

Итоги 2022 г.

Торговая недвижимость

Россия Санкт-Петербург

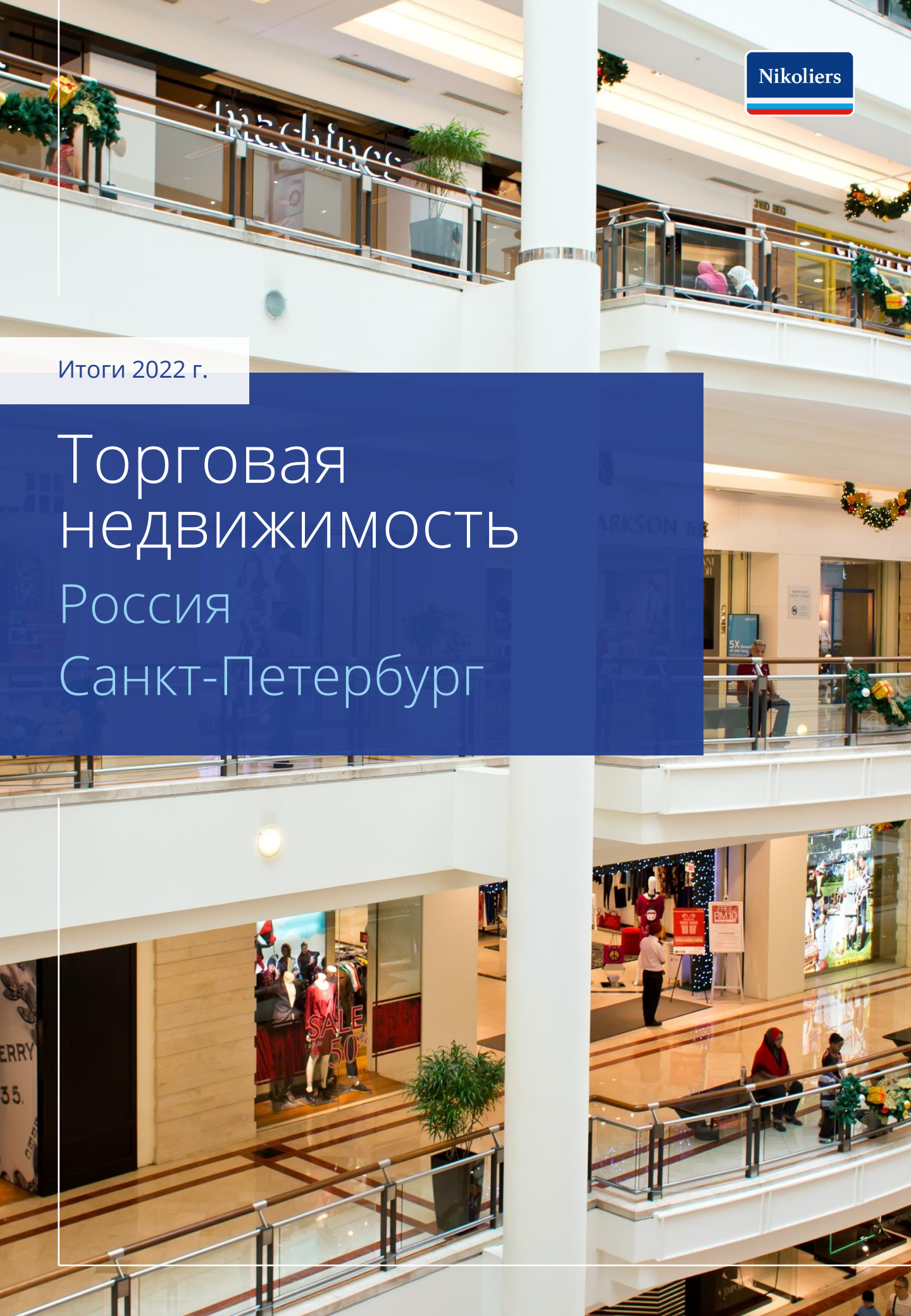


Таблица 1
Основные индикаторы рынка

Источник: Nikoliers

	2020	2021	2022
Общее предложение торговых площадей, тыс. кв. м	3 219	3 238	3 248
Количество действующих классических и специализированных ТЦ, штук	125	127	128
Новое предложение, тыс. кв. м	148,3	18,0	16,2
Уровень вакантности, %	5,1	5,4	10,4
Обеспеченность торговыми площадями, кв. м на 1 000 человек	576	602	604

Основные итоги

Сегмент торговой недвижимости является одним из самых чувствительных к произошедшим в прошлом году изменениям. После напряжения геополитической обстановки в начале года и последовавшего за этим введения антироссийских санкций многие иностранные ритейлеры приняли решение приостановить операционную деятельность в России или покинуть наш рынок. Всего по России к концу I квартала число приостановивших работу брендов превышало 95, 57 из которых были представлены и на петербургском рынке. В течение года это число варьировалось по мере изменения статусов работы компаний. К концу декабря временно закрытыми в Санкт-Петербурге по-прежнему остаются магазины 16 брендов в ТЦ, окончательно рынок покинули 15 брендов, тогда как 26 брендов возобновили работу под прежними или новыми названиями.

К концу 2022 г. рынок торговой недвижимости Санкт-Петербурга насчитывает 3,25 млн кв. м. За год был открыт один торговый комплекс районного формата — ТЦ «Прометей» в Калининском районе, арендопригодная площадь которого равна ~16 200 кв. м. На фоне небольшого прироста предложения обеспеченность торговыми площадями практически не изменилась, составив 604 кв. м/1 000 чел., при этом в тройке самых обеспеченных остаются Московский, Центральный и Приморский районы города, показатель каждого из которых превышает 1 000 кв. м/1 000 жителей.

На этапе строительства в Санкт-Петербурге в настоящий момент находятся пять торговых центров, совокупная арендопригодная площадь которых более 160 000 кв. м, а горизонт открытия составляет ближайшие два года. Среди строящихся объектов можно отметить такие проекты, как МФТРК Hollywood у метро «Пионерская», 4-ю очередь МФК «Заневский каскад», ТЦ «Небо» и «Экопарк» в Мурино, а также «Парк-Молл Грин» на проспекте Просвещения.

Диаграмма 1

Динамика прироста торговых площадей в Санкт-Петербурге по форматам торговых центров, 2012–2023 гг.

Источник: Nikoliers

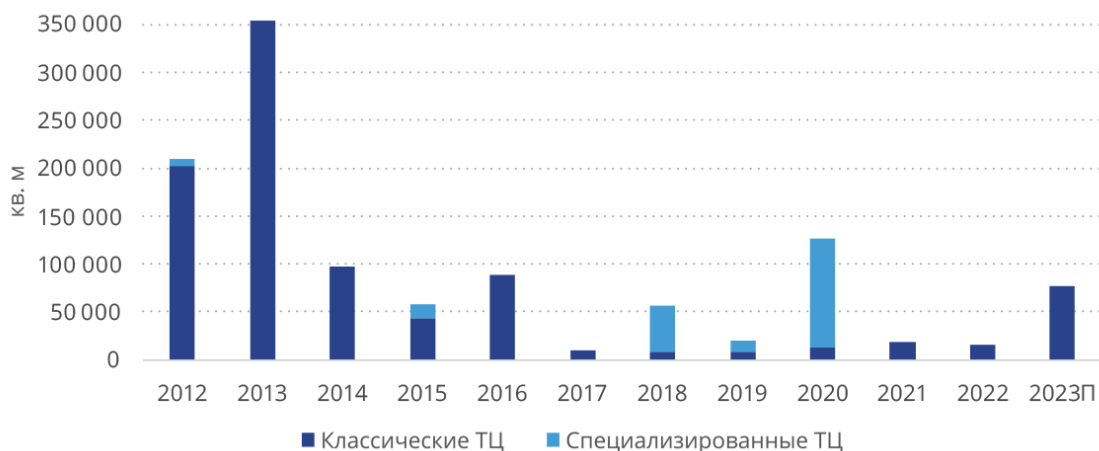
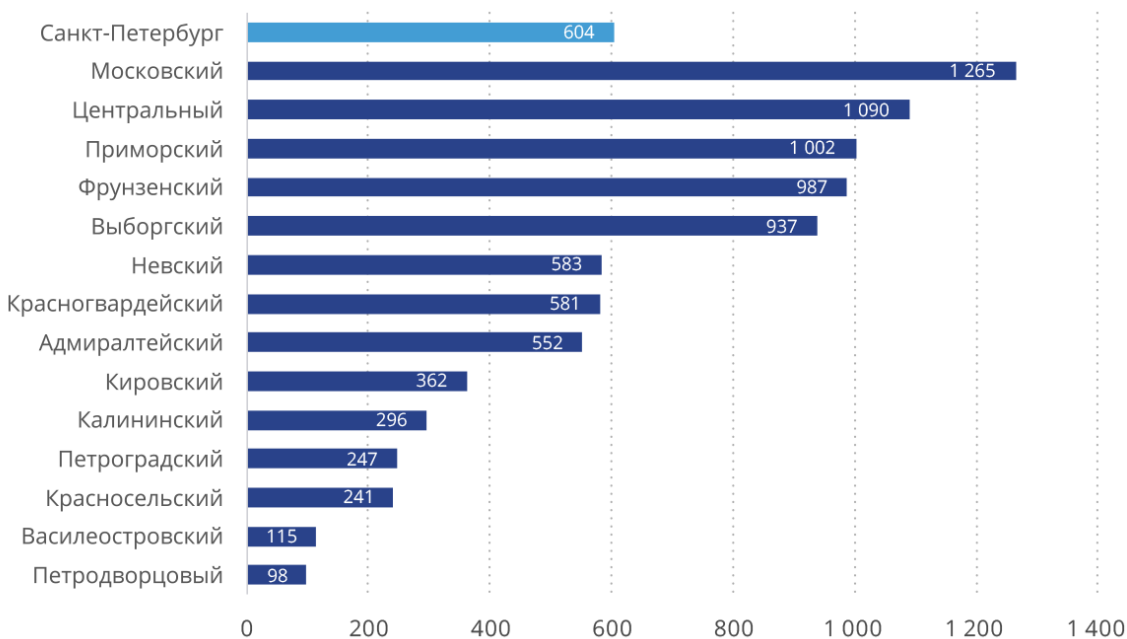


Диаграмма 2

Обеспеченность торговыми площадями по районам Санкт-Петербурга, 2022

Источник: Nikoliers

**Спрос**

Активность ритейлеров в части запуска новых магазинов в прошедшем году оказалась на уровне 2021 г. — мы зафиксировали не менее 150 открытий в торговых центрах, почти половина из которых пришлась на последний квартал 2022 г. 46% новых открытий произошли в сегменте «одежда и обувь». Среди наиболее активно расширявших присутствие — бренды Befree, Familia, Mexx, Gerry Weber, запустившие по два-три магазина в петербургских ТЦ. На втором месте по частоте открытий расположились магазины товаров для детей (11% от общего числа). В числе заметных открытий этого сегмента можно назвать новые магазины Button Blue («Европолис», «Галерея», «МЕГА Парнас») и sela moms & monsters («Европолис», «Мега Парнас»). Стоит также отметить выход на петербургский рынок таких детских брендов, как LOLOCLO, GUESS Kids (оба — «Галерея»), Royal Rabbit («МЕГА Дыбенко»).

Помимо перечисленных детских брендов на петербургском рынке за 2022 г. появилось еще десять новых имен, три из которых являются итальянскими (LORIATA, Dan John, RUCK&MAUL), другие семь — представители российских компаний.

Сегмент товаров для дома и интерьера можно также назвать одним из активных по итогам 2022 г. (10% от числа всех открытий). К примеру,

бренд Candellabra HOME запустил сразу три магазина в Санкт-Петербурге («Питер Радуга», «Жемчужная плаза», «Пик»).

Отдельно стоит сказать, что в петербургских ТЦ активно происходит процесс замены закрывшихся магазинов. Так, в ТРЦ «Галерея» на месте магазина Nike открылся Freedom Store, в бывшем помещении Lee Wrangler теперь магазин Rosi; «Снежная Королева» расположилась на месте Marks & Spenser в «МЕГА Парнас», а Gerry Weber занял помещения Tommy Hilfiger в двух ТЦ «МЕГА».

С точки зрения присутствия иностранных брендов на российском рынке по итогам 2022 г. можно выделить четыре основные опции, выбранные ритейлерами:

- Продажа бизнеса локальным франчайзерам либо иностранным холдингам с последующей сменой бренда (LPP, Starbucks, McDonald's, L'Occitane, Samsonite, Reebok и др.);
- Окончательный уход с рынка (Gap, Victoria's Secret, Heskburger);
- Частичное возобновление работы после налаживания технических, логистических и операционных вопросов (Tous, Swarovski);
- Сохранение статуса временного закрытия (Women's Secret, «Декатлон», Uniqlo, Adidas).

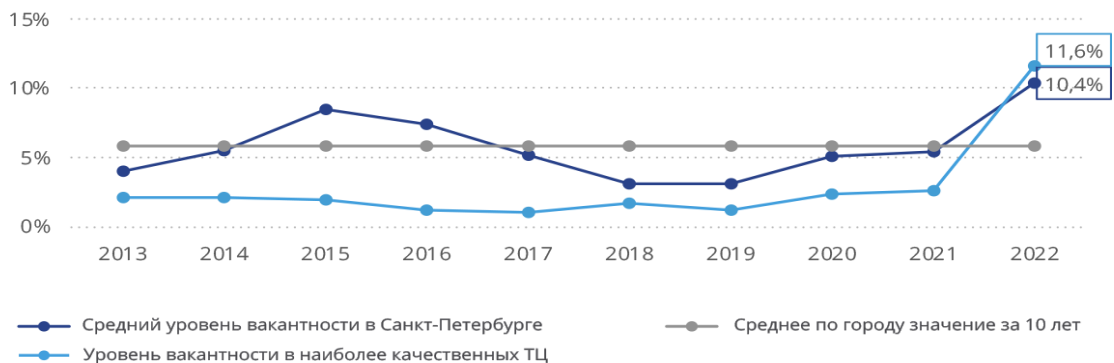
Уровень вакантности

По итогам декабря 2022 г. средняя доля свободных площадей в петербургских ТЦ составляет 10,4%, что является максимумом последних одиннадцати лет. В сравнении с предыдущим годом показатель вырос на 5 п.п. Столь существенный прирост произошел в результате закрытия магазинов таких крупных компаний, как группа H&M (в торговых комплексах Санкт-Петербурга в начале 2022 г. работало 20 магазинов этой группы общей площадью 28 800 кв. м) и IKEA (два магазина занимали порядка 58 000 кв. м в «Мега Дыбенко» и «Мега Парнас»).

Примечательно, что впервые вакантность в наиболее качественных ТЦ города превысила среднерыночный показатель, составив 11,6%, — в основном в данной выборке представлены региональные и суперрегиональные проекты, якорными арендаторами которых были ушедшие с рынка бренды. В то же время окружные и районные ТЦ в меньшей степени столкнулись с ростом вакантности.

Диаграмма 3
Динамика вакантности в классических торговых центрах*

Источник: Nikoliers



* Уровень вакантных площадей представлен без учета магазинов, на конец 2022 г. находящихся в статусе временно закрытых

Посещаемость ТЦ

Закрытие магазинов иностранных брендов, ряд из которых являлись якорным и трафикообразующим сегментом, сказалось на посещаемости торговых центров в Санкт-Петербурге. По данным Focus Technologies, с начала марта показатель Mall Index (отражает посещаемость на 1 000 кв. м торговых площадей) практически перманентно находился в отрицательной зоне по сравнению с аналогичными периодами предыдущего года. Исключением стало начало ноября, когда прирост показателя был на уровне +84% г/г, что обусловлено действовавшим в эти дни локдауном в Петербурге в 2021 г. В целом же отставание по посещаемости в течение 12 прошедших месяцев находилось на уровне -10-12% г/г.

Диаграмма 4
Динамика Mall Index в Санкт-Петербурге, в % к соответствующим периодам 2021 г.

Источник: Focus Technologies

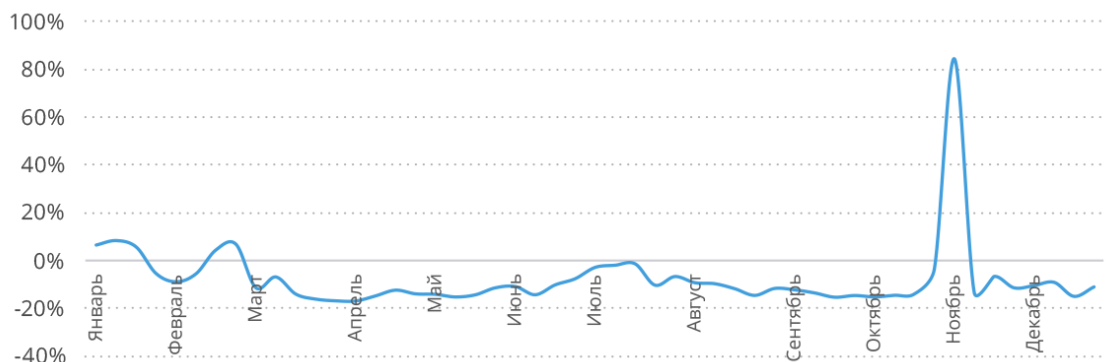


Таблица 2

Примеры ключевых открытий магазинов в ТЦ Санкт-Петербурга в 2022 г.

Источник: Nikoliers

Название	Сегмент для графиков	Название ТЦ
5КармаНов	Одежда и обувь	Сити Молл
Всесмарт	Электроника и бытовая техника	Родео Драйв
Снежная Королева	Одежда и обувь	МЕГА Парнас
Befree	Одежда и обувь	Охта Молл, Питер Радуга
Candellabra HOME	Товары для дома и интерьера	Питер Радуга, Жемчужная плаза, Пик
Coccinelle	Одежда и обувь	Галерея
EMKA	Одежда и обувь	Галерея
Familia Home	Товары для дома и интерьера	Норд
Slava, Slava Kids	Одежда и обувь, Товары для детей	Невский Центр
Urban Vibes	Одежда и обувь	Сити Молл, Галерея
You Wanna	Одежда и обувь	Галерея

Таблица 3

Представленность российских брендов в ТЦ Санкт-Петербурга (выборочно), IV кв. 2022 г.

Источник: Nikoliers

	Галерея	Мега Дыбенко	Лето	Мега Парнас	Европолис	Питер Радуга	Сити Молл	Жемчужная плаза	Гранд Каньон	Балкания Nova	Охта Молл	Лондон Молл	Континент на Стачек	Невский центр	Представленность бренда в выборе ТЦ, % от штук
Befree															86%
Снежная Королева															79%
ZARINA															71%
Love Republic															64%
Спортмастер															64%
Charuel															57%
Gloria Jeans															57%
Sela															50%
Familia															43%
You															21%
First in Space															21%
LIME															14%
Brusnika															14%
Lichi															14%
12 Stories															14%
Emka															7%
I am studio															7%
You Wanna															7%
Urban Tiger															7%
Slava															7%
Количество исследуемых брендов в fashion-галерее ТЦ	15	9	7	9	12	4	7	6	5	8	7	7	1	2	



Крупнейший строящийся молл в Санкт-Петербурге – МФТПК HOLLYWOOD

Тенденции и прогнозы

- Трансформация на рынке ритейла привела к перераспределению спроса, на волне которого ряд российских брендов объявили о качественных изменениях и скорректировали планы по развитию. К примеру, такие компании, как Melon Fashion Group (бренды Befree, Zarina, Love Republic, Sela), LIME, Kari, увеличили размеры своих магазинов и ассортиментную матрицу, добавив туда ранее не представленные группы товаров. Например, в конце года в ТРК «Питер Радуга» был открыт магазин Befree в новом, расширенном формате, а LIME в ТРК «Мега Дыбенко» в три раза расширил площадь магазина (до 1 500 кв. м). Munz Group (Thomas Munz) планирует открытие магазинов нового формата с одеждой, обувью и аксессуарами. Кроме того, о планах по серьезному наращиванию присутствия по всей стране в прошедшем году объявили такие ритейлеры, как Noun, Adamas, «Л'Этуаль», «Теремок», Emka, Candellabra Home, Demix, Sokolov и другие.
- Макроэкономические изменения последнего года, включающие высокую инфляцию и снижение реальных располагаемых доходов, привели к переходу населения на сберегательную модель потребления. Подход к покупкам товаров и услуг стал более рациональным, нередко главным при покупке фактором выступает цена. Этот тренд будет определяющим для всего рынка ритейла в ближайшие пару лет.
- На фоне ограничения доступности товаров привычных марок повседневного спроса крупные торговые сети делают ставку на рост доли собственных торговых марок. Например, сети X5 Retail Group, «Магнит» и «Лента» объявили о работе над увеличением числа позиций СТМ и росте доли продаж товаров под собственными марками.
- В условиях роста вакантности в торговых центрах можно ожидать увеличение присутствия арендаторов развлекательных форматов и нетипичных для ТЦ сегментов (коворкингов, различных мастерских, студий и пр.).
- Рынок торговой недвижимости Санкт-Петербурга является довольно зрелым и конкурентным. Управляющими компаниями ведется постоянная работа над обновлением и реконцепцией проектов. Одним из инструментов обновления проекта стал запуск фуд-холлов в стенах ТЦ. Фуд-холлы за последнее время стали центром досуга, встреч и туристической дестинацией для гостей города. В 2022 г. после обновления был открыт самый крупный проект фуд-холла в России — Vokzal 1853, рассчитанный на 90 резидентов общественного питания. Компания «Адамант» запустила также фуд-холлы в таких проектах, как «Меркурий» и «Норд», а в ближайший год анонсировала открытие проектов в ТЦ «Континент на Стачек», «Заневский Каскад» и «Академический».

Контакты

Торговая недвижимость

Анна Никандрова

Партнер

+7 495 258 5151

Anna.Nikandrova@nikoliers.ru

Ирина Царькова

Директор, Санкт-Петербург

+7 812 718 3618

Irina.Tsarkova@nikoliers.ru

Исследования

Вероника Лежнева

Директор

+7 495 258 5151

Veronika.Lezhneva@nikoliers.ru

Ольга Убушиева

Заместитель директора

+7 812 718 3618

Olga.Ubushieva@nikoliers.ru

Маркетинг & PR

Ольга Бакулина, MCIM

Региональный директор

+7 495 258 5151

Olga.Bakulina@nikoliers.ru

Анна Сабина

Директор, Санкт-Петербург

+7 812 718 3618

Anna.Sabinina@nikoliers.ru

Copyright © 2023 Nikoliers

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



191186 Санкт-Петербург
Вольнский пер., д. 3 | БЦ «Сенатор»
Тел. +7 812 718 3618
www.nikoliers.ru51
www.nikoliers.ru