

Рынок в поиске решений проблемы роста доли свободных площадей

▲ 80 тыс. кв. м

Новое предложение

I кв. 2022 г. – 13 тыс. кв. м

▲ 14%

Средний уровень свободных площадей в ТЦ Москвы

I кв. 2022 г. – 11,7%

▼ 512 кв. м/1000 человек

Обеспеченность торговыми площадями в Москве

I кв. 2022 г. – 546,8 кв. м/1000 человек

57%

Зарубежных брендов продолжили работать без изменений

Стрелки обозначают изменения по сравнению с предыдущим периодом



«Мы ожидаем, что показатель доли свободных площадей продолжит расти до III кв. 2023 года, после чего ситуация начнет стабилизироваться. Участники рынка уже выработали решения для сокращения доли пустующих площадок, среди которых: фокус на российский fashion, деление крупных помещений на более мелкие, инвестирование средств в развитие собственных брендов и предоставление качественных площадок новым зарубежным игрокам»

Надежда Цветкова

Директор, руководитель отдела аренды торговых площадей

- Единственным крупным качественным торговым центром, открытым в I кв. 2023 г., стал ТРЦ «Сердце Митино» в составе МФК «Митино Парк» (общая арендопригодная площадь 80 тыс. кв. м).
- 5 новых зарубежных брендов вышли на российский рынок в I кв. 2023 г., что превышает показатель IV кв. 2022 г. практически на 25%.
- 57% зарубежных ритейлеров, ранее присутствующих на российском рынке, продолжили работать без изменений.



Основные макроэкономические показатели

По данным Росстата в 2023 году инфляция в годовом выражении снизилась с 11,0% в феврале до 3,5% в марте: показатель опустился ниже цели Банка России впервые с октября 2020 года (тогда значение было на уровне 4,0%). Такое снижение связано с эффектом высокой базы 2022 года.

По прогнозу Банка России в 2023 году годовая инфляция снизится до 5–7% и вернется к целевому значению в 4% в 2024.

Центробанк отмечает, что в начале 2023 года инфляционные ожидания населения снизились, но остаются на повышенном уровне, а потребительский спрос постепенно восстанавливается, но все еще остается сдержанным.

Основные макроэкономические показатели Москвы и России, %, год к году ^{3, 4}

Показатель	2021	2022	2023П
ВВП Москвы, реальный уровень	5,8%	-2,1%	2,8%
ВВП Россия, реальный уровень	5,6%	-2,1%	-1,1%
Курс доллара США к рублю, в среднем за год	73,7	67,4	73,6

¹ Росстат ² Макроэкономический опрос Банка России ³ Центральный Банк России

⁴ Прогноз социально-экономического развития города Москвы ⁵ Министерство экономического развития РФ

Оборот розничной торговли ^{1, 5}



3,5%

ИПЦ в России, общий
март 2023 г. к марту 2022 г.¹

6,0%

Прогнозный уровень
инфляции по итогам
2023 года ²

-7,8%

Оборот розничной
торговли в России
февраль 2023 г. к февралю 2022 г.
в сопоставимых ценах ¹

Объемы строительства восстанавливаются

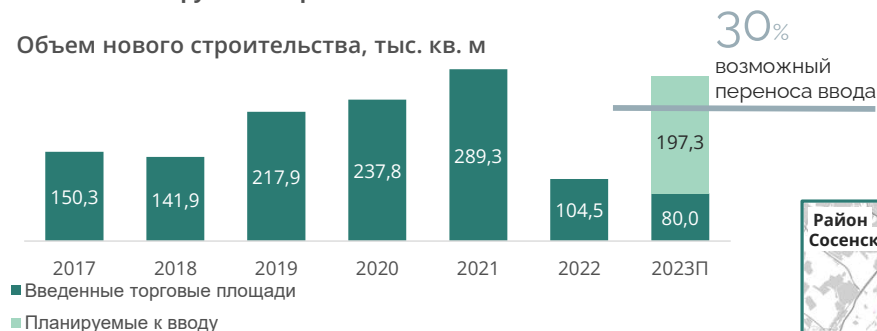
80 тыс. кв. м – суммарная площадь открытых ТЦ в I кв. 2023 г. Этот результат в 3 раз превышает средний квартальный объем строительства за последние 4 года.

Существенный рост объема строительства в I кв. объясняется вводом самого крупного объекта из запланированных на этот год – **ТРЦ регионального формата «Сердце Митино» (80 тыс. кв. м).**

На II–IV кв. 2023 г. анонсирован ввод 197 тыс. кв. м, а в целом за год объём ввода может достичь 277 тыс. кв. м торговых площадей. Планируемый ввод представлен как новыми проектами, так и объектами, ввод в эксплуатацию которых был перенесен с 2022 года.

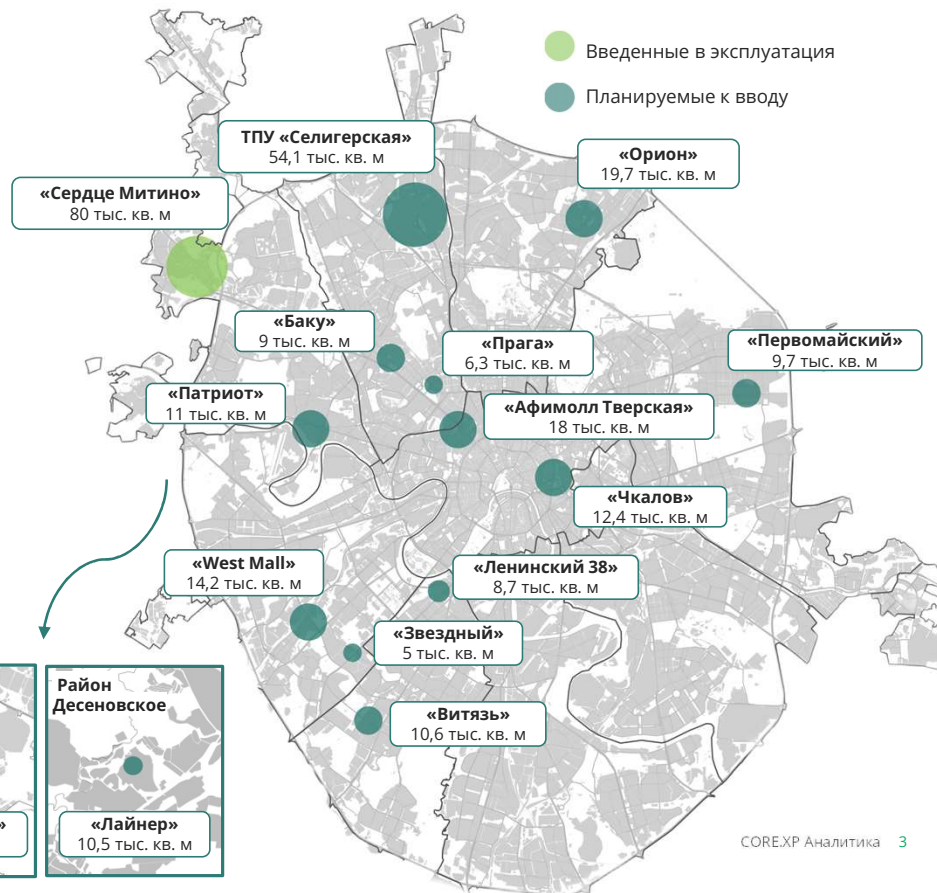
Показатели нового строительства могут превысить объемы осуществленного в 2022 году в 2,7 раза. Кроме того, это значение сопоставимо с показателями 2021 г., до изменения экономической ситуации на рынке. **Тем не менее, планы могут продолжит корректироваться в зависимости от динамики потребительской активности и экономической ситуации, что может привести к переносу 30% объема планируемого строительства.**

Объем нового строительства, тыс. кв. м



Источник: CORE·XP Аналитика
© ООО «КОР ЭКС ПИ», 2023

Торговые центры Москвы, планируемые к вводу в 2023 году
(общая арендопригодная площадь)



Большой объем строительства придется на север и северо-запад

Самый большой объем строительства в 2023 г. запланирован и частично реализован в СЗАО, он представлен двумя объектами ТРЦ «Сердце Митино» (80 тыс. кв. м), ТРЦ «Патриот» (11 тыс. кв. м).

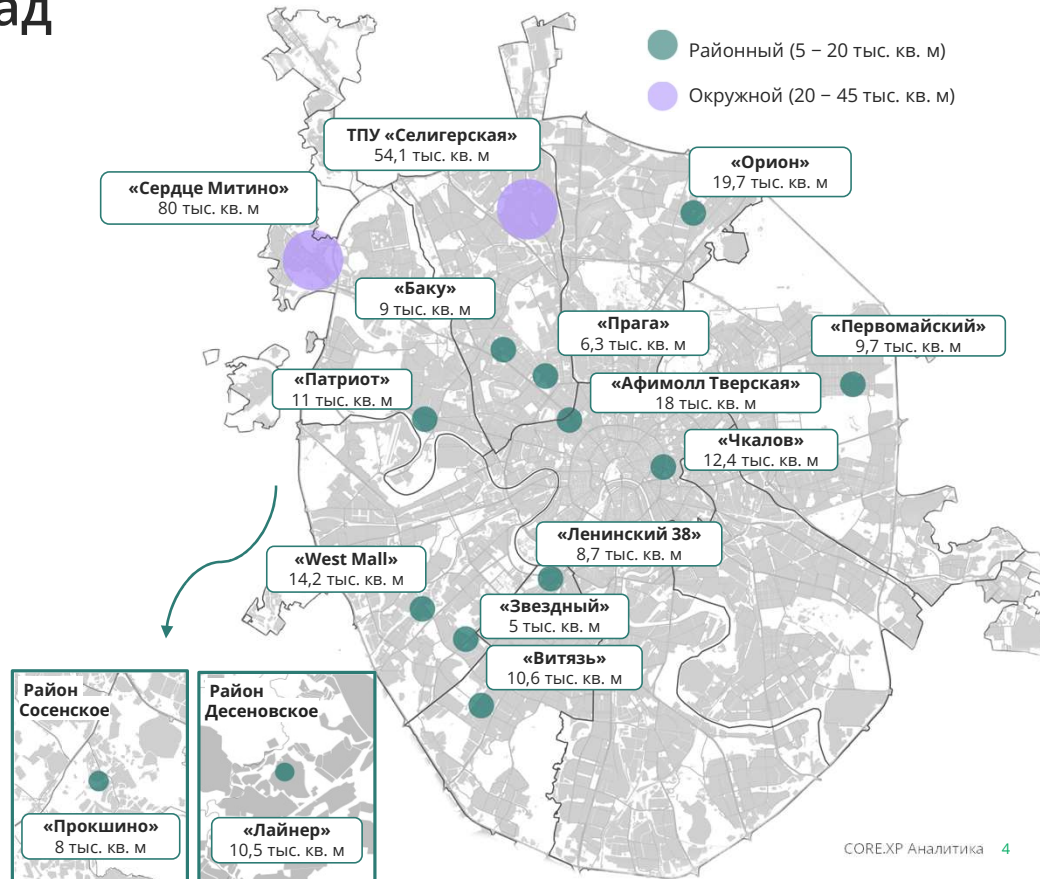
Максимальное число открытий в этом году придется на CAO, где запланирован ввод трех объектов, суммарная площадь которых составляет 69 тыс. кв. м.

Объем предложения в CAO 2023 года будет сформирован посредством совокупного ввода площадей ТРЦ «Прага» (6,3 тыс. кв. м) и ТРЦ «Баку» (9 тыс. кв. м), открытие которых было перенесено с 2022 года, а также проектом ТПУ «Селигерская» (54,1 тыс. кв. м).

Объем нового строительства в округах Москвы, тыс. кв. м



Структура нового строительства в округах Москвы (общая арендуемая площадь)

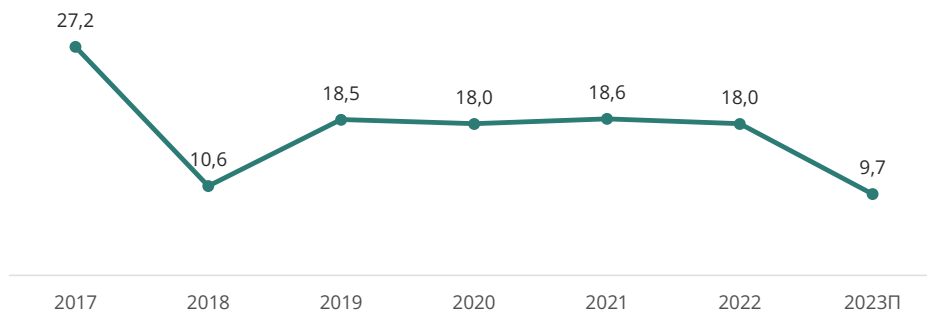


Районные ТЦ – преобладающий формат

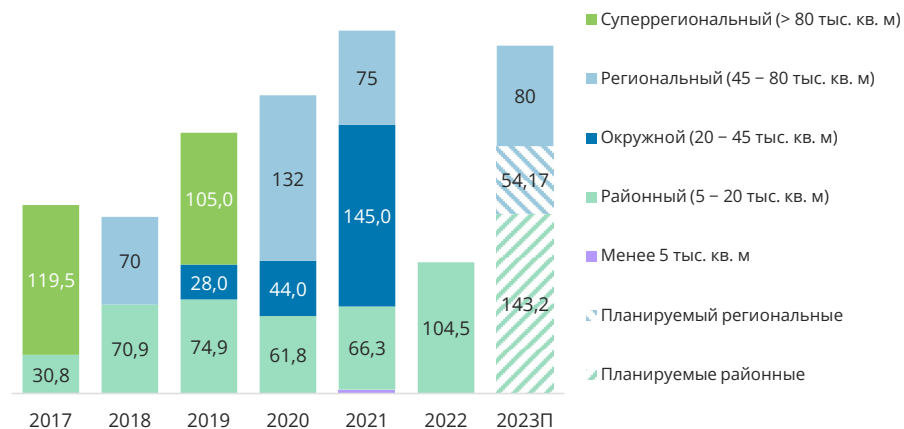
Структура нового строительства в 2023 г. продолжит тенденцию последних лет с точки зрения формата новых объектов. Всего на этот год запланировано открытие 14 торговых центров. 12 из них – ТЦ районного формата, доля которых в общем объёме строительства составляет 52%. Остальные 48% новых площадей - это два ТЦ регионального формата: ТРЦ «Сердце Митино» (80 тыс. кв. м) и ТЦ «ТПУ Селигерская» (54,1 тыс. кв. м).

Динамика средней арендопригодной торговой площади в 2023 году может повторить сценарий резкого снижения показателя, как это происходило в 2018 году. Однако, причины понижения в этих двух временных периодах разные. Для первого временного отрезка поводом к снижению средней площади стал перенос ввода ряда крупных объектов. В отношении же 2023 года приоритетным фактором в контексте уменьшения средней площади является тренд на реализацию районных торговых центров, которые ориентированы на повседневный спрос, благодаря чему устойчивы на рынке коммерческой недвижимости. **Кроме того, средняя площадь может оказаться минимальной за последние 15 лет.**

Динамика средней арендопригодной площади открытых ТЦ, тыс. кв. м



Структура нового строительства, тыс. кв. м



Источник: CORE·XP Аналитика

Обеспеченность

В I кв. рост обеспеченности торговыми площадями произошел в северо-западном административном округе, в результате ввода в эксплуатацию ТРЦ «Сердце Митино» (80 тыс. кв. м), его величина составила 46 п.п.

Самыми малообеспеченными АО по-прежнему остаются СЗАО, ЗелАО и БАО. В случае первого решением этой проблемы становится приближенность к CAO с его высокой обеспеченностью торговыми площадями. Оставшаяся пара округов остается без необходимого объема ТЦ. Вероятно, в перспективе это проблему можно разрешить благодаря реализации проектов районных торговых центров.

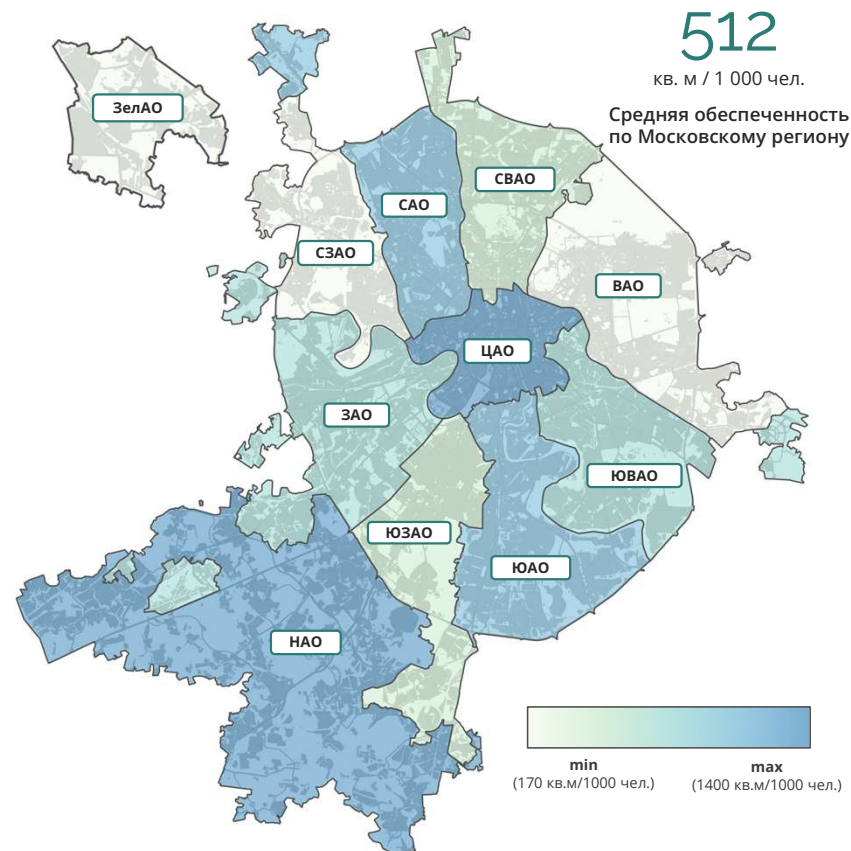
В перспективе показатель обеспеченности увеличится в северном административном округе на 10% в результате ввода ТРЦ «ТПУ Селигерская» (54,1 тыс. кв. м), ТРЦ «Баку» (9 тыс. кв. м), ТРЦ «Прага» (6,3 тыс. кв. м), и на 6% в ЦАО – МФК «Чкалов» (12,4 тыс. кв. м), МФК «Афимолл Тверская» (18 тыс. кв. м), соответственно.

Обеспеченность торговыми площадями по административным округам Москвы



Источник: CORE·XP Аналитика
© ООО «КОР ЭКС ПИ», 2023

Обеспеченность торговыми площадями по административным округам Москвы (кв. м/1000 чел.)



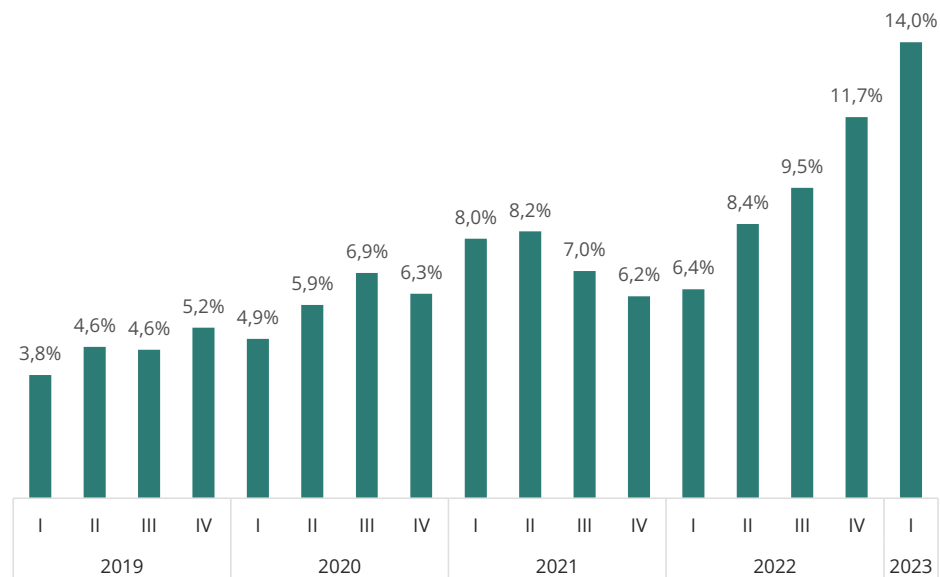
Доля свободных площадей близка к пику

Средняя доля свободных площадей по ключевым торговым центрам в I кв. 2023 г. достигла 14%. Причина такого роста кроется в завершении процессов расторжения договоров аренды с иностранными ритейлерами, и как следствие высвобождение торговых площадей, прежде занимаемых международными компаниями. Результатом этого тренда должно стать достижение пиковых значений по данному показателю с последующей стабилизацией ситуации на рынке.

После ухода мировых ритейлеров сформировался пул решений, направленных на устранение возросшей вакансии. Так, владельцы торговых площадей прибегают к нескольким стратегиям:

- **деление помещений на более на мелкие лоты**, что позволяет увеличить ставку аренды и получить бóльший доход. Так, например, были разделены площади Zara и Zara Kids в Афимолле, на их место пришли Emka, ZMOOD, Mavelty, Charuel и др.
- **инвестирование собственных средств в развитие новых брендов**, как иностранных, так и отечественных. Например, ГК «Ташир» была создана новая торговая сеть «Zebra Home». Открытие первого магазина было реализовано на площадке ТРЦ «Kvartal», его площадь составила 1 000 кв. м
- **реализация концепции новых брендов в топовых локациях.** В формате pop-up в Афимолле были открыты новые турецкие бренды – Ipekoyl, Twist.
- **фокус на российские бренды**, предоставление им лучших площадок под их новые концепции и флагманы, укрупнение их торговых площадей. Торговая сеть Gloria Jeans открыла свой флагман на Тверской улице, 16, площадь локации достигает 5 тыс. кв. м, это самый большой монобрендовый магазин в России.

Уровень свободных площадей в ключевых ТЦ Москвы*



*торговые площади IKEA учитывались, как вакантные.

Источник: CORE·XP Аналитика

Ставки аренды продолжают снижаться

Сравнение итогов 2022 года и I кв. 2023 года демонстрирует факт того, что **прайм-ставка по топовым торговым центрам в среднем упала на 5 п.п., в то время, как в ключевых ТЦ она снизилась на 10 п.п.**

Ставки аренды продолжают снижаться на фоне роста доли свободных площадей. В тоже время такая тенденция к снижению арендной ставки демонстрирует готовность собственников торговых площадей идти навстречу новым ритейлерам и создавать комфортные условия для их выхода на уже сформированный рынок.

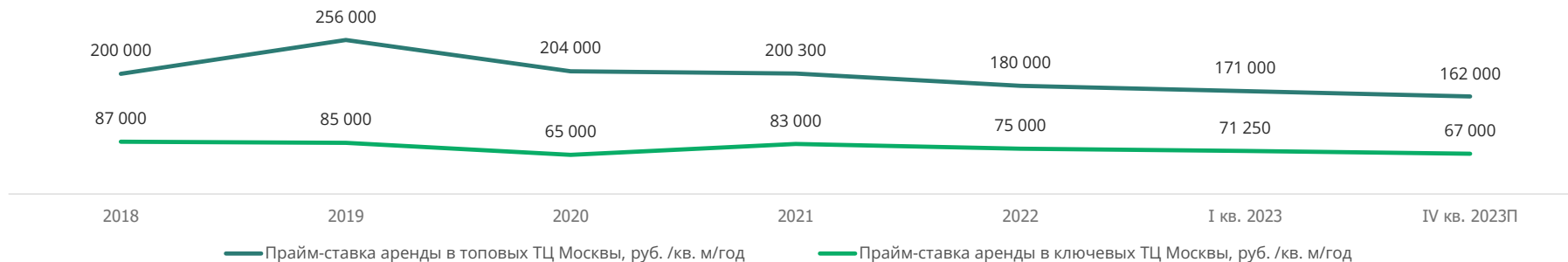
По-прежнему сохраняется тренд на повышение ставок аренды для реструктуризирующихся брендов (на 5–10%), поскольку существует риск недополучение прибыли. Во многом это связано с тем, что таким брендам требуется время на то, чтобы снова стать узнаваемыми для потребителя, что также влияет на формируемый ими трафик и товарооборот.

К концу первого полугодия мы ожидаем, что прайм-ставка снизится на 5% и 6% по топовым и ключевым торговым центрам соответственно, после этого рынок вступит в фазу восстановления.

К концу 2022 года выручка качественных торговых центров практически не упала, что связано с тем, что арендаторы, приостановившие свою деятельность продолжали выполнять свои обязательства.

В 2023 года снижение выручки произойдет первоначально из-за расторжения контрактов иностранных ритейлеров, а также из-за того, что новые игроки на рынке не гарантируют такой же уровень товарооборота, какой был у международных арендаторов.

Прайм-ставка аренды



Источник: CORE.XP Аналитика

© ООО «КОР ЭКС ПИ», 2022

CORE.XP Аналитика 8

Новые бренды из новых стран

Российский рынок вновь наполняется зарубежными брендами, главным образом из Турции. Такие бренды выходят на рынок за счет инвестиций локальных игроков, делают это точно и рассматривают, преимущественно, топовые торговые центры.

Изменилась география брендов: если прежде масс-маркет был представлен испанским Inditex и шведским H&M, то в нынешних реалиях предложение обеспечивается за счет марок российского и турецкого происхождения.

География ритейла продолжит меняться и в будущих кварталах. **Фокус сместится на Ближний Восток, Среднюю и Восточную Азию.** О планах по развитию заявили бренды Rasoul, Hassan, Romina, Kiana, Samira, Jila, Marwin by Meloman, 8ight seconds, Alireza, Pancho, Beymen, Kelebek.

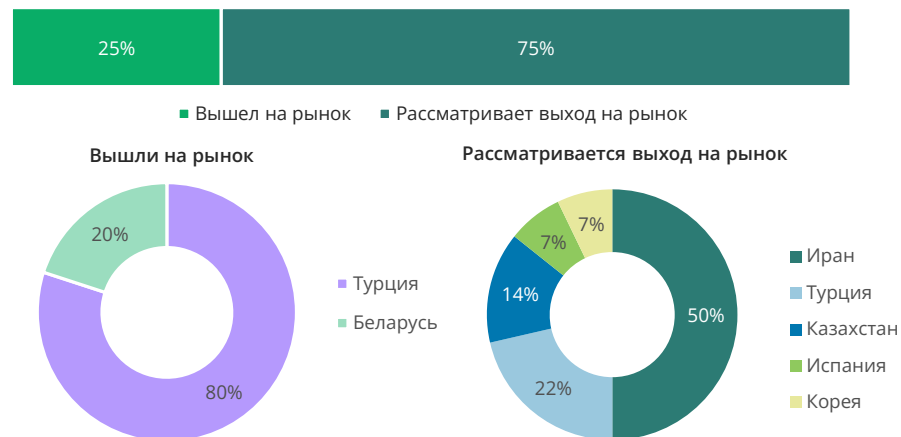
Динамика в соотношении покинувших и пришедших на российский рынок ритейлеров в 2023 году положительная. 5 игроков пополнили рынок в I кв. 2023 г., это значение составляет треть от количества брендов, вышедших за 2022 г.

Новый зарубежные ритейлеры направлены на покупателя среднего сегмента. В сравнении с российским масс-маркетом они занимают разные ниши, в результате чего формируется рыночная среда комфортная для все ритейлеров, приходящих на рынок и расширяющихся в нем.

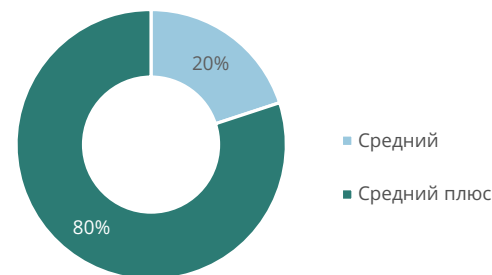
Бренды, вышедшие на рынок в I кв. 2023 года

Турция	Беларусь
Madam Coco	Swed House
NetWork	
Club	
AC&Co	

Текущий статус выходящий и планируемых к выходу компаний



Ценовой сегмент вышедших на рынок брендов



Российский рынок покинули далеко не все

Несмотря на то, что 2022 год был отмечен пиковыми значениями по количеству зарубежных ритейлеров, покинувших российский рынок, большая их доля (57%) все же осталась в российских торговых центрах. Соотношение брендов, сохранивших свою структуру, имя и продолжающих деятельность на российском рынке, преобладает над долей покинувших практически в 3 раза.

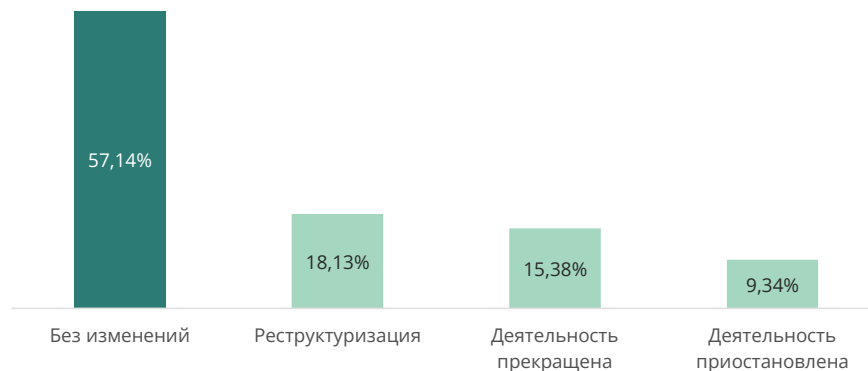
Стоит также отметить, что с конца 2022 года остается распространённой траектория развития международных торговых сетей с приостановкой деятельности и последующей реструктуризацией. Это коснулось таких брендов, как Zara (MAAG), Pull & Bear (DUB), Bershka (ECRU) и др.

Такая тенденция будет сохраняться, поскольку часть зарубежных ритейлеров в сегментах детской одежды, нижнего белья и др., занимали ключевые роли, притягивали на себя трафик и получали значительную прибыль, поэтому возвращение на российский рынок для них выгодно.

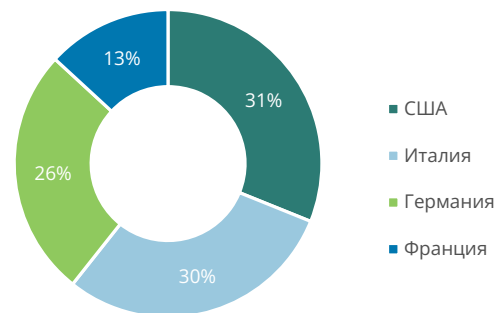
Бренды, продолжающие работать без изменений

Италия	США	Германия	Франция
United Colors of Benneton	Burger King	New Yorker	АШАН
Terranova	Cinnabon	Metro Cash&Carry	Cacharel
Calliope	GANT	Rieker	
Calzedonia	Guess		
Falke	Quicksilver		
GEOX			
Incanto			
Intimissimi			
Tezenis			

Поведение мировых брендов после геополитического кризиса



Продолжают работу без изменения статуса



Источник: CORE·XP Аналитика

Методология

Термины и определения

Общий объем предложения

В объем предложения включены объекты с арендопригодной торговой площадью (GLA) более 5 тыс. кв. м, расположенные в Москве и Московской области в пределах 10 км от МКАД.

Топовые ТЦ

Объекты с GLA более 30 тыс. кв. м, характеризующиеся ставками аренды более 100 тыс. руб. /кв. м/год и повышенным спросом со стороны международных ретейлеров.

Ключевые ТЦ

Коммерчески успешные торговые центры, характеризующиеся GLA более 30 тыс. кв. м, высокими ставками аренды, а также высокими показателями посещаемости.

Данные из предыдущих отчетов не могут быть использованы для сравнения между собой ввиду возможных изменений в методологии, для получения ретроспективных данных обращайтесь в отдел исследований CORE·XP.

Прайм-ставка аренды в ТЦ

С IV кв. 2017 г. расчет ведется на основании ставок аренды для помещений 150 кв. м профиля одежда/обувь, расположенных на первом этаже.

Ставка аренды

Как правило, арендный платеж состоит из базовой ставки, расходов на эксплуатацию и маркетинг и/или % от товарооборота. Для некоторых сетей, являющихся якорями в своих категориях, базовая арендная плата отсутствует (за исключением топовых торговых центров, в которых для всех операторов имеется базовый платеж).

Доля свободных площадей

Процентное соотношение свободных площадей к арендопригодной площади.

Наши контакты

CORE.XP

БЦ ОКО, ММДЦ Москва-Сити
1-й Красногвардейский пр-д, д. 21, стр. 1, 29 этаж

+7 495 258 39 90
info@core-xp.ru
www.core-xp.ru



НАДЕЖДА ЦВЕТКОВА
Директор, руководитель
отдела аренды торговых
площадей
nadezhda.tsvetkova@core-xp.ru



ВАСИЛИЙ ГРИГОРЬЕВ
Директор
Отдел исследований
vasiliy.grigoryev@core-xp.ru



СОФИЯ ЛОЗОВСКАЯ
Аналитик
Отдел исследований
sofia.lozovskaya@core-xp.ru

Больше актуальной
аналитики в нашем
TG-канале



© Все права защищены, 2022. Информация, содержащаяся в настоящем материале, основана на достоверных, по мнению CORE.XP, данных. Несмотря на все предпринятые меры обеспечить достоверность содержащейся в материале информации, компания CORE.XP не может предоставить гарантии того, что в нем отсутствуют фактические неточности. Данный материал подготовлен исключительно для сведения клиентов и профессионального сообщества, все права на этот материал защищены, и ни одна из частей настоящего материала не может быть воспроизведена или передана ни в какой форме и никакими средствами без предварительного письменного разрешения CORE.XP.

