



I полугодие 2022 г.

Nikoliers

Торговая недвижимость Торговые центры

Россия | Санкт-Петербург



Таблица 1

Основные индикаторы рынка

Источник: Nikoliers

	П1 2020	П1 2021	П1 2022
Общее предложение торговых площадей, тыс. кв. м	3 093	3 219	3 238
Количество действующих классических и специализированных ТЦ, штук	122	125	127
Уровень вакантности, %	3,4	5,3	6,6
Обеспеченность площадями, кв. м на 1 000 человек	573	598	602

Основные итоги

Изменения геополитического и экономического контекста, произошедшие в первой половине 2022 г., в значительной мере повлияли на всех участников рынка торговой недвижимости, включая девелоперов, ритейлеров и потребителей. В сложившейся ситуации с приостановкой операционной деятельности зарубежных брендов, разрывом логистических цепочек, санкционными ограничениями, всплеском инфляции и снижением покупательской способности торговые центры Санкт-Петербурга столкнулись с падением посещаемости. По данным Focus Technologies, с конца февраля до начала июня посещаемость петербургских торговых центров была не менее чем на 10% ниже, чем годом ранее.

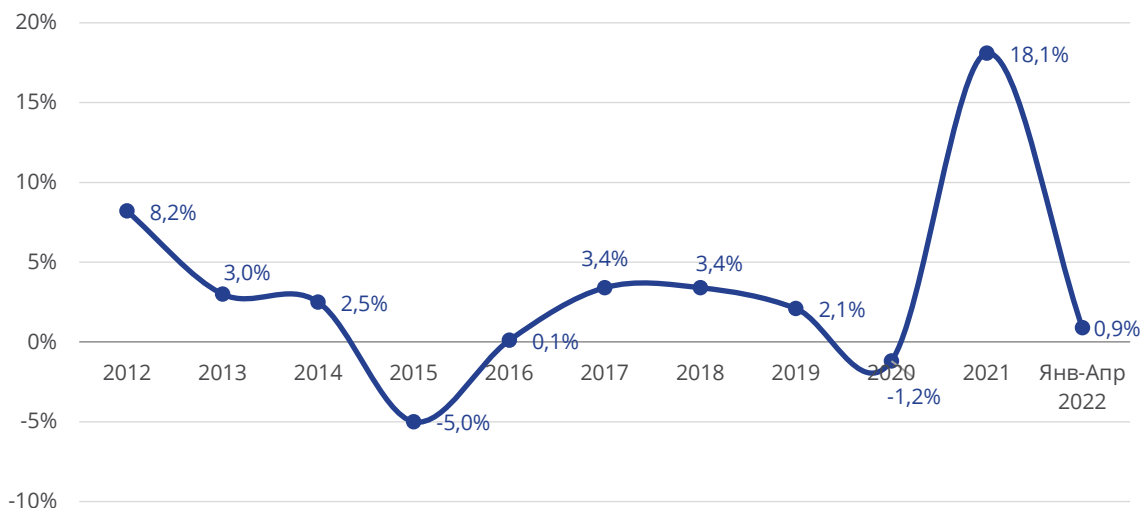
По данным Петростата, оборот розничной торговли в Санкт-Петербурге в январе — апреле 2022 г. составил 677,7 млрд рублей, что на 0,9% выше, чем в том же периоде прошлого года (в сопоставимых ценах). В марте наблюдался ажиотажный спрос потребителей, стремившихся закупить товары про запас или успеть приобрести продукцию брендов, объявивших о временном закрытии своих магазинов, что привело к росту товарооборота продовольственных и непродовольственных групп товаров (+12,9% и +10,1% к февралю соответственно). По итогам апреля спрос сократился, а товарооборот снизился на 17% год к году, составив 160,6 млрд рублей. В этом месяце существенное падение произошло в сегменте непродовольственных товаров – на 24,9% г/г, тогда как продовольственный товарооборот снизился лишь на 1% г/г.

В последние пять лет прирост торговых площадей в Санкт-Петербурге был сдержанным, состоящим из небольших районных и специализированных торговых объектов. В настоящее время продолжается возведение ТРЦ Hollywood — крупнейшего строящегося торгового объекта в городе.

Диаграмма 1

Динамика розничного товарооборота в Санкт-Петербурге в % к соответствующему периоду предыдущего года (в сопоставимых ценах)

Источник: petrostat.gks.ru



Спрос и уровень вакантности

По нашим оценкам, к концу первого полугодия 2022 г. средняя доля вакантных площадей в торговых центрах Петербурга находится на уровне 6,6%, что на 1,2 п.п. выше, чем в конце 2021 г. При этом в ряде качественных проектов вакантность сохраняется на низкой отметке — не более 2%. Стоит добавить, что временно закрытые магазины зарубежных брендов не учитываются нами в объеме свободных площадей. Потенциальная вакантность этих магазинов будет понятна во втором полугодии, когда ритейлеры озвучат планы по дальнейшей работе на российском рынке.

Активность по открытию магазинов в торговых центрах в первом полугодии была невысокой. В сравнении с прошлым годом число новых магазинов сократилось на треть, а по сравнению с 2019 г. — в 1,5 раза. В числе интересных можно отметить следующие открытия: первый в Санкт-Петербурге магазин бренда ЕМКА (ТРЦ «Галерея»),

YOU WANNA (ТРЦ «Галерея»), два магазина бренда sela moms & monsters (в ТРЦ «Охта Молл» и ТРК «Европолис»), универмаг российских дизайнеров SLAVA (ТК «Невский Центр»). Мы ожидаем дальнейшего увеличения присутствия российских брендов в торговых галереях, а также появление новых брендов из Турции, Ирана, Индии, Китая. Собственниками активно ведется работа над расширением географии брендов в проектах, однако переговорный процесс, как правило, занимает не менее 6–18 месяцев.

По состоянию на конец июня 2022 г. доля временно закрытых магазинов в торговых центрах разных форматов варьируется от 5% до 30% от общей арендопригодной площади проектов. С марта это значение снизилось, поскольку ряд зарубежных ритейлеров продал российские подразделения, а их магазины возобновили работу под новыми брендами. Среди таких ритейлеров компании LPP, OBI, L'Occitane.

Диаграмма 2
Динамика вакантности в классических торговых центрах*

Источник: Nikoliers



* Уровень вакантных площадей представлен без учета в вакансии магазинов, временно приостановивших свою работу с марта 2022 г.

Диаграмма 3
Структура иностранных брендов, приостановивших работу в составе ТЦ Санкт-Петербурга*, по профилю, % от количества

Источник: Nikoliers



* По состоянию на конец июня 2022 г.

Таблица 2

Матрица иностранных fashion-брендов «на паузе» в выборочных торговых центрах Санкт-Петербурга, июнь 2022 г.

Источник: Nikoliers

	Галерея	Мега Дыбенко	Лето	Мега Парнас	Европолис	Питер Радуга	Сити Молл	Жемчужная плаза	Гранд Каньон	Балкания Нова	Охта Молл	Лондон молл	ПИТЕРЛЭНД	Континент на Стачек	Невский центр	Представленность бренда в выборке ТЦ, % от штук
H&M	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	80%
Mothercare	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	73%
CROPP (CR)	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	67%
MANGO	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	67%
Sinsay (СИИ)	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	60%
Reserved (RE)	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	60%
Levi's	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	60%
Reebok*	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	53%
Uniqlo	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	53%
Bershka	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	53%
Pull&Bear	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	47%
Mohito (M)	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	47%
House (XC)	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	47%
Stradivarius	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	40%
Marks & Spencer	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	открылся после ребрендинга	33%
Zara	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	33%
Massimo Dutti	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	27%
Oysho	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	27%
Nike	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	20%
Zara Home	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	20%
Monki	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	20%
Prisma	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	на паузе	13%
Количество исследуемых брендов в fashion-галерее ТЦ	20	19	16	14	14	12	11	10	8	6	5	5	4	4	2	

открыт

открылся после ребрендинга

на паузе

уходит с рынка

*монобрендовые магазины.

Тенденции и прогнозы

Приостановка релизов голливудских фильмов серьезно ударила по российской индустрии кинотеатров. По разным данным, посещаемость кинотеатров с начала марта упала на 50–70%, что вынуждает владельцев оптимизировать сети путем закрытия как нескольких залов в проектах, так и проектов целиком. По нашим оценкам, в кинотеатрах Санкт-Петербурга порядка 25% кинозалов в настоящее время временно не работают. В этой связи во втором полугодии вероятно сокращение занимаемых кинотеатрами площадей или реформатирование части залов под другие сегменты.

Популярным форматом развлечений в торговых центрах остаются фуд-холлы и гастро-пространства, объединяющие несколько десятков заведений разных концепций и кухонь. В этом сегменте продолжается рост — во второй половине 2022 г. ожидается запуск крупнейшего в России проекта VOKZAL 1853 в здании бывшего ТК «Варшавский экспресс».

Несмотря на имеющиеся сегодня ограничения, вызванные санкциями и логистическими сложностями, российские ритейлеры продолжают развиваться, тестировать новые форматы и корректировать товарное наполнение магазинов с учетом определенных локаций. Российские бренды имеют новые возможности для расширения клиентской сети. Сегодня, когда аудитория приостановивших работу зарубежных брендов находится в поиске замен или аналогов, качество и комфортный сервис на всех этапах взаимодействия с покупателем становятся особенно актуальными.

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, MSIM
Региональный директор
+7 495 258 5151
Olga.Bakulina@nikoliers.ru

Анна Сабинина
Директор, Санкт-Петербург
+7 812 718 3618
Anna.Sabinina@nikoliers.ru



www.nikoliers.ru



123112 Москва

Пресненская наб., 10
БЦ «Башня на Набережной», Блок С, 52 этаж
Тел. +7 495 258 51 51
moscow.news@nikoliers.ru

191186 Санкт-Петербург

Волынский пер., д. 3
БЦ «Сенатор»
Тел. +7 812 718 36 18
spb.reception@nikoliers.ru

Copyright © 2022

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.