

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

I квартал 2023 г.





Евгения Хакбердиева
Региональный директор
департамента торговой
недвижимости NF Group

«В I кв. 2023 г. продолжился процесс оптимизации части магазинов и ухода некоторых крупных иностранных компаний, что говорит о еще не законченной перестройке рынка. Между тем мы наблюдали в некоторых показателях первые позитивные изменения, которые свидетельствуют о постепенном восстановлении рынка. Немаловажным является и то, что, несмотря на действующие санкции и напряженную ситуацию в мире, мы фиксируем выход новых международных брендов на российский рынок и готовность локальных брендов к масштабированию».



Основные выводы

- > В I кв. 2023 г. в Москве было зафиксировано техническое открытие одного торгового объекта с арендопригодной площадью 27,0 тыс. м².
- > Объем нового предложения продемонстрировал позитивную динамику по сравнению с показателями I кв. 2022 г. (+54,3%).
- > На 2023 г. анонсирован ввод нового предложения на уровне 176,6 тыс. м² GLA. В случае реализации всех проектов объем планируемого ввода окажется на 42,8% больше показателя 2022 г.
- > Уровень вакансии в торговых центрах Москвы увеличился на 1,2 п. п. (относительно I кв. 2022 г.) и составил 14,5%.
- > Увеличение активности со стороны новых международных торговых операторов: на рынок России вышли 5 новых брендов, что составляет практически половину (45%) от годового показателя 2022 г.
- > С начала марта 2022 г. об уходе объявили 23 иностранные компании, 34 произвели ребрендинг и передали/планируют передать бизнес другим участникам рынка.

Основные показатели*

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	14,5/7,4
Введено в эксплуатацию в I кв. 2023 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	33,0/27,0
Планируется к вводу в эксплуатацию до конца 2023 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈299,6/≈176,6
Доля вакантных площадей, %	14,5% (+1,2 п. п.)**
Условия аренды в торговых центрах Москвы***:	
торговая галерея, руб./м ² /год	0–180 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	0–50 000
Операционные расходы:	
торговая галерея, руб./м ² /год	6 000–15 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	1 500–3 000
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	582

* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, объединенных общей концепцией и единым управлением

** Изменение по сравнению с показателем за I кв. 2022 г.

*** Верхние границы арендных ставок относятся к наиболее успешным и востребованным торговым центрам Москвы

Источник: NF Group Research, 2023

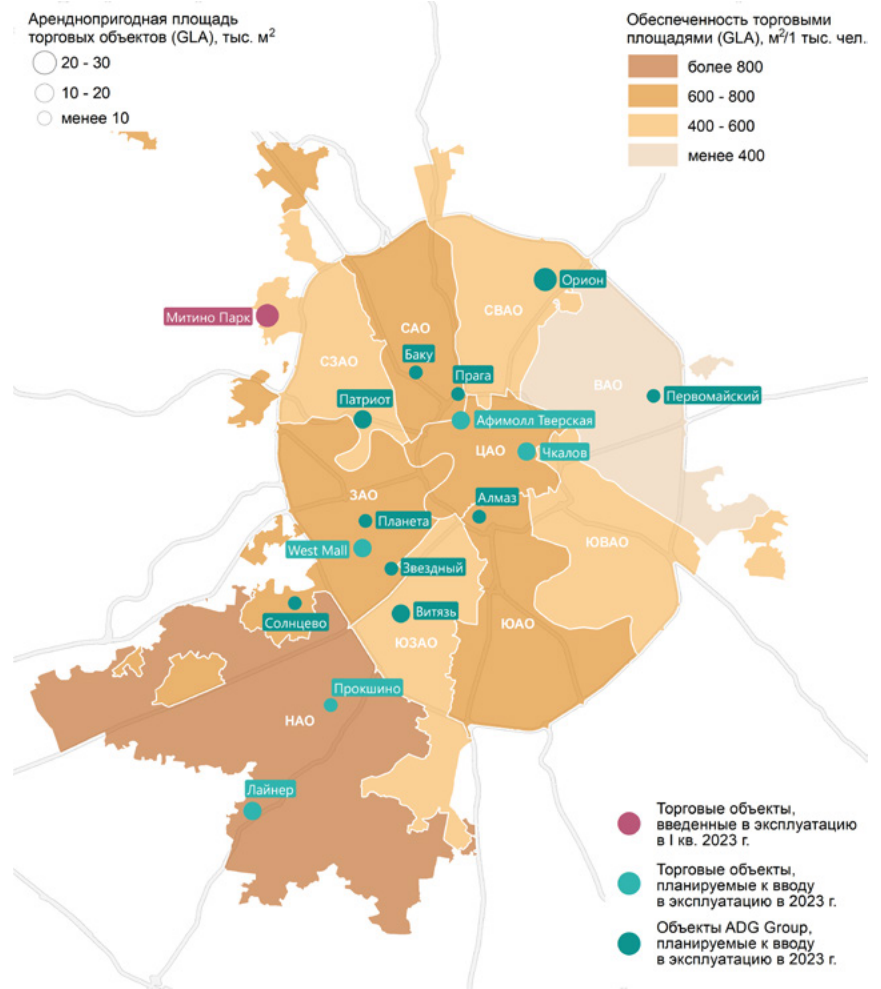
Предложение

В I кв. 2023 г. было зафиксировано техническое открытие одного торгового объекта – МФК «Митино Парк»* (27,0 тыс. м² GLA), а также были завершены работы по строительству в ТЦ «Планета», однако открытие планируется в следующем квартале. Остальные торговые объекты, заявленные к вводу в 2023 г., перенесли сроки открытий на другие даты. Объем нового предложения продемонстрировал позитивную динамику по сравнению с показателями I кв. 2022 г. (+54,3%).

С учетом небольшого объема нового предложения показатель обеспеченности жителей Москвы качественными торговыми площадями относительно предыдущего квартала изменился незначительно и составляет 582 м² на 1 000 человек.

В разрезе административных округов «старой Москвы» наиболее обеспеченными остаются Центральный, Южный и Северный. Новомосковский округ является лидером по обеспеченности (985 м²/1 000 человек), что обусловлено небольшой численностью населения. С начала года прирост был зафиксирован в Северо-Западном АО (+5,4%) за счет технического открытия МФК «Митино Парк». В перспективе ближайших пяти лет ожидается значительный прирост населения за счет ввода в эксплуатацию большого объема жилья на фоне низкой интенсивности ввода торговых центров преимущественно районных и окружных форматов или в составе многофункциональных комплексов.

Торговые центры, открывшиеся в I кв. 2023 г.



Источник: NF Group Research, 2023

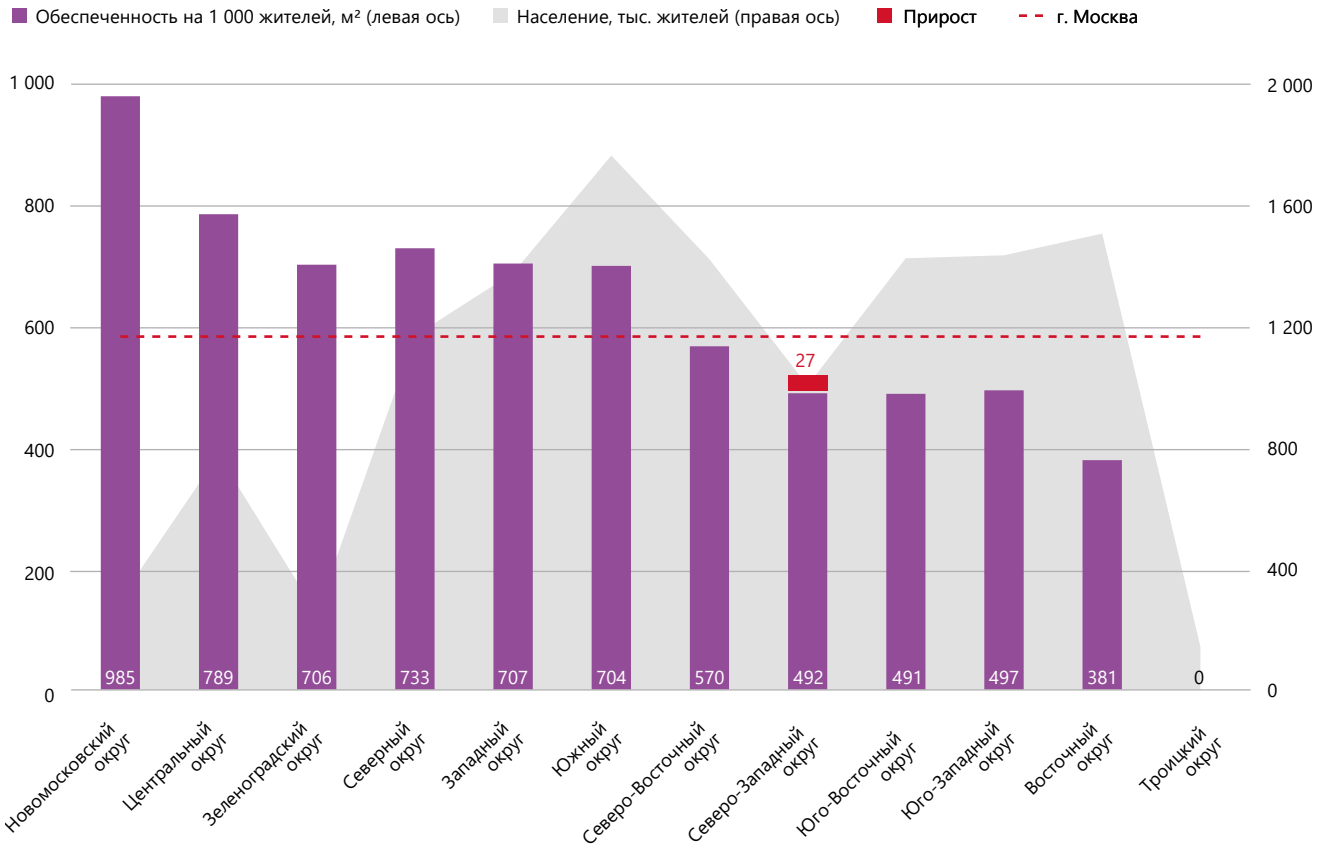
Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



* Уровень вакантности на конец I кв. 2023 г.
Источник: NF Group Research, 2023

* Официальное открытие планируется во II квартале 2023 г.

Обеспеченность на 1 000 жителей, м²



Источник: NF Group Research, 2023

Вакансия

В I кв. 2023 г. уровень вакансии в торговых центрах Москвы увеличился на 1,2 п. п. (относительно I кв. 2022 г.) и составил 14,5%. Рост доли свободных площадей обусловлен оптимизацией торговых точек у ретейлеров, столкнувшихся с негативным влиянием пандемии, февральских событий и уходом международных брендов, занимавших большие площадки в крупных торговых объектах столицы. Несмотря на это, пустующие площадки постепенно начинают заполняться новыми арендаторами, что сдерживает выход большого числа пустующих площадей на рынок. По сравнению с предыдущим кварталом показатель снизился на 1,1 п. п. Один из способов заполнения крупных блоков, которые чаще всего высвобождаются, – деление помещений с целью оптимизации форматов и диверсификации рисков.



ТЦ «Сокольники»

Спрос

В 2023 г. продолжается активное расширение форматов универмагов и мультибрендовых магазинов в составе торговых центров и аутлетов. В региональных городах России был запущен магазин российских дизайнеров NICO'NINI в ТРЦ «Аура» (Ярославль) и универмаг локальных марок SLAVA в ТРЦ «Планета» (Пермь), также планируются к открытию пространства SLAVA в фудмолле VOKZAL 1835 (Санкт-Петербург) и новый проект от ТРЦ «Гринвич» (Екатеринбург) – Hilight. Помимо этого, в столичном «Outlet Village Белая Дача» появилось новое пространство с локальными и мировыми брендами «РЕМАРК», в ТРЦ «Метрополис» – TRND, и планируется к открытию мультибрендовый магазин иностранных брендов STORE by Lukse в ТРЦ «Аура» (Новосибирск) на месте магазина испанского бренда Massimo Dutti.

С марта 2022 г. о приостановке деятельности сообщили более 180 международных ретейлеров, об уходе из России объявили 23 иностранные компании (некоторые из них – частично) из сферы торговли и общественного питания (из них 74% ретейлеров развивались полностью или частично в торговых центрах в формате отдельно стоящих магазинов), что также добавляло роста неопределенности на рынке, однако не все из них прекратили бизнес окончательно, некоторые продолжают работать и/или продавать остатки, есть и те, которые могут вернуться на рынок под другими именами. Кроме того, было зафиксировано 34 ребрендинга ретейлерами/компаниями под новыми брендами и перехода бизнеса к локальным владельцам. Последние ребрендинги были произведены компанией Inditex, которая частично оставила бренды Maag (Zara), Ecrú (Bershka), DUB (Pull&Bear) и ретейлерами US Polo (AR Fashion), Hamleys («Винни»), Costa Coffee (Coffee), Reima (Nordy).

Универмаги и мультибрендовые пространства российских дизайнеров в составе торговых объектов, открытые в I кв. 2023 г.

Название	Тип	Торговые центры
TRND	Универмаг/Мультиформатный концепт-стор	Метрополис (Москва)
NICO'NINI	Универмаг/Мультиформатный концепт-стор	Аура (Ярославль)
SLAVA*	Универмаг/Мультиформатный концепт-стор	Планета (Пермь), фудмолл VOKZAL 1835 (Санкт-Петербург)
Hilight*	Универмаг/Мультиформатный концепт-стор	Гринвич (Екатеринбург)

* Открытие в 2023 г.

Источник: NF Group Research, 2023

Ключевые бренды, объявившие об уходе с российского рынка

	Бренд	Страна происхождения	Профиль
1	Prisma	Финляндия	Продукты
2	Hesburger	Финляндия	Общественное питание
3	Paulig Cafe & Store	Финляндия	Общественное питание
4	Jacquemus	Франция	Одежда и обувь
5	JYSK	Дания	Товары для дома
6	Watsons	Китай	Парфюмерия и косметика
7	Victoria's Secret	США	Одежда и обувь/Нижнее белье
8	Coty	Франция/США	Парфюмерия и косметика
9	Groupe SMCP (Sandro, Maje)*	Франция	Одежда и обувь
10	Moncler	Италия	Одежда и обувь
11	Nike (Converse)*	США	Одежда и обувь
12	Lindt	Швейцария	Продукты
13	Triumph	Германия	Нижнее белье
14	H&M Group (H&M, H&M Home, COS, Weekday, Monki, & Other Stories, Arket)	Швеция	Одежда и обувь/Товары для дома
15	Nestle (Nespresso)	Швейцария	Продукты
16	Hard Rock Cafe	США	Общественное питание
17	Laduree	Франция	Продукты/Общественное питание
18	IKEA**	Швеция	Товары для дома
19	Inditex (Massimo Dutti, Oysho, Zara Home)	Испания	Одежда и обувь/Нижнее белье/Товары для дома
20	Hermes	Франция	Одежда и обувь/Аксессуары
21	Paul Smith	Великобритания	Одежда и обувь
22	Decathlon***	Франция	Товары для спорта
23	Marks&Spencer****	Великобритания	Одежда и обувь

* Ретейлеры продолжают работать

** Продажа 4 заводов

*** Продажа BlueBox

**** Ретейлер продолжат работать, отказ от российских франшиз и поэтапное закрытие

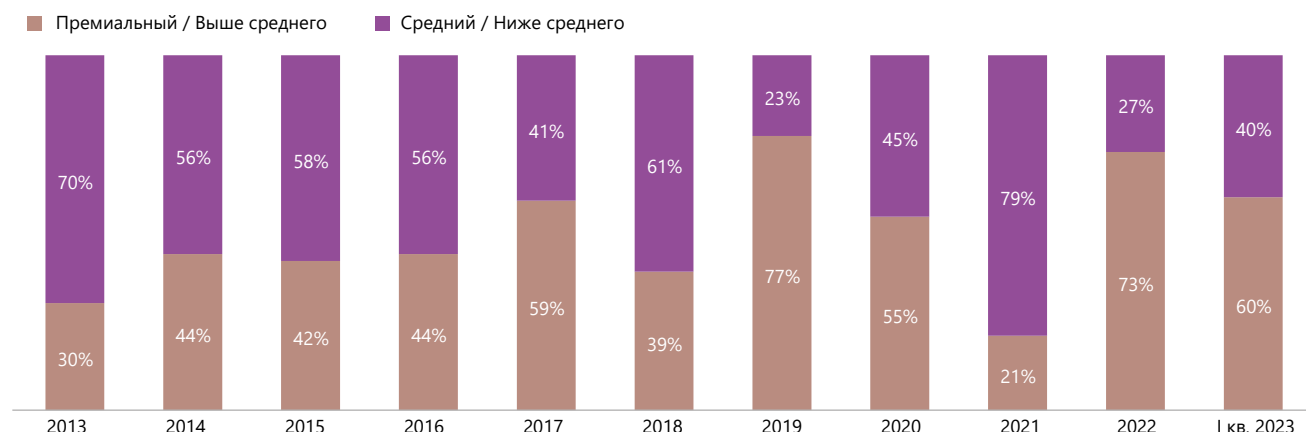
Источник: NF Group Research, 2023

Ключевые бренды, оставшиеся на российском рынке

	Бренд	Страна	Профиль
1	L'Occitane	Франция	SoBeautiful (ранее Л'Окситан)
2	OBI	Германия	ОБИ
3	McDonald's	США	Вкусно – и точка
4	LPP Group (Reserved, House, Cropp, Mohito, Sinsay)	Польша	RE, Xc, CR, M, Син
5	CCC	Польша	Obuv
6	Levi's	США	JNS/JEANS'a
7	Helly Hansen	Норвегия	Хансен Аутлет и MOVE
8	Reebok	США	Sneaker Box (продажа турецкой компании FLO Retailing)
9	Starbucks	США	Stars Coffee (продажа рэперу и бизнесмену Тимуре Юнусову и ресторатору Антону Пинскому)
10	Samsonite	США	ЧемоданPRO
11	Mango	Испания	Передача франчайзи
12	Deichmann	Германия	NAM (продажа)
13	Crocs	США	Saboo
14	TOUS	Испания	работает в России через партнера Rashel Group
15	Pizza Hut	США	Пицца-Н (продажа российской компании «Ной-М»)
16	KFC	США	Rostic's
17	Sephora	Франция	Иль Де Ботэ (передача локальному менеджменту)
18	Dunkin' Donuts	США	Donutto
19	LEGO	Дания	Мир кубиков
20	Inditex (Pull&Bear, Bershka, Zara, Stradivarius)	Испания	DUB, Ecrú, Maag, Vilet
21	Krispy Kreme	США	Krunchy Dream (продажа ресторатору Аркадию Новикову)
22	Mothercare	Великобритания	Motherbear (продажа российской компании «Джамилько»)
23	Timberland	США	Bootwood
24	Baskin Robbins	США	BBrandICE
25	Calvin Klein Underwear	США	Under
26	Nike	США	NSP
27	Lush	Великобритания	ООМРН
28	DIM	Италия	Ребрендинг (франчайзинговые магазины останутся)
29	The Body Shop	Великобритания	Возможен ребрендинг (продажа российской компании «Джамилько»)
30	Hamleys	Великобритания	«Винни»
31	US Polo	США	AR Fashion
32	Costa Coffee	Великобритания	Coffee
33	Reima	Финляндия	Nordy
34	Leroy Merlin	Франция	Планируется передача локальному менеджменту

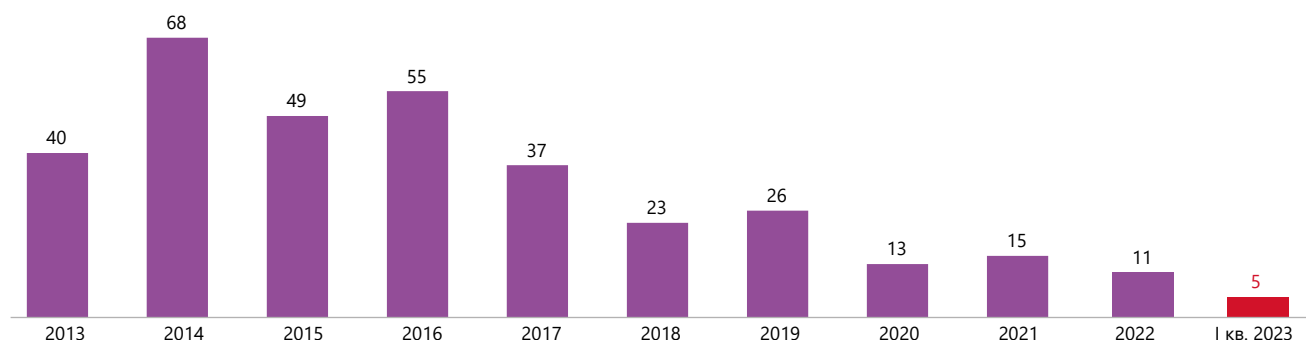
Источник: NF Group Research, 2023

Структура брендов, вышедших на российский рынок, по ценовому сегменту



Источник: NF Group Research, 2023

Динамика выхода международных операторов на российский рынок, шт.



Источник: NF Group Research, 2023

Международные операторы, вышедшие на российский рынок в I кв. 2023 г.

	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
1	NetWork	Турция	Одежда и обувь	Выше среднего
2	Club	Турция	Одежда и обувь	Выше среднего
3	Madame Coco	Турция	Товары для дома	Средний
4	AC&Co	Турция	Одежда и обувь	Выше среднего
5	Loft (Colin's)	Турция	Одежда и обувь	Средний

Источник: NF Group Research, 2023

Бренды

По итогам I кв. 2023 г. на российский рынок вышли пять новых международных брендов, за аналогичный период 2022 г. – один. Несмотря на влияние геополитической обстановки, количество выходов новых брендов за три месяца показало позитивную динамику и составило практически половину (45%) от годового показателя 2022 г.

Новые ретейлеры из Турции представлены в таких профилях, как «одежда и обувь» и «товары для дома» и работают в ценовом сегменте «средний», «выше среднего».

Первые точки продаж новых ретейлеров были открыты в столичных торговых центрах. Так, ТРЦ «Авиапарк», ТРЦ «Метрополис» и ТРЦ «Афимолл Сити» привлекли в состав арендаторов магазины турецких брендов NetWork и

Club. Помимо этого, в ТРЦ «Афимолл Сити» запустили магазин AC&Co. В ТРЦ «Щелковский» открылся один из первых магазинов Loft – новый бренд от Eoglu Holding, владельцев другого популярного в России бренда (Colin's), в ТРЦ «МЕГА Химки» появился ретейлер Madame Coco с собственным производством домашнего текстиля и товаров для интерьера.

Коммерческие условия

С марта 2022 г. ставки аренды на помещения в торговых центрах претерпели изменения под влиянием геополитической ситуации и показали изменения в зависимости от формата объекта. Однако тренда на рост арендных ставок не наблюдалось. На рынке заключались единичные сделки по более высоким ставкам на площадки с отделкой, которые ранее занимали международные бренды. Помещения без отделки пользовались наименьшим спросом у ретейлеров в связи с дополнительными затратами на ремонт.

Максимальные базовые ставки аренды приходились на помещения в зоне фуд-корта и для «островной» торговли в действующих крупных объектах с высоким трафиком. Максимальный ставки достигали 180 тыс. руб./м²/год в крупных торговых центрах, до 100 тыс. руб./м²/год – в районных торговых центрах. Минимальные базовые ставки аренды устанавливались на помещения площадью более 2 000 м² для якорных и досуговых арендаторов: в крупных торговых центрах – до 20 тыс. руб./м²/год, в районных торговых центрах – до 12 тыс. руб./м²/год.

Тенденции

С 2022 г. усилилась тенденция к целевым визитам из-за экономной модели поведения, в т. ч. из-за сохраняющейся неопределенности в стране во избежание импульсивных покупок. Потребители продолжают покупать товары первой необходимости по мере надобности и сезонности, но меньше тратят на излишества.

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м ² /год*		% от товарооборота	
	Крупные торговые центры	Малые торговые центры (до 10 лет)		
Супермаркет (1 000–2 000 м ²)	8 000–18 000	15 000–22 000	4–6	
Супермаркет (450–900 м ²)	18 000–35 000	18 000–35 000	4–7	
Товары для дома (<1 500 м ²)	0–10 000	8 000–12 000	6–8	
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м ²)	6 000–15 000	6 000–15 000	2,5–5	
Спортивные товары (1 200–1 800 м ²)	6 000–12 000	6 000–12 000	5–8	
Детские товары (1 200–2 000 м ²)	6 000–12 000	6 000–12 000	4–8	
Операторы торговой галереи**:				
Якоря	более 1 000 м ²	10 000–20 000	0–12 000	4–10
Мини-якоря	700–1 000 м ²	15 000–30 000	0–14 000	6–10
Мини-якоря	500–700 м ²	20 000–50 000	0–15 000	6–10
	300–500 м ²	20 000–60 000	0–25 000	5–12
	150–300 м ²	40 000–100 000	8 000–25 000	6–14
	100–150 м ²	50 000–120 000	15 000–40 000	10–14
	50–100 м ²	50 000–130 000	15 000–50 000	12–14
	0–50 м ²	50 000–180 000	20 000–100 000	10–14
Досуговые концепции:				
Развлекательные центры (2 000–4 000 м ²)	4 000–8 000	4 000–6 000	10–15	
Кинотеатры (2 500–5 000 м ²)	0–6 000	0–4 000	8–10	
Общественное питание:				
Food-court	120 000–150 000	50 000–100 000	10–15	
Кафе	50 000–90 000	20 000–80 000	12–14	
Рестораны	20 000–50 000	0–25 000	10–12	

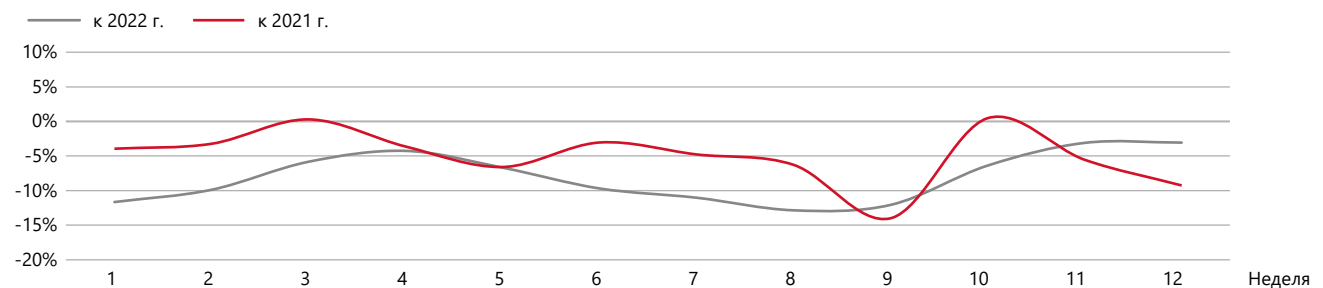
* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров

** Верхние границы арендных ставок относятся к наиболее успешным и востребованным торговым центрам Москвы

Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов

Источник: NF Group Research, 2023

Средний показатель Mall Index 1–12 неделя 2023 г. к аналогичным периодам 2022 и 2021 гг., Москва



Источник: Focus Technologies, 2023

Торговые центры районных и окружных форматов продолжают традиционно показывать большую устойчивость к кризисным факторам в отличие от суперрегиональных и региональных объектов, т. к. ориентированы в большей степени на товары первой необходимости и меньше зависят от иностранных арендаторов. В начале 2023 г. периодически прослеживался всплеск потребительской активности в крупных торговых объектах, связанный с праздничными периодами и продолжительными выходными днями.

В целом зародившиеся тренды с марта 2022 г. на рынке торговой недвижимости являются отражением состояния общества. Несмотря на экономические и политические изменения в стране, влияющие на основные показатели рынка, сегмент продолжает развиваться, внедрять новые функции и привлекать арендаторов, которые позволяют расширить целевую аудиторию и сгенерировать трафик в объектах. Однако заявлять о восстановлении показателя посещаемости до допандемийных показателей в краткосрочной перспективе пока рано.

Прогноз

По базовому сценарию рынок торговой недвижимости продолжит развиваться на уровне 2022 г. Новое предложение в Москве к концу 2023 г. может составить 176,6 тыс. м² GLA. Таким образом, объем планируемого ввода окажется на 42,8% больше показателя 2022 г., при условии реализации всех проектов. Однако существует вероятность корректировки даты ввода в течение года некоторых новых проектов, анонсированных к открытию в 2023 г.

Если все заявленные к вводу торговые объекты будут открыты в 2023 г., то самыми крупными среди них будут являться МФК «Митино Парк» (27,0 тыс. м² GLA), ТЦ «Орион» (21,0 тыс. м² GLA) и МФК West Mall (15,3 тыс. м² GLA).

Новое предложение столицы будет сформировано за счет торговых площадей районного формата. Малоформатные ТЦ с современными общественными пространствами для повседневного досуга и схемами

работы отлично вписываются в новую реальность. Такие торговые центры не отнимают у посетителей лишнего времени, перетягивают на себя внимание потребителей компактностью, а пул арендаторов все больше нацелен на функционал и ценовую сегментацию целевой группы, а не на бренд. Комьюнити-центры являются востребованными и необходимыми на каждый день проектами с понятной целевой группой населения, но при этом отлично подходят и для проведения концептуальных экспериментов.

2023 г. станет финальным аккордом в деле передачи бизнеса иностранными компаниями, приостановившими деятельность на территории страны. Российский бизнес имеет немаловажное значение для западных игроков, но многие из них испытывают серьезное давление в этом вопросе в странах, где находятся их штаб-квартиры, в связи с чем рассматривают разные варианты перезапуска своего бизнеса.

Тренды:

- > **Увеличение числа торговых центров районного и окружного форматов.** Рост предложения районных торговых центров является откликом на происходящее – на изменение модели потребления и покупательского поведения, мобильности жителей мегаполисов. Это уже не просто торговые ряды – это инфраструктурные объекты, которые отлично подходят для проведения концептуальных экспериментов.
- > **Поиск новых партнеров.** В связи с приостановкой деятельности многих международных компаний российские торговые центры и универмаги заинтересованы в расширении ассортимента и открытии магазинов новых брендов из «дружественных» стран.
- > **Финальный этап передачи бизнеса.** На протяжении 2022 г. иностранные компании из «дружественных» стран всячески старались сохранить бизнес, отдавая его в управление локальным игрокам или компаниям из стран-партнеров.

В 2023 г. ожидается завершение процесса передачи бизнеса российским компаниям международными игроками, большая часть которых уже приступила к поиску покупателей на свои российские активы в 2022 г.

- > **Стратегия девелоперов на удержание арендаторов.** Краткосрочные горизонты планирования арендного потока с учетом динамики ТО и действия скидок для арендаторов.
- > **Торговый центр как место проведения досуга, встреч и получения эмоций.** Для современного покупателя все большее значение имеют дополнительные возможности по проведению свободного времени, досуга и саморазвития, а также эмоциональная составляющая в процессе шопинга.
- > **Оптимизация крупных помещений.** Один из способов заполнения крупных блоков, которые чаще всего освобождаются международными ретейлерами, – дробление на более оптимальные площади, что сдерживает массовый выход вакантных пло-

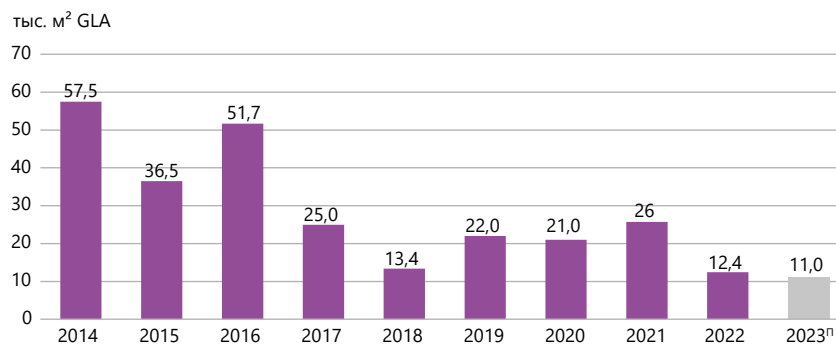
щадей на рынок и диверсифицирует риски.

- > **Появление мультиформатных пространств и универмагов в составе торговых комплексов.** На рынке торговой недвижимости продолжается активное расширение форматов универмагов и мультибрендовых магазинов в составе торговых центров и аутлетов. Помимо этого, крупные российские ретейлеры активно разрабатывают новые форматы магазинов и диверсифицируют бизнес, добавляя новые позиции в ассортимент магазинов.
- > **Перспективы редевелопмента.** Снижение объема нового ввода приведет к переосмыслению рынка, форматов объектов и созданию новых концепций в действующих объектах. Новый облик торгового центра будет все больше напоминать многофункциональный комплекс, совмещающий в себя различные полезные функции, при этом избыточная торговая площадь будет частично оптимизирована.

На места ушедших брендов будут рассматриваться международные ретейлеры, оставшихся на российском рынке и локальные игроки, преимущественно сетевые игроки (Gloria Jeans, Melon Fashion Group, «Снежная Королева», lady & gentleman CITY, LIME и др.).

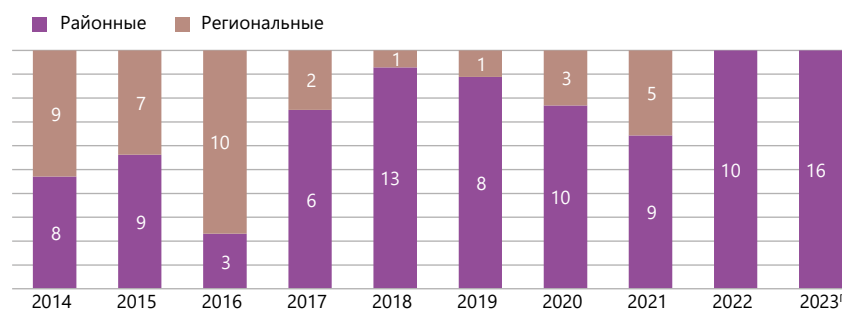
Несмотря на масштабные перемены рынка, кардинального изменения восприятия торговых центров со стороны покупателей и спада интереса со стороны арендаторов не наблюдается: текущая ситуация имеет временный характер, поэтому торговая функция объекта никогда не будет неизменна. Традиционно ТЦ остаются местом для совершения покупок и проведения досуга посетителей. С учетом изменившихся запросов со стороны потребителей и геополитической ситуации девелоперы и собственники крупных объектов привлекают новые форматы магазинов (моно-бренды, альтернативные фэшн-марки на место ушедших), также активно рассматривают варианты универмагов в составе торговых комплексов и дополняют объекты новыми сервисами и услугами для охвата большей целевой аудитории.

Средняя площадь вводимых качественных торговых центров в Москве



Источник: NF Group Research, 2023

Районные VS региональные торговые центры Москвы до <30 тыс. м² GLA*



* Прирост нового предложения по количеству
Источник: NF Group Research, 2023

Торговые центры, планируемые к открытию в 2023 г.

Название	Адрес	GBA	GLA
Митино Парк	Дубравная ул., вл. 51	33 000	27 000*
West Mall	Б. Очаковская ул., вл. 1, стр. 2	18 300	15 300
Чкалов	Земляной Вал ул., д. 37, к. 1	60 400	15 000
Афимолл Тверская	Тагильская ул., вл. 4	21 900	14 700
Лайнер	Нововатутинский пр-т	14 400	10 500*
Прокшино	Проектируемый пр-д № 7029	9 000	8 000*

* Оценка

Источник: NF Group Research, 2023

Объекты ADG Group, планируемые к открытию в 2023 г.

Название	Адрес	GBA	GLA
Орион	Летчика Бабушкина ул., д. 26	37 700	21 000
Патриот	Саляма Адила ул., д. 4	21 500	11 000
Витязь	Миклухо-Маклая ул., д. 27а	17 600	10 900
Первомайский	Первомайская ул., д. 93/20	16 200	9 700
Баку	Усиевича ул., д. 12	13 200	9 000
Прага	Нижняя Масловка ул., д. 10	9 500	6 400
Звездный	Вернадского пр-т, д. 14	6 300	5 300
Планета	Нежинская ул., д. 11	7 700	4 700
Солнцево	Богданова ул., д. 19	7 300	4 700
Алмаз	Шаболовка ул., д. 56	5 600	3 400

Источник: NF Group Research, 2023

