

Общий уровень
вакансии
составил **10%**

За I полугодие
2020 года
открыто **4 ТЦ**

6 брендов
вышло на рынок
России



РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

I полугодие 2020 г.

knightfrank.com/research





Евгения Хакбердиева
 Директор департамента
 торговой недвижимости, Knight
 Frank

«Первое полугодие 2020 года стало периодом полярности и глобальных «испытаний» для сегмента розничной торговли. Мы входили в этот год с большими надеждами, позитивными трендами по росту объемов ввода новых торговых центров, росту интереса международных брендов к российскому рынку, с активными планами по развитию большинства международных и федеральных операторов. Но к концу 1 квартала стало понятно, что все наши прогнозы на этот год будут скорректированы из-за пандемии COVID-2019 и ввода серьезных ограничительных мер не только на всей территории России, но и в абсолютном большинстве стран мира. Больше двух месяцев рынок торговой недвижимости и непродуктивной торговли был практически полностью парализован и только в конце 2 квартала наметился тренд на постепенное восстановление в связи со снятием ограничительных мер в Москве и Московской области и в целом ряде регионов России. Сегодня рано делать долгосрочные прогнозы по нашему сегменту, но точно можно сказать, что впереди нас ждут интересные времена, которые могут скорректировать рынок собственником торговых центров и перераспределить доли операторов, готовых к активному развитию и присутствию в рамках торговых центров».

Основные выводы

- ♦ За I полугодие 2020 года предложение торговой недвижимости Москвы увеличилось за счет открытия четырех объектов – торговых центров в составе тематического парка развлечений «Остров Мечты» (GLA 70 тыс. м²) и в составе МФК «Квартал West» (GLA 58 тыс. м²), а также аутлет-центра The Outlet Moscow (GLA 14,5 тыс. м²) и ТЦ «Столица» (GLA 10 тыс. м²).
- ♦ Показатель вакантных площадей в торговых центрах столицы, работающих более 2 лет, за I полугодие увеличился на 1,8% и составил 5,3%. В новых объектах уровень вакансии составил 14%. Общий уровень вакансии составил 10%, в сравнении с I полугодием 2019г. увеличившись на 2,9 п.п.
- ♦ Снижение активности со стороны новых международных торговых операторов: на рынок России вышло всего 6 новых брендов, за аналогичный период 2019 года – 12 брендов.
- ♦ Ставки аренды на торговые помещения в торговых центрах претерпели изменения под влиянием мер по предотвращению пандемии и экономического кризиса и показали снижение.
- ♦ Треть 1-го полугодия 2020 г. большинство торговых центров находилось в вынужденном простое, еще треть (по настоящий момент) работают с ограничениями, связанными с изоляционными мерами по предотвращению пандемии коронавируса Covid-19.

Основные показатели*

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	13,55/6,73
Введено в эксплуатацию в 2020 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	450/152,5
Планируется к вводу в эксплуатацию в 2020 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈969,7/≈633,6
Доля вакантных площадей, %	10,0 (увеличение на 2,9 п. п.) **
Условия аренды в торговых центрах Москвы:	
торговая галерея, руб./м ² /год	0–100 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	3 000–15 000
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	531,1

* 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 2019 г.

Источник: Knight Frank Research, 2020

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 2020 год открытием торгового центра «Московский» общей площадью 17 тыс. м².

Основным лейтмотивом первого полугодия 2020г. стали беспрецедентные меры по предотвращению распространения коронавируса Covid-19. Стартовавшая в середине марта превентивная политика включала в себя усиленные меры защиты (дополнительная дезинфекция помещений, пропаганда антисептической гигиены, социальное дистанцирование) и прогрессировала до полной самоизоляции граждан и закрытию большинства торговых, развлекательных, спор-

тивных предприятий. В период 28 марта по 1 июня 2020 г. было закрыто порядка 80% ритейлеров, что фактически остановило работу большинства торгово-развлекательных центров. В пиковые недели простоя произошло драматическое снижение оборотов арендаторов fashion, общепита и индустрии развлечений (более 90%). Остро встала проблема взаимоотношений арендодателей и арендаторов относительно выполнений договорных условий аренды, были предприняты попытки решения вопроса на законодательном уровне. К концу апреля 2020 г. были достигнуты соглашения с 80% владельцев ТРЦ. Несмотря на принятые меры большинство ритейлеров перешли к оптимизации количества торговых точек, активное развитие получила сфера онлайн торговли.

Первая отмена ограничений на работу ТРЦ в г. Москва произошла 1 июня, а с 9 июня был отменен режим строгой самоизоляции. За первую неделю работы ТЦ после отмены ограничений в будни трафик находился на уровне 45-50% от прошлогоднего, а в выходные он составил 55-60%. Трафик в магазинах крупных сетевых арендаторов с начала июня составил в среднем 50-70% от показателей прошлого года.

В период изоляции закрылось менее пятой части фудмаркетов, практически

все из работающих перевели концепции общественного питания в режим доставки или работа на вынос. Стоит отметить, что почти у всех корнеров и так была доставка, у кого-то только возможен заказ непосредственно через сайт самого рынка (Усачевский, рынок на Ленинском), а у кого-то через Яндекс. Еду и Деливери клуб (Центральный рынок, Greenmarket).

В первом полугодии насчитывалось 16 фудмаркетов, из них сетевых – 7. Сети: Gremm Group, Zemskiy Group, Гастроферма, Eataly, Киевская площадь. До конца 2020 года планировалось открытие еще 4: ФудСити в ТРЦ «Щелковский», Фреш-маркет Южное Бутово, реновация Коптевского рынка – проекты Zemskiy Group, Eat Market на проспекте Вернадского.

Вакансия

Уровень вакансии в торговых центрах Москвы, введенных в эксплуатацию более двух лет назад, за I полугодие 2020 года увеличился на 1,8% (относительно I кв. 2019 г.) и составил 5,3%. В новых объектах уровень вакансии составил 14%. Общий уровень вакансии составил 10%, в сравнении с I полугодием 2019г. увеличился на 2,9 п.п.



Бренды

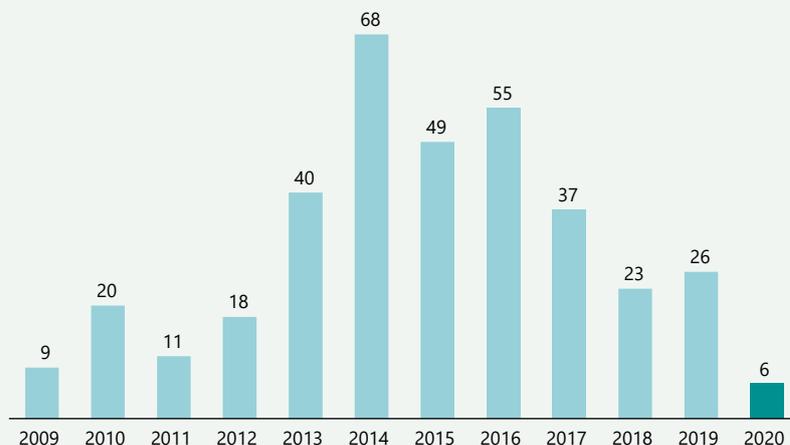
За первое полугодие 2020 г. на российский рынок вышло 6 международных розничных операторов, что в 2 раза меньше, чем за аналогичный период 2019 года (12 брендов). Новые бренды преимущественно соответствуют ценовым сегментам «выше среднего» и «премиум», относятся к профилю «одежда, обувь, белье». Все вышедшие в текущем году бренды открылись в формате полноценных магазинов и бутиков (в случае с UFC Gyms – фитнес-центр).

Стоит отметить, что сегмент «премиум» является в России более устойчивым к кризисным явлениям и изменчивости покупательских возможностей, однако, с учетом значительной роли иностранных покупателей среди целевой аудитории брендов высокого ценового сегмента и ограничений на международные перемещения, экономические показатели российских «дочек» также испытывают негативное влияние пандемических ограничений.

Анонсировано открытие первых двух магазинов бренда &OtherStories холдинга H&M в торговых центрах «Метрополис» и Vegas Крокус Сити. Ожидается выход брендов «WeekDay» (одежда), «Urban Revivo» (одежда), «Minimi» (детская одежда), «Skin&Co Roma» (косметика), тематического парка DreamPlay в ТРЦ «Авиапарк», парка развлечений японской группы Round One Corporation в ТРЦ «Европейский».

Бренды российских дизайнеров также испытали на себе негативное экономическое влияние пандемических условий и экономического кризиса, большинство брендов пересмотрели планы развития на 2020г., 12 Stores перенес открытия двух магазинов в региональных городах, было заявлено о закрытии брендов «Alexander Terekhov» и «Terekhov Girl».

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



Источник: Knight Frank Research, 2020

Международные операторы, вышедшие на российский рынок в I полугодии 2020 г.

	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
1	UFC Gyms	США	Спорт	Выше среднего
2	Filorga	Франция	Косметика и парфюмерия	Выше среднего
3	Suitsupply Woman	Нидерланды	Одежда / Обувь / Белье	Выше среднего
4	Ereda	Италия	Одежда / Обувь / Белье	Премиум
5	Jysk	Дания	Товары для дома / Интерьер	Средний/Ниже среднего
6	Boss Woman	Германия	Одежда / Обувь / Белье	Выше среднего

Источник: Knight Frank Research, 2020

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



Источник: Knight Frank Research, 2020

Коммерческие условия

Ставки аренды на торговые помещения в торговых центрах претерпели изменения под влиянием мер по предотвращению пандемии и экономического кризиса и показали снижение до 25% относительно границ диапазонов базовой арендной ставки для якорных арендаторов и операторов торговой галереи с небольшой площадью помещений. Максимальные базовые ставки аренды, несмотря на определенное снижение, также приходятся на помещения в зоне фуд-корта и для «островной» торговли в действующих проектах с высоким трафиком и могут достигать 120 тыс. руб./м²/год. Минимальные ставки аренды устанавливаются на помещения площадью более 2 000 м² для якорных арендаторов.

Прогноз

До конца 2020 года к открытию были заявлены такие крупные торговые объекты, как ТРЦ в Мытищах (GLA 144 тыс. м²) и ТЦ на месте рынка Садовод (GLA 50 тыс. м²), три торговых центра в составе ТПУ – ТРЦ «Сказка» (GLA 18,6 тыс. м²), ТЦ в ТПУ «Селигерская» и «Рязанская» (GLA – 145 и 14 тыс. м²), а также еще один премиальный аутлет-центр на Киевском шоссе – Vnukovo Premium Outlet (GLA – 11,9 тыс. м²). По состоянию на конец 1 полугодия 2020г. работы по строительству ТРЦ в Мытищах приостановлены, строительство МФК в составе ТПУ «Селигерская» начнется не раньше конца текущего года.

Объем нового ввода до конца 2020 года, согласно заявленным планам девелоперов, составит 633,6 тыс. м². В связи со спецификой рынка торговой недвижимости, а именно привлечение и удержание трафика потребителей, изоляционные ограничения будут еще долгое время влиять на режим функционирования объектов в негативном для доходной части ключе даже после разрешения на работу ТРЦ. Такое положение повлияет и на ввод ранее анонсированных к открытию в этом году объектов, в связи с чем возможен перенос сроков открытия на следующий год около 30-40% объектов. На 2020-2021 года был заявлен рекордный ввод торговых центров,

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м ² /год*	% от товарооборота
Гипермаркет (>7 000 м ²)	0–8 000	1,5–4
DIY (>5 000 м ²)	0–6 000	4–6
Супермаркет (1 000–2 000 м ²)	8 000–18 000	4–6
Супермаркет (450–900 м ²)	18 000–35 000	6–6
Товары для дома (<1 500 м ²)	0–10 000	6–10
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м ²)	6 000–15 000	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)	6 000–12 000	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	45 000–100 000	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	45 000–120 000	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, 2020



при этом часть из них уже находится в высокой степени готовности. Сокращение объемов ввода не будет сильным, так как для девелоперов невыгодно переносить дату ввода на финальной стадии реализации проекта. Существует вероятность корректировки даты ввода части объектов, но в любом случае в ближайшие пять лет все заявленные торговые центры выйдут на рынок.

Восстановление трафика ТЦ в России до докризисного уровня можно ожидать не ранее середины 2021 года, а по некоторым сегментам, например, развлекательные центры и кинотеатры, не ранее конца 2021 года. Во-первых, определенные ограничения, связанные со сдерживанием распространения вируса физически уменьшат «пропускную» способность объектов, во-вторых, покупательское поведение претерпит изменения – это и естественная осторожность после прошедших месяцев, и снижение покупательских возможностей, и переориентация на онлайн шопинг.

На фоне снижения доходов населения будут продолжаться следующие изменения в потребительских предпочтениях: рациональное потребление, переключение на более демократичные бренды, выбор в пользу ТЦ/супермаркета в ближайшей доступности от дома. Поэтому в сложившихся рыночных условиях районный формат ТЦ будет далее набирать популярность как у девелоперов, так и у потребителей. В 2020-2021 гг. запланированы к вводу районные центры ADG Group, ТЦ на ул. Авиастроителя Миля общей площадью 11 000 м² и торговый центр в ЖК «Ленинский, 38» арендуемой площадью 10 000 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

Наиболее значимые торговые центры, планируемые к открытию до конца 2020 г.

Название	Адрес	GVA	GLA
ТЦ на месте рынка Садовод, 1 очередь	14-й км МКАД	70 000	50 000
Prime Plaza	ул. Каховка, 29А	40 470	25 000
Флотилия	ул. Флотская, д. 7, стр. 1	28 000	23 000
Смоленский пассаж (фаза II)	Смоленская пл., вл. 7-9	58 437	19 647
ТПУ Рассказовка (Сказка)	ш. Боровское/ул. Корнея Чуковского	29 000	18 608
Гравитация	ул. Чертановская	30 000	18 500
Молния	Рязанский проспект в ЖК кварталы 21,19	18 450	14 020
ТПУ «Рязанская»	Нижегородская ул.	20 000	14 000
Vnukovo Premium Outlet	деревня Лапшинка	17 000	11 900
Олимпик Парк	Электролитный пр-д, д. 3Б	20 000	11 000
ТЦ на ул. Авиастроителя Миля	Ул. Авиастроителя Миля	11 000	6 000

Источник: Knight Frank Research, 2020

Объекты ADG Group, планируемые к открытию до конца 2020 г.

Название	Адрес	GVA	GLA
София	Сиреневый бул., 31	62 070	35 513
Киргизия	Зеленый просп., 81	26 147	13 592
Будапешт	Лескова ул., 14	19 103	9 736
Байконур	Декабристов ул., д. 17	13 454	9 541
Рассвет	Зои и Александра Космодемьянских, д. 23	9 365	6 460
Марс	Инженерная ул., д. 1	8 072	6 184
Экран	Новочеркасский б-р, д. 21а	8 863	6 167
Высота	Юных Ленинцев ул., д. 52	8 944	6 139
Нева	Беломорская улица, 16А	8 664	5 890
Эльбрус	Кавказский бул., д. 17	6 919	4 701
Саяны	Саянская ул., д. 9	5 260	3 026

Источник: Knight Frank Research, 2020

среду для проведения досуга, 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» (GVA – 145 тыс. м²) и «Парк Победы» (GVA – 237 тыс. м²) девелопером «Ташир», ТПУ «Щелковская» девелопером «Киевская площадь», ТПУ «Ботанический сад» (GLA – 27 тыс. м²), ТПУ «Ховрино»

(GVA 25 тыс. м²). Также аффилированной структурой компании «Киевская площадь» подана заявка на инвестиционный пакет по ТПУ «Нагатинская», компания 3S Development приобрела права на 99% ТПУ «Некрасовка», ТПУ «Кленовый бульвар», в составе которых планируется строительство МФК. Сроки реализации заявленных проектов намечены на 2021–2024 гг.

Анонсированы следующие проекты торговых центров: ТРЦ «Павелецкая Плаза» (GLA/GVA – 35 000 м²/73 000 м²), сроки реализации – конец 2022 г., выдано разрешение на строительство ТРЦ «Город Косино» (GLA/GVA – 72 000 м²/127 000 м²), анонсировано начало строительства в 2020 г. МФК «Прокшино» группы «Сафмар» (GVA – 332 000 м²).

На фоне текущей эпидемиологической и экономической ситуации прогнозируется рост вакансии до 13% по итогам года, при условии, что снятие ограничений на работу объектов торговой недвижимости было окончательным, и повторные меры применяться не будут.

Зафиксированное в 1 полугодии 2020г. снижение арендных ставок является временным, и, с восстановлением рынка торговой недвижимости, в ближайшие 1,5-2 года вернутся на прежний уровень.

Дальнейшее развитие рынка торговой недвижимости будет формироваться с учетом следующих факторов:

- ♦ Замедление темпов нового строительства
- ♦ Дальнейшее изменение площадей и форматов торговых объектов
- ♦ Рост доли социальных, культурно-образовательных, спортивных и оздоровительных функций в составе ТЦ
- ♦ Еще большая интеграция on-line и off-line торговли. Использование новых технологий и каналов продаж и продвижения
- ♦ Сокращение размера торговых пространств
- ♦ Расширение предложения по услугам и новым сервисам для клиентов.



© Knight Frank LLP 2020 – 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.

КОНСАЛТИНГ И АНАЛИТИКА

Ольга Широкова
Директор, Россия и СНГ
OShirokova@kf.expert

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

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