

# Обзор рынка

торгово-развлекательной недвижимости Москвы  
за 1 полугодие 2009 г.



## Рынок торгово-развлекательной недвижимости

Таблица 1 Основные показатели рынка  
торгово-развлекательной недвижимости г. Москвы

Основные показатели	2009	2008 (09/08,%)
Оборот розничной торговли за январь-апрель, в фактических ценах, млрд. руб.	794,5	756,7 (5%)
Объем площадей в качественных ТЦ на конец 1 полугодия, тыс. кв.м GLA <sup>1</sup>	2 985	2 468 (21%)
Ввод площадей, 1 полугодие, тыс. кв.м GLA	227,7	101,2 (125%)
Заявлено к вводу, 2 пол. 2009, тыс.кв.м. GLA	523,6	

Источник: исследование GVA Sawyer,  
Федеральная служба государственной статистики

По итогам первого квартала **2009 г.**, по сравнению с аналогичным периодом **2008 г.**, основной макроэкономический показатель, характеризующий развитие рынка розничной торговли Москвы (оборот розничной торговли) показывает минимальную положительную динамику в номинальном выражении и отрицательную в реальном (учитывая темпы инфляции). Согласно официальным статистическим данным, как и в течение 1 квартала **2009 г.**, продолжается рост доли продовольственных товаров в структуре розничного оборота. Доля неорганизованной торговли в структуре продаж также росла на протяжении полугодия. Все это является следствием кризисных явлений в стране: ростом инфляции, девальвацией рубля, спадом потребительского спроса.

<sup>1</sup> GLA (Gross leasable area) - общая арендопригодная площадь.

## 1. Предложение

Диаграмма 1. Объем качественного предложения

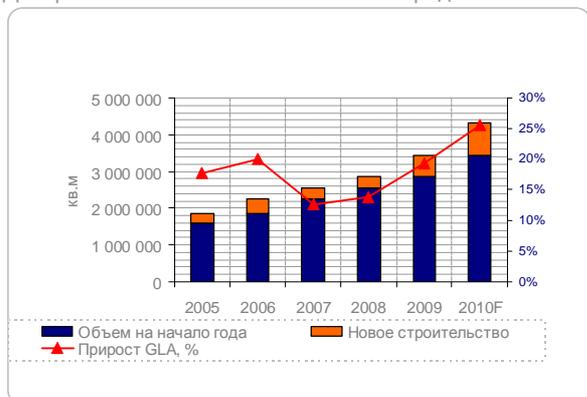
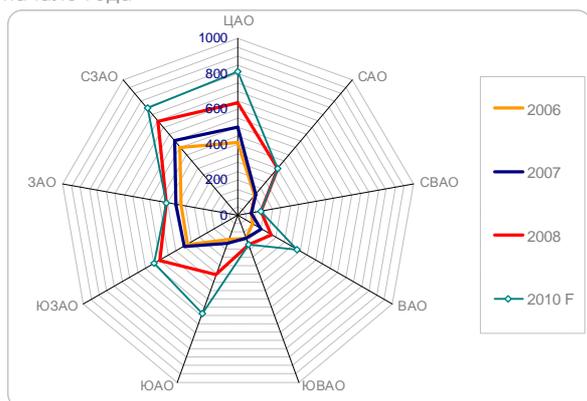


Диаграмма 2. Обеспеченность жителей Москвы торговыми площадями в ТЦ



Диаграмма 3. Обеспеченность жителей округов Москвы площадями в ТЦ (кв.м GLA/1000 чел.), на начало года



Источник: исследование GVA Sawyer

Совокупное предложение площадей качественных торговых центров<sup>1</sup> на рынке Москвы<sup>2</sup> на конец 1 полугодия 2009 г. достигло **2 983** тыс. кв.м GLA.

Обеспеченность жителей Москвы площадями в качественных торговых центрах составила **284** кв.м GLA/1000 человек. За период с января по июнь 2009 г. введено **472,1** тыс. кв.м площадей торговых центров (**227,7** тыс. кв.м GLA). Несмотря на экономический кризис, объем ввода площадей в прошедшем полугодии стал рекордным за последние несколько лет.

Прирост предложения во втором квартале 2009 года был обеспечен двумя качественными торговыми центрами: ТРЦ «Филион», ТЦ «На Беговой» (также был введен в эксплуатацию ТЦ «Мариэль», который не был отнесен к категории качественных). В первом квартале 2009 г. состоялось открытие трех объектов – ТРЦ «Метрополис», ТЦ «Мегаполис», ТРЦ «Спектр».

Как показывают данные исследования GVA Sawyer, в Москве по-прежнему вводятся большей частью крупные объекты недвижимости – прирост площадей в последние 4 квартала обеспечивается, в основном, объектами регионального и окружного формата, площадью от **30** тыс.кв.м GLA.

Распределение площадей в ТЦ между округами Москвы по-прежнему, остается неравномерным – наиболее обеспеченными

<sup>1</sup> Качественный торговый центр - в соответствии с определением GVA Sawyer - это совокупность объектов по реализации универсального ассортимента товаров и услуг (торговой площадью (GLA) более 5 000 кв.м), расположенных на определенной территории, спланированных, построенных, управляемых как единое целое и предоставляющих в границах своей территории парковку достаточной емкости.

<sup>2</sup> Московский рынок торгово-развлекательной недвижимости включает в себя качественные торговые объекты на территории Москвы, а также крупные объекты за ее границами, ориентированные в большей степени на жителей Москвы

торговыми площадями остаются жители СЗАО, ЦАО, ЗАО.

В сегменте развлекательной недвижимости наиболее знаковым событием второго квартала 2009 г. стало объявление об открытии первого объекта сети семейных развлекательных парков под брендом **Babylon** в России, в ТРЦ «Филион», площадью около **6,3** тыс.кв.м.

Таблица 2. ТЦ, открытые в 1 полугодии 2009 г.

Название	Адрес	Общая/ арендопри- годная площадь, тыс. кв.м
Метрополис	Ленинградское ш., 16	205,3 / 81,7
Мегаполис	Андропова пр., вл. 4-10	72 / 44
Спектр	Новоясеневский пр, 1	56,4 / 30
Итого, за 1 квартал 2009 г.		333,7 / 155,7
Филион	Багратионовский пр-д вл. 5 и 7	104,7 / 52,26
На Беговой	Хорошевское шоссе, вл. 2- 20, Блок А	19,7 / 10,65
Мариэль	ул. Люблинская, д. 167, корп.1	14 / 9,1
Итого, за 2 квартал 2009 г.		138,4 / 72
<b>Всего, 1 полугодие 2009 г.</b>		<b>472,1 / 227,7</b>

Источник: исследование GVA Sawyer

## 2. Финансовые условия

На протяжении 1 полугодия 2009 г., арендаторы и собственники ТЦ пытались найти компромисс в вопросе приемлемых для обеих сторон ставок аренды. На текущий момент происходит закрытие точек ритейлеров в одних торговых центрах и открытия в других. Пик такой ротации пришелся именно на первое полугодие 2009 г.

На рынке торговой недвижимости появились признаки перехода от «рынка продавца» к «рынку покупателя». Это подтверждают следующие факты:

- договора аренды заключаются, преимущественно, с минимальным депозитом;
- преимущество при выборе арендуемых помещений отдается действующим ТРЦ, либо ТРЦ готовых к вводу в эксплуатацию;
- появляются возможности согласования арендных каникул, льготного периода;
- получает распространение схема «арендная плата (полностью или частично) как процент с розничного оборота»;
- собственники чаще стали соглашаться на отмену обеспечительного платежа и замена его на банковскую гарантию для некоторых групп арендаторов;
- в некоторых случаях собственники стали соглашаться на проведение отделки арендуемого помещения за свой счет;

Пик пересмотра условий договоров аренды пришелся на 1 квартал 2009 года. По данным GVA Sawyer, снижение ставок аренды и переход на процент с оборота удалось добиться в индивидуальном порядке многим крупным сетевым игрокам. Переговоры о переходе на процент с оборота в качестве арендного платежа ведут многие арендаторы, т.к. это минимизирует риски ритейлеров. Учитывая, что сейчас найти арендатора сложнее чем в докризисный период, часто помещения пустуют, собственники торговых

центров вынуждены соглашаться на такие условия.

В среднем, по итогам полугодия, уровень арендных ставок в торговых центрах снизился. Послабление условий аренды особенно заметно в менее качественных объектах, испытывающих серьезные проблемы с заполняемостью, однако по наиболее востребованным торговым центрам, ставки были скорректированы в меньшей степени. Максимальные значения ставок аренды наблюдались в середине 2008 года, с этого момента средний уровень арендных ставок по вновь заключаемым договорам уменьшился на 15 - 30% в абсолютных значениях.

Что касается валюты расчетов – все чаще собственники идут на заключение договоров аренды в рублях.

Таблица 3. Среднее значение процента с оборота, взимаемого с арендаторов в качестве арендной платы в ТЦ.

Категория арендаторов	% с розничного товарооборота
Гипермаркеты (food)	2-3%
Супермаркеты (food)	5-7%
Бытовая техника и электроника	4-6%
Гипермаркеты (DIY)	4-6%
магазины одежды (нижний средний, средний ценовой сегмент)	8-12%
спортивные товары	10,00%
кинотеатры	7-10%
боулинг	7 - 10%
операторы фуд-корта	10-12%
салоны сотовой связи	до 20%
ювелирные салоны	до 20%

Источник: исследование GVA Sawyer

### 3. Спрос

По итогам 2 квартала 2009 года, разброс в значениях уровня вакантных площадей в торговых центрах увеличился. При этом, согласно исследованию, проведенному GVA Sawyer, уровень вакантных площадей в наиболее популярных торговых центрах, обладающих удачным местоположением и концепцией, ориентированных на массового потребителя (пример – ТРЦ «Европейский», ТЦ «Охотный ряд», ТРЦ «Атриум» и т.п.), сохранился на низком уровне (0,5-1%). В среднем, по качественным площадям, процент вакантных площадей составил 3,5%. Наиболее высокий процент вакантных площадей наблюдается в торговых центрах, проработавших менее полугода (до 15-20%).

Поведение конечных потребителей также различалось на протяжении 1 полугодия 2009 года. Данные изменения можно отследить, используя данные по посещаемости торговых центров Москвы (данные предоставлены компанией «Ватком»<sup>1</sup>). Так, в период с начала года до 23 февраля наблюдался высокий уровень активности, связанный, скорее всего, с девальвацией рубля и повсеместными скидками – люди осуществляли «ускоренные» покупки, стремясь сэкономить и вложить деньги в материальные носители. Затем произошёл резкий спад (не учитывая короткого всплеска активности потребителей 8 марта), который в целом продолжался на протяжении всего полугодия, с некоторыми отклонениями. Традиционного роста активности потребителей на майских праздниках не произошло, напротив, произошёл резкий спад, Индекс опустился намного ниже уровня 2007-2008гг.

<sup>1</sup> Индекс активности потребителей «Ватком» представляет собой тренд посещаемости объектов по рынку и даёт возможность увидеть не конкретное количество посетителей на тот или иной момент времени, а динамику посещаемости в «пунктах».

Диаграмма 4. Индекс активности потребителей Москвы



Источник: Ватком

В настоящий момент спад активности в связи с кризисом усугубляется ещё и традиционным летним сезонным спадом. В целом, уровень посещаемости торговых центров по итогам первого полугодия 2009 года снизился относительно прошлогоднего значения на 4%.

По итогам первых двух кварталов 2009 года, основными факторами, повлиявшими на величину и структуру спроса арендаторов площадей в торговых центрах, являлись следующие:

- 1) Недостаток ликвидности многих сетей, действующих на российском рынке, вызванный высокой долговой нагрузкой компаний и невозможностью привлечения дополнительных финансовых ресурсов. Как результат - банкротство ряда розничных компаний, высвобождение площадей за счет ухода компаний с рынка
- 2) Антикризисные меры арендаторов, направленные на оптимизацию бизнеса – ограничение экстенсивного роста при одновременном повышении рентабельности за счет сокращения издержек
- 3) Оптимизация локаций существующих точек продаж – перемещение арендуемых площадей в более выгодные по локации и коммерческим условиям места

Наиболее негативным моментом прошедшего полугодия можно назвать уход с рынка крупных сетевых игроков. О своем банкротстве и закрытии объявили сети: «Гроссмайт», «Точка вкуса», «Бананамамма», «Арбат престиж», «Смак», «Самохвал», «Букбери», «Неоторг», **PurPur**, «7 звезд», **Sprandi** и др.

Многие сети находятся в состоянии дефолта по выплатам поставщикам и кредиторам (Мосмайт, **Sunrise**, «Дикая орхидея», «Алпи», **Dixis**, «Матрица» и др.). Во многих случаях, банкротства вызваны необходимостью реструктуризации долговой нагрузки компаний или подготовкой к продаже.

Крупнейшие дистрибьюторы брендов в России вынуждены были отказаться от планов развития некоторых марок, сосредоточив развитие на наиболее востребованных направлениях. Так, с рынка ушли бренды **Stella McCartney**, **Alexander McQueen**, **Diesel**, **Taxi**, Авеню (одежда и обувь), **Make up Store** (косметика и парфюмерия).

В сфере розничной торговли также отмечена тенденция к увеличению сделок **M&A**. Наиболее активным участником по данным сделкам можно считать **X5 Retail Group**, который продолжает развивать собственную мультиформатную сеть и поглощает региональных франчайзи. Кроме того, компания проявляет интерес к региональным игрокам, в частности к сибирской сети Холидей Классик, украинским ритейлерам. В то же время, интерес к крупнейшим российским розничным компаниям продолжает проявлять международный бизнес - так, второй по величине ритейлер в мире, **Carrefour** проявил заинтересованность к покупке сети «Седьмой континент», а чешский фонд **PPF** – сети «Эльдорадо».

Несмотря на негативное влияние кризиса, выход новых игроков на российский рынок продолжается. **Wal-Mart** зарегистрировал дочернюю структуру в России и сейчас проявляет интерес к покупке одной из федеральных сетей (в частности, сети «Копейка»), **Selgros** открыл первый объект формата **cash&carry** в регионе, **Burger King** запланировал выход на рынок России, в

Москве появились бренды **Gap**, **H&M**, **Kika**. Планируются к открытию универмаги **Peek und Cloppenburg**, **Harvey Nichols**, **Uniqlo**, **Hamleys**, вновь возвращается в страну сеть универмагов **Debenhams**. Не меняют своих планов активного развития такие крупные международные игроки, как **Metro Group**, **Auchan**, **Carrefour**. Российские игроки также активно развивают новые бренды – **X5 Retail Group** (сети **A5**, Смарт медиа), ГК «Ташир» (сети Модный Альянс, **Wild West**, **RangeR**, **Kids Garden**) и др.

## 4. Прогноз

Таблица 4. ТЦ, запланированные к вводу, 2 полугодие 2009 г.

Название ТЦ	Адрес	Общая/арендопригодная площадь, кв.м
Золотой Вавилон-Ростокино	пр. Мира, 211	241 000 / 170 000
Маркос-Молл	Алтуфьевское ш., вл. 70	36 200 / 15 000
Тряпка	Ленинградское ш., 25	25 000 / 20 000
Вегас	24 км МКАД	210 300 / 120 000
Галерея Москворечье	Каширское ш.	24 490 / 19 780
Мосфильмовский	ул. Пырьева, вл.2	14 760 / 8 780
Viva	Северное Бутово, ул. Куликовская	32 000 / 24 000
Mall of Russia	Краснопресненская наб., уч. 6, 7, 8Б	179 420 / 114 210
Речной, 1 оч.	ул.Фестивальная, м. Ручной вокзал	26 000 / 18 140
Ключевой	ул. Борисовские пруды	26 000 / 13 700
<b>Всего</b>		<b>815 170 / 523 610</b>

Источник: исследование GVA Sawyer

Большая часть ТЦ, анонсированных к вводу в 2009 г., запланирована к открытию в 4 квартале. Общая арендопригодная площадь данных объектов составляет около 523 тыс.кв.м, что в 2 раза больше, чем в 1 пол.2009 г. и соответствующему периоду 2008 г. Но, по данным GVA Sawyer, из 10 готовящихся к вводу ТЦ, часть открытий может перенестись на 2010 год, соответственно, прирост площадей за данный прогнозный период будет меньше.

В течение 2 полугодия 2009 года рынок торговой недвижимости Москвы будет развиваться в соответствии со следующими тенденциями:

- увеличение объема предложения качественных торговых помещений на рынке за счет ввода в эксплуатацию новых объектов;

- рост среднего уровня вакантных площадей как за счет высвобождения площадей в действующих ТЦ, так и за счет наличия большого объема вакантных площадей в выводимых на рынок новых объектов торговой недвижимости;

- несмотря на большой объем вводимых площадей, к концу 4 квартала 2009 г. – началу 2010 года, арендные ставки по вновь заключаемым договорам будут снижаться с меньшими темпами, чем в 1 квартале 2009 г. При этом, будет наблюдаться увеличение диспропорции уровня арендных ставок в торговых центрах различного уровня качества;

- дальнейшая консолидация рынка розничной торговли, повышение доли крупных сетевых компаний в общем розничном товарообороте;

- сохранение тенденции ухода с рынка значительной доли небольших и средних по размеру российских сетей, которые активно развивались в последние годы за счет кредитных средств;

- рост спроса на более мелкие и менее качественные помещения со стороны предприятий малого бизнеса;



## Worldwide Offices:

[www.gvaworldwide.com](http://www.gvaworldwide.com)

GVA Charles Dunn  
GVA Kidder Mathews  
GVA Advantis  
GVA Smith Mack  
GVA Chicago  
GVA Thompson Hennessey & Partners  
GVA Detroit  
GVA Bieri  
GVA Marquette Advisors  
GVA Oxford  
GVA Cawley  
GVA Kantor  
GVA Grimley Ltd.  
GVA City-Concept  
GVA Grimley Brussels  
GVA ASCO Properties  
GVA Robertson  
GVA Sawyer  
GVA Nybolig Erhverv  
GVA Donal O Buachalla  
GVA Arthur Rubinstein  
GVA Swiss  
GVA Redilco  
GVA TP Group  
GVA Orco  
GVA InReal  
GVA Consultimo  
GVA PCI  
GVA Emirah  
GVA Real-Consult  
GVA Real-Consult Polska  
GVA Curzon Partners  
GVA Intercapitalis  
GVA Project Control Group  
GVA Worldwide



### GVA Sawyer

Россия, 109240 Москва,  
Николаямская улица 13, стр. 17  
Дом на Берниковской набережной

тел.: +7 (495) 797-4401, факс: +7 (495) 797-4400  
e-mail: [info@gvasawyer.com](mailto:info@gvasawyer.com)  
[www.gvasawyer.ru](http://www.gvasawyer.ru), [www.gvaconsulting.ru](http://www.gvaconsulting.ru)

### GVA Sawyer

Russia 109240 Moscow  
Nikoloyamskaya Ul. 13, Str. 17  
Bernikovskaya Embankment House

tel.: +7 (495) 797-4401 fax: +7 (495) 797-4400  
e-mail: [info@gvasawyer.com](mailto:info@gvasawyer.com)  
[www.gvasawyer.com](http://www.gvasawyer.com), [www.gvaconsulting.ru](http://www.gvaconsulting.ru)