

ОБЗОР



III КВАРТАЛ 2015 ГОДА РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Москва



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

В I–III кварталах 2015 г. состоялось открытие 7 торговых центров общей площадью 848 тыс. м² (GLA – 361,4 тыс. м²). Совокупный объем общих площадей качественных торговых центров столицы составил 9,85 млн м² (GLA – 5,1 млн м²).

С начала 2015 г. 36 международных сетевых операторов открыли свои первые заведения или магазины в России, 20 из них – в III квартале 2015 г.

В IV квартале 2015 г. будет открыто 6 крупных торговых центров, арендопригодная площадь которых составит 230,6 тыс. м² (GBA – 379,8 тыс. м²).



Ольга Ясько

Директор департамента аналитики,
Knight Frank, Россия и СНГ

«Объем свободных площадей на рынке торговой недвижимости Москвы сейчас весьма значителен особенно с учетом ситуации со спросом. При этом важно отметить, что 10% вакантных площадей сегодня и аналогичное значение показателя прошлых лет в абсолютных цифрах существенно отличаются. Так, если предыдущий рекорд в 7% в 2009 г. давал около 200 тыс. м² свободных площадей, то текущие 10% – это около 500 тыс. м².

Однако повода для паники нет: сейчас и состав арендаторов, присутствующих на рынке, значительно шире, и участники рынка, знающие, что такое «кризисный период», стали более опытными. Поэтому качественные объекты (как вышедшие на рынок в последнее время, так и функционировавшие ранее), собственники которых будут вести правильную арендную политику в отношении арендаторов, постепенно снизят уровень вакантных площадей».

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

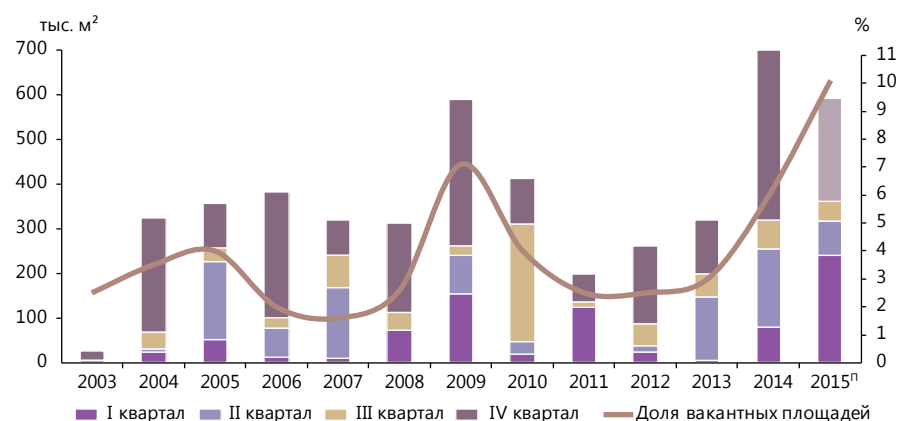
Основные показатели. Торговые центры*. Динамика

Общее предложение действующих объектов (площадь общая / арендуемая), млн м ²	9,85 / 5,1 ▲
Введено в эксплуатацию в I–III кварталах 2015 г. (площадь общая / арендуемая), тыс. м ²	848 / 361,4
Планируется к вводу в IV квартале 2015 г. (площадь общая / арендуемая), тыс. м ²	379,8 / 230,6
Доля вакантных площадей, %	10,1 ▲
Базовые арендные ставки, \$/м ² /год (без учета операционных расходов и НДС)	
якорные арендаторы	100–400 ▼
арендаторы галереи	200–3 500 ▼
Операционные расходы, \$/м ² /год	80–350 ▶
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	418,3 ▲

* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий общей площадью более 5 000 м², объединенных общей концепцией и единым управлением.

Источник: Knight Frank Research, 2015

Динамика прироста предложения и доли вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2015

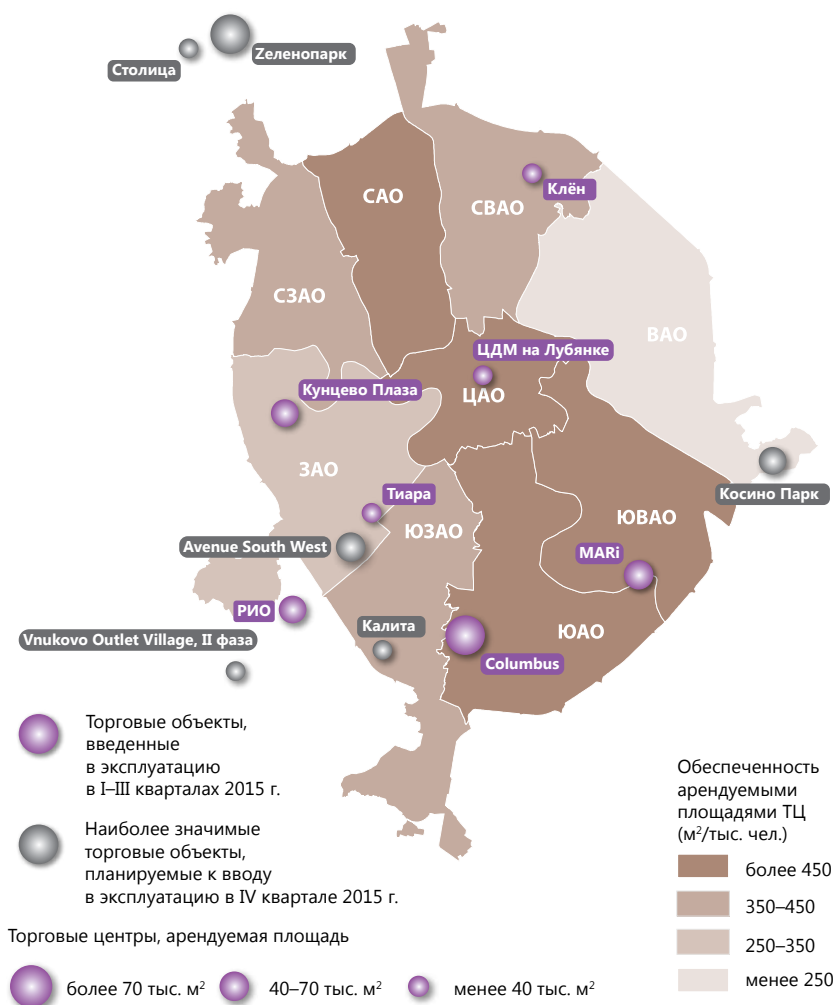
Предложение

В III квартале 2015 г. был введен в эксплуатацию один торговый центр – «РИО» на Киевском шоссе, в середине сентября в его составе был открыт гипермаркет сети «Лента» (8 275 м²).

Таким образом, в 2015 г. состоялось открытие семи торговых центров общей площадью 848 тыс. м² (GLA – 361,4 тыс. м²). Совокупный объем общих площадей качественных торговых центров столицы составил 9,85 млн м², при этом показатель суммарного предложения арендопригодных площадей достиг 5,1 млн м².

Тенденция децентрализации рынка торговой недвижимости, наметившаяся несколько лет назад, отчетливо прослеживается на примере объектов, выходящих на рынок в 2015 г. Следует отметить, что практически все открывшиеся, а также все планируемые к открытию торговые центры находятся в районах, значительно удаленных от центра Москвы. Единственным торговым центром, открытым в 2015 г. в пределах Третьего транспортного кольца, стал «Центральный Детский Магазин на Лубянке». До этого последним торговым объектом, открывшимся в ЦАО, являлась Торговая галерея «Модный Сезон» (2012 г.).

Торговые центры, открывшиеся в I–III кварталах 2015 г. и планируемые к вводу в эксплуатацию в IV квартале 2015 г.

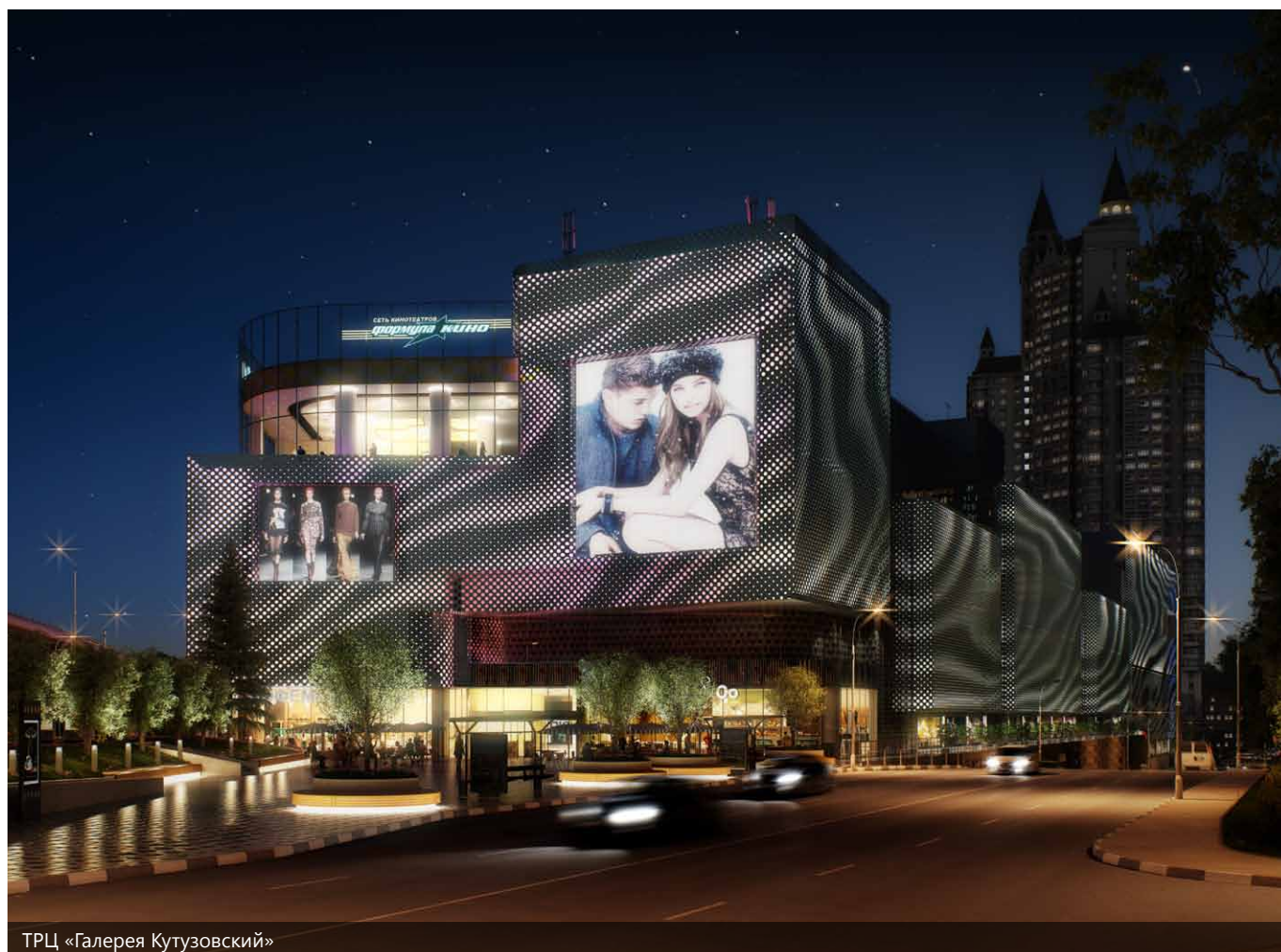


Источник: Knight Frank Research, 2015

Наиболее значимые торговые центры, введенные в эксплуатацию в I–III кварталах 2015 г.

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²	Девелопер
I квартал				
Columbus	Варшавское ш., вл. 140	277 000	140 000	ООО «МИРС»
Кунцево Плаза	Ярцевская ул., д. 19	245 000	65 000	ГК «ЭНКА»
ЦДМ на Лубянке	Театральный пр-д, вл. 5	73 000	34 390	ОАО «Галс-Девелопмент»
II квартал				
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
III квартал				
РИО на Киевском ш.	Киевское ш., 1,5 км от МКАД	70 000	45 000	ГК «Ташир»

Источник: Knight Frank Research, 2015



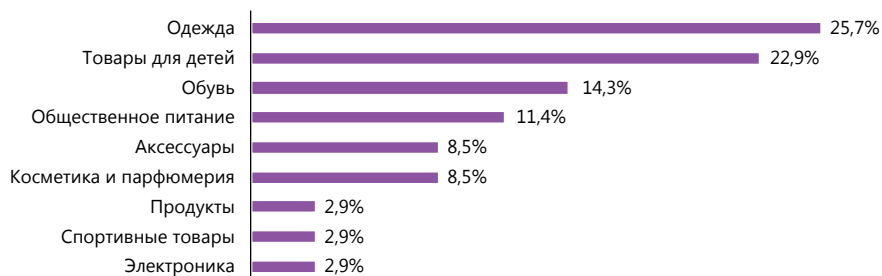
ТРЦ «Галерея Кутузовский»

Спрос

На фоне негативного влияния политических и макроэкономических факторов торговые операторы придерживаются аккуратной политики при выборе точки размещения объекта: рассматривают лучшие площадки в наиболее посещаемых торговых центрах.

В то же время следует отметить, что вопреки негативным прогнозам количество новых зарубежных брендов, выходящих на российский рынок, в 2015 г. не уменьшилось: международные сетевые операторы, ранее не представленные в России, продолжают открывать свои первые магазины. Активность иностранных компаний обусловлена более привлекательными, чем год назад, коммерческими условиями: ставки аренды за год снизились на 20–40% (в зависимости от качества объекта), большинство ТЦ перешли на арендные платежи, рассчитываемые в зависимости от товарооборота. Кроме этого, высокий уровень

Структура распределения вышедших в I–III кварталах 2015 г. на рынок Москвы международных операторов по профилю



Источник: Knight Frank Research, 2015

вакантных торговых площадей предоставляет возможность выбора наиболее удачной локации для старта. Можно отметить, что благоприятные условия для экспансии международных марок также создаются в результате активности девелоперов, консультантов и управляющих компаний, которые стараются сделать проекты максимально интересными и охотно сотрудничают с новыми сетевыми компаниями.

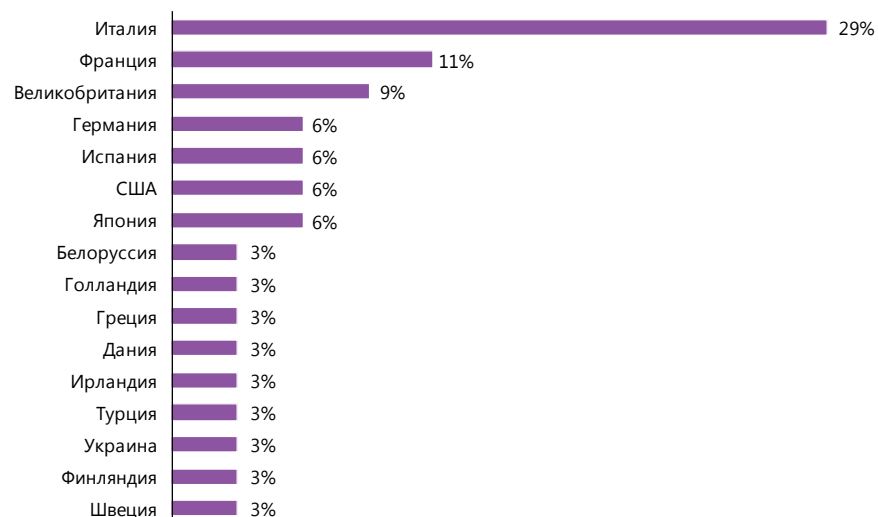
Сначала 2015 г. 36 международных сетевых операторов открыли свои первые заведения или магазины в России, 20 из них – в III квартале 2015 г. Пять сетевых компаний начали свое развитие с региональных рынков: первый магазин американского бренда Lichi открылся в Новосибирске, сеть кафе OLIVA (Германия), парфюмерные магазины Болгария Beauty (Болгария) и французская марка одежды Primkie стартовали на рынке Санкт-Петербурга,

Международные операторы, вышедшие на российский рынок в III квартале 2015 г.

	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Локация	Ценовой сегмент
1.	Apple Shop	США	Электроника	ЦУМ	Выше среднего
2.	Bimbus	Италия	Товары для детей	ЦДМ на Лубянке	Средний
3.	Bruuns Bazaar	Дания	Одежда	Кунцево Плаза	Выше среднего
4.	Circle of Gentlemen	Голландия	Одежда	Торговая галерея «Модный Сезон»	Премиальный
5.	De Fonseca	Италия	Обувь	Европарк	Средний
6.	DOMINO EIGHT	Украина	Одежда	Street retail. Неглинная ул.	Премиальный
7.	Fazer Baker's Market	Финляндия	Продукты	Street retail. Новый Арбат	Средний
8.	Lichi	США	Обувь	Сан Сити (Новосибирск)	Средний
9.	Malo	Италия	Одежда	ГУМ	Премиальный
10.	Reisenthel	Германия	Аксессуары	Дизайн-завод FLACON	Средний
11.	Buff Store	Испания	Аксессуары	Кунцево Плаза	Средний
12.	Seiko	Япония	Аксессуары	Street retail. Никольская ул.	Разные ценовые диапазоны
13.	Soocre'	Греция	Общественное питание	ЦДМ на Лубянке	Средний
14.	Stella Sport	Германия	Спортивные товары	Торговая галерея «Модный Сезон»	Выше среднего
15.	ULRIC DE VARENS	Франция	Косметика и парфюмерия	Гагаринский	Средний
16.	Wonders	Испания	Обувь	Атриум	Средний
17.	DeFacto	Турция	Одежда	МЕГА Тёплый Стан	Средний
18.	Mafrat	Италия	Товары для детей	ЦДМ на Лубянке	Премиальный
19.	Rookie	США	Товары для детей	Метрополис	Выше среднего
20.	Atos Lombardini	Италия	Одежда	Авиапарк	Премиальный

Источник: Knight Frank Research, 2015

Структура распределения вышедших в I–III кварталах 2015 г. на рынок Москвы международных операторов по стране происхождения бренда



Источник: Knight Frank Research, 2015

бутики одежды Saint James (Франция) открылись в Тюмени и Твери. В IV квартале 2015 г. мы ожидаем появления магазинов еще как минимум 10 новых брендов, в том числе и открытия всемирно известного edutainment-парка KidZania (в ТРЦ «Авиапарк»).

На рынке столицы в 2015 г. отмечается повышенная активность со стороны операторов профиля «товары для детей», что в первую очередь связано с открытием качественного специализированного центра «Центральный Детский Магазин на Лубянке», концепция которого смогла привлечь несколько международных компаний. Так, с начала года в Москву пришло 8 новых детских брендов – Bimbus, Brums, H&M Kid's, Orchestra (ТРЦ «Гагаринский»), Original Marines, Silver Cross, Mafrat и Rookie (ТРЦ «Метрополис»).

Коммерческие условия

Арендаторы и девелоперы торговых центров в конструктивном ключе продолжают поиск сбалансированных и выгодных всем участникам сделки условий сотрудничества. Фактически в текущих условиях арендную ставку можно назвать «плавающей», поскольку она зависит от нескольких «переменных» значений. Например, арендный платеж может зависеть от объемов продаж арендатора (% от товарооборота, который оплачивает арендатор, устанавливается в зависимости от профиля, площади, расположения магазина в торговом центре).

Также в договоре могут быть зафиксированы нижняя и верхняя (реже) границы платежа за аренду помещения. В том случае, если по итогам расчетного периода арендный платеж, зависящий от товарооборота, оказывается меньше или больше фиксированной границы, которая номинируется в рублях или условных единицах, стороны рассчитываются по схеме «арендный платеж=верхняя/нижняя граница диапазона».

В том случае, если ставка аренды номинирована в условных единицах, арендаторы стараются зафиксировать курс (как правило, на уровне 50–60 руб./у. е.). В большинстве случаев собственники идут на подобные условия.



ТРЦ «Полежаевская»

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль	Диапазон базовых арендных ставок, \$/м²/год, по итогам 2014 г.	Диапазон базовых арендных ставок, \$/м²/год, по итогам III квартала 2015 г.	Доля арендных платежей в обороте операторов, %
Гипермаркет (> 7 000 м²)	100–250	9 000–19 000 руб./м²/год	2–4
Городской гипермаркет (3 000–7 000 м²)	200–350	150–350	2–5
Супермаркет (1 500–3 000 м²)	250–500	200–500	5–7
Бытовая техника (1 500–3 000 м²)	150–350	120–300	4–8
Спортивные товары (1 500–2 500 м²)	150–300	80–300	12–14
Детские товары (1 000–2 500 м²)	200–400	150–350	8–12
Операторы галереи профиля «одежда» (50–300 м²)	600–2 200	500–1 800	21–30
Операторы галереи профиля «обувь» (50–300 м²)	900–2 500	500–2 000	25–30
Аксессуары, сумки (10–70 м²)	2 200–4 000	1 000–3 000	18–26
Рестораны (500–1 000 м²)	250–800	0–500	12–14
Рестораны (250–500 м²)	300–1 200	0–600	12–14
Кафе / food-court (50–120 м²)	1 500–2 300	1 100–2 000	12–18
Кафе / food-court (120–180 м²)	1 000–1 500	500–1 300	7–12
Развлекательный центр (200–1 500 м²)	200–400	100–250	12–16
Развлекательный центр / Кинотеатр (2 000–5 000 м²)	100–200	0–150	8–14

Источник: Knight Frank Research, 2015

Кроме того, девелоперы или управляющие компании могут предоставлять арендатору скидки на первый год аренды (в некоторых случаях – на первые 2–3 года аренды). В том случае если ставки аренды подверглись значительному снижению, собственник стремится к заключению краткосрочных договоров аренды либо к тому, чтобы в договоре предусмотреть изменение коммерческих условий через 1–3 года сотрудничества.

Еще одной переменной в расчете ставки аренды может стать показатель доли вакантных площадей в торговом центре. Как правило, если в объекте свободно более 20% площадей, то операторы выплачивают 80% от суммы платежа. Если пустует более 50% площадей, то арендатор вправе выплачивать только 50% от суммы платежа.

Кроме того, можно указать, что многие арендаторы в переговорном процессе стремятся договориться с собственником о ставке аренды, номинированной в национальной валюте. Это характерно для операторов профилей «продуктовый гипермаркет» и DIY.

Прогноз

В IV квартале 2015 г. запланированно открытие 6 крупных торговых центров, арендопригодная площадь которых составит 230,6 тыс. м² (GBA – 379,8 тыс. м²). Среди объектов, ввод в эксплуатацию которых большей долей вероятности состоится до конца 2015 г., можно выделить:

- ТРЦ Avenue South West (GLA – 40 тыс. м²). Торговый центр находится на финальной стадии строительства: облагоустроена прилегающая территория, внутри комплекса ведутся отделочные работы. Можно отметить, что это второй объект компании «Ташир»,

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

Название	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
Зеленопарк	Ленинградское ш., 17 км от МКАД	140 000	110 000
Косино Парк	Святоозерская ул., вл. 5	90 000	39 000
Avenue South West	пересечение пр-та Вернадского и Покрышкина ул.	70 000	40 000
Калита (Ясенево)	Новоясеневский пр-т, вл. 7	47 000	22 000
Vnukovo Outlet Village, II фаза	Киевское ш., 8 км от МКАД	17 800	10 300
Столица	Кутузовское ш., вл. 11, к. 2314Б	≈ 15 000	≈ 9 300

Источник: Knight Frank Research, 2015

открытие которого состоится в 2015 г. Таким образом, по итогам года около 15% объема новых площадей придется на объекты девелопера.

- ТРЦ «Зеленопарк» (GLA – 110 тыс. м²). Девелопером объекта выступает компания Development group 19. В настоящее время в составе торгового центра работает отдельно стоящий гипермаркет Leroy Merlin, а также сезонная площадка садового центра «Дарвин», открывшаяся весной 2015 г. Некоторое время назад сменился будущий якорный арендатор комплекса. Ожидается, что гипермаркет «Ашан» будет открыт в декабре вместе с первой очередью торгового центра.
- ТРЦ «Косино Парк» (GLA – 39 тыс. м²), реализуемый девелопером ГК «ТЭН», также находится на финальной стадии строительства.

- Одним из первых торговых центров, вышедших на рынок в IV квартале 2015 г., может стать ТРЦ «Калита» (GLA – 22 тыс. м²). Ожидается, что торговый центр откроет двери для покупателей уже в октябре.

Согласно предварительным данным, в текущем году прирост объема общих площадей (GBA) качественных торговых объектов составит 1,23 млн м², а арендопригодных (GLA) – более 590 тыс. м², что является неплохим показателем девелоперской активности. В то же время следует отметить, что в совокупности с приостановкой развития многих торговых операторов подобный объем прироста неизбежно повлечет за собой рост доли вакантных площадей.



© 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
KnightFrank.ru