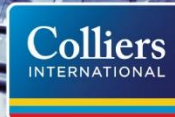


МОСКВА

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

III квартал 2016



Accelerating success

Обзор рынка торговой недвижимости

Предложение

Общее предложение качественных торговых площадей в Москве и городах-спутниках по итогам 9 месяцев 2016 г. составило 6 572 тыс. м². Обеспеченность торговыми площадями жителей Московского региона достигла 473 м² на 1 000 человек, что в 2,9 раза выше среднероссийского показателя.

В III квартале 2016 г. на рынок Москвы вышло четыре профессиональных классических ТРЦ, а также была открыта 2-я очередь ТРЦ «Метрополис», что в совокупности обеспечило рынку города прирост на 270 тыс. м² торговых площадей. Данный квартал стал лидером по объему ввода новых торговых площадей в сравнении с аналогичными периодами предыдущих лет за всю историю рынка торговой недвижимости Московского региона.

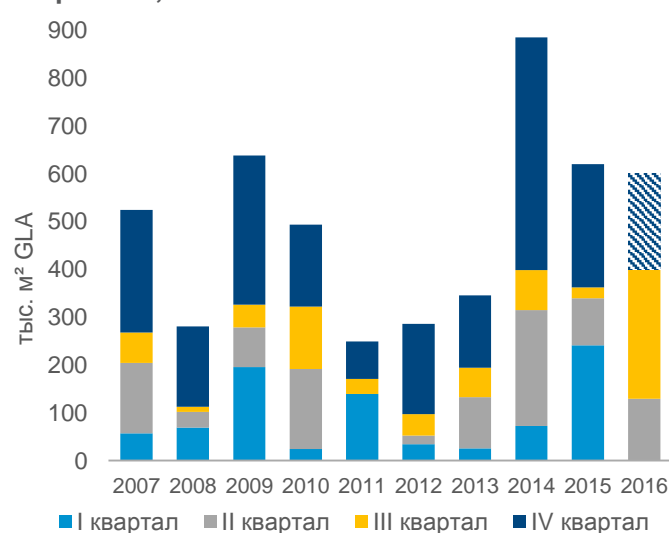
Помимо классических профессиональных ТРЦ в III квартале в Московском регионе также открылся районный торговый центр «Солнцево-Парк» в одноименном микрорайоне на Боровском шоссе и 2-я очередь специализированного торгового комплекса «Каширский Двор-1».

Основные индикаторы рынка в III кв. 2016	
ПОКАЗАТЕЛЬ	ЗНАЧЕНИЕ
Общее предложение площадей современных торговых объектов, тыс. м ² (GLA)*	6 572
Общее предложение торговых площадей, тыс. м ² (GLA)	5 739
Общая площадь ТЦ, открытых в III квартале 2016, тыс. м ² (GLA)	270
Количество ТЦ, открытых в III квартале 2016	5
Уровень вакантности, %	10
Обеспеченность торговыми площадями жителей Москвы с городами-спутниками, м ² GLA/тыс. человек	473

Источник: Colliers International

*Включая специализированные ТЦ

Динамика нового строительства в 2007–2016 по кварталам, тыс. м² GLA



■ Прогноз нового строительства в IV кв. 2016 (экспертная оценка Colliers International)

Источник: Colliers International, данные девелоперов

Торговые центры, открытые в III кв. 2016			
НАЗВАНИЕ	АДРЕС	GLA, м ²	ДЕВЕЛОПЕР
«РИГА МОЛЛ»	Новорижское ш., 5 км от МКАД	80 000	«Рига Молл»
«Океания»	Кутузовский пр-т, 57	60 000	«ТПС Недвижимость»
«Хорошо!»	Хорошевское ш., 27	53 000	«ТПС Недвижимость»
«Косино Парк»	Святоозерская ул., 1А	39 000	ГК «ТЭН»
«Метрополис» 2 очередь	Ленинградское ш., 16	38 100	Capital Partners

Источник: Colliers International



В структуре действующих классических ТЦ Москвы наибольшую долю (33%) в общем объеме торговых площадей занимают суперрегиональные торговые центры, на втором месте находятся окружные ТЦ с показателем в 31%. При этом с точки зрения количества торговых центров более половины рынка (55%) занимают районные торговые центры, на втором месте находятся окружные ТЦ (31%).

Стоит отметить, что в последние 1,5-2 года потребители все больше тяготеют к комфортному шопингу «у дома». Для обеспечения населения торговой инфраструктурой шаговой доступности на фоне активного жилого строительства в Московском регионе в составе многих ЖК появляются новые районные и окружные торговые центры. В числе таких открытий можно отметить ТЦ «Акварель Южная» и такие торговые центры как «Солнцево-Парк» и «Катюшки», реализуемые ГК «Мортон». Также в перспективе ближайших лет рынок города может пополниться новыми малоформатными ТЦ вследствие реализации планов по реконструкции советских кинотеатров Москвы в торговые и lifestyle-центры.

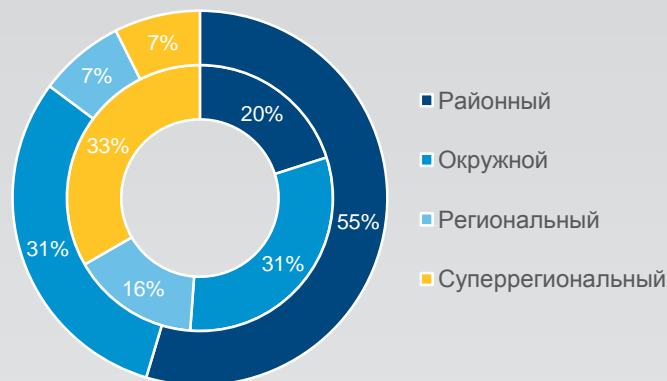
Что касается действующих торговых центров, то классическая структура арендаторов постепенно меняется – от преобладания fashion-ритейлеров в сторону операторов услуг и развлечений. Данный тренд в том числе ощутим и в торговых центрах районного и окружного форматов, предоставляющих жителям возможность получить услуги и приобрести товары первой необходимости, не выезжая за пределы своего района. Так арендаторами торговых центров все чаще становятся предприятия общепита, операторы развлекательного сегмента (контактные зоопарки) и социальных функций – многофункциональные центры, визовые центры, школы танцев и иностранного языка, отделения почты, пункты выдачи товаров интернет-магазинов, медицинские лаборатории.

Московское центральное кольцо

Особого внимания заслуживает открытие Московского центрального кольца (МЦК) в сентябре 2016 г., которое добавило городу 31 новую железнодорожную станцию (в день запуска для пассажиров было открыто 24 станции).

Несмотря на то что большинство станций располагается на территории крупных промышленных зон Москвы, некоторые из них находятся вблизи крупных московских ТРЦ, при этом станции «Балтийская» и станция «Дубровка» позволяют пассажирам непосредственно попасть в торговый центр (в ТЦ «Метрополис» и ТЦ «Мозаика» соответственно). Сокращение времени в пути до ТРЦ, расположенных в пешеходной доступности от станций МЦК, позволит им увеличить свою зону охвата и привлечь дополнительную покупательскую аудиторию, что положительно скажется на товарообороте арендаторов. Также в составе самих транспортно-пересадочных узлов на МЦК появится сопутствующая торговая инфраструктура, а вблизи некоторых ТПУ заявлено строительство крупных объектов торговой недвижимости.

Структура действующих классических торговых центров Московского региона по формату*, % от GLA (внутреннее кольцо) и % от количества ТЦ (внешнее кольцо), III кв. 2016



Источник: Colliers International

*Классификация торговых центров Colliers International:
 Районный ТЦ – до 20 000 кв.м (GLA)
 Окружной ТЦ – 20 000–50 000 кв.м (GLA)
 Региональный ТЦ – 50 000–75 000 кв.м (GLA)
 Суперрегиональный ТЦ >75 000 кв.м (GLA)

Крупнейшие торговые центры, расположенные вблизи станций Московского центрального кольца

НАЗВАНИЕ ТРЦ	БЛИЖАЙШАЯ СТАНЦИЯ МЦК	РАССТОЯНИЕ ДО СТАНЦИИ (ОЦЕНКА)
«Метрополис»	Балтийская	выход в торговый центр
«Мозаика»	Дубровка	выход в торговый центр
«Гагаринский»	Площадь Гагарина	250 м
«Афимолл Сити»	Деловой Центр	400 м
«Город» на Рязанском пр-те	Нижегородская	400 м
«Капитолий» на Севастопольском	Крымская	500 м
«РИО» на Севастопольском	Крымская	750 м
«Хорошо!»	Хорошево	1 км
«Золотой Вавилон Ростокино»	Ростокино	1 км
«Авиапарк»	Зорге	1,8 км

Источник: Colliers International

Спрос

По итогам 9 месяцев 2016 г. на рынок Москвы вышло 20 новых международных брендов, открывших свои первые монобрендовые точки в России, при этом 6 из них открылись в III квартале. Самыми популярными локациями выхода новых брендов в текущем году остаются торговые центры – 19 из 21 открытия состоялось в моллах и только два в формате стрит-ритейла.

Что касается структуры выхода новых брендов в разрезе профилей, то больше половины открытий (52%) составили операторы fashion-сегмента. Второе место в новых выходах занимает «парфюмерия и косметика» (24%), далее следует общественное питание с показателем в 9%, edutainment в лице оператора Kidzania (5%) и прочие сегменты (10%).

Некоторые бренды, вышедшие на российский рынок в 2016 г., открыли сразу несколько торговых точек. Так, например, оператор Kiko Milano за текущий год открыл уже 9 магазинов, Armani Exchange – 4 магазина, Victoria's Secret открыла полноформатные магазины в ТРЦ «Европейский» и ТРЦ «Метрополис», а французская кондитерская Ladurée открылась сразу в двух форматах – в стрит-ритейле на малой Бронной улице и в виде корнера в ТЦ «ГУМ».

Вакантность

По нашим оценкам, средняя фактическая вакантность введенных в III квартале 2016 г. торговых центров, составила 60%. В расчете показателя учитывались торговые площади арендаторов, фактически работающих в день открытия торгового центра. По мере запуска магазинов арендаторов, находящихся в настоящее время на этапе отделки, уровень заполняемости новых ТЦ будет расти. Схожая тенденция наблюдалась и в торговых центрах, открывшихся в 2015 г., и активно заполнявшихся впоследствии.

Лучшим открытием по итогам 9 месяцев 2016 г. стал ТРЦ «Океания» (компания-девелопер ЗАО «ТПС Недвижимость») – в первый день в торговом центре работал 41% от общего числа арендаторов или 54% торговых площадей (данные Colliers International). При этом, по данным девелопера, в ТРЦ уже подписаны договоры аренды на более чем 80% площадей.

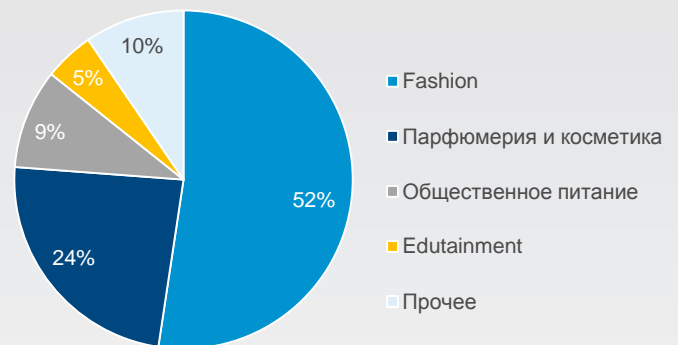
Наш прогноз по среднему уровню вакантности в торговых центрах Москвы к концу 2016 г. остается стабильным на уровне 10%. Прогноз подтверждается динамикой заполнения вакантных площадей в действующих торговых центрах, информацией о подписанных договорах аренды и арендаторах, ведущих ремонт помещений в новых и заявленных к открытию объектах.

Ключевые международные бренды, открывшие первые монобрендовые точки в Москве в III кв. 2016

БРЕНД	СТРАНА	ПРОФИЛЬ	ЛОКАЦИЯ
Lillapois Beauty	Италия	Дрогери	«Тройка»
JD Burgers	США	Общественное питание	Columbus
Jouvence Eternelle	Швейцария	Парфюмерия и косметика	«Афимолл Сити»
Undiz	Франция	Fashion	«Мера Теплый Стан»
Billabong	Австралия	Fashion	«Авиапарк»
Hunkemöller	Германия	Fashion	«Мера Химки», «Мера Теплый Стан»
G-Star Raw	Голландия	Fashion	«Верас»

Источник: Colliers International

Структура международных брендов, вышедших на рынок Москвы по итогам 9 месяцев 2016 по профилям, % от общего количества



Источник: Colliers International

Динамика показателя среднегодовой вакантности в торговых центрах Москвы



Источник: Colliers International

Тенденции и прогнозы

- По нашим прогнозам, до конца года в Московском регионе может быть введено семь торговых объектов совокупной арендопригодной площадью 201 тыс. м², а общий прирост рынка торговой недвижимости региона по итогам 2016 г. достигнет 601 тыс. м², что сопоставимо с показателем ввода 2015 г. Таким образом, общий объем предложения торговых площадей в Московском регионе увеличится до 6,7 млн м². Однако открытие некоторых объектов может быть перенесено на начало 2017 г.
- Формирование коммерческих условий аренды в действующих и новых московских торговых центрах сохраняет индивидуальный подход. Коммерческие условия остаются уникальными для каждого арендатора и зависят от целого комплекса факторов: локации торгового центра, готовности арендатора зайти в объект (будет ли данный магазин носить для ритейлера «имиджевый характер» или рассматривается исключительно его коммерческая эффективность), финансовых требований банков-кредиторов к арендодателю и прочих.
- Новые торговые центры все больше уходят от концепции «классических моллов» со стандартным пулом арендаторов в сторону lifestyle-центров, увеличивая в своих проектах долю креативных и социальных пространств. Примерами может служить открытие театральной студии «Гоголь-центр» в ТРЦ «Мозаика», мобильного филиала Библиотеки имени Некрасова в ТРЦ «Океания», мультимедийной выставки Artplay Media и кулинарной студии Юлии Высоцкой в ТРЦ «Авиапарк», выставочного пространства Art Коробка в ТРЦ «Ривьера» и других. Массовое открытие таких пространств в составе торговых центров мы наблюдаем относительно недавно, поэтому о реальной эффективности данных концепций и их востребованности у посетителей можно будет судить в среднесрочной перспективе.
- На первый план в удержании аудитории проектов выходит маркетинговая стратегия торгового центра и профессиональное управление объектом. Несмотря на кризис, многие собственники торговых центров привлекают профессиональные управляющие компании и тщательно выбирают инструменты маркетингового продвижения. Активно развиваются сегменты event-мероприятий, как, например, мастер-классы, fashion-показы, тематические акции, концерты, розыгрыши призов и прочее.

Такие event-мероприятия на территории моллов направлены на достижение различных целей – формирование определенного имиджа торгового центра, привлечение новой аудитории или ее удержание, повышение конвертации посетителей в покупателей, рост среднего чека и т.д. Кроме того, достаточно активно и успешно ведется работа по продвижению торговых центров в социальных сетях и интернете. Безусловно, что те торговые центры, которые ведут активную работу со своими потребителями, в условиях кризиса окажутся в более выигрышном положении в сравнении с конкурентами.

Торговые центры, заявленные к открытию в Московском регионе в IV кв. 2016

НАЗВАНИЕ	АДРЕС	GLA, М ²	ДЕВЕЛОПЕР
«Бутово Молл»	пос. Воскресенское, д. Язово, корп. 15	57 000	MD Group
«Новомосковский»	г. Московский, Хабарова ул., 2	50 000	«Центр Стройград-5»
ТГК «Киевский»	Киевская ул., вл. 2	35 000	«Патеро Девелопмент»
4Daily	г. Мытищи, Мира ул.	26 000	SRV
«Ашан» Пролетарский	Пролетарский пр-т, вл. 30 / Кавказский б-р	16 700	Immochan / «Царицыно»
BABY STORE	Старопетровский пр-д, 1 стр. 2	12 000	Glincom
Fashion House Moscow, 2 очередь	Ленинградское ш., д. Черная Грязь	4 500	Fashion House Group

Источник: Colliers International, данные девелоперов

554 офиса в 66 странах на 6 континентах

США: **153**

Канада: **34**

Латинская Америка: **24**

Тихоокеанский регион,

Азия: **231**

Европа, Ближний Восток,

Африка: **112**

\$2,5

млрд

годовой доход

185,8

млн м²

в управлении

16 000

профессионалов

Colliers International Россия

123317 Москва

Пресненская набережная, д. 10

БЦ «Башня на Набережной», блок С, 52 этаж

Тел. +7 495 258 51 51

191186 Санкт-Петербург

Волынский пер., д. 3

БЦ «Северная Столица»

Тел. +7 812 718 36 18



www.colliers.ru

www.colliersdom.com

Copyright © 2016 Colliers International

Данный отчет является общим исследованием рынка недвижимости и основан на собственных или предоставленных нам материалах, которые мы считаем достоверными. При составлении данного отчета основными нашими принципами были точность и полнота информации, однако мы не предоставляем никаких гарантий отсутствия фактических ошибок. Мы будем признательны, если Вы сообщите нам о таких ошибках для оперативного редактирования информации. Colliers International не несет никакой ответственности за ущерб или убытки, возникшие по причине неточностей или некорректности информации, содержащейся в данном отчете.

Николай Казанский

Управляющий партнер
nikolay.kazanskiy@colliers.com

Владимир Сергунин

Партнер
vladimir.sergunin@colliers.com

Станислав Бибик

Партнер
stanislav.bibik@colliers.com

Анна Никандрова

Партнер
anna.nikandrova@colliers.com

Амель Джерруди

Исполнительный директор департамента управления проектами и контроля строительства
amel.djerroudi@colliers.com

Вера Зименкова

Региональный директор департаментов по работе с корпоративными клиентами и офисной недвижимости
vera.zimenkova@colliers.com

Андрей Косарев

Генеральный директор, офис в Санкт-Петербурге
andrey.kosarev@colliers.com

Владислав Николаев

Региональный директор департамента стратегического консалтинга
vladislav.nikolaev@colliers.com

Дмитрий Романов

Региональный директор департамента оценки
dmitry.romanov@colliers.com

Элеонора Богданова

Директор по развитию бизнеса складского и индустриального направления
eleonora.bogdanova@colliers.com

Кермен Мастиев

Директор отдела продаж офисной недвижимости
kermen.mastiev@colliers.com

Франсуа Нонненмашер

Директор департамента представления интересов арендаторов
francois.nonnenmacher@colliers.com

Екатерина Подлесных

Руководитель департамента street retail по России
ekaterina.podlesnykh@colliers.com

Екатерина Фонарева

Директор департамента жилой недвижимости, офис в Москве
ekaterina.fonareva@colliers.com

Саян Цыренов

Директор департамента рынков капитала
sayan.tsyrenov@colliers.com

Ольга Козлитина

Региональный директор департамента маркетинга и PR
olga.kozlitina@colliers.com

Вероника Лежнева

Директор департамента исследований
veronika.lezhneva@colliers.com

Colliers International Group Inc. (Nasdaq: CIGI, TSX: CIG) является мировым лидером в области коммерческой недвижимости. Компания насчитывает более чем 16 000 профессионалов, работающих в 554 офисах в 66 странах мира. Специалисты Colliers предоставляют полный комплекс профессиональных консалтинговых и агентских услуг арендаторам, владельцам коммерческой недвижимости и инвесторам по всему миру. Услуги включают в себя брокеридж, глобальные решения для корпоративных клиентов, инвестиционные продажи, управление проектами и эффективное планирование рабочего пространства, управление недвижимостью и активами, консалтинг, оценку, а также специализированные исследования рынка. Colliers International уже 10 лет подряд входит в рейтинг «100 лучших аутсорсинговых компаний мира (The Global Outsourcing 100)» по версии Международной ассоциации профессионалов аутсорсинга (IAOP), что является уникальным случаем на рынке консалтинговых услуг в сфере недвижимости.

Деятельность Colliers International в России началась в 1994 году, на сегодняшний день в офисах в Москве и Санкт-Петербурге работает более 250 сотрудников. Компания является членом «Ассоциации менеджеров России», Российской гильдии управляющих и девелоперов (РГУД), Российского Совета по экологическому строительству, Российского Совета Торговых Центров (РСТЦ), а также Ассоциации Менеджеров России.



Accelerating success.