с другой стороны, уже понятно, что игроки рынка приспосабливаются к текущей ситуации, учатся рассматривать доводы друг друга и сообща искать пути решения. Причем в поиске компромисса заинтересованы все – от банковских структур до арендаторов. В текущих реалиях невыгодно ставить партнеров в безвыходное положение, потому что понятно: это облегчения не принесет – проблема, скорее, ляжет на плечи того, кто поступил бы подобным образом. Поиск дна продолжается, но без лишней паники. Постепенно приходит понимание, что и на таком рынке можно работать и развиваться».

## РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

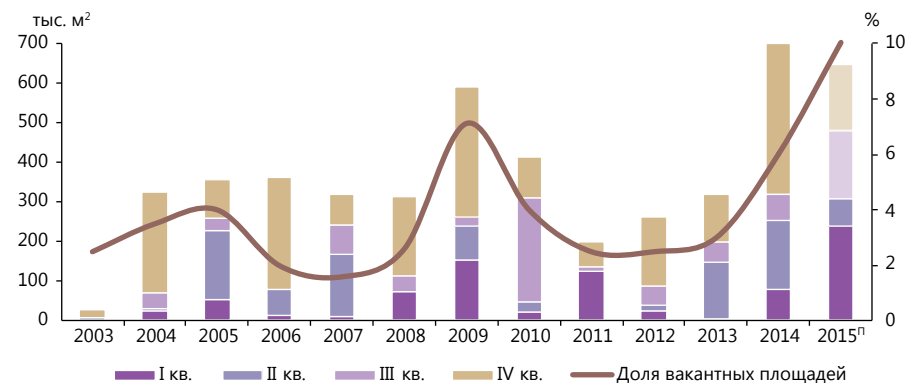
### Основные показатели\*. Динамика

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендуемая), млн м <sup>2</sup>	9,78/5,06 ▲
Введено в эксплуатацию в I–II кварталах 2015 г. (площадь общая/арендуемая), тыс. м <sup>2</sup>	778/316,4
Планируется к вводу в III–IV кварталах 2015 г. (площадь общая/арендуемая), тыс. м <sup>2</sup>	540,5/339,2
Доля вакантных площадей, %	9,1 ▲
Базовые арендные ставки, \$/м <sup>2</sup> /год (без учета операционных расходов и НДС)	
якорные арендаторы	100–400 ▼
арендаторы галереи	200–3 500 ▼
Операционные расходы, \$/м <sup>2</sup> /год	80–260 ▶
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м <sup>2</sup> /1 000 жителей	416,3 ▲

\* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий общей площадью более 5 000 м<sup>2</sup>, объединенных общей концепцией и единым управлением

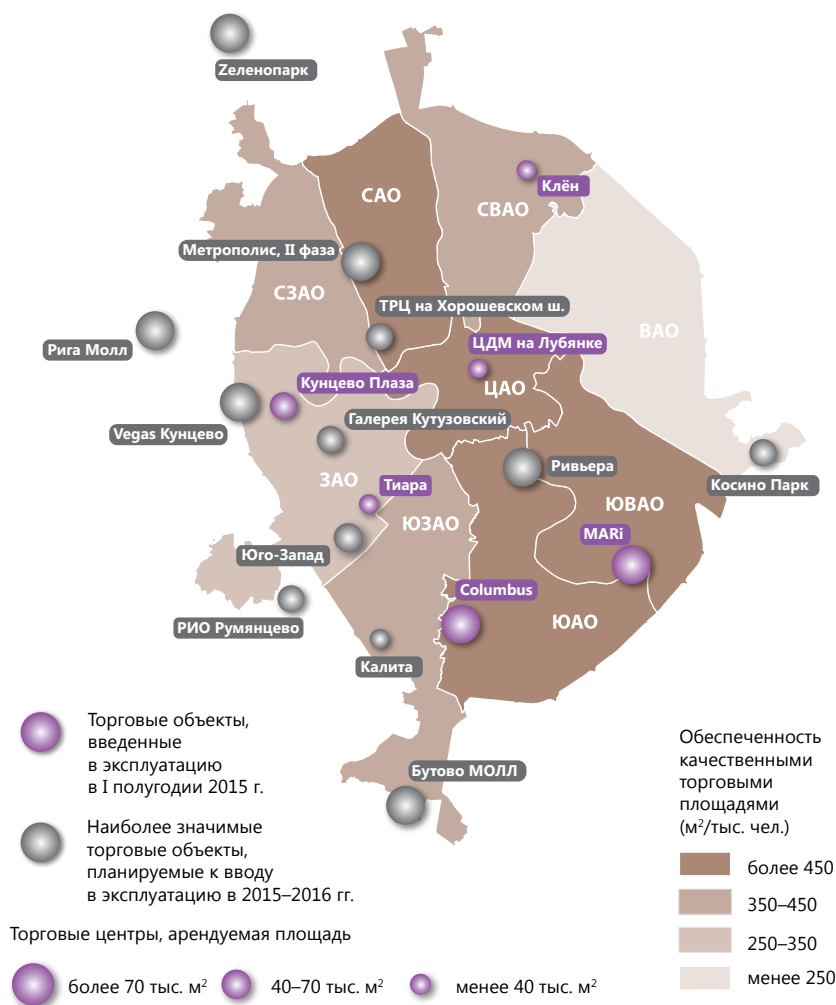
Источник: Knight Frank Research, 2015

### Динамика прироста предложения и изменения уровня вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2015

Торговые центры, открывшиеся в I полугодии 2015 г., и планируемые к вводу в эксплуатацию в 2015–2016 гг.



Источник: Knight Frank Research, 2015

Наиболее значимые торговые центры, введенные в эксплуатацию в I полугодии 2015 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м²	Арендо-пригодная площадь (GLA), м²	Девелопер
<b>I квартал</b>				
Кунцево Плаза	Ярцевская ул., д. 19	245 000	65 000	ГК «ЭНКА»
Columbus	Варшавское ш., вл. 140	277 000	140 000	ООО «МИРС»
ЦДМ на Лубянке	Театральный пр-д, вл. 5	73 000	34 390	ОАО «Галс-Девелопмент»
<b>II квартал</b>				
MARi	Поречная ул., д. 10	135 000	50 000	ФСК «Лидер»
Клён	Староватутинский пр-д, д. 11	33 000	20 000	ЗАО «МНЦЭС-Капстрой»
Тиара	Мичуринский пр-т, д. 27	15 000	7 000	ГК Global

Источник: Knight Frank Research, 2015

## Предложение

В I полугодии 2015 г. было введено в эксплуатацию шесть торговых центров общей площадью 778 тыс. м² (GLA – 316,4 тыс. м²). Рынок демонстрирует очередной рекорд: показатель прироста впервые за всю современную историю существования сегмента торговой недвижимости превысил значение в 300 тыс. м² уже в I полугодии. Можно отметить, что подобные объемы нового предложения, скорее, характерны для II полугодия.

Введенные в эксплуатацию торговые объекты в большинстве случаев функционируют не в полном объеме: в некоторых центрах на момент открытия работает не более 15% магазинов (или не более 10% торговых площадей). Поэтому вышедшие на рынок объекты по-прежнему находятся в стадии активной сдачи в аренду. Так, к концу I полугодия 2015 г. суммарно на рынке экспонируется около 1,4 млн м² торговых площадей в функционирующих торговых центрах и объектах, находящихся на различных этапах строительства. Практика показывает, что подобный объем предложения при благоприятных экономических условиях «поглощается» рынком в течение двух-трех лет.

Крупнейшим объектом, введенным в эксплуатацию во II квартале 2015 г., стал МФК MARi, в составе которого в перспективе будет открыт культурно-спортивный досуговый центр. Также были открыты два торговых объекта районного формата – ТРЦ «Тиара» (Западный административный округ) и ТРЦ «Клён» (Северо-Восточный административный округ). Можно отметить, что все торговые центры, введенные в эксплуатацию в 2015 г. (за исключением «ЦДМ на Лубянке»), а также объекты, открытие которых запланировано на II полугодие 2015 г., находятся в районах, удаленных от центра столицы.

## Спрос

В январе-мае 2015 г. показатель оборота розничной торговли демонстрировал снижение относительно аналогичного периода 2014 г.: согласно данным Росстата, оборот розничной торговли в России составил 10 690,5 млрд руб. – 92,3% относительно показателя предыдущего года (в сопоставимых ценах). Кроме того, можно отметить негативные изменения в структуре розничного товарооборота: в январе-мае 2015 г. доля, прихо-

## Международные операторы, открывшие первые магазины в Москве в I полугодии 2015 г.

№	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Размещение
1	H&M Kid's	Швеция	Товары для детей	ЦДМ на Лубянке
2	Original Marines	Италия	Товары для детей	Columbus
3	Silver Cross	Великобритания	Товары для детей	ЦДМ на Лубянке
4	Brums	Италия	Товары для детей	ЦДМ на Лубянке
5	Nelva	Белоруссия	Одежда	АФИМОЛЛ Сити
6	Tsumori Chisato	Япония	Одежда	Смоленский пассаж
7	Maccheroni	Италия	Общественное питание	АФИМОЛЛ Сити
8	The Bagel Bar	Ирландия	Общественное питание	street retail (Садовническая наб., д. 75)
9	Greene King	Великобритания	Общественное питание	street retail (Мытная ул., д. 7, стр. 1)
10	Heel'n'Tote	Южная Корея	Обувь	Lotte Plaza
11	Rocco P.	Италия	Обувь	ГУМ
12	Rouge Bunny Rouge	Великобритания	Косметика и парфюмерия	street retail (Барыковский пер., д. 6)
13	Serge Lutens	Франция	Косметика и парфюмерия	street retail (Неглинная ул., д. 14а)

Источник: Knight Frank Research, 2015

дящаяся на продовольственные товары, достигла 49,2% (увеличение на 2 п. п. по сравнению с показателем аналогичного периода 2014 г.). Увеличение доли продовольственных и, соответственно, сокращение доли непродовольственных товаров в структуре розничного товарооборота свидетельствуют о снижении благосостояния конечных потребителей.

Среди положительных изменений можно указать рост индекса потребительской уверенности: по данным Росстата, индекс, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, во II квартале 2015 г. вырос на 9 п. п. (-23%) по сравнению с I кварталом. Отыграть часть падения показателя позволило укрепление национальной валюты и адаптация к «режиму контрсанкций», однако показатель все еще остается неустойчивым. Напомним, что минимальное значение этого индекса зафиксировано в I квартале 2009 г. (-35%).

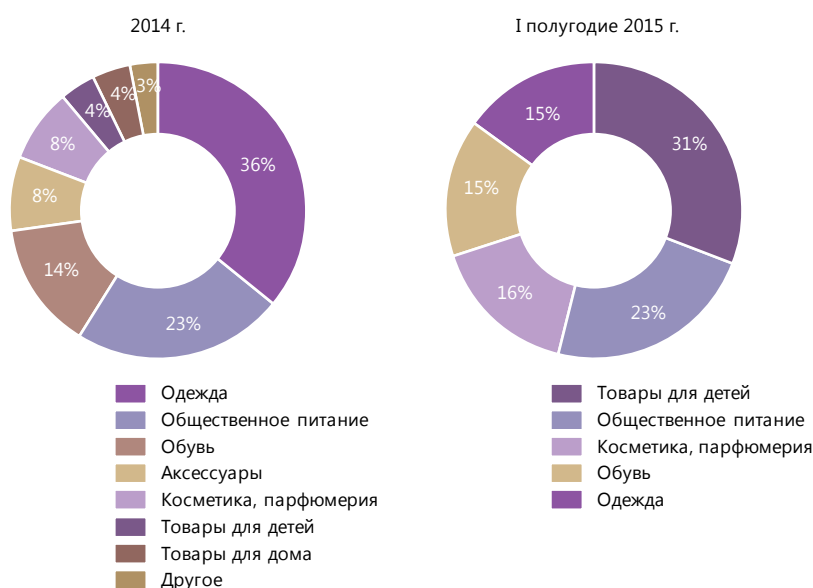
Принимая во внимание неблагоприятные макроэкономические и политические факторы, многие торговые операторы по-прежнему придерживаются осторожных планов развития на российском рынке. На протяжении шести месяцев мы отмечаем стабильно низкий уровень спроса на торговые площади. Показатель доли вакантных площадей растет по мере ввода в эксплуатацию полупустых торговых центров: доля свободных площадей в функционирующих объектах Москвы за полугодие увеличилась на 3,1 п. п., достигнув 9,1%.

Можно отметить, что с момента усугубления политико-экономической ситуации, то есть в течение полутора лет, показатель доли вакантных площадей в среднем ежеквартально увеличивался на 1%. При этом эксперты компании Knight Frank фиксируют разную долю свободных площадей в торговых объектах с разными датами ввода в эксплуатацию. Так, сегодня для объектов, открывшихся до 2013 г.,

значение показателя составляет около 6%, в то время как в торговых центрах, достроенных в 2013–2014 гг., «незанятым» оказывается каждый 5-й квадратный метр. В объектах 2015 г. доля вакантных площадей может достигать 70–80%.

Низкий спрос на торговые площади приводит к тому, что во время арендной кампании торговых центров Москвы в проекты все чаще привлекаются операторы

## Структура распределения вышедших на рынок Москвы международных операторов по профилю



Источник: Knight Frank Research, 2015

региональных рынков, которые заинтересованы в масштабировании собственной розничной сети, международные игроки, преимущественно развивавшиеся на региональных рынках (Nevel, Brums, CAVIO), а также бренды, которые некоторое время не увеличивали количество магазинов сети (так, спустя 4 года был открыт второй магазин On&On, спустя 6 лет после открытия ресторана легендарной сети Nobu в Москве открылось второе заведение в ТЦ «Крокус Сити Молл», второй монобрендовый бутик голландской мебельной фабрики EICHHOLTZ появился в ТРЦ «АФИМОЛЛ Сити» и т. д.). В целом привлечение в торговые центры малоизвестных операторов является положительной тенденцией, поскольку позволяет разнообразить состав арендаторов торговых объектов Москвы.

Если говорить о выходе на рынок новых международных операторов, то в I полугодии 2015 г. в России открылись магазины 14 брендов. Некоторые операторы, например германская сеть кафе OLIVA, французские fashion-бренды Pimkie и Saint James, итальянская сеть Original

Marines (детская одежда), начали свое развитие с региональных городов. На столичном рынке флагманскими стали магазины 13 операторов (в том числе и пришедшие на столичный рынок из региональных городов), таких как H&M Kid's (Швеция, детская одежда), Maccheroni (Италия, общественное питание), Serge Lutens (Франция, нишевая парфюмерия), Tsumori Chisato (Япония, одежда), Silver Cross (Великобритания, аксессуары и мебель для детей) и другие. Необходимо отметить, что по-прежнему значительное количество новых операторов выбирают для открытия первого магазина помещения формата street retail: в 2014 г. для премьеры бренда в России около 25% международных сетей выбрали помещения street retail, в I полугодии 2015 г. – треть новых операторов.

Среди международных брендов, заявивших о выходе на российский рынок, можно выделить Superdry, Seiko, F&F и другие. Предпосылок для резкого повышения интереса к российскому рынку со стороны международных операторов пока нет.

## Коммерческие условия

Можно отметить, что для текущего периода развития рынка торговой недвижимости характерно формирование новых аспектов сотрудничества между участниками девелоперского процесса. Коммерческие условия, указанные в долгосрочных договорах аренды, подписанных до 2014 г., продолжают пересматриваться и корректироваться с помощью различных дополнительных соглашений: как правило, арендаторам либо предоставляется дисконт по долларовой ставке аренды, либо фиксируется курс валюты договора, либо арендный платеж приравнивается к показателю товарооборота.

Если говорить о новых договорах аренды, заключаемых в 2014–2015 гг., то в большинстве случаев в них указываются различные схемы расчета арендного платежа в зависимости от показателя товарооборота арендатора. При этом внедряется практика авансовых выплат: в счет предстоящих платежей арендатор

### Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль	Диапазон базовых арендных ставок, \$/м <sup>2</sup> /год,		Изменение среднего показателя за I полугодие 2015 г.	Доля арендных платежей в обороте операторов
	на конец 2014 г.	на конец I полугодия 2015 г.		
Гипермаркет (>7 000м <sup>2</sup> )	100–250	100–250	0%	2–4%
Городской гипермаркет (3 000–7 000 м <sup>2</sup> )	200–350	150–350	0%	2–5%
Супермаркет (1 500–3 000 м <sup>2</sup> )	250–500	250–600	0%	5–7%
DIY (>5 000 м <sup>2</sup> )	200–350	120–300	-5%	3–5%
Бытовая техника (1 500–3 000 м <sup>2</sup> )	150–350	120–300	-10%	4–8%
Спортивные товары (1 500–2 500 м <sup>2</sup> )	150–300	100–300	-5%	12–14%
Детские товары (1 000–2 500 м <sup>2</sup> )	200–400	150–350	-7%	8–12%
Операторы галереи профиля «одежда» (50–300 м <sup>2</sup> )	600–2 200	500–1 800	-10%	21–36%
Операторы галереи профиля «обувь» (50–300 м <sup>2</sup> )	900–2 500	500–2 000	-10%	25–30%
Аксессуары / сумки (10–70 м <sup>2</sup> )	2 200–4 000	1 000–3 000	-20%	18–26%
Рестораны (500–1 000 м <sup>2</sup> )	250–800	0–500	-15%	12–14%
Рестораны (250–500 м <sup>2</sup> )	300–1 200	0–600	-12%	12–14%
Кафе / food-court (50–120 м <sup>2</sup> )	1 500–2 300	1 100–2 000	-5%	12–18%
Кафе / food-court (120–180 м <sup>2</sup> )	1 000–1 500	500–1 300	-8%	7–12%
Развлекательный центр (200–1 500 м <sup>2</sup> )	200–400	100–250	-5%	12–16%
Развлекательный центр / Кинотеатр (2 000–5 000 м <sup>2</sup> )	100–200	0–150	-10%	8–14%

Источник: Knight Frank Research, 2015

Наиболее значимые торговые центры, планируемые к вводу в эксплуатацию в 2015 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м <sup>2</sup>	Арендопригодная площадь (GLA), м <sup>2</sup>
Зеленопарк	Ленинградское ш., 17 км от МКАД	140 000	110 000
Косино Парк	Святоозерская ул., вл. 5	90 000	39 000
РИО Румянцево	Киевское ш., 1,5 км от МКАД	70 000	45 000
Юго-Запад	пересечение Вернадского пр-та и Покрышкина ул.	70 000	40 000

Источник: Knight Frank Research, 2015

ежемесячно отчисляет денежную сумму, которая определяется на основе предварительных показателей продаж и уточняется по итогам расчетного периода. В том случае, если аванс превышает уточненную сумму арендного платежа, разница засчитывается в счет будущих отчислений за аренду.

Также следует указать, что в договорах аренды некоторых объектов за арендатором закрепляется право (так называемое «зеркальное право») на внесудебный отказ от договора, не связанный с нарушениями обязательств со стороны арендодателя. При этом собственники некоторых объектов готовы согласовать выход арендатора из проекта в одностороннем порядке без штрафных последствий.

Примечательно, что в качественных торговых объектах появляются арендаторы, сотрудничающие на основании краткосрочных договоров аренды: так, например, различные ассоциации fashion-дизайнеров интересуются освободившимися помещениями с чистой отделкой предыдущего арендатора. Подобные арендаторы не тратят значи-

тельных средств на отделку (интерьер магазина в стиле минимализм) и готовы сотрудничать исключительно по схеме «ставка аренды = % от товарооборота». Собственники торговых помещений в целях сокращения вакантных площадей и повышения дохода от аренды готовы работать с арендаторами «экспериментальных» концепций.

Немаловажным представляется и тот факт, что некоторые банковские и инвестиционные структуры в качестве обоснования доходной части бюджета торгового объекта начали принимать во внимание расчеты на основе товарооборота потенциальных арендаторов. Это значительно упрощает процедуру защиты проекта на кредитном комитете банка и получение проектного финансирования.

В среднем по рынку ставки аренды, номинированные в иностранной валюте, снизились по сравнению с началом 2014 г. на 20–30%. Интересно и то, что сейчас обсуждается рублевая ставка, которая включает в себя не только базовую ставку аренды, но также НДС и операционные расходы.

## Прогноз

По итогам I полугодия 2015 г. существенно скорректирован прогнозный показатель нового предложения, ожидаемого во II–IV кварталах 2015 г.: на 2016 г. были сдвинуты сроки ввода в эксплуатацию пяти купных торговых центров. Суммарная арендопригодная площадь данных объектов составляет более 350 тыс. м<sup>2</sup>. Таким образом, как и предполагалось экспертами компании Knight Frank, на будущие периоды было перенесено около 35% площадей, изначально заявленных к вводу в эксплуатацию в 2015 г.

До конца текущего года состоится открытие 9 объектов общей площадью более 540 тыс. м<sup>2</sup> (GLA – 339 тыс. м<sup>2</sup>). Среди них такие крупные торговые центры, как ТРЦ «Зеленопарк» (GLA – 110 тыс. м<sup>2</sup>), ТРЦ «РИО Румянцево» (GLA – 45 тыс. м<sup>2</sup>), «Косино Парк» (GLA – 39 тыс. м<sup>2</sup>) и другие.

При условии, что торговые объекты, открывающиеся во II полугодии 2015 г., будут заполнены на 50%, средний уровень вакантных площадей на московском рынке не превысит 12%. Однако в случае ухудшения макроэкономических показателей ситуация может измениться.



© Knight Frank LLP 2015 - 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

**Сергей Гипш**

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

+7 (495) 981 0000