

III кв. 2022 г.

Торговая недвижимость Торговые центры Россия | Москва



Таблица 1
Основные индикаторы рынкаИсточник: *Nikoliers*

	III кв. 2020	III кв. 2021	III кв. 2022
Общее количество площадей, млн кв. м	7,4	7,7	8,0
Новое предложение, тыс. кв. м	14,5	0	18,0
Количество открытых ТЦ, штук	2	0	1
Уровень вакантности, %	8,6	9,7	13,9
Обеспеченность площадями, кв. м на 1 000 человек	653	669	640

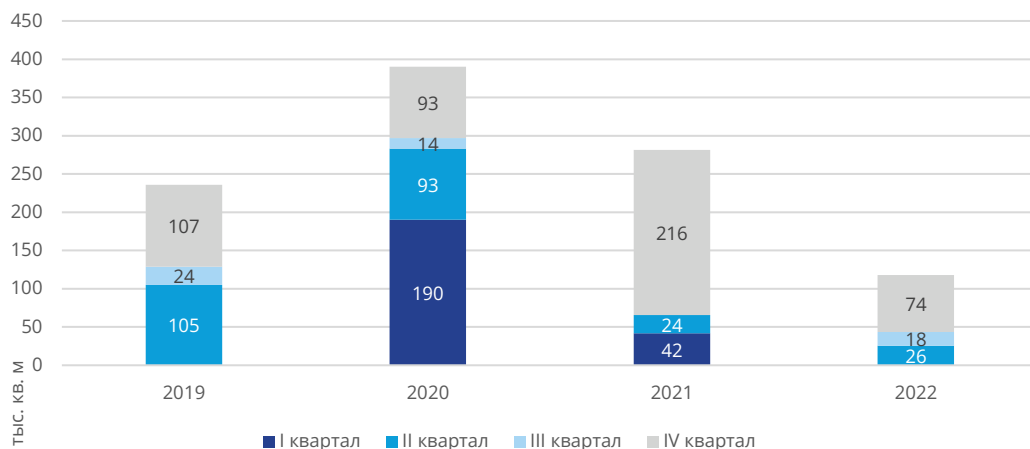
Предложение

Июль — сентябрь 2022 г. в Московском регионе не был ознаменован открытиями крупноформатных торговых центров. В то же время в III квартале 2022 г. был открыт новый интересный проект — МФК «Солнце Москвы» (GLA 18 000 кв. м). Уникальный комплекс стал частью новой развлекательной инфраструктуры, включающей крупнейшее в Европе колесо обозрения высотой 140 м. Для сравнения: высота знаменитого London Eye — 135 м, а Grande Roue de Paris — 96 м. В составе комплекса кроме торговой галереи имеется многозальный кинотеатр, а также гастрономический кластер и рестораны. МФК располагается рядом с крупнейшим выставочным комплексом и парком ВДНХ и призван стать новой точкой притяжения горожан.

Средний уровень вакантности Московского региона по итогам III квартала 2022 г. составил 13,9% (без учета иностранных брендов, приостановивших работу магазинов на территории РФ). В крупноформатных торговых центрах уровень вакантности находится в диапазоне от 3% до 19%, где также не учитывались магазины, временно приостановившие операционную деятельность в России. Доля занимаемых помещений с арендаторами «на паузе» в суперрегиональных проектах варьируется в диапазоне 4–30%.

Торговые центры, открытые
в Москве с начала 2022 года

- Discovery
(ЖК Discovery Park)
GLA 13 000 кв. м
Девелопер: MR Group
- «Место встречи. Байконур»
GLA 8 400 кв. м
Девелопер: ADG group
- «Нагорный»
GLA 4 000 кв. м
Девелопер: «Сороковой магазин»
- «Солнце Москвы»
GLA 18 000 кв. м
Девелопер: «ГК Регионы»

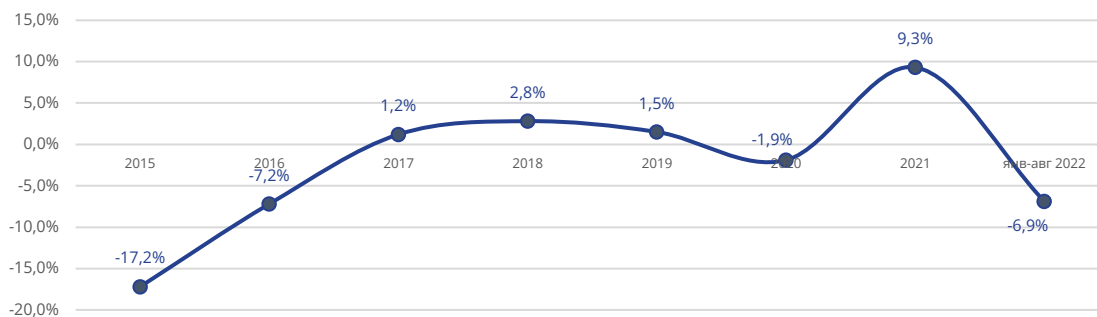
Источник: *Nikoliers*, данные девелоперовГрафик 1
Динамика ввода торговых площадей в качественных ТЦ Москвы по кварталам, 2019 — 2022ПИсточник: *Nikoliers*

Розничная торговля

На момент написания отчета и согласно открытым данным службы государственной статистики г. Москвы, за первые восемь месяцев 2022 г. оборот розничной торговли в Москве составил 3 964 млрд руб., или 93,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Снижение товарооборота связано с тенденцией экономии средств населением после ажиотажного спроса потребителей на некоторые категории товаров длительного хранения в первом полугодии текущего года в условиях анонсов ритейлерами приостановки деятельности на территории РФ. Сохраняющаяся неопределенность влияет на характер потребления населением — данный тренд, вероятно, сохранится в среднесрочной перспективе.

График 2
Динамика розничного товарооборота Москвы, 2015 — 8М 2022 г., в сопоставимых ценах в % к соответствующему периоду прошлого года

Источник: mosstat.gks.ru



Общественное питание

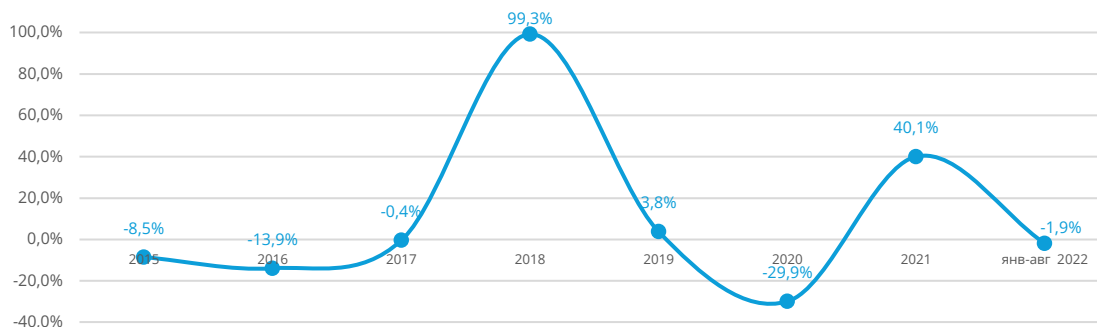
За первые восемь месяцев 2022 г. динамика оборота общественного питания в Москве показала отрицательный рост и составила -1,9% (242 млрд руб.) в сравнении с аналогичным периодом 2021 г.

По нашим оценкам, отмечающийся тренд снижения оборота общественного питания Москвы в свете продолжающейся геополитической неопределенности и последних событий является результатом перехода населения к сберегательной модели поведения и сокращения трат, в особенности в разрезе импульсного ритейла, а также расходов на питание в кафе и ресторанах.

Если говорить о сентябрьских изменениях, то дополнительными факторами, стимулирующими сокращение общепита, могут стать такие явления, как отток активной части городского населения в связи с последними событиями, особенно в крупных деловых кластерах города, увеличение показателя «фудкост», который отображает себестоимость блюд, а также в целом сокращение реальных доходов населения.

График 3
Динамика оборота общественного питания Москвы, 2015 — 8М 2022 г., в сопоставимых ценах в % к соответствующему периоду прошлого года

Источник: mosstat.gks.ru



Спрос

Приостановка деятельности иностранных брендов, являющихся ключевыми арендаторами, в первую очередь повлияла на проходимость и финансовые показатели крупноформатных торговых центров. По нашим оценкам, доля иностранных ритейлеров «на паузе» в столичных торговых объектах варьируется от 1% GLA в малоформатных ТЦ и до 30% GLA в суперрегиональных. Ряд компаний-собственников торговых центров заняли проактивную позицию в ротации арендаторов, где одним из пионеров по замене закрытых брендов на новых востребованных ритейлеров стал ТЦ Афимолл Сити.

Таблица 2
Примеры ротации арендаторов взамен ушедших иностранных брендов

Источник: Nikoliers

Старый арендатор	Новый арендатор	Профиль	ТЦ
Zara Home	Слепая Курица	Обувь	Афимолл Сити
Zara Men	Tezenis, BY	Fashion	Афимолл Сити
Zara + Zara Kids	Charuel, ZMOOD, EMKA, Mavelty	Fashion	Афимолл Сити
Stradivarius	Williams Et Oliver	Товары для дома/интерьера	Афимолл Сити
Mothercare	Crockid	Детские товары	Афимолл Сити
Jysk	Порядок	DIY	Небо

Ввиду ухода с рынка ряда иностранных брендов некоторые российские торговые сети заявили о своей экспансии и расширении форматов магазинов. «Теремок», «Л'Этуаль», Adamas и 585*Diamonds нацелены на количественное расширение магазинов, а к 2023 г. открыть магазины в новом формате (товары для дома) планирует бренд Lime. Группа компаний «Ташир» в июле запустила новую сеть товаров для дома Zebra Home.

Melon Fashion Group планируют открытие 250 новых магазинов. В ассортименте бренда Zarina появится категория мужской одежды, под маркой befree помимо женской одежды будут представлены белье, спортивная одежда и обувь. В ассортиментную матрицу бренда Sela вернется категория одежды baby 0+.

Таблица 3
Примеры экспансии ритейлеров России

Источник: Nikoliers, пресс-релизы ритейлеров

Бренд	Сегмент	Количество магазинов сегодня	Количество магазинов к открытию
Теремок	Общественное питание	320	150
Л'Этуаль	Косметика и парфюмерия	1 000	50
Adamas	Ювелирные изделия	180	25
Zebra Home	Товары для дома и интерьера	1	10–20

Таблица 4
Примеры трансформации форматов магазинов ритейлеров России

Источник: Nikoliers

Бренд	Сегмент	Средняя площадь магазина в 2021 г., кв. м	Планируемый формат новых магазинов, кв. м
befree	Fashion	500	700–2 000
Zarina	Fashion	300–350	400–800
Love Republic	Fashion	250–300	400–700
Sela	Fashion	200–300	600–800
Lime	Fashion	200–300	1200

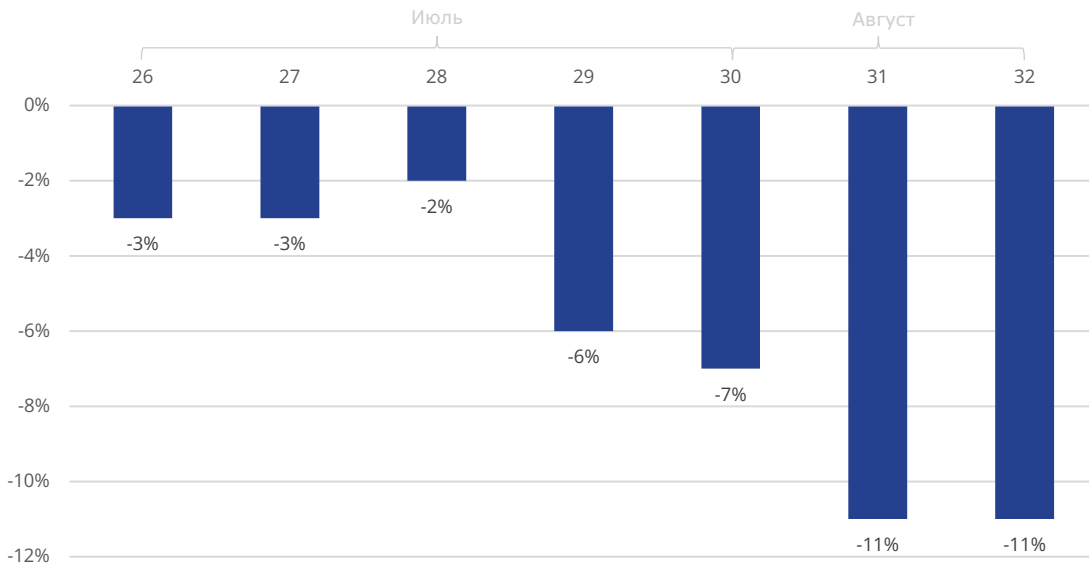
Потребительское поведение

На смену ажиотажному потребительскому спросу в I квартале текущего года пришла сберегательная модель потребления. Если в первом полугодии, ввиду стремительного роста цен, высокой волатильности курса валют, а также сокращения импорта и приостановки деятельности иностранных производителей внутри страны, население старалось закрыть потребность в товарах долгосрочного потребления из-за возникновения риска их дефицита, то в III квартале с учетом новой волны неопределенности и геополитических катаклизмов потребители перешли в режим сохранения денежных накоплений.

В периоды анонсов иностранными брендами о приостановке деятельности на территории РФ в первом полугодии индекс посещаемости демонстрировал положительную динамику. Однако в III квартале текущего года существенная часть иностранных операторов в режиме «на паузе» объявила об окончательном уходе и прекращении деятельности на территории страны, ввиду чего мы наблюдали снижение интереса к посещению торговых объектов столицы. Увеличение деловой активности в первую неделю сентября, а также начало нового учебного года способствовали росту посещаемости торговых центров Москвы. Однако в последней декаде сентября потребительская активность вновь показала замедление ввиду нового геополитического обострения. Мы ожидаем увеличение посещаемости торговых объектов столицы в условиях стабилизации обстановки и адаптации населения к новым экономическим реалиям. Несмотря на возникающие для отрасли вызовы, отмечаются открытия новых уникальных проектов, к которым по праву можно отнести знаковый объект на карте столицы — МФК «Солнце Москвы».

График 4
Динамика индекса посещаемости торговых центров Москвы Mall Index (26–32 неделя), в сравнении с аналогичным периодом 2021 г.

Источник: компания Focus (www.focus.bi)



Контакты

Торговая недвижимость

Анна Никандрова
Партнер
+7 495 258 5151
Anna.Nikandrova@nikoliers.ru

Ирина Царькова
Директор
+7 495 258 5151
Irina.Tsarkova@nikoliers.ru

Исследования

Вероника Лежнева
Директор
+7 495 258 5151
Veronika.Lezhneva@nikoliers.ru

Амаль Хаитов
Старший аналитик
+7 495 258 5151
Amal.Khaitov@nikoliers.ru

Мауль Евгения
Младший аналитик
+7 495 258 5151
Evgeniya.Maul@nikoliers.ru

Маркетинг & PR

Ольга Бакулина, МСМ
Региональный директор
+7 495 258 5151
Olga.Bakulina@nikoliers.ru

Данный отчет является общим исследованием рынка недвижимости и основан на собственных или предоставленных нам материалах, которые мы принимаем как достоверные. Мы полагаемся на их точность, полноту и согласованность, и не проводим дополнительных исследований для подтверждения указанных данных, а также не принимаем на себя ответственность за любые неточности или ошибки. Мы будем признательны, если Вы сообщите нам о таких ошибках для оперативного редактирования информации. Nikoliers не несет никакой ответственности за ущерб или убытки, возникшие по причине неточностей или некорректности информации, содержащейся в данном отчете.



123112 Москва
Пресненская набережная, д. 10
БЦ «Башня на Набережной», блок
С, 52 этаж
Тел. +7 495 172 27 18