



Обзор рынка торговой недвижимости

Москва
1 полугодие 2014

Рынок торговой недвижимости Москвы

Макроэкономика

В июле 2014 г. МВФ существенно понизил прогноз роста ВВП РФ с 1,3% до 0,2% - 2014 г. и с 2,3 до 1% - 2015 г. - это самые низкие темпы роста среди всех крупных экономик мира. Ужесточение доступа на внешний финансовый рынок в силу введения санкций ведет к ослаблению рубля и росту внутренних ставок: с 28.07.2014 ЦБ повысил ключевую ставку до 8%.

Москва

Денежные доходы населения

Средняя номинальная заработная плата, начисленная за май 2014 г. по полному кругу организаций составила 58 422 руб. По сравнению с апрелем 2014 г. она уменьшилась на 9,2%, по сравнению с маем 2013 г. выросла на 9,5%. Реальная заработная плата, рассчитанная с учетом инфляции, в мае 2014 г. составила 101,9% к уровню мая 2013 г. и 90,2% – к уровню апреля 2014 г. В настоящее время в структуре денежных доходов населения оплата труда и выплаты социального характера занимают около 40% (по России - свыше 65%). Доходы от собственности составляют 15,0%-16,5%, прочие доходы (доходы от имущества, продажи валюты и пр.) – 27%-28%. В ближайшее время значительных изменений в структуре доходов не предполагается: на 1-2% увеличатся доля доходов от оплаты труда и предпринимательской деятельности¹.

Инфляция по итогам 1 полугодия 2014 г. (в % к декабрю 2013) составила 5,3% (3,7% за аналогичный период прошлого года).

Оборот розничной торговли

Оборот розничной торговли в Москве за январь-июнь 2014 г. составил 2 043,5 млрд. руб., что в сопоставимых ценах на 2,6% больше, чем за аналогичный период прошлого года. При этом, это самый низкий показатель после 2009 г., когда по итогам 1 полугодия оборот розничной торговли сократился на 2,6%.

Общий объем оборота розничной торговли на 82% был сформирован торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, на 18% - за счет продажи товаров на розничных рынках и ярмарках (в январе-июне 2013 г. - 81,3% и 18,7% соответственно).

В структуре оборота розничной торговли на пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия приходится 51,3% общего объема, на непродовольственные товары - 48,7%.

Предложение, основные тенденции рынка

Общее предложение торговых (арендопригодных) площадей в качественных ТЦ столицы по итогу 1 полугодия 2014 г. составило 4 140 тыс. кв.м. Обеспеченность качественными торговыми площадями составляет около 350 кв.м GLA на 1 000 жителей.

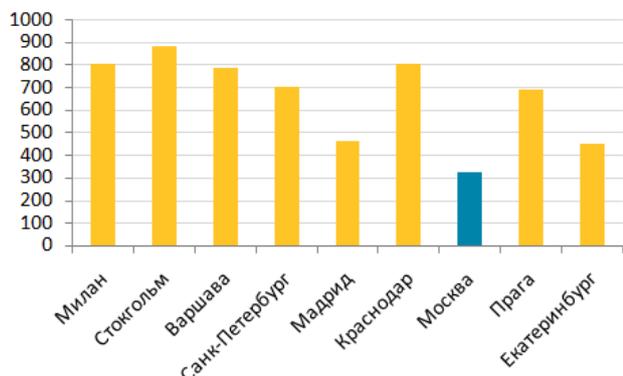
Основные показатели рынка торговой недвижимости, 1 полугодие 2014

Основные показатели	1 полугодие 2014
Оборот розничной торговли, млрд. руб. (январь-июнь)	2 043,5
Объем предложения в качественных ТЦ по итогам периода, GLA ² , тыс. кв.м	4 140
Общий объем открытых в 1 полугодии ТЦ, GLA, кв.м	226
Общий объем заявленных к вводу торговых площадей, 2 полугодие 2014, GLA, тыс. кв.м	650-700
Уровень вакантных площадей, %	2-3%

¹ Данные официального "Прогноза социально-экономического развития г. Москвы на 2014 г. и плановый период 2015 и 2016 гг.

² GLA (Gross leasable area) – общая арендопригодная площадь

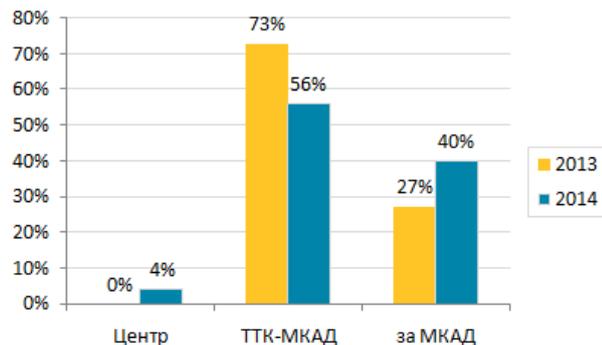
Обеспеченность торговыми площадями на 1 000 жителей



По итогам 1 полугодия 2014 г. прирост предложения качественных торговых площадей GLA составил 226 тыс. кв.м.

Продолжается децентрализация рынка. Основной ввод торгово-развлекательных проектов располагается за пределами ТТК. Тенденция смещения крупных торгово-развлекательных проектов к МКАД увеличивается (наличие свободных участков под застройку, децентрализация расположения районов нового жилого строительства).

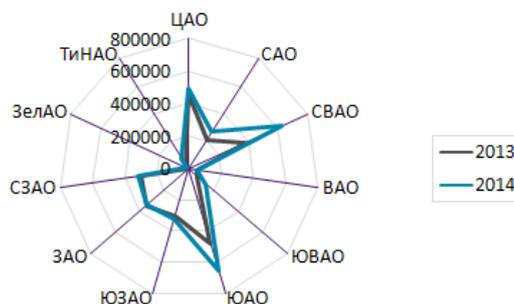
Распределение нового предложения по локации, 2013,2014



Vegas Крокус Сити



Распределение качественного предложения по округам Москвы, 2013,2014



ТЦ, открытые в 1 полугодии 2014 г.

Название ТЦ ³	Арендная площадь (GLA), кв.м	Открытие
Реутов Парк	41 000	1Q2014
Москворечье	16 500	1Q2014
Vegas Крокус Сити	112 500	2Q2014
Весна (Алтуфьево)	56 000	2Q2014
Итого	226 000	

Динамика ввода торговых площадей, Москва 2005-2014



Уровень вакантных площадей в качественных ТЦ Москвы с начала года немного увеличился с 1% до 2-3%. В связи с ожидаемым и наблюдаемым существенным вводом площадей в 2014-2015 гг. уровень вакантных площадей может вырасти до 5-7% в среднем по городу на краткосрочную перспективу. При этом некоторые из заявленных к открытию ТЦ были начаты еще до кризиса, (например, ТЦ "Мозаика", "Авиапарк"). К 2016-2017 гг. при нормальном развитии ситуации (отсутствие геополитических и макроэкономических потрясений), уровень вакантных площадей снизится до текущих значений.

³ Объекты, расположенные за МКАД, в зону охвата которых входит часть округов Москвы, GVA Sawyer относит к Московскому рынку торговой недвижимости

Согласно планам девелоперов, на 2 полугодие 2014 г. заявлен ввод около 650-700 тыс. кв.м GLA торговых площадей. С учетом переноса сроков открытия по части объектов, по итогам года GVA Sawyer прогнозирует рекордный объем ввода торговых площадей - на уровне 600 тыс. кв.м GLA (максимальный объем нового предложения был зафиксирован в 2009 г.- 518 тыс. кв.м GLA).

Знаковые ТЦ (GLA >20 тыс. кв.м), планируемые к открытию во 2 полугодии 2014

Название ТЦ	Арендная площадь (GLA), кв.м	Открытие
Авиапарк	235 000	2014
Колумбус	140 000	2014
Мозаика	68 000	2014
РИО на Киевском ш.	45 000	2014
Центральный Детский Магазин	34 500	2014
Водный	32 200	2014

Основные тенденции 1 полугодия 2014 г:

Отмечается снижение покупательской активности и посещаемости ТЦ.

Хорошим индикатором потребительской активности является Watcom Shopping Index, который рассчитывается на основе данных о реальной посещаемости торговых центров. На июль 2014 г. по сравнению с июлем 2013 г. в Москве зафиксировано падение в посещаемости крупных торговых центров, а именно: суперрегиональных - на 30%; региональных с GLA более 40 тыс. кв.м- на 9% и незначительный (+7%) рост посещаемости более мелких объектов. Среди выявленных трендов покупательского поведения - сокращение числа регулярно посещаемых торговых объектов с пяти до двух, снижение времени пребывания в магазине. При этом отмечается увеличение уровня конвертации посетителей в покупатели. Одновременно с этим отмечаем, что ввод в эксплуатацию новых объектов является объективным фактором "размывания" потока потребителей между большим числом объектов.

Увеличение доли развлечений в новых региональных и суперрегиональных проектах ТРЦ (в том числе формата Детский город-парк).

В целом развлечения, как для детей, так и для взрослых, несопоставимы по доходности от арендных платежей с торговлей, однако сильная конкуренция вынуждает девелоперов идти на повышение привлекательности и увеличение уровня комфортности и времени пребывания в ТРЦ. Чаще всего развивающие центры разрабатывают обучающие программы и формируют экспозицию таким образом, чтобы охватить различные возрастные группы. Формат "город-парк" предполагает, что родители могут оставить детей в развивающем центре на 3-4 часа, а сами в это время заниматься своими делами (совершать покупки, заниматься спортом и др.). В России подобные форматы детских развлекательные появились не так давно, но их число будет постепенно увеличивается. К примеру, в 2014 г. в Москве открылся детский город профессий "Мастерславль" (6 000 кв.м) в ММДЦ "Москва Сити", до конца года ожидается открытие детского парка Kidzania (10 000 кв.м) в ТРЦ "Авиапарк" и "Кидбург" (3 000 кв.м) в ТРЦ "Детский Мир" на Лубянке.

ТРЦ "Авиапарк"



Продолжается развитие пешеходных зон, что способствует формированию и расширению дон стрит-ритейла.

Ритейлеры

Продолжается тенденция увеличения количества магазинов, которые включают fresh –зоны, отделы "эко-продуктов" и др.

Из новых форматов стоит отметить:

- Аптечная сеть А5 в 2014 г. начала работу в новом формате - аптечные киоски в отделениях "Сбербанка", проект планируется развивать пока только в Москве.
- Обувной ритейлер "ЦентрОбувь" запустил новый "пилотный" розничный проект (155 кв.м) - сеть магазинов домашней одежды, товаров для путешествий и отдыха "ЦентрОбувь Comfort".
- Компания "Азбука Вкуса", развивающая сеть премиальных супермаркетов, открыла в БЦ "Белая площадь" магазин "AB Daily" - первая точка сети в формате convenience store.
- Компании Auchan и Metro планируют размещать собственные магазины в подземных переходах столицы. Продуктовый магазин в формате "underground - ритейл" Auchan планирует развивать на площади 100 кв.м с ассортиментом около 2 тыс. товаров. Российское подразделения Metro С&С намерена развивать в переходах уже существующий формат "Фасоль".
- Mango планирует свое дальнейшее развитие в РФ в новом формате - универмаг Mango Megastore, площадью 1 000-1 500 кв.м.
- "Адамас" планирует развивать "островной" формат ювелирной торговли для молодежных брендов APM Monaco и AGATHA.

Из знаковых сделок слияния-поглощения 1 полугодия 2014 г. стоит отметить покупку 100% ЗАО "СВА-Трейдинг" и ООО "СВА-Регион" (владельцев франшизы Sprag в Московской области) "Азбукой Вкуса". Сумма сделки могла составить около \$85-120 млн. Также отмечаем закрытие сделки по покупке "Шоколадницей" сети "Кофе хаус" с планами по открытию по приобретенных помещениях развиваемой по франшизе сети "Burger King" и суши баров "Ваби-Саби".

Новые международные бренды 2014

Категория	Бренд
Одежда, обувь	
Косметика и парфюмерия	
Детские товары, детская обувь	
Развлечения	
Общественное питание	

Финансовые условия

Ставки аренды для помещений в торговых галереях качественных торговых центров в Москве находятся в диапазоне от \$500 до \$4 000. В течение 1 полугодия 2014 г. и всего прошедшего 2013 г. ставки аренды в торговых центрах были стабильны.

Диапазон ставок аренды для операторов торговых центров Москвы, 2 кв. 2014 г.

Форматы торговых операторов	Арендваемая площадь, кв.м.	Ставки аренды, \$ за кв.м. в год, triple net
Гипермаркет продуктов питания	5 000 – 10 000	120- 350
Супермаркет продуктов питания	2 500- 5 000	350-500
	1 000 – 2 500	500- 1 000
DIY	8 000 – 15 000	100- 250
Бытовая техника и электроника	1 000- 2 500	500-900
	2 500- 5 000	300-500
Спортивные товары	1 000- 2 500	450-700
	2 500- 6 000	250-450
Универмаг одежды	1 000 – 3 000	250-600
Арендаторы торговой галереи	500-1 000	500-900
	250-500	700-1 200
	100-250	1 000-1 400
Киоски	< 100	1 500-3 000
	<50	2 500-5 000
Кинотеатры	1 500 – 6 000	150- 280
Развлекательный центр	1 500 – 6 000	120- 200

Дополнительные коммерческие условия договора:

Эксплуатационные расходы:

- \$80 за 1 кв.м в год , не вкл. НДС для якорных арендаторов;
- \$120-250 за 1 кв.м в год , не вкл. НДС для арендаторов торговой галереи;

На некоторых объектах взимается плата за маркетинг \$10-25 за кв.м в год или 1-3% от среднегодовой арендной платы;

Обеспечительный платеж: 1-2 месяца;

Срок договора: для якорей - до 10 лет, для сетевых арендаторов торговой галереи – 5-10 лет, для несетевых операторов – от 1 года.

Ежегодная индексация: для "якорей" -2- 5%, для арендаторов торговой галереи – 5-8% (до 10%).

Дополнительно или (в редких случаях для высоко-востребованных марок) вместо ставки аренды арендаторы платят от процент с оборота. В среднем арендаторы торговой галереи платят 8-12%, "якорные" арендаторы могут платить 1,5%-5%.

Прогноз

На середину 2014 г. на рынке аренды площадей в качественных ТЦ наблюдается два противонаправленных тренда:

1. В связи с девальвацией рубля, прошедшей в начале 2014 г. арендаторы пытаются зафиксировать валютный коридор в новых договорах аренды или договориться о предоставлении скидки по текущему договору. Пока такие требования не находят массового отклика у арендодателей. Наблюдаются лишь кратковременные уступки по снижению или ограничению ставок аренды.

2. В связи с рекордным выводом на рынок новых объектов, наблюдается предоставление в них стартовых бонусов при заполнении арендаторами новых объектов.

По оценке GVA Sawyer, эти тренды в среднем по рынку Москвы уравновесятся и средние ставки в краткосрочной перспективе прогнозируются на текущем уровне, тем не менее это не исключает локальных отклонений от средних ставок.

Австралия
Австрия
Великобритания
Венгрия
Германия
Гонконг (КНР)
Греция
Дания
Ирландия
Италия
Кипр
Китай
Литва
Нидерланды
Новая Зеландия
Польша
Россия
Финляндия
Швейцария
Швеция
Эстония

Центральный офис (г. Москва)

“Дом на Берниковской набережной”
109240, Россия, Москва
ул. Николаямская, д. 13, стр. 17
Т: +7 (495) 797-4401
Ф: +7 (495) 797-4400
info@gvasawyer.com

Офис в Санкт-Петербурге

info-spb@gvasawyer.com

Представительство в Красноярске

info@gvasawyer.com