

ОБЗОР



2015 ГОД

STREET RETAIL

(ТОРГОВО-РОЗНИЧНЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ)

Москва



Виктория Камлюк

Руководитель отдела торговых помещений, Knight Frank

«В столичном сегменте street retail на протяжении 2015 г. предложение ожидаемо превышало спрос. Мы наблюдали динамичную ротацию операторов: в ряде случаев арендатор оставлял менее привлекательное помещение в пользу лучшей локации (часто – даже в рамках одной улицы). Если говорить о коммерческих условиях, то практически все участники рынка отметили укрепление позиции рубля в качестве валюты договоров аренды: прецеденты заключения контрактов в иностранной валюте случались, но, как правило, собственник и арендатор договаривались о фиксации курса.

В краткосрочной перспективе с наступлением «теплого» сезона, традиционно более благоприятного для большинства операторов, работающих в формате street retail (особенно в пешеходных зонах), можно ожидать появления новых концепций кафе и ресторанов, объектов парковой инфраструктуры и сетевого street-food. Полагаю, что в 2016 г. операторы общественного питания, наряду с сетевыми продуктовыми магазинами, банками и аптеками, будут формировать основной спрос на качественные торговые помещения».

STREET RETAIL МОСКВА

В последние годы сегмент торговой недвижимости формата street retail развивается в условиях жесткой конкуренции с рынком крупноформатных торговых объектов: для сегмента торговых помещений характерны ограниченные предложение и сравнительно низкие темпы прироста (1–2% в год), в то время как объем площадей в торговых центрах увеличивался стремительными темпами (пятикратный рост за 10-летний период). Многие операторы, концепции бизнеса которых либо мало зависят от трафика, либо являются трафикообразующими, по-прежнему предпочитают развитие в формате street retail, например магазины категории luxury или специализированные объекты (пункты выдачи товаров электронной торговли, магазины танцевальной одежды, оружейные бутики, антикварные салоны и т. д.). Однако большинство розничных концепций выигрывают от размещения в торговом центре.

Рынок street retail остается одним из самых устойчивых к воздействию негативных экономико-политических факторов: снижение ставок аренды и переход на «рублевые» договоры аренды начались в I квартале 2015 г. (позже, чем в других сегментах коммерческой недвижимости). В то же время формат встроенно-пристроенных помещений является одним из самых «чувствительных» к изменениям, касающимся транспортной инфраструктуры, городского благоустройства, деятельности торговых предприятий и т. д.

События 2015 г., оказавшие влияние на развитие сегмента street-retail:

- ♦ В 2015 г. в Москве была расширена зона платной парковки: в начале 2015 г. парковки стали платными на нескольких улицах в Таганском районе, с 10 октября стала взиматься плата за стоянку автомобилей на 133 участках улиц города (1-й этап точечной организации

платной парковки), а с 26 декабря к этому перечню добавлены участки еще на 291 улице (2-й этап точечной организации платной парковки).

- ♦ Правительство Москвы инициировало эксперимент по софинансированию установки ограждающих средств на придомовых территориях (шлагбаумы), что может отразиться на формировании внутриквартальной инфраструктуры.
- ♦ В сентябре 2015 г. в Гражданский кодекс РФ были внесены поправки, наделившие органы местного самоуправления правом принимать решение о сносе самовольных построек. В декабре 2015 г. владельцам и арендаторам 104 торговых объектов Москвы были выданы уведомления о необходимости ликвидации данных строений. Площадь ликвидируемых построек в ЦАО – более 10 тыс. м² (всего в Москве – более 50 тыс. м²).
- ♦ В марте 2015 г. в столице применительно к летним кафе начали действовать новые требования, в соответствии с которыми запрещено размещать кафе на крышах жилых домов, на расстоянии менее 10 метров от остановок общественного транспорта, а также менее чем в 5 метрах от пешеходных переходов.
- ♦ Продолжилось создание новых форматов сезонных заведений общественного питания: в 2015 г. проведен тендер на разработку дизайна «стоячих» кафе.
- ♦ В 2015 г. в рамках программы Правительства Москвы по благоустройству и реконструкции вестибулей Московского метрополитена была проведена работа по созданию новых форматов торговли в подуличных переходах.

- Продолжается строительство новых станций метрополитена, которые со временем становятся местами притяжения для операторов розничной торговли и формирования новых торговых зон: так, в 2015 г. было открыто 2 станции – «Технопарк» и «Котельники». В 2016 г. количество станций Московского метрополитена возрастет до 200: будет открыто еще 14 станций в разных районах Москвы.
- Для сбалансированного развития сегмента street retail оказались важными мероприятия, проводимые в рамках программы «Моя улица», реализация которой началась в мае 2015 г. В план первоочередных работ включено 50 городских улиц общей протяженностью 112 км.



Пешеходные торговые зоны

Создание современного пешеходного пространства – один из главных приоритетов Правительства Москвы. В 2011–2014 гг. в столице обустроены пешеходные зоны и маршруты общей протяженностью 120 км. В 2015 г. значительного расширения бестранспортного пространства Москвы не произошло: наиболее интересным событием стала организация пешеходной зоны в районе Триумфальной площади.

В 2015 г. продолжилось развитие различных заведений общественного питания: арендаторы этого профиля занимают более половины (54,3%) площадей street retail в пешеходных зонах столицы. В течение года бестранспортное пространство столицы пополнилось такими операторами, как Free Hugs (кафе, Рождественка ул.), Red Mango (кафе-мороженое, Никольская ул.), бар Dirty Blonde (Кузнецкий Мост ул.), ресторан одесской сети «Компот» (Арбат ул.), «Вареничная №1» (Никольская ул.), ресторан «Руккола» (Климентовский пер.) и другими.

В то же время операторы сегмента «одежда» постепенно сокращают свое присутствие: французская марка женской одежды Hervé Léger ушла с российского рынка (один из магазинов бренда работал на улице Кузнецкий Мост), закрылись популярный магазин Fott (Дмитровский пер.) и бутик Harmont&Blaine (Кузнецкий Мост ул.).

В структуре арендаторов по профилю на пешеходных улицах не зафиксировано изменения в категории «продукты». Сам

Пешеходные торговые улицы*. Основные показатели

Объем торговых помещений, тыс. м ²	105,5
Количество торговых помещений**, ед.	450
Средний размер помещения, м ²	234
Доля вакантных площадей (по площади помещений), %	7,3

* По 13 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, 2016

Пешеходные торговые улицы. Структура по профилю арендаторов (по площади помещений)



Источник: Knight Frank Research, 2016

показатель очень мал, и это связано с тем, что операторы продовольственной розницы тяготеют к улицам с полноценным автомобильным движением.

Доля свободных площадей на пешеходных торговых улицах постепенно снижа-

ется: по итогам 2015 г. вакантными оказались 7,3% площадей (снижение за год на 1,2 п. п.). При этом показатель уровня вакантных площадей на пешеходных улицах один из самых низких по сравнению с другими категориями торговых коридоров.

Центральные торговые коридоры

В течение 2015 г. доля вакантных площадей на центральных торговых улицах столицы сократилась с 12% до 9%. Снижение показателя преимущественно обусловлено развитием операторов пяти профилей – это «общественное питание», «банки», «аптеки», «продукты» и «услуги» (в том числе «медицинские услуги»).

В структуре по профилю арендатора наибольшие изменения отмечаются в сегменте «общественное питание»: доля таких операторов в центральных торговых коридорах выросла на 3,5 п. п.

Центральные торговые коридоры*. Основные показатели

Объем торговых помещений, тыс. м ²	420
Количество торговых помещений**, ед.	2 300
Средний размер помещения, м ²	183
Доля вакантных площадей (по площади помещений), %	9,2

* По 42 центральным торговым коридорам, пользующимся наибольшим спросом у торговых операторов (без пешеходных улиц)

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

Источник: Knight Frank Research, 2016

РИТМ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

В столице наблюдается постепенное развитие ниши foodtruck-торговли (foodtruck – передвижные точки питания «на колесах»). Данные операторы являются частыми участниками различных ярмарок, гастрономических фестивалей и других мероприятий, а также оказывают услуги кейтеринга. В подобном формате работают (или работали в течение летнего сезона) сети мобильных кофеен «Кофельяно», «Дед Прокофий», Coffee2Go, бистро-мобиль Adjika, модули «СТАРДОГ!S», киоски What's Up Dog, фуд-траки Gyros for Heroes, Kitchen Fuckers, Pho и другие.

До последнего времени объект foodtruck классифицировался как стационарный, а его деятельность фактически регулировалась правилами, разработанными для торговых объектов иного формата. В течение 2015 г. активно обсуждалось внесение в законодательство о торговле поправок, которые позволят передвижным торговым форматам работать по более гибкой схеме, соблюдая принцип мобильности. Помимо законодательной базы, росту популярности нового формата будет способствовать модернизация московских парков, благоустройство городских улиц, а также разработка более современных торговых модулей и специальных автофургонов.



Так, в Центральном административном округе столицы открылись Obed Bufet (Новый Арбат ул.), «Кулинарная лавка братьев Караваевых» (Коровий Вал ул.), «Мандариновый Гусь» (Петровка ул.), «Бар с едой Rogosello» и другие. Также необходимо отметить, что продление действия продуктового эмбарго не коснулось винной продукции, в связи с этим наблюдалось достаточно активное развитие винных баров и относительно нового для Москвы формата винотек (открылись винотека Grand Gru на Вальной улице и на Смоленском бульваре, кафе «Вино и Бургер» на улице Большая Полянка, планируют расширить свое присутствие на рынке винные магазины-бары «Хлеб и Вино» и I Like Wine, а также сети алкомаркетов «Красное&Белое» и «Пятница»).

Продуктовые сети в 2015 г. активно наращивали свое присутствие на центральных улицах столицы: это минимаркет DAILY, магазины «ВкусВилл», «Перекресток Экспресс» (формат convenience store) и т. д. Данная тенденция прослеживается на протяжении нескольких последних лет. Как уже отмечалось выше, на пешеходных улицах количество продуктовых магазинов за год практически не увеличилось.

Также следует отметить, что, несмотря на отзыв в 2015 г. банковских лицензий у ряда организаций (в Москве были закрыты отделения «Интеркоммерц Банка», «Пробизнесбанка», банка «Еврокредит», «Коммерческого банка "Ренессанс"», «Дил-банка», «КБР банка» и других), кре-

Центральные торговые коридоры. Структура по профилю арендаторов (по площади помещений)



Источник: Knight Frank Research, 2016

дитные организации вновь стали наращивать свое присутствие в торговых коридорах столицы. Доля таких операторов на пешеходных улицах выросла на 0,5 п. п., на центральных улицах рост оказался более значительным – на 1,5 п. п.: здесь были открыты офисы многих банковских структур, в том числе «МирЪ БанкЪ» (Тверская ул., Тверская-Ямская ул.), «АНКОР БАНК» (Марксистская ул., Земляной Вал ул.), «РУБанк» (Орликов пер.), «ВТБ 24» (Гоголевский б-р) и другие. В то же время в 2014–2015 гг. с рынка ушли 185 банков (20% банковских

организаций). Ожидается, что в 2016 г. отзыв лицензий коснется еще 10% игроков данного сектора.

В 2015 г. довольно активное развитие отмечалось в сегменте «услуги»: доля операторов этого профиля на пешеходных улицах увеличилась на 0,9 п. п., а в центральных коридорах – на 0,2 п. п. В определенной степени данный факт можно объяснить тем, что жители Москвы стали реже приобретать новые вещи и чаще обращаться в ателье, обувные мастерские, различные ремонтные организации.

РИТМ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

Относительно новым форматом для столичного рынка street retail стали благотворительные магазины. Среди наиболее известных объектов можно выделить «БлагоБутик», «Лавку радостей», «Стиль жизни», CharityShop и другие. Каждый из представленных магазинов сотрудничает с благотворительными фондами, а собранные средства идут на помощь нуждающимся. При этом необходимо отметить, что подобные объекты занимают привлекательные локации: так, например, в 2015 г. «Лавка радостей» открылась на первой линии Садового кольца (Вальная ул.).



Магистральные торговые коридоры, улицы периферийных районов

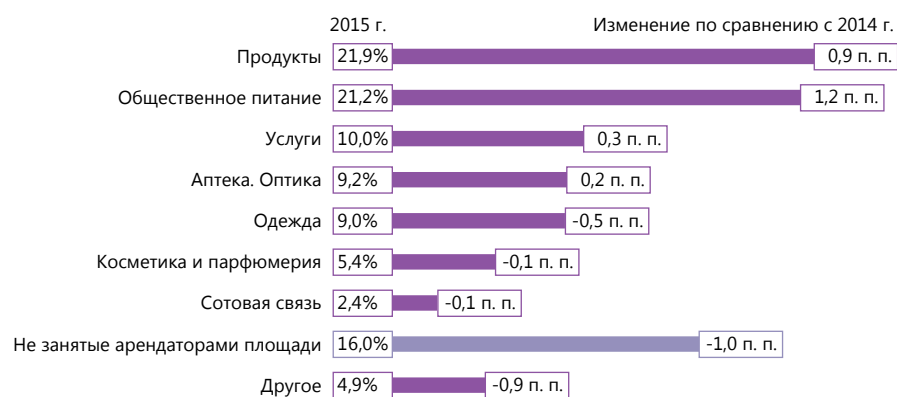
В 2015 г. структура рынка магистральных торговых улиц практически не изменилась: наблюдается незначительное сокращение доли вакантных площадей (на 1 п. п.) и дальнейшее развитие продуктовых магазинов («Кнакер» и LavkaLavka на Кутузовском пр-те, «Виктория» на проспекте Мира, магазины фермерских продуктов «Яблоко»). На улицах периферийных районов появляются единичные объекты операторов, которых сложно отнести к какой-либо категории, – это батутные клубы, бильярдные магазины, квесты-комнаты, коворкинг-центры. В настоящее время мы наблюдаем активную ротацию арендаторов помещений, расположенных на крупных проспектах, и прогнозируем изменение структуры арендаторов по профилю уже в среднесрочной перспективе.

Магистральные торговые коридоры, улицы периферийных районов

Объем торговых помещений	около 4 млн м ²
Доля вакантных площадей (по площади помещений)	16%

Источник: Knight Frank Research, 2016

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



Источник: Knight Frank Research, 2016



Коммерческие условия

Сегодня уже с уверенностью можно сказать, что рост доли вакантных помещений в сегменте street retail прекратился, а активная фаза процесса ротации завершается. Как собственники, так и арендаторы постепенно привыкают к новым реалиям рынка и в переговорном процессе обсуждают условия, выгодные всем участникам сделки.

По сравнению с докризисным периодом стадия экспозиции торговых помещений

может длиться в 1,5–2 раза дольше, достигая 6–8 месяцев. При этом причина «продолжительной» сделки может быть не только в том, что у арендатора возникают сомнения, но и в том, что собственники более взвешенно подходят к будущему партнерству и тщательно оценивают перспективы сотрудничества. Если говорить о ценовом факторе, то, как правило, сделки заключаются по ставке на 10–15% ниже запрашиваемой.

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.	150 000–220 000
	Петровка ул.	70 000–120 000
	Камергерский пер.	60 000–180 000
	Кузнецкий Мост ул.	60 000–180 000
	Тверская ул. (четная сторона от Охотного Ряда до Пушкинской площади)	100 000–140 000
	Никольская ул.	70 000–120 000
Остальные улицы внутри Садового кольца	Б. Дмитровка ул.	70 000–110 000
	Арбат ул.	55 000–125 000
	Новый Арбат ул. (нечетная сторона)	50 000–110 000
Садовое кольцо	Мясницкая ул.	60 000–100 000
	Валовая ул., Земляной Вал ул., Смоленский б-р	30 000–90 000
Основные транспортные магистрали	Ленинградский пр-т, Ленинский пр-т, Комсомольский пр-т, Кузюзовский пр-т	30 000–115 000
Спальные районы		22 500–70 000

* Без учета коммунальных платежей и НДС (18%)

Источник: Knight Frank Research, 2015

Прогноз

С полной уверенностью можно говорить о том, что в ближайшей перспективе рынок останется в руках арендаторов. Предпосылок к резкому росту доли вакантных площадей или значительному снижению ставок аренды уже нет.

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 2015 г. для премьеры бренда в России 22% операторов (11 международных сетей) выбрали помещения street retail, например ирландская сеть The Bagel Bar, украинские рестораны «Компот», парфюмерно-косметические бренды Rouge Bunny Rouge (Великобритания) и Serge Lutens (Франция).

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 2016 – 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.