



I ПОЛУГОДИЕ 2018 ГОДА РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Москва

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

По итогам I полугодия 2018 года в Москве было введено в эксплуатацию три торговых центра общей арендуемой площадью 97,5 тыс. м².

Сохраняется стабильная динамика сокращения доли свободных площадей. За первые 6 месяцев текущего года вакантность в торговых центрах столицы снизилась на 0,8% и составляет 7,7%.

Наблюдается слабая активность со стороны новых международных торговых операторов: на рынок России вышло 13 новых брендов, что в 1,5 раза ниже уровня аналогичного показателя в первом полугодии 2017 года.

Ставки аренды на торговые помещения в торговых центрах столицы существенно не изменились и в целом остались на прежнем уровне.



Евгения Хакбердиева

Директор по сдаче в аренду торговых центров, Knight Frank

«Первое полугодие 2018 года характеризуется относительной стабильностью на рынке торговых площадей. Самым ярким событием этого периода можно с уверенностью назвать ввод в эксплуатацию ТРЦ «Каширская Плаза», который был открыт с высоким процентом заполняемости не только по площадям, но и по количеству магазинов. Мы очень рады, что имеем непосредственное отношение к этому событию и нашими усилиями был закрыт максимальный объём площадей в данном проекте. Мы уверены, что тренд умеренного развития и постепенного ввода в эксплуатацию заявленных торговых центров сохранится. Спрос на качественные торговые проекты остается, так как многие арендаторы также чувствуют себя относительно уверенно и планируют своё дальнейшее развитие».

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

Основные показатели*

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	12,3/6,3
Введено в эксплуатацию в I полугодии 2018 г. (площадь общая/арендуемая), тыс. м ²	254,5/97,5
Планируется к вводу в эксплуатацию в 2018 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈143,2/≈87,1
Доля вакантных площадей, %	7,7 (0,8 п. п. ▼)**
Условия аренды*** в торговых центрах Москвы:	
торговая галерея, руб./м ² /год	0–120 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	0–23 000
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	502,3

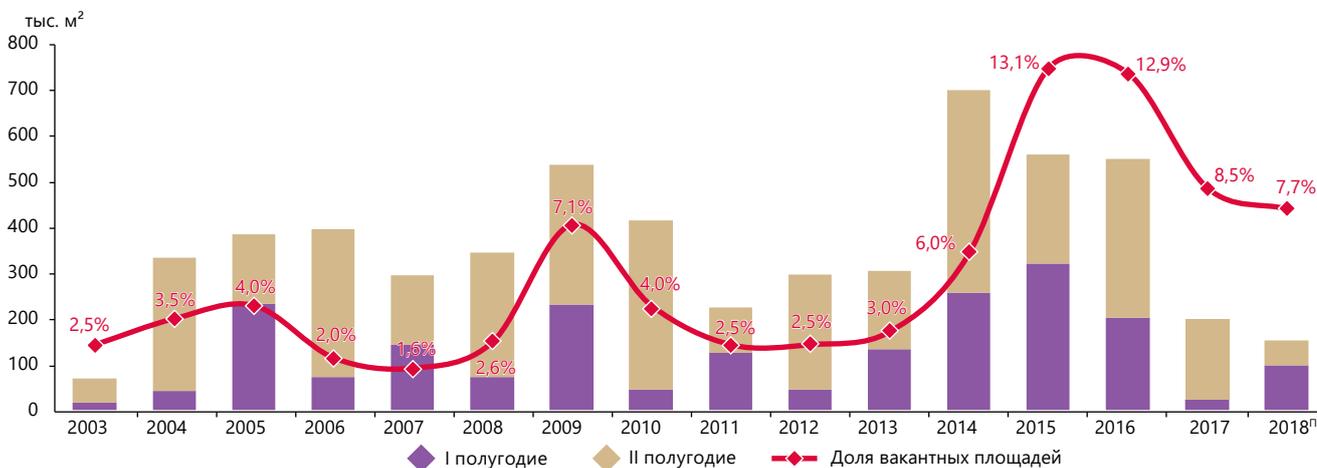
* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий общей площадью более 5 000 м², объединенных общей концепцией и единым управлением

** Изменение по сравнению с показателем IV квартала 2017 года.

*** Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов

Источник: Knight Frank Research, 2018

Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2018

Предложение

По итогам I полугодия 2018 года в Москве было введено в эксплуатацию три торговых центра общей арендуемой площадью 97,5 тыс. м²: «Каширская Плаза» (GLA – 70,2 тыс. м²), «Миля» (GLA – 18,8 тыс. м²) и «Петровский» (GLA – 8,5 тыс. м²). С учетом введенных новых торговых центров общая площадь качественных площадей столицы на текущий момент составляет 12,3 млн м² (GLA – 6,3 млн м²).

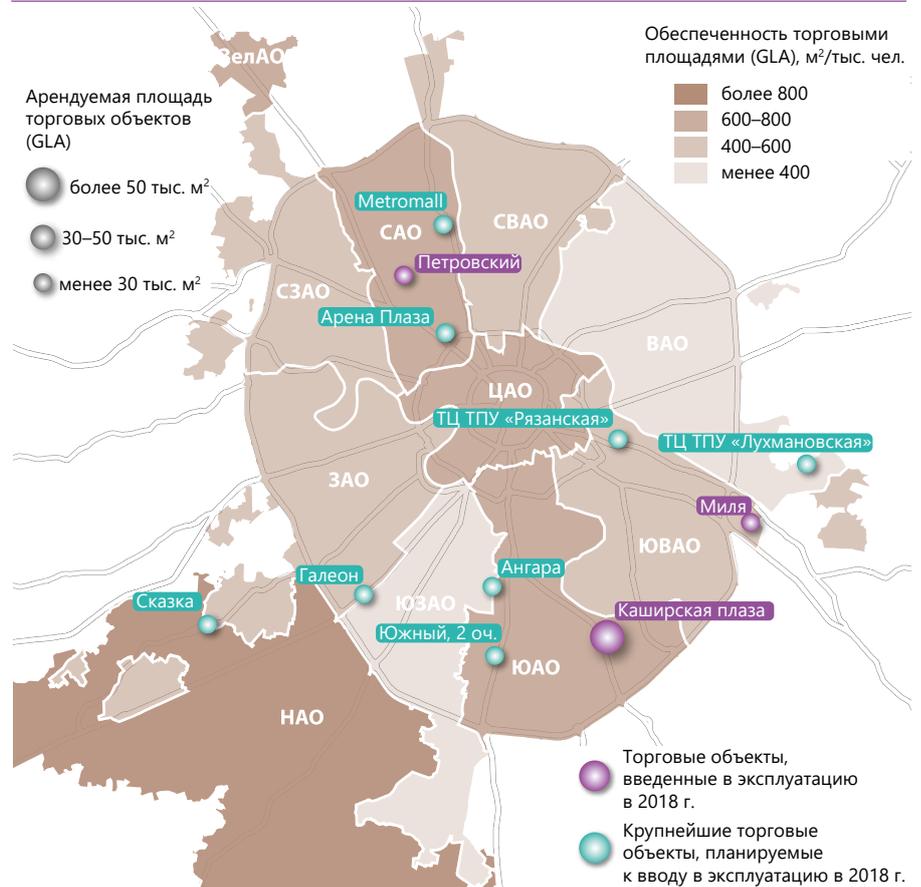
До конца 2018 года запланировано открытие еще шести объектов общей арендуемой площадью 87,1 тыс. м², крупнейшие из них – торговые центры «Южный» (II фаза, 20 тыс. м²), «Сказка» (18,6 тыс. м²) и «Арена Плаза» (17,2 тыс. м²). Все запланированные к открытию объекты расположены за пределами Третьего транспортного кольца.

Все новые торговые центры, вышедшие на рынок в I полугодии и планируемые к открытию до конца 2018 года, – объекты с 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.

Продолжая заданную тенденцию развития community-центров, в среднесрочной перспективе в рамках проекта по реконструкции московских кинотеатров компании ADG Group, состоится выход на рынок 39 объектов указанного формата со средней арендуемой площадью около 8,5 тыс. м².

С учетом нового объема показатель обеспеченности жителей Москвы качественными торговыми площадями составил 502,3 м² на 1 000 человек. По данному показателю Москва находится на 5 месте среди российских городов-миллионников, отставая от Екатеринбурга, Самары, Нижнего Новгорода и Санкт-Петербурга. В разрезе административных округов «старой Москвы» наиболее обеспеченными являются Центральный, Южный и Северный.

Торговые центры, открывшиеся в I полугодии 2018 г., и крупнейшие объекты, планируемые к открытию до конца 2018 г.



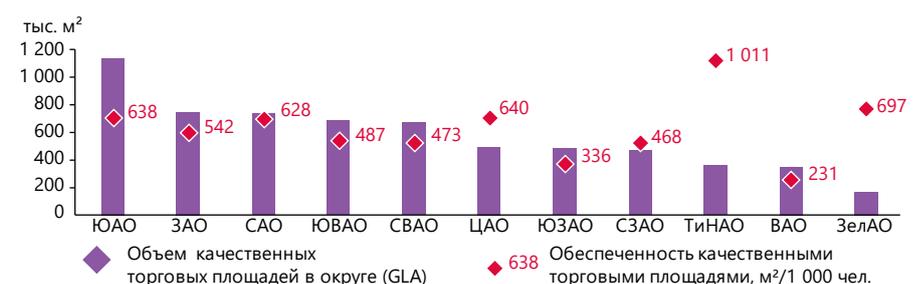
Источник: Knight Frank Research, 2018

Торговые объекты, открывшиеся в 2018 году

Название ТЦ	Адрес	Общая площадь (ГВА), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
Каширская Плаза	Каширское ш., д. 61, к. 2	195 500	70 200
Миля	Авиаконструктора Миля ул., вл. 7	38 000	18 765
Петровский	Новопетровская ул., вл. 6	20 982	8 500

Источник: Knight Frank Research, 2018

Объем предложения и обеспеченность торговыми площадями по округам Москвы



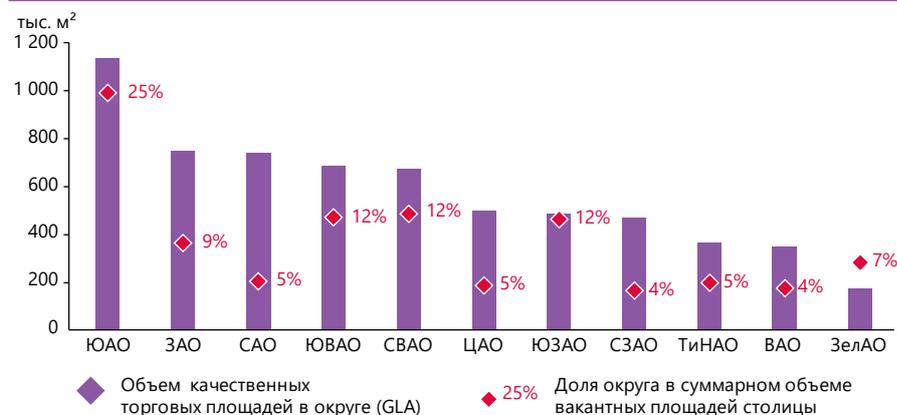
Источник: Knight Frank Research, 2018

Спрос

В течение I полугодия 2018 года в торговых объектах столицы при сохраняющемся низком темпе ввода нового предложения наблюдалось сокращение вакантных площадей. Так, по итогам I полугодия 2018 года доля пустующих площадей в профессиональных торговых центрах Москвы сократилась на 0,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила 7,7%.

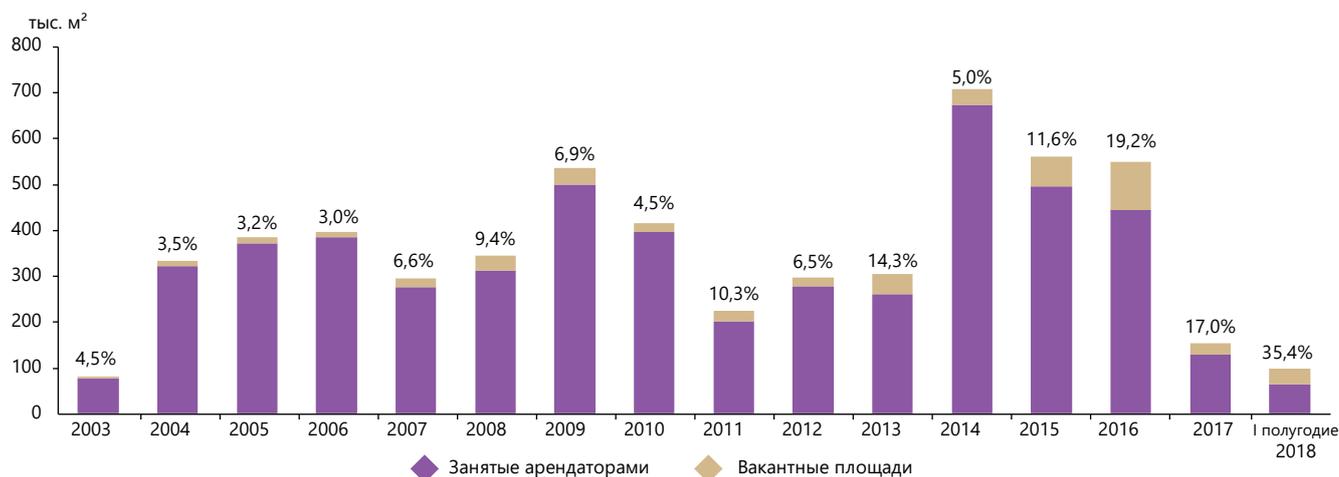
Всего в функционирующих торговых центрах столицы пустует порядка 420 тыс. м². Максимальный объем свободных площадей зафиксирован в Южном административном округе: здесь из 1,1 млн м² торговых площадей вакантно

Объем и доля вакантных торговых площадей в составе административных округов



Источник: Knight Frank Research, 2018

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



Источник: Knight Frank Research, 2018

Международные операторы, вышедшие на российский рынок в I полугодии 2018 г.

Ранг	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
1	Adolfo Dominguez	Испания	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
2	Karl Lagerfeld	Франция	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
3	Liu Jo	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
4	Coach	США	Аксессуары	Премиальный
5	Lipault	Франция	Аксессуары	Средний
6	GEOX Kids	Италия	Товары для детей	Средний
7	Coccodrillo	Польша	Товары для детей	Средний
8	Flormar	Турция	Косметика/Парфюмерия	Средний
9	Panco	Турция	Товары для детей	Ниже среднего
10	Skinfood	Корея	Косметика/Парфюмерия	Средний
11	Modern Easy Kids	Италия	Товары для детей	Средний
12	Dushka	Украина	Косметика/Парфюмерия	Ниже среднего
13	Dino Zoo	Чехия	Зоотовары	Средний

Источник: Knight Frank Research, 2018

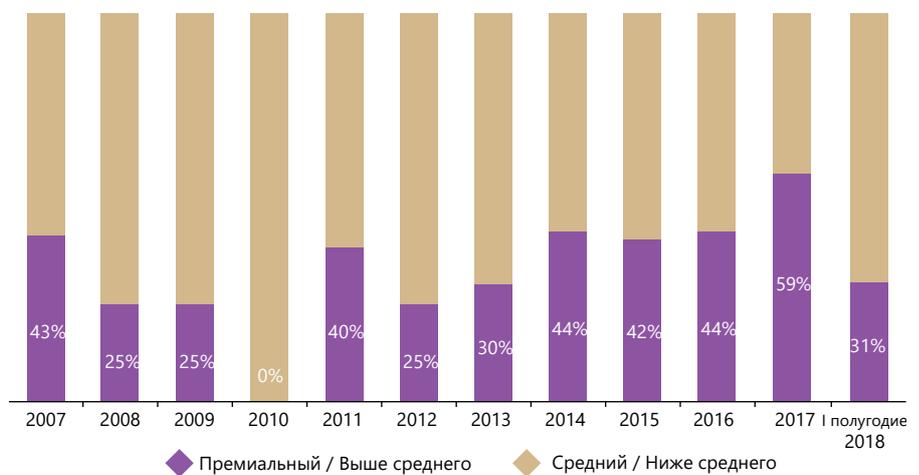
более 104 тыс. м², что составляет 25% от общего объема вакантных площадей столицы.

С начала текущего года на российский рынок вышло 13 новых международных ритейлеров, что почти в 1,5 раза меньше в сравнении с аналогичным периодом 2017 года. Среди вышедших на рынок столицы новых операторов GEOX Kids, Coach, а также премиальный итальянский бренд Liu Jo. Как и прежде, операторы предпочитают открывать флагманские магазины преимущественно в торговых центрах «Метрополис», «Атриум», «Европейский» и «Афимолл Сити».

С 2014 года структура новых брендов по профилю остается неизменной: около 54% марок позиционируются в сегменте «одежда/обувь/белье». Однако меняется ценовая категория новых операторов: доля ритейлеров, работающих в среднем ценовом сегменте, по итогам I полугодия 2018 года составила более 50%. Годом ранее доминировали бренды ценовой категории «выше среднего» – 63%.

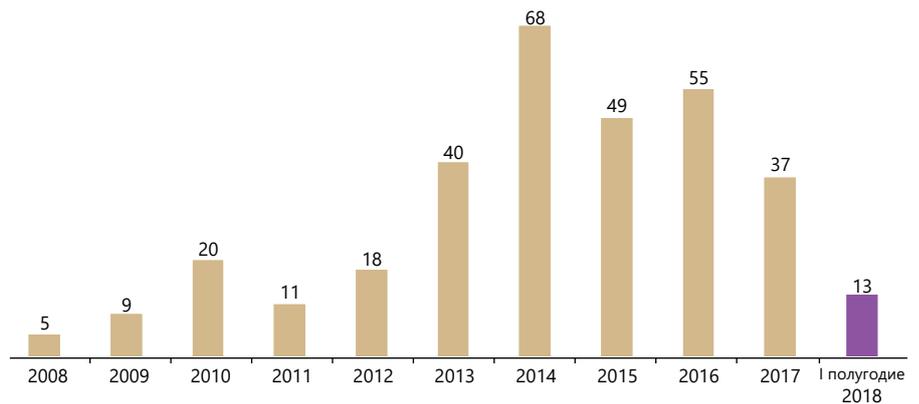
Стоит отметить, что при снижении активности выхода международных брендов на российский рынок, бренды, которые уже присутствуют, продолжают активное развитие. Так, за I полугодие 2018 года только 2 бренда объявили о своих планах ухода с российского рынка – немецкая сеть магазинов электроники и бытовой техники MediaMarkt, на площадях которой предположительно откроются магазины развиваемых группой «Сафмар» сетей «М.Видео» или «Эльдорадо», а также американский бренд Claire’s (аксессуары и бижутерия).

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



Источник: Knight Frank Research, 2018

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



Источник: Knight Frank Research, 2018



ТРЦ «Саларис»

Коммерческие условия

В течение I полугодия значительных колебаний уровня арендных ставок не произошло, однако в ряде объектов, характеризующихся высоким уровнем посещаемости, отмечен рост верхней границы ставки аренды и/или % с оборота продаж для некоторых крупных торговых операторов.

Прогноз

Учитывая объем введенных в I полугодии 2018 года новых торговых площадей и планы девелоперов по открытию ряда объектов, мы прогнозируем, что объем нового предложения по итогам 2018 года составит не более 150 тыс. м² (GLA). Данный показатель будет на четверть ниже в сравнении с итогами 2017 года.

Падение объема нового предложения является следствием кризиса 2014–2015 гг., текущим состоянием потребительского рынка и изменением инвестиционного климата в стране. Более низкое предложение в текущем году также связано с переносом на следующий год сроков ввода в эксплуатацию торгового центра «Остров Мечты» (70 тыс. м²) и II фазы «Смоленского Пассажа» (13 тыс. м²).

В силу ограниченного объема нового качественного предложения до конца года ожидается дальнейшее сокращение вакантных площадей в торговых центрах столицы. По нашим прогнозам, уровень свободных площадей по итогам 2018 года может составить 7%–7,5%.

Ожидается, что до конца года сохранится слабая активность со стороны международных операторов и по итогам года количество новых торговых марок, вышедших на рынок столицы, не превысит аналогичный показатель предыдущего года, составляющий 37 брендов. Заметным событием

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	4–6
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
Мини-якоря	700–1 000 м ²	0–14 000
Мини-якоря	500–700 м ²	0–16 000
	300–500 м ²	0–25 000
	150–300 м ²	8 000–18 000
	100–150 м ²	16 000–36 000
	50–100 м ²	25 000–80 000
	0–50 м ²	45 000–120 000
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	12–15
Рестораны	0–25 000	10–15

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

Источник: Knight Frank Research, 2018

года в этом направлении может стать выход на российский рынок шведского оператора бренда COS (профиль «одежда/обувь/белье»).

Новое предложение столицы в ближайшие годы будет сформировано преимущественно за счет community-центров, открываемых в составе жилых комплексов и после реконструкции концептуально устаревших объектов, а также за счет тор-

говых центров, реализуемых на базе ТПУ. Так, среди крупнейших проектов торговых центров, заявленных к реализации в составе ТПУ в период 2019–2022 гг., можно отметить ТЦ ТПУ «Селигерская» (145 тыс. м²), ТЦ ТПУ «Саларьево» (GLA – 105 тыс. м²), ТЦ ТПУ «Николаевская» (GLA – 94,5 тыс. м²), ТЦ ТПУ «Лухмановская» (GLA – 74,8 тыс. м²), ТЦ ТПУ «Некрасовка» (GLA – 35 тыс. м²) и ТЦ ТПУ «Парк Победы» (GLA – 29,3 тыс. м²).



© Knight Frank LLP 2018 – 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 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