

I ПОЛУГОДИЕ 2019 ГОДА РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Москва



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- ♦ За I полугодие 2019 года предложение торговой недвижимости Москвы увеличилось за счет открытия двух объектов – ТРЦ «Саларис» (GLA – 105 тыс. м2) и ТЦ «Галеон» (GLA – 14 тыс. м2).
- ♦ Продолжается кампания крупных девелоперов по реконцепции существующих торговых центров.
- ♦ Показатель вакантных площадей в торговых центрах столицы за I полугодие незначительно увеличился и составил 7,1%.
- ♦ Снижение активности со стороны новых международных торговых операторов: на рынок России вышло всего 12 новых брендов, за аналогичный период 2018 года – 13 брендов.
- ♦ Ставки аренды на торговые помещения в торговых центрах существенно не изменились и в целом остались на прежнем уровне.



Евгения Хакбердиева
 Директор департамента торговой недвижимости, Knight Frank

«В первом полугодии 2019 года с одной стороны, было открыто и анонсировано не так много новых проектов, но с другой стороны, появляются первые примеры новых форматов и концептов, о которых рынок давно говорит. В апреле состоялось открытие самого крупного торгового центра в составе ТПУ - МФК Саларис. Торжественное открытие центра состоится в конце августа, но уже сейчас мы видим, что проект будет востребован как жителями Новой Москвы, так и транзитным трафиком ТПУ. В конце июня открылся первый городской магазин ИКЕА и с первых минут стало понятно, что у это формата большое будущее. Мы сейчас находимся в самом центре трансформации рынка ритейл и это вселяет оптимизм. Мы с уверенностью смотрим на рынок торговой недвижимости и вместе с нашими клиентами реализуем новые и интересные проекты.»

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

Основные показатели*

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	12,7/6,46
Планируется к вводу в эксплуатацию в 2019 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈616,4/≈275,2
Доля вакантных площадей, %	7,1 (увеличение на 0,1 п. п.)**

Условия аренды в торговых центрах Москвы:

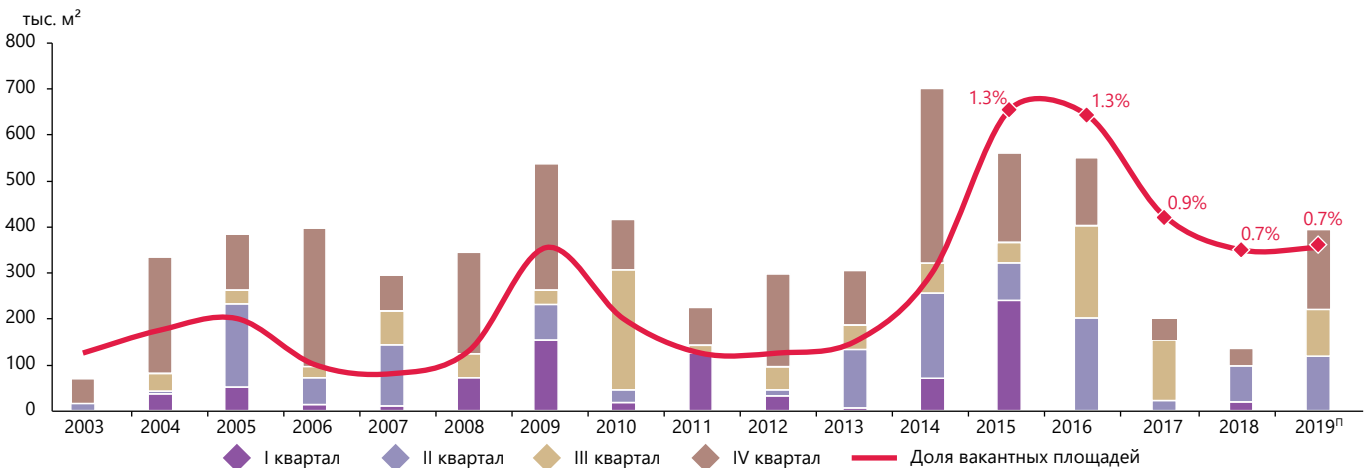
торговая галерея, руб./м ² /год	0–120 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	3 000–20 000
Операционные расходы:	
торговая галерея, руб./м ² /год	6 000–10 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	1 500–3 000

Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м²/1 000 жителей: 512,5

* 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
 ** Изменение по сравнению с показателем за I полугодие 2018 г.

Источник: Knight Frank Research, 2019

Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2019

Предложение

По итогам I полугодия 2019 г. общий объем предложения рынка торговой недвижимости Москвы составил 12,7 млн м² (GLA – 6,46 млн м²). Прирост нового предложения состоялся за счет открытия во втором квартале ТРЦ «Саларис» и ТЦ «Галеон» общей арендопригодной площадью 119 тыс. м².

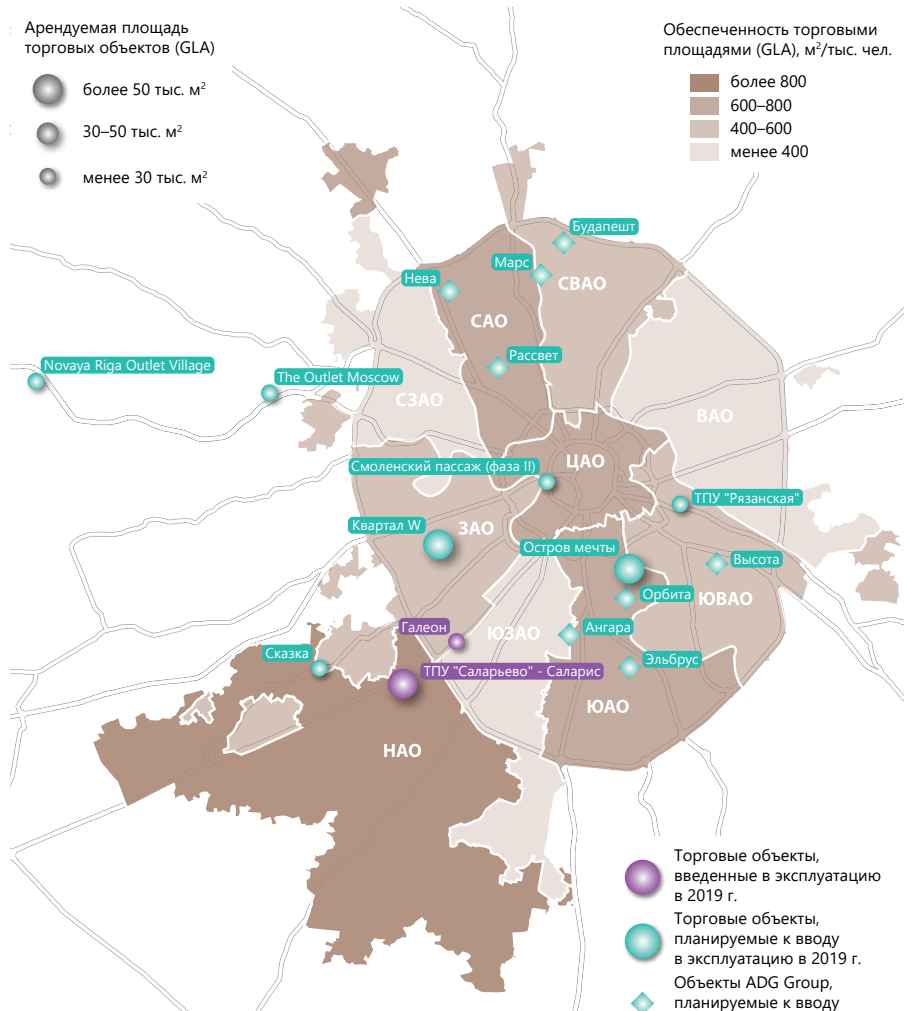
С учетом нового объема показатель обеспеченности жителей Москвы качественными торговыми площадями составил 512,5 м² на 1 000 человек. По данному показателю Москва находится на 5-м месте среди российских городов-миллионников, отставая от Екатеринбурга, Самары, Нижнего Новгорода и Санкт-Петербурга.

В разрезе административных округов «старой Москвы» наиболее обеспеченными являются Центральный, Северный и Южный. Новомосковский округ является лидером по обеспеченности: 1 513 м²/1 000 чел., что обусловлено небольшой численностью населения (259 682 чел.). В перспективе ближайших трех – пяти лет ожидается значительный прирост населения за счет ввода в эксплуатацию большого объема жилья на фоне низкой интенсивности ввода торговых центров и, как следствие, снижение показателя обеспеченности до 750–850 м²/1 000 чел. Наименее обеспечен качественными торговыми площадями Троицкий административный округ с нулевым значением, однако ситуация должна измениться с анонсированным на начало 2020 года открытием торгового центра «Московский» с лаунж-зоной общей площадью 17 тыс. м².

Всего в функционирующих торговых центрах столицы пустует порядка 460 тыс. м². Максимальный объем свободных площадей зафиксирован в Северо-Восточном округе: здесь из 423 тыс. м² торговых площадей вакантно около 45 тыс. м², что составляет 10% от общего объема вакантных площадей столицы. Стоит отметить, что две трети свободных площадей составляет вакансия ТРЦ «Золотой Вавилон Ростокино», проходящего фазы ребрендинга в «Европолис Ростокино» и реконцепции.

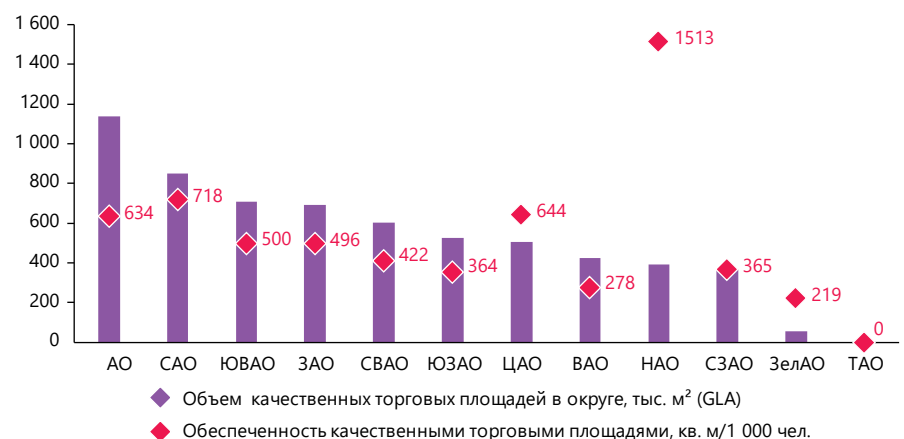
Продолжается кампания крупнейших девелоперов по реновации существующих торговых объектов с целью продления «срока жизни» своих проектов и привлечения новых потребителей: девелопер Grosus Group приступил к реновации в ТРЦ «Vegas Каширское шоссе», ФПК «Гарант-Инвест» проводит реконцепцию ТРЦ «Перово Молл»,

Торговые центры, открывшиеся в 2018 г., и объекты, планируемые к открытию до конца 2019 г.



Источник: Knight Frank Research, 2019

Объем предложения и обеспеченность торговыми площадями по округам Москвы



Источник: Knight Frank Research, 2019

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

приобретенного в декабре 2018 г., ГК «Ташир» до конца года планирует закончить работы по ротации арендаторов в ТРЦ «РИО» на Дмитровском шоссе, Fort Group проводит комплексную реновацию ТРЦ «Золотой Вавилон», заканчивается первый этап реновации московских торговых центров МЕГА, до конца лета планируется открытие проекта редевелопмента от ADG Group – кинотеатра «Ангара», анонсирована реконструкция СК «Олимпийский» компанией «Киевская площадь», в составе обновленного объекта планируется торговая составляющая.

Улучшение качественных характеристик торговых центров является ответом девелоперов на изменившиеся запросы со стороны посетителей: современному потребителю неинтересно посещать торговый центр только с целью «купить» – этот процесс теперь можно осуществить, не выходя из дома, благодаря онлайн-магазинам и маркетплейсам. Современного покупателя привлекает не только набор магазинов, но и эмоциональная составляющая проекта, дополнительные возможности по проведению свободного времени, досуга и саморазвития. По этой причине ключевым акцентом реновации является расширение и наполнение различными форматами зон общественного питания и развлечений, в отдельных объектах проводится масштабная ротация арендаторов, пересма-

тривается tenant mix. Помимо вышеперечисленного, уделяется внимание таким деталям, как освещение, благоустройство и декорирование зон общего пользования, создание дополнительных общественных пространств – лаунж-зон и зон для проведения мероприятий различного характера (мастер-классы, лектории, фестивали, театральные постановки и т. п.). Так, в ТРЦ «Афимолл» анонсирован фестиваль актуального искусства, включая театральные постановки, в ТРЦ «Авиапарк» второй год подряд на территории паркинга проводится глэмпинг с палатками и бассейном, в ЦДМ представлен концепт молодежного пространства: магазины street-fashion, универмаг «Хлебный», 21shop.

Ритейлеры, со своей стороны, открываются в новом концептуальном дизайне, расширяют ассортимент. Компания Leroy Merlin открыла два новых формата магазина – с творческой мастерской «Фабрика идей» на территории «Зил» площадью 1 400 м², с фокусом на инновации: технологии виртуальной реальности, сервис, эксперименты, Второй формат – «городской супермаркет» в ТРЦ Columbus площадью 1 200 м². Компания IKEA открыла первый магазин в черте города – Probnik площадью 7,7 тыс. м², который разместился в ТРЦ «Авиапарк». Тренд на сокращение площадей гипермаркетов приобретает новые воплощения: на территории гипер-

маркетов «Карусель» заработают зоны мебели и товаров для дома Hoff в формате shop-in-shop, первый кросс-форматный объект заработает на Новой Риге.

Спрос

Уровень вакансии в торговых центрах Москвы за I полугодие 2019 года увеличился незначительно (относительно IV кв. 2018 г.) и составил 7,1%. Однако в сравнении с I полугодием 2018 года показатель вакантности свободных площадей снизился на 0,6 п. п.

В крупнейших концептуальных торговых центрах доля свободных площадей составляет около 3% от общей арендопригодной площади объекта. При этом показатель вакансии в крупных торговых центрах, введенных в эксплуатацию более 2 лет назад, составляет 3,3%.

За первое полугодие 2019 г. на российский рынок вышло 12 международных розничных операторов, что меньше, чем за аналогичный период 2018 года (13 брендов). Новые бренды преимущественно соответствуют ценовым сегментам «выше среднего» и «премиум», относятся к профилю «одежда, обувь, белье». 8 из 12 брендов открылись в формате полноценных магазинов и бутиков (в случае с Sanders Grill by KFC – ресторан), 3 в формате корнера и 1 в формате pop-up.



ТРЦ «Каширская Плаза»

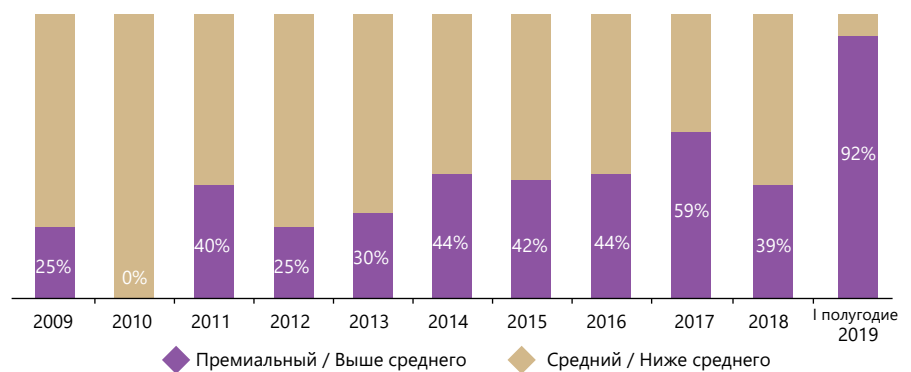
Тренд на открытие первых торговых точек в формате корнеров и pop-up stores достаточно активен в последние 3 года: формат корнера позволяет международному ритейлеру минимизировать риски при выходе на российский рынок, выбрав более успешную локацию с наработанной целевой для бренда аудиторией. Стоит отметить, что сегмент «премиум» является в России более устойчивым к кризисным явлениям и изменчивости покупательских возможностей.

Отмечены динамичные открытия магазинов в формате pop up – более 20 брендов в первом полугодии 2019 года, в числе которых Etro Home в ГУМе, Ulyana Sergeenko в «Петровском Пассаже» и ТЦ «Времена Года», Tag Heuer и Burberry в ТЦ «Крокус Сити Молл», Uniqlo в ТРЦ «Атриум», MiuMiu в ТЦ ЦУМ, Nespresso в ТЦ «Смоленский Пассаж». Компания Tom Tailor объявила о своем развитии в формате pop up stores площадью 50–70 м².

Планируют открытие торговых точек косметический бренд Skin&Co Roma, одесный бренд &OtherStories и WeekDay холдинга H&M, китайский одесный ритейлер Urban Revivo, корейская сеть кинотеатров CJ CGV в рамках сотрудничества с компанией ADG Group, польский бренд детской одежды Minimi.

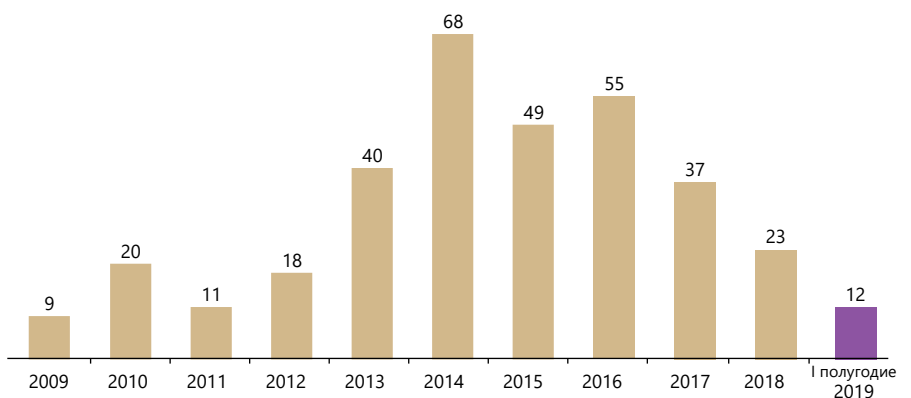
Сразу несколько представителей категории Food&Beverages анонсировали выход на российский рынок: это французская Hapa Group со специализацией на японской кухне, британская сеть здорового питания Holland&Barrett, крупная японская сеть быстрого питания «Мацуя».

Структура брендов, вышедших на российский рынок за последние 10 лет, по ценовому сегменту



Источник: Knight Frank Research, 2019

Динамика выхода международных операторов на российский рынок за последние 10 лет, шт.



Источник: Knight Frank Research, 2019

Международные операторы, вышедшие на российский рынок в I полугодии 2019 г.

	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
1	DKNY Sport	США	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
2	A Bathing Ape (Bape)	Япония	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
3	Rains	Дания	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
4	Giorgio Magnani	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Премиальный
5	Cult Gaia	США	Одежда/Обувь/Белье	Премиальный
6	Hackett	Англия	Одежда/Обувь/Белье	Премиальный
7	EA7	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Премиальный
8	Sanders Grill by KFC	США	Общественное питание	Ниже среднего
9	Richard Mille	Швейцария	Часы	Премиальный
10	Giovanni Raspin	Италия	Ювелирные украшения	Премиальный
11	VFiles Yellow Label	США	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
12	Off-White	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Премиальный

Источник: Knight Frank Research, 2019

Коммерческие условия

В течение I полугодия 2019 года уровень арендных ставок на торговые помещения в ТЦ не претерпел значительных колебаний и в целом остался в прежнем ценовом диапазоне. Максимальные базовые ставки аренды приходятся на помещения в зоне фуд-корта и для «островной» торговли в действующих проектах с высоким трафиком и могут достигать 150 тыс. руб./м²/год. Минимальные ставки аренды устанавливаются на помещения площадью более 2 000 м² для якорных арендаторов.

Прогноз

До конца 2019 года к открытию заявлены такие крупные торговые объекты, как ТРЦ «Остров мечты» (GLA – 70 тыс. м²) и ТРЦ «Квартал W» (GLA – 68 тыс. м²), два торговых центра в составе ТПУ – ТРЦ «Сказка» (GLA – 18,6 тыс. м²) и ТЦ в ТПУ «Рязанская» (GLA – 14 тыс. м²), а также 2 аутлет-центра на Новорижском шоссе – Novaya Riga Outlet Village (GLA – 25,3 тыс. м²) и The Outlet Moscow (GLA – 14,5 тыс. м²), готовится к вводу в эксплуатацию 2-я очередь «Смоленского Пассажа» (GLA – 13 тыс. м²).

Объем нового предложения за 2019 год, согласно заявленным планам девелоперов, составит 394* тыс. м². Однако с учетом сложившейся на рынке практики переноса сроков открытия части объектов на следующий год фактический объем нового предложения по итогам текущего года может составить не более 250 тыс. м².

С начала 2018 года отмечается активность девелопмента торговых центров малых форматов: ежеквартально в Москве открываются по 2–4 новых торговых центра площадью 3–20 тыс. м² (GLA). Популярность формата обусловлена тем, что потребители в условиях экономии временного ресурса все чаще отдают предпочтение торговым объектам в локации проживания, что прямым образом влияет на экономическую привлекательность формата – более быстрой окупаемости проекта небольшого ТЦ, чем крупных торговых объектов. Концепция небольшого торгового центра, сформированная на удовлетворение потребностей аудитории пешеходной доступности, способна предложить многопрофильную комфортную среду для проведения досу-

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м ² /год*	% от товарооборота
Гипермаркет (>7 000 м ²)	4 500–10 000	1,5–4
DIY (>5 000 м ²)	3 000–9 000	4–6
Супермаркет (1 000–2 000 м ²)	12 000–23 000	4–8
Супермаркет (450–900 м ²)	18 000–35 000	6–8
Товары для дома (<1 500 м ²)	6 000–10 000	10–12
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м ²)	8 000–20 000	2,5–5
Спортивные товары (1 200–1 800 м ²)	6 000–12 000	6–8
Детские товары (1 200–2 000 м ²)	6 000–16 000	7–9
Операторы торговой галереи:		
Якоря более 1 000 м ²	0–12 000	4–12
Мини-якоря 700–1 000 м ²	0–14 000	6–12
Мини-якоря 500–700 м ²	0–16 000	6–12
300–500 м ²	0–25 000	5–12
150–300 м ²	8 000–18 000	6–14
100–150 м ²	16 000–36 000	10–14
50–100 м ²	25 000–80 000	12–14
0–50 м ²	45 000–120 000	12–14
Досуговые концепции:		
Развлекательные центры (2 000–4 000 м ²)	4 000–8 000	10–14
Кинотеатры (2 500–5 000 м ²)	0–6 000	8–12
Общественное питание:		
Food-court	45 000–150 000	12–15
Кафе	15 000–90 000	12–14
Рестораны	0–25 000	10–14

* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров
Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов

Источник: Knight Frank Research, 2019

га, шопинга и развлечений. В сложившихся рыночных условиях данный формат будет и дальше набирать популярность как у девелоперов, так и у потребителей, тем самым создавая конкуренцию более крупным торговым центрам с устаревающей концепцией, ориентированной только на шопинг.

Помимо community-центров, новое предложение столицы в ближайшие годы будет сформировано в том числе за счет торговых площадей, реализуемых на базе ТПУ. Для части проектов город привлекает инвесторов через торги, часть – готов брать в самостоятельную работу. На сегодняшний день инвесторы вошли в проекты 15 транспортно-пересадочных узлов, в большинстве которых заложена торговая функция. Анонсировано строительство торговых центров в составе проектов ТПУ «Выхино» (GLA – 70 тыс. м²),

«Селигерская» (GBA – 145 тыс. м²) и «Парк Победы» (GBA – 237 тыс. м²) девелопером «Ташир», ТПУ «Щелковская» девелопером «Киевская площадь», ТПУ «Ботанический сад» (GLA – 27 тыс. м²), ТПУ «Ховрино» (GBA 25 тыс. м²). Также аффилированной структурой компании «Киевская площадь» подана заявка на инвестиционный пакет по ТПУ «Нагатинская». Сроки реализации заявленных проектов намечены на 2019–2022 гг.

Изменение потребительских предпочтений с трендом на разумное потребление оказало значительное влияние на развитие девелопмента в формате аутлет-центров. Так, до конца 2019 года к открытию запланировано сразу два аутлет-центра на Новорижском шоссе – The Outlet Moscow люксового ценового сегмента и Novaya Riga Outlet Village премиального сегмента, а также в начале

2020 года планируется открытие аутлет-центра Vnukovo Premium Outlet на Киевском шоссе. К этому же стоит отметить, что в I квартале 2019 года открылся XL Family Outlet – проект реконцепции ТРЦ XL на Ярославском шоссе.

Анонсированы следующие проекты торговых центров: ТРЦ «Павелецкая Плаза» (GLA/GBA – 35 000 м²/73 000 м²), сроки реализации – конец 2020 г., выдано разрешение на строительство ТРЦ «Город Косино» (GLA/GBA – 72 000 м²/127 000 м²), анонсировано начало строительства в 2020 г. МФК «Прокшино» группы «Сафмар» (GBA – 332 000 м²).

Проекты районных торговых центров представлены объектами торговый центр на ул. Авиаконструктора Миля общей площадью 11 000 м² по соседству с действующим ТЦ «Миля» и торговый центр в ЖК «Ленинский, 38» арендопригодной площадью 10 000 м², планируемое открытие в 2021 году. Введен в эксплуатацию долгострой на Кронштадтском бульваре – ТЦ «Гавань» (GLA – 18 200 м²), однако арендная кампания на объекте еще продолжается.

На фоне ввода новых торговых площадей в 2019 г. мы ожидаем небольшого увеличения доли вакантных площадей в торговых центрах – до 7,7%, однако вакансии в стабилизированных торговых центрах, работающих больше двух лет, будет снижаться.

Торговые центры, планируемые к открытию до конца 2019 г.

Название ТЦ	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
Остров мечты	Нагатинская пойма	280 000	70 000
Квартал W	Аминьевское ш., вл. 15	125 000	68 000
Novaya Riga Outlet Village	Новорижское ш., д. Покровское	38 000	25 280
Сказка	Боровское ш. / Корнея Чуковского ул.	29 000	18 608
The Outlet Moscow	Новорижское ш., 5 км от МКАД	27 000	14 500
ТЦ в ТПУ «Рязанская»	Нижегородская ул.	20 000	14 000
Смоленский пассаж, фаза II	Смоленская пл., вл. 7–9	14 800	13 000

Объекты сети ADG Group

Название ТЦ	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
Будапешт	Лескова ул., 14	19 103	9 736
Ангара	Чонгарский бул., 7	12 479	6 785
Рассвет	Зои и Александра Космодемьянских ул., 23	9 365	6 460
Марс	Инженерная ул., 1	8 070	6 184
Высота	Юных Ленинцев ул., 52	8 944	6 139
Орбита	Андропова пр-т, 27	9 066	5 958
Нева	Беломорская ул., 16А	8 664	5 890
Эльбрус	Кавказский б-р, 17	6 919	4 701

Источник: Knight Frank Research, 2019



ТРЦ «Океания»

ИССЛЕДОВАНИЯ

Ольга Широкова

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

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Евгения Хакбердиева

Директор, Россия
evgenia.khakberdieva@ru.knightfrank.com

+7 (495) 981 0000
KnightFrank.ru



© Knight Frank LLP 2019 – 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.