

ОБЗОР



I ПОЛУГОДИЕ 2015 ГОДА

STREET RETAIL

Москва





Виктория Камлюк

Руководитель отдела торговых помещений Knight Frank

«Именно в кризисный период в сегменте street retail наблюдаются наиболее значительные изменения – активная ротация арендаторов, появление новых торговых концепций, неожиданный выход на рынок объектов, которые давно не экспонировались, а также пристальное внимание к формату встроенно-пристроенных помещений со стороны новых брендов, планирующих осваивать столичный рынок. Несмотря на рост доли вакантных площадей, коррекцию ставок и снижение количества крупных инвестиционных сделок, можно с полной уверенностью утверждать, что развитие сегмента не замерло: участники рынка продолжают оптимизацию портфелей, ищут новые схемы арендных отношений, пересматривают стратегии. Различные законодательные решения и официальные постановления городской администрации во многом форсируют изменения, вызванные экономическими факторами».



STREET RETAIL. МОСКВА

В I полугодии 2015 г. на развитие московского рынка встроенно-пристроенных торговых помещений, помимо неблагоприятной политико-экономической ситуации, оказывают влияние такие факторы, как ввод в эксплуатацию значительных объемов площадей в торговых центрах и различные административно-законодательные инициативы.

Изучая влияние крупноформатных объектов на сегмент street retail, стоит отметить, что по итогам I полугодия 2015 г. на столичном рынке в стадии активного брокериджа находится около 1,5 млн м² площадей в торговых центрах. При этом девелоперы многих объектов готовы корректировать коммерческие условия, гарантировать активную маркетинговую поддержку и способствовать привлечению посетителей. В сложившихся обстоятельствах торговые центры становятся более привлекательными площадками для развития розничных операторов многих профилей.

Также на сегмент street retail ощутимое влияние оказывают различные административные решения, в том числе и касающиеся реорганизации парковочного пространства Москвы.

- ♦ Так, например, запрет на парковку на некоторых центральных улицах столицы или необходимость вносить плату за нее постепенно привели к тому, что автомобилисты отказываются от приобретения товаров в магазинах формата street retail: покупатели предпочитают экономить время (парковка торговых центров позволяет быстрее, легче, комфортнее совершать покупки) и не готовы платить.
- ♦ Инициативы властей столицы, связанные с введением торгового сбора, вынудили торговых операторов искать пути оптимизации бизнеса, в том числе и за счет переезда в помещения меньшей площади или аренды площадей в тех районах города, где ставка налога оказалась ниже. Напомним, что с 1 июля 2015 г.

на территории города Москвы устанавливается торговый сбор: ставки налогового сбора диверсифицированы в зависимости от места размещения торгового объекта и его площади.

- ♦ Ожидание административного ужесточения, связанного с лишением права работать в ночное время. В настоящий момент известно, что вступление в силу постановления, ограничивающего время работы некоторых магазинов и предприятий сферы услуг, отложено.
- ♦ Отказ ряду банковских организаций в лицензировании в 2014–2015 гг. стал причиной освобождения многочисленных помещений street retail: по нашим оценкам, только за счет прекращения деятельности банковских организаций доля вакантных площадей на центральных торговых улицах увеличилась на 1 п. п. Большинство объектов, где ранее размещались филиалы банков, остаются незадействованными.
- ♦ В 2014–2015 гг. приостановили деятельность некоторые туристические операторы, что также способствовало увеличению числа свободных помещений в сегменте street retail.
- ♦ Запрет на курение в общественных местах, положения которого с 2013 г. постепенно вступают в силу, вынуждает операторов общественного питания рассматривать в качестве потенциальных локаций помещения с возможностью организовать летнюю веранду. При этом в настоящее время обсуждается возможность сделать некоторые столичные улицы «свободными от курения».
- ♦ В июне 2015 г. было продлено действие продуктового эмбарго (до 5 августа 2016 г.). Контрсанкции оказывают влияние на ассортимент ресторанных поставщиков и работу некоторых операторов общественного питания.

Пешеходные торговые зоны

Перечень пешеходных зон общегородского значения и улиц с интенсивным пешеходным движением, утвержденный Правительством Москвы, включает в себя 18 улиц (или участков улиц). К пешеходным зонам с качественной торговой составляющей эксперты компании Knight Frank относят 12 улиц (или участков улиц), среди которых Арбат, Кузнецкий Мост (частично), Никольская, Рождественка (частично), переулки Камергерский, Столешников, Третьяковский проезд, а также несколько зон в районе Замоскворечье. По итогам II квартала 2015 г. суммарный объем торговых помещений перечисленных пешеходных зон превышает 100 тыс. м². С большой долей вероятности данный показатель будет расти по мере реализации планов администрации, касающихся формирования комфортной городской среды.

Необходимо отметить, что в текущий период времени администрацией города всячески поддерживается появление на пешеходных улицах предприятий общественного питания. Так, например, в отношении объектов недвижимого имущества, примыкающих к пешеходным зонам и используемых для размещения кафе и ресторанов, утверждена льготная налоговая ставка (0,1% от кадастровой стоимости объекта). Кафе и рестораны занимают около половины (49%) торговых площадей на пешеходных улицах столицы. В I полугодии 2015 г. здесь были открыты кафе Free Hugs (Рождественка ул.), кафе Red Mango (Никольская ул.), бургерная «#Fagш» (Никольская ул.), бар Dirty Blonde (Кузнецкий Мост ул.) и т. д.

На пешеходных торговых улицах доля магазинов профилей «одежда» и «обувь» составляет 18% площадей: здесь продолжают работать операторы fashion-сегмента, в том числе категорий «премиум плюс» и luxury. Можно отметить, что в условиях, когда операторы данных профилей предпочитают развиваться в составе торговых центров, этот показатель является достаточно высоким.

На пешеходных торговых улицах столицы пустует каждое десятое помещение: доля вакантных площадей составляет более 8% (увеличение за год на 2 п. п.). При этом показатель на пешеходных улицах один из самых низких по сравнению с другими категориями торговых коридоров.



Пешеходные торговые улицы*. Основные показатели

Объем торговых помещений, тыс. м ²	103,5
Количество торговых помещений**, ед.	435
Средний размер помещения, м ²	230
Доля вакантных площадей (по площади помещений), %	8,5

* По 12 пешеходным улицам (или участкам улиц), пользующимся наибольшим спросом со стороны торговых операторов

** Помещения, технические параметры которых соответствуют ключевым требованиям торговых операторов

Источник: Knight Frank Research, 2015

Пешеходные торговые улицы. Структура по профилю арендаторов (площадь объектов)



Источник: Knight Frank Research, 2015

Пешеходные торговые улицы. Структура по профилю арендаторов (количество объектов)



Источник: Knight Frank Research, 2015

Центральные торговые коридоры

К центральным торговым коридорам были отнесены 42 улицы с транспортно-пешеходным движением, расположенные в пределах Садового кольца. Доля вакантных помещений в центральных торговых коридорах по итогам II квартала 2015 г. достигла 12%. За год объем свободных площадей в центре столицы увеличился почти в два раза: по итогам II квартала 2014 г. этот показатель составлял 6,5%. При этом можно отметить, что доля свободных площадей, расположенных вдоль окружности Садового кольца, даже несколько превышает средний показатель для центральных торговых коридоров и составляет 12,6%.

В текущий период помещения формата street retail на центральных торговых улицах в первую очередь пользуются спросом у операторов общественного питания, банков и предприятий сферы услуг (медицинские центры, салоны красоты, ателье и другие). Как уже было сказано выше, fashion-операторы потеряли интерес к этому сегменту еще в предшествующий кризисный период (2008–2009 гг.), а если и выбирают размещение вне торговых центров, то тяготеют к пешеходным торговым коридорам: в структуре центральных торговых улиц с автомобильным движением их доля не превышает 6%.

Одной из тенденций развития рынка торговых помещений в центре столицы стало появление торговых точек, в которых совмещено несколько функций. Например, в марте на ул. Б. Дмитровка состоялось открытие MANWAY1960 (в рамках заведения работают бутик мужской одежды Seize sur Vingt, корнер мужской косметики The Art of Shaving, барбершоп и небольшой кофе-бар). В мае в помещении магазина мужской одежды Fancy Crew (Трубная ул.) открылась кофейня Good Enough. В подобном формате на рынке работают сеть книжных магазинов+кафе «Республика», салон красоты+кафе «КофеПью», фермерская лавка+кафе «Ближние Горки» и другие операторы. Объекты с концепцией «магазин+» часто открываются на территориях лофт-объектов, а их появление свидетельствует о том, что операторы стали более внимательно относиться к потребностям целевой аудитории.

Центральные торговые улицы. Структура по профилю арендаторов (площадь объектов)

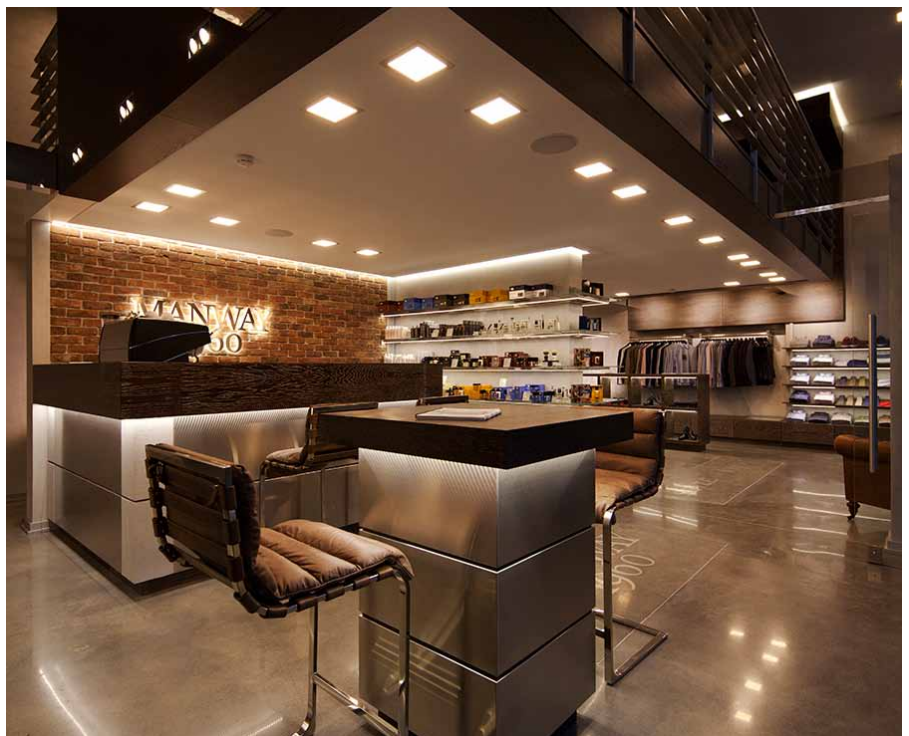


Источник: Knight Frank Research, 2015

Центральные торговые улицы. Структура по профилю арендаторов (количество объектов)



Источник: Knight Frank Research, 2015



Наблюдается постепенное развитие формата take-away-café (take-and-go), ориентированного на тех покупателей, которые хотят перекусить на ходу или забрать готовое блюдо домой: весной на ВДНХ открылись сразу четыре точки сети Coffee and the City, в Камергерском переулке можно взять кофе на вынос в Beaver's Coffee, на Болотной набережной появилась фалафельная «Тот самый фалафель», на Рочдельской улице – киоск Namam Burger, на улице Воронцово Поле – сэндвичная Right Bite и т. д. Владельцы подобных заведений могут существенно сократить расходы на аренду, поскольку для реализации готовых блюд не требуется большого помещения. При этом можно отметить, что популярностью пользуются преимущественно сетевые концепции или мини-заведения известных рестораторов, которые заботятся о репутации заведений и могут гарантировать качество своих блюд.

Продуктовые сети в I квартале 2015 г. активно наращивали свое присутствие на центральных улицах столицы: это мини-маркет AB DAILY, магазины «ВкусВилл», супермаркеты «Покупай» и т. д. Данная тенденция прослеживается на протяжении нескольких последних лет: так, например, в районах Арбат и Красносельский площадь сетевых продуктовых магазинов за 10 лет увеличилась в 4,2 раза, а в районе Якиманка – в 6 раз.

Магистральные торговые коридоры, улицы периферийных районов

Активное развитие рынка торговых центров привело к сокращению количества лояльных покупателей в магазинах, расположенных вдоль крупных проспектов. В настоящее время мы наблюдаем активную ротацию арендаторов помещений, расположенных на магистралях города, и прогнозируем изменение структуры арендаторов по профилю уже в среднесрочной перспективе.

Центральные торговые коридоры. Основные показатели

Объем торговых помещений, тыс. м ²	410
Количество торговых помещений**, ед.	2,3
Средний размер помещения, м ²	180
Доля вакантных площадей (по площади помещений), %	12,2

В том числе:

Улицы Бульварного кольца

Объем торговых помещений, тыс. м ²	61,4
Доля вакантных площадей (по площади помещений), %	10,8

Улицы Садового кольца

Объем торговых помещений, тыс. м ²	107,5
Доля вакантных площадей (по площади помещений), %	12,6

Другие центральные торговые улицы

Объем торговых помещений, тыс. м ²	241,1
Доля вакантных площадей (по площади помещений), %	12,3

* По 42 центральным торговым коридорам, пользующимся наибольшим спросом со стороны торговых операторов

** Помещения, технические параметры которых соответствуют ключевым требованиям торговых операторов

Источник: Knight Frank Research, 2015

Помещения на первых этажах жилых домов в периферийных районах города. Структура по профилю арендаторов (площадь объектов)



Источник: Knight Frank Research, 2015

Магистральные торговые коридоры, улицы периферийных районов

Объем торговых помещений	около 4 млн м ²
Доля вакантных площадей (по площади помещений)	17%

Источник: Knight Frank Research, 2015

Коммерческие условия

В сегменте street retail падение ставок аренды началось несколько позже, чем в торговых центрах, поскольку street retail – это более инертный рынок, где ценообразование регулируется множеством собственников и арендаторов. Фактически это объясняет, что именно в I полугодии 2015 г., когда в сегменте торговых центров наметилась стабилизация ситуации, мы фиксируем наиболее явные признаки стагнации рынка встроенно-пристроенных торговых помещений.

На текущий момент более 90% вакантных площадей формата street retail сдается в аренду по рублевым ставкам аренды. В сделках по большинству помещений, ставки аренды на которые номинированы в долларах США, наблюдается фиксация верхней и нижней границы «валютного коридора».

Впервые в street retail наблюдаются предпосылки к формированию арендных ставок в виде процента с оборота. На сегодняшний день подобные сделки пока редки (в основном у операторов ресторанного бизнеса и профиля «продукты»), но операторы рассчитывают в ближайшее время добиваться и таких условий аренды. Отметим, что данный вариант сотрудничества крайне нежелателен для собственников помещений, так как в отличие от торговых центров в сегменте street retail сложно прогнозировать потенциальные обороты арендаторов и практически невозможно влиять на них (через посещаемость торговых точек).

В среднем снижение ставок аренды в сегменте street retail за год составило 20–30% (в некоторых случаях падение достигло 40%).

Ставки аренды по основным торговым улицам

Расположение	Улица	Ставка аренды (руб./м ² /год)*
Торговые улицы с наиболее высокими ставками аренды внутри Садового кольца	Столешников пер.	81 000–170 000
	Петровка ул.	80 000–130 000
	Камергерский пер.	80 000–180 000
	Кузнецкий Мост ул.	80 000–180 000
	Тверская ул. (четная сторона от Охотного Ряда до Пушкинской площади)	110 000–195 000
	Никольская ул.	49 000–117 000
Остальные улицы внутри Садового кольца	Б. Дмитровка ул.	80 000–135 000
	Арбат ул.	54 000–115 000
	Новый Арбат ул. (нечетная сторона)	65 000–155 000
Садовое кольцо	Мясницкая ул.	60 000–140 000
	Валовая ул., Земляной Вал ул., Смоленский б-р	54 000–135 000
Основные транспортные магистрали	Ленинградский пр-т, Ленинский пр-т, Комсомольский пр-т, Кутузовский пр-т	36 000–112 500
Спальные районы		22 500–70 000

Источник: Knight Frank Research, 2015



Прогноз

С полной уверенностью можно говорить о том, что в ближайшей перспективе рынок останется в руках арендаторов: предпосылок к росту доли вакантных площадей или значительному снижению ставок аренды уже нет, однако активная фаза процесса ротации операторов еще не завершена. Арендаторы по-прежнему ищут наиболее привлекательные лоты с соответствующими текущей рыночной ситуации коммерческими условиями.

Возможно появление новых интересных предложений на улицах, которым будет присвоен статус пешеходных, а также на улицах, вблизи которых планируется открытие новых станций метрополитена.

При выходе на московский рынок международные бренды по-прежнему будут рассматривать помещения street retail в качестве площадок для открытия первых магазинов: в 2014 г. для премьеры бренда в России около 25% международных сетей выбрали помещения street retail, в I полугодии 2015 г. – треть новых операторов (например, ирландская сеть The Bagel Bar, парфюмерно-косметические бренды Rouge Bunny Rouge (Великобритания) и Serge Lutens (Франция) и другие).



ИССЛЕДОВАНИЯ

Ольга Ясько

Директор, Россия и СНГ

olga.yasko@ru.knightfrank.com

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Виктория Камлюк

Руководитель отдела торговых помещений Knight Frank

viktoryia.kamliuk@ru.knightfrank.com

+7 (495) 981 0000



© 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.