

ОБЗОР



2018 ГОД
РЫНОК ТОРГОВОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ
Москва



Евгения Хакбердиева

Директор по сдаче в аренду торговых центров, Knight Frank

«2018 год войдёт в историю ритейла как год усиления трендов предыдущих лет и формирования предпосылок для нового витка развития рынка торговых центров. Сокращение объёма ввода торговых центров, низкая активность на рынке инвестиций, падение интереса западных брендов к России – все это стимулирует внутренний рынок, даёт толчок развитию новых концепций и пересмотру подходов к девелопменту торговых центров и формантам арендаторов. Мы ожидаем уже в 2019 году увидеть новые и интересные концепции – IKEA, Lamoda и пр., анонсирование проектов в отличном формате – «Павелецкая площадь», «Капитолий Марьяна Роца», выхода на рынок новых азиатских брендов из Кореи, Японии, Китая и т. п.»

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

Основные показатели*

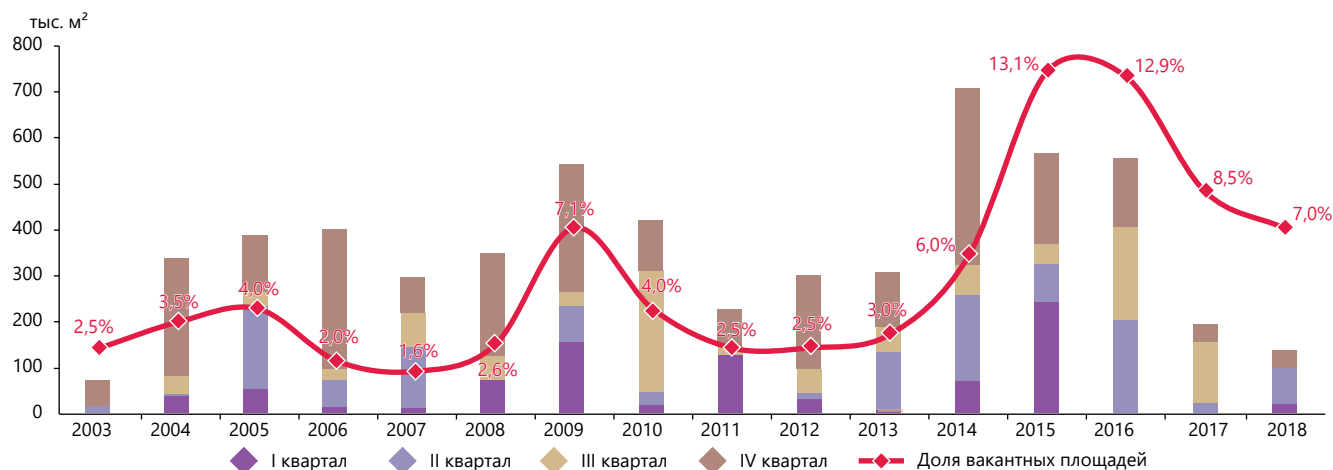
Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	12, 4/6,37
Введено в эксплуатацию в 2018 г. (площадь общая/арендуемая), тыс. м ²	319,3/135,1
Планируется к вводу в эксплуатацию в 2019 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈877,6/≈348,7
Доля вакантных площадей, %	7,0 (1,5 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, м ² /1 000 жителей	509,5

* 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 на начало 2018 г.

Источник: Knight Frank Research, 2019

Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2019

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- ♦ По итогам 2018 г. было введено в эксплуатацию 135,1 тыс. м², что является самым низким показателем за прошедшие 10 лет.
- ♦ На фоне сокращения объемов ввода новых площадей пустующие помещения в торговых центрах достаточно активно заполняются арендаторами: итоговый показатель доли вакантных площадей, составивший в конце 2017 г. 8,5%, по итогам 2018 г. не превышает 7,0%.
- ♦ В торговых центрах суперрегионального масштаба (площадью более 120 тыс. м²) 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 5,7%.
- ♦ Фокус развития – реновация: крупные девелоперы проводят реконцепции и редевелопмент, среди них Fort Group – ребрендинг «Золотых Вавилонов», компания «Энка»: открыта «Каширская Плаза», в дальнейших планах компании редевелопмент торговых центров «Капитолий», компания Ташир – реновация торговых центров «РИО». Анонсировано строительство второй очереди ТРК «Гагаринский», ориентированного на развлекательный сегмент (кинотеатр, семейно-досуговая зона).
- ♦ Торговый центр XL будет репозиционирован в формат «аутлет». Торговый центр LOTTE Plaza перепрофилирован в МФК, без торговой составляющей.
- ♦ Тренд на сокращение площадей новых торговых центров. Торговые центры, вышедшие на рынок в 2018 году, – это объ-екты с арендопригодной площадью до 20 тыс. м², исключением является только один объект – ТРЦ «Каширская Плаза» (GLA – 70,2 тыс. м²).
- ♦ В 2018 г. на российский рынок вышло 22 новых международных ритейлера. Данный показатель на 40% ниже аналогичного показателя 2017 г., когда на рынок вышли 37 новых ритейлеров.
- ♦ По итогам 2018 году структура распределения новых брендов по профилю совпадает с тенденциями предыдущих лет: 41% (9 из 22) новых операторов относится к сегменту «одежда/обувь/белье».
- ♦ В прошедшем году 41% операторов, вышедших на российский рынок, позиционируются в высоком ценовом сегменте – годом ранее их насчитывалось 59% от общего числа. Половина из них – fashion-ритейлеры, в остальных категориях сегмента по одному бренду. В среднем ценовом сегменте имеют равное распределение долей в 31% профили «одежда, обувь, белье» и «товары для детей». Категория «парфюмерия и косметика» представлена двумя брендами и занимает долю в 15%.
- ♦ В 2018 г. о закрытии магазинов в России объявили 12 ритейлеров. Это такие операторы, как Castorama (DIY, Великобритания), MediaMarkt (немецкая сеть магазинов электроники и бытовой техники), Crate&Barrel (американская сеть мебели и товаров для дома), а также Claire's (аксессуары и бижутерия, США), Lillapois (дрогери), Nautica, Oxette, Jennyfer, Motivi, (fashion-ритейл), спортивные бренды The Athlete's Foot и Intersport, GNC (спортивное питание).
- ♦ Растет популярность Pop-up магазинов (временное место присутствия и продажи товаров), при этом в 2018 году отмечается открытие точек такого формата не только у премиум-брендов, но и у марок, ориентированных на более широкую аудиторию, – Louis Vuitton, Chanel, Gucci, YSL, Prada, Samsung, Adidas, Uniqlo. На волне популярности таких точек продаж в ноябре в России начала работу платформа гибкого ритейла We Are Pop Up.
- ♦ Отмечен тренд на развитие малых форматов у крупных ритейлеров: IKEA запустила формат магазинов площадью до 6 тыс. м². Площадки меньшего формата разрабатывают Leroy Merlin и OBI, в «М.Видео» запустили небольшие «М.Мобайл», «Декатлон» открывается на площадях в 300–400 м². Продуктовые сети, такие как «Окей», «Лента», «Карусель», уходят от классического формата больших гипермаркетов, предпочитая развивать компактные гипермаркеты площадью 3–7 тыс. м².
- ♦ Продолжается консолидация розничных сетей:
 - Компания X5 Retail Group: поглощение 99 магазинов «Полушка».
 - Компания «Лента»: финализация сделок, заявленных в конце 2017 года, – 11 гипермаркетов финского Kesko, 22 супермаркета сибирской сети «Холидей» и 15 гипермаркетов «Седьмого континента».
 - Слияние компаний «М.Видео» и «Эльдорадо», покупка российской сети MediaMarkt Россия.
 - Компания Leroy Merlin: покупка сети «К-Паута».



ТРЦ «Каширская Плаза»

Предложение

По итогам 2018 г. на московский рынок качественной торговой недвижимости вышло 6 объектов, общая арендопригодная площадь которых составила 135,1 тыс. м². Это самый низкий показатель ввода качественных торговых площадей за последние 10 лет.

Крупнейшим проектом 2018 года стал ТРЦ «Каширская Плаза» (GLA 70,2 тыс. м²; GBA – почти 195,5 тыс. м²) – второй проект реконструкции компании «Энка» на московском рынке.

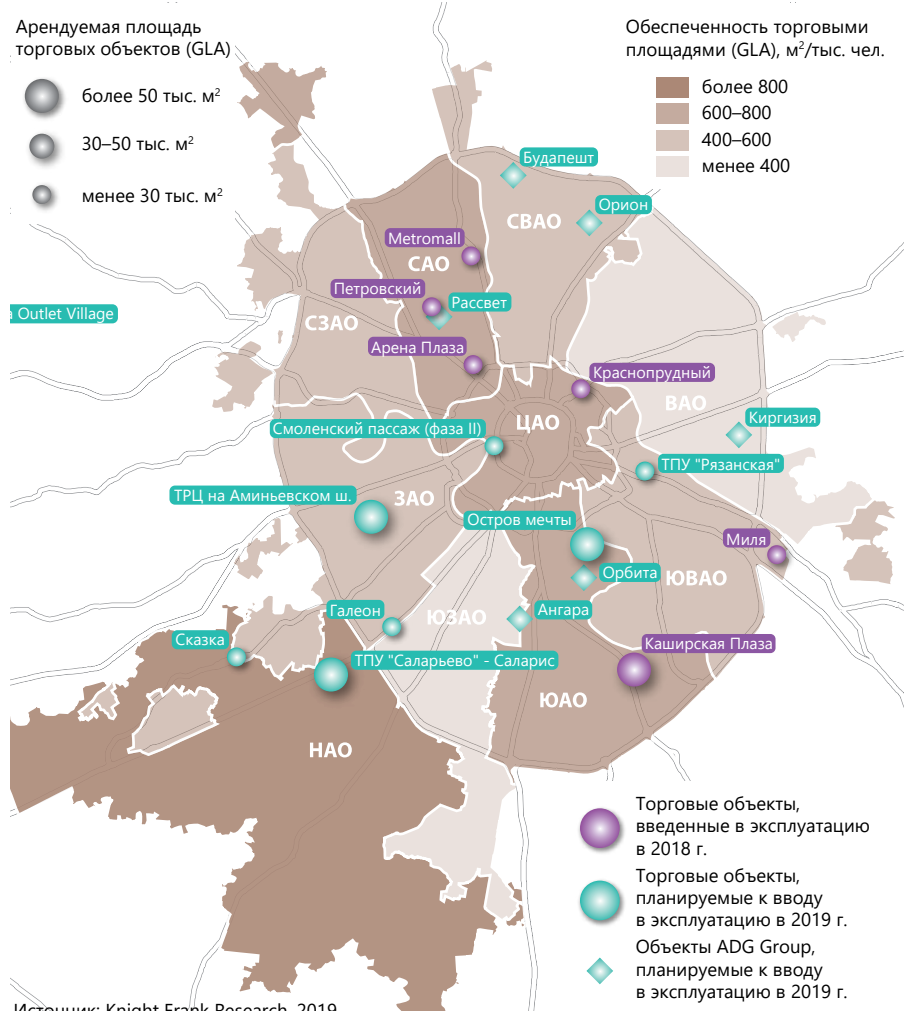
Отмечается тренд на сокращение площадей новых торговых центров. Так, торговые центры, вышедшие на рынок в 2018 году, – это объекты арендопригодной площадью до 20 тыс. м², исключением является только один объект – ТРЦ «Каширская Плаза» (GLA – 70,2 тыс. м²). Тенденция к сокращению средней площади новых объектов отслеживается с начала 2017 года, тогда как в более ранние 2014–2016 гг. средняя площадь вводимых на рынок торговых центров была в 2 раза больше – около 40 тыс. м². Данная тенденция также является следствием кризиса 2015 года, поскольку реализация крупномасштабных проектов влечет за собой более высокие риски в сравнении с проектами районного формата.

Стоит отметить уход с рынка торговой недвижимости объекта премиального сегмента ТЦ LOTTE Plaza: здание будет репрофилировано в МФК без торговой составляющей.

В условиях высокой локальной конкуренции было объявлено решение о репозиционировании ТЦ «XL» в формат аутлет-центра.

Продолжается кампания крупнейших девелоперов по реконструкции и редевелопменту уже существующих торговых объектов с целью увеличения жизненного цикла своих проектов и привлечения новых потребителей. Компания «Fort Group» начала ребрендинг «Золотых Вавилонов», обновленные торговые центры получают названия «Европолис». Открыта ТРЦ «Каширская Плаза» (GLA 70,2 тыс. м²) компании «Энка», данный объект – второй крупнейший проект по редевелопменту торгового центра в России после «Кунцево Плаза» 2017 года, в дальнейшем планах компании редевелопмент торговых центров «Капитолий» в Беляево, на проспекте Вернадского и в Марьиной Роще. Реконцепция в «мягком

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



Торговые объекты, открывшиеся в 2018 году

Название ТЦ	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
I квартал			
Миля	Авиаконструктора Миля ул., вл. 7	38 000	18 765
II квартал			
Каширская Плаза	Каширское ш., д. 61, к. 2	195 500	70 200
Петровский	Новопетровская ул., вл. 6	20 982	8 500
III квартал			
–	–	–	–
IV квартал			
Metromall	Дмитровское ш., д. 73	14 795	10 586
Арена Плаза	Ленинградский пр-т, вл. 36.	30 000	17 180
Краснопрудный	Краснопрудная ул., д. 13А	20 000	9 899

Источник: Knight Frank Research, 2019

режиме» (не прерывая работы арендаторов) проводится в ТРЦ «Мозаика» и ТРЦ «MARI», анонсировано строительство второй очереди ТРК «Гагаринский» (II оч. GBA 36,3 тыс. м²), ориентированной на развлекательный сегмент (кинотеатр, семейно-досуговая зона). Реновация затронула и торговые центры «РИО» компании «Ташир».

Спрос

На фоне сокращения объемов ввода новых площадей свободные помещения в торговых центрах активно заполняются арендаторами: показатель доли вакантных площадей, составивший 8,5% в конце 2017 г., на конец 2018 г. снизился до 7,0%.

Наибольший объем пустующих помещений зафиксирован в объектах, вышедших на рынок в 2013 г.: в настоящее время здесь остается вакантным каждый пятый квадратный метр. Напомним, что в 2013 г. были открыты такие торговые центры, как «Райкин Плаза», «Гудзон», «РИО Ленинский», «ВДНХ». Арендная кампания в данных объектах продолжается.

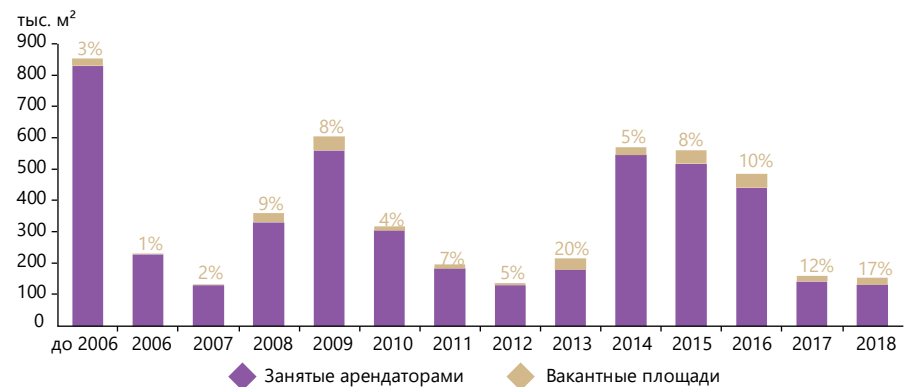
На высокий уровень вакансии объектов, введенных в 2018 году, большое влияние оказывает значительный объем свободных площадей в ТЦ Metromall (уровень вакансии – 42%) и в ТЦ «Арена Плаза» (уровень вакансии – 81%).

В торговых центрах суперрегионального масштаба (площадью более 120 тыс. м²) доля свободных площадей составляет около 3% от общей арендопригодной площади объекта. При этом доля вакансии по крупным торговым центрам, введенным в эксплуатацию более 2 лет назад, составляет 5,7%. Снижение уровня вакансии в ТЦ больших площадей обусловлено политикой развития объектов по привлечению знаковых ритейлеров и новых интересных операторов. Происходит внутренняя трансформация объектов – увеличение развлекательных зон, организация фуд-холлов, общая ориентация концепций на retailtainment.

Международные ритейлеры

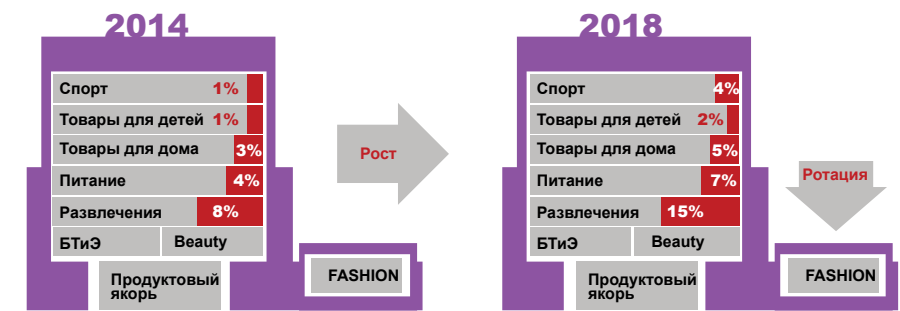
Всего за 2018 г. на российский рынок вышло 22 новых международных ритейлера. Данная цифра на 40 % ниже аналогичного показателя за 2017 г., когда свои проекты реализовали 37 ритейлеров. Уровень выхода новых брендов в 2018 г. заметно

Объем и доля вакантных площадей в торговых объектах, открытых в разные годы



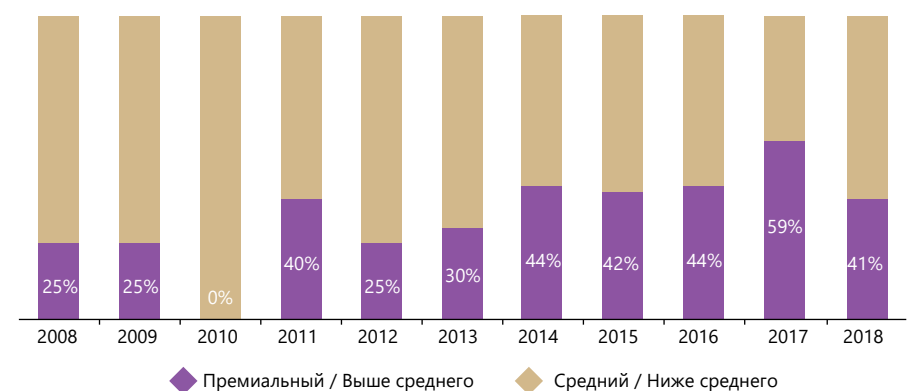
Источник: Knight Frank Research, 2019

Изменение структуры профилей арендаторов торговых объектов



Источник: Knight Frank Research, 2019

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



Источник: Knight Frank Research, 2019

ниже показателя не самого «позитивного» с точки зрения активности 2013 г., когда на рынок вышло 40 новых международных операторов.

В прошедшем году 41% операторов, вышедших на российский рынок, позиционируются в высоком ценовом сегменте – годом ранее их насчитывалось 59% от общего числа. Половина из них – ритей-

леры fashion-сегмента (Billionaire, Adolfo Dominguez, Dirk Bikkembergs, Karl Lagerfeld, Liu Jo), в остальных категориях сегмента – по одному бренду. В среднем ценовом сегменте имеют равное распределение долей в 31% профили «одежда, обувь, белье» и «товары для детей». Категория «парфюмерия и косметика» представлена двумя брендами и занимает долю в 15%.

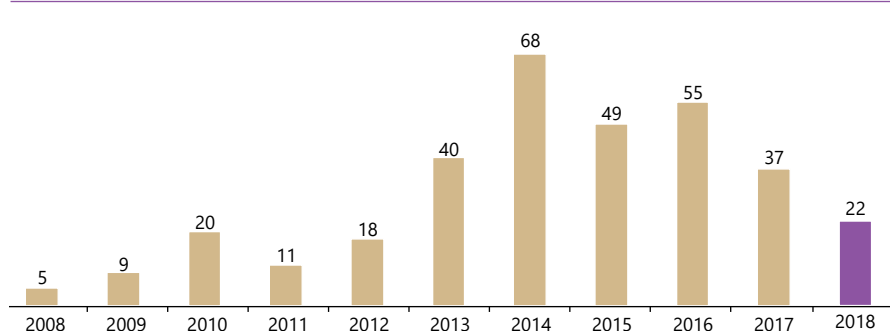
РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

Среди дебютантов стоит выделить:

- ♦ итальянский бренд GEOX, открывший первый магазин сети GEOX Kids весной 2018 года; первый магазин такого формата показал впечатляющие результаты, и сеть планирует активное развитие на 2019–2020 годы, включая региональную экспансию.
- ♦ розничный магазин Tommy Jeans международного холдинга Tommy Hilfiger, оснащенный большим количеством технологических новинок (селфи-зеркало, iPad'ы с каталогом товаров в наличии и т. п.)

По итогам 2018 г. структура распределения новых брендов по профилю совпадает с тенденциями предыдущих лет: 41% (9 из 22) новых операторов относится к сегменту «одежда/обувь/белье», занимая как «средний», так и «выше среднего» ценовые сегменты. Таким образом, в 2018 г. сегмент «одежда/обувь/белье» стал лидирующим среди всех новых операторов, вышедших на российский рынок. В других сегментах стоит отметить увеличившуюся долю «товаров для детей» (23% в 2018 году против 11% в 2017г.) и «аксессуары» (9%, против 5%), категория «косметика и парфюмерия» показывает незначительный рост (9% против 8% годом ранее), остальные профили представлены равными долями и достаточно сильно отстают по количеству от лиди-

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



Источник: Knight Frank Research, 2019

рующего направления: на рынок вышло по 1 оператору в сегменте «техника/электроника», «общественное питание», «зоотовары», «мебель/интерьер».

У 35% вышедших в 2018 г. на российский рынок международных брендов страной происхождения являются Италия или США, что продолжает тенденцию 2016–2017 гг.

За минувший год о своем уходе с российского рынка объявили крупные ритейлеры – Castorama (DIY, Великобритания), MediaMarkt (немецкая сеть магазинов электроники и бытовой техники), Crate&Barrel (американская сеть мебели и товаров для дома), а также Claire's

(аксессуары и бижутерия, США). Компания Auchan объявила о закрытии сети в формате дрогери Lillarois, закрываются магазины швейцарских спортивных брендов The Athlete's Foot и Intersport. Итальянский холдинг Miroglio Group прекращает деятельность бренда Motivi на территории РФ. Закрыла торговые точки сеть спортивного питания GNC. Закрыты магазины брендов Nautica, Oxette, Jennifer. Итого 12 зарубежных розничных компаний. Для сравнения: в 2017 году ушло 8 иностранных брендов, в 2016 г. с рынка ушло 5 компаний, в 2015 г. – 11 операторов, а в 2014 г. – 12 зарубежных розничных компаний.

Международные операторы, вышедшие на российский рынок в 2018 г.

	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
1	Billionaire	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Премиальный
2	Coach	США	Аксессуары	Премиальный
3	That's Living	США	Мебель/Интерьер	Премиальный
4	Haier	Китай	Техника/Электроника	Премиум / Выше среднего
5	Adolfo Dominguez	Испания	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
6	Dirk Bikkembergs	Германия	Одежда/Обувь /Белье	Выше среднего
7	Karl Lagerfeld	Франция	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
8	Liu Jo	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
9	NaturaPura	Португалия	Товары для детей	Выше среднего
10	Coccodrillo	Польша	Товары для детей	Средний
11	COS	Швеция	Одежда/Обувь/Белье	Средний
12	Dino Zoo	Чехия	Зоотовары	Средний
13	Flormar	Турция	Косметика/Парфюмерия	Средний
14	GEOX Kids	Италия	Товары для детей	Средний
15	Hunkemoller	Нидерланды	Одежда/Обувь/Белье	Средний
16	Lipault	Франция	Аксессуары	Средний
17	Modern Easy Kids	Италия	Товары для детей	Средний
18	Tommy Jeans	США	Одежда/Обувь/Белье	Средний
19	Dushka	Украина	Косметика/Парфюмерия	Ниже среднего
20	Orsay	Германия	Одежда/Обувь/Белье	Ниже среднего
21	Panco	Турция	Товары для детей	Ниже среднего
22	Panda Express	США	Общественное питание	Ниже среднего

Источник: Knight Frank Research, 2019

Коммерческие условия

По итогам 2018 года резких изменений арендных ставок в торговых центрах в не произошло, однако в связи дефицитом торговых площадей для некоторых крупных сетевых операторов, вызванным низким уровнем нового качественного предложения, рост ставок аренды составил около 10%.

Прогноз

Согласно планам, анонсированным девелоперами торговых объектов, в 2019 г. на столичном рынке будет введено около 348,7 тыс. м² торговых площадей. К вводу заявлены такие крупные торговые объекты, как ТРЦ «Остров мечты» (GLA 70 тыс. м²), МФК «Саларис» (GLA 105 тыс. м²) и проект торгового центра на Аминьевском шоссе девелопера «Ташир» (GLA 68 тыс. м²). Также будет открыт четвертый профессиональный аутлет-центр Novaya Riga Outlet Village (GLA 25,3 тыс. м²).

Анонсирован ввод в эксплуатацию первых объектов сети районных торговых центров ADG Group. До конца 2021 г. компания планирует открыть 39 малых торговых центров арендопригодной площадью от 1 780 м² до 35 513 м².

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
Товары для дома (<1 500 м ²)	6 000–10 000	8–12
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м ²)	8 000–20 000	2,5–5,5
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	0–18 000	6–14
100–150 м ²	16 000–36 000	10–15
50–100 м ²	25 000–80 000	12–15
0–50 м ²	45 000–120 000	12–15
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	8–15
Кафе	15 000–90 000	12–14
Рестораны	0–25 000	10–12

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

Источник: Knight Frank Research, 2019



ТРЦ «Саларис»

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

Наиболее значимые торговые центры, планируемые к вводу в эксплуатацию в 2019 г.

Название ТЦ	Адрес	Общая площадь (GVA), м ²	Арендо-пригодная площадь (GLA), м ²
Остров мечты	Нагатинская пойма	280 000	70 000
«Смоленский пассаж» (фаза II)	Смоленская пл., вл. 7–9	14 800	13 000
ТПУ «Рязанская»	Нижегородская ул.	20 000	14 000
ТПУ «Саларьево» – «Саларис»	Киевское ш., дер. Саларьево	300 000	105 000
ТПУ «Рассказовка» («Сказка»)	ш. Боровское / ул. Корнея Чуковского	29 000	18 608
ТРЦ на Аминьевском шоссе «Ташир»	Аминьевское ш., вл. 15	125 000	68 000
Novaya Riga Outlet Village	Новая Рига, дер. Покровское, ул. Центральная д. 68	38 000	25 280

Источник: Knight Frank Research, 2019

Объекты сети ADG Group

Название ТЦ	Адрес	Общая площадь (GVA), м ²	Арендо-пригодная площадь (GLA), м ²
«Ангара»	Чонгарский б-р, 7	12 479	6 785
«Будапешт»	Лескова ул., 14	19 103	9 736
«Киргизия»	Зеленый пр-т, 81	н/д	13 592
«Орбита»	Андропова пр-т, 27	н/д	5 958
«Орион»	Летчика Бабушкина ул., д. 26	н/д	19 916
«Рассвет»	Зои и Александра Космодемьянских, д. 23	н/д	6 460

Источник: Knight Frank Research, 2019

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.

Не исключено, что арендная кампания некоторых торговых центров потребует значительных временных ресурсов и, как следствие, переноса сроков ввода в эксплуатацию на будущие периоды.

Со стороны международных ритейлеров будет сохраняться интерес к российскому рынку, однако наибольшую активность будут проявлять розничные операторы из Азии, ожидается как минимум 5 новых брендов.

На 2019 год было заявлено возвращение бренда MEXX, открытие магазинов японского бренда Vare, китайского Urban Reviv; одна из крупнейших интернет-компаний Lamoda откроет первый офлайн-магазин Lamoda Market площадью 1 тыс. м² в ТЦ «Атриум».

Усилятся технологические процессы у ритейлеров, особенно связанные со сближением онлайн- и офлайн-сфер, автоматизацией рутинных процессов, защитой персональных данных. Во взаимодействии с покупателями главной темой будет геймификация и ориентация на образ жизни клиентов.



«Киргизия», ADG Group

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.