




Colliers

Accelerating success.



I полугодие 2021 г.

Торговая недвижимость Торговые центры Россия | Регионы



Таблица 1

Основные индикаторы рынка

Источник: Colliers

	П1 2019	П1 2020	П1 2021
Общее предложение торговых площадей в России, млн кв. м	27,9	28,4	29,2
Объем введенных торговых площадей в России, кв. м	200 300	218 200	405 200
Общее предложение торговых площадей в регионах России, млн кв. м*	17,0	17,2	17,7
Объем введенных торговых площадей в регионах России, кв. м*	95 300	0	313 900
Количество открытых ТЦ, штук*	4	0	6
Обеспеченность площадями по России в целом, кв. м на 1 000 человек	190	194	200

*Все города России, за исключением Москвы и Санкт-Петербурга

Предложение

По итогам первого полугодия 2021 г. в регионах России было открыто шесть торговых центров с совокупной площадью 313 900 кв. м, что в целом выше показателя за 2020 г. в два раза.

Ключевыми открытиями полугодия стали ТРЦ «Планета» (83 100 кв. м) в г. Пермь, ТРЦ «РаМус Молл» (78 000 кв. м) в г. Нижнекамск и ТРЦ «Макси» (76 000 кв. м) в г. Киров, а также знаковое открытие 2-й фазы ТРЦ FORUM в г. Улан-Удэ (14 500 кв. м).

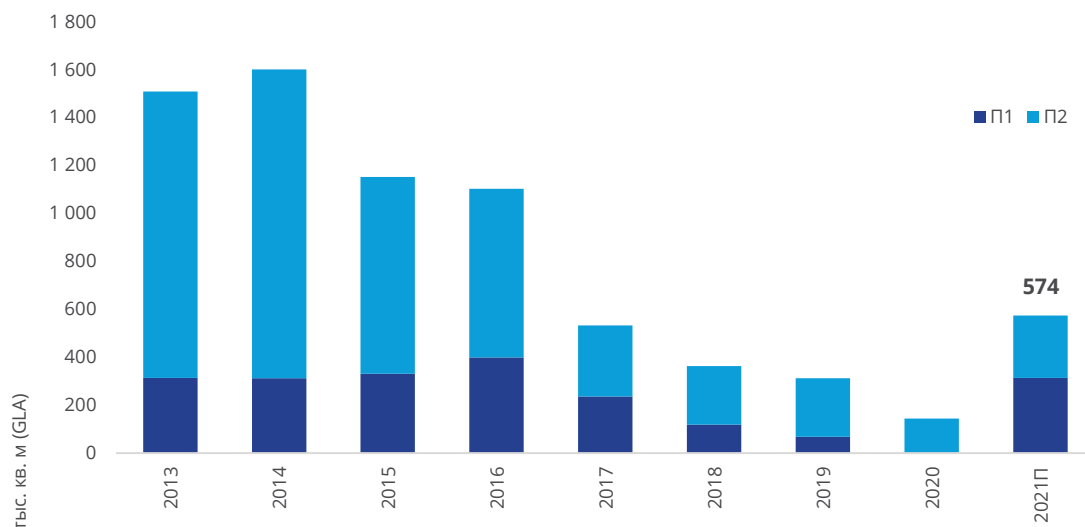
Несмотря на активный старт по открытиям в первом полугодии 2021 г., уже известно о снижении годового объема ввода на 17% из-за переносов.

В целом обеспеченность торговыми площадями жителей России достигла 200 кв. м на 1 000 человек (против 194 кв. м в 2020 г.).

График 1

Открытие торговых площадей в региональных городах России (за исключением Москвы и Санкт-Петербурга), 2013–2021П гг.

Источник: Colliers



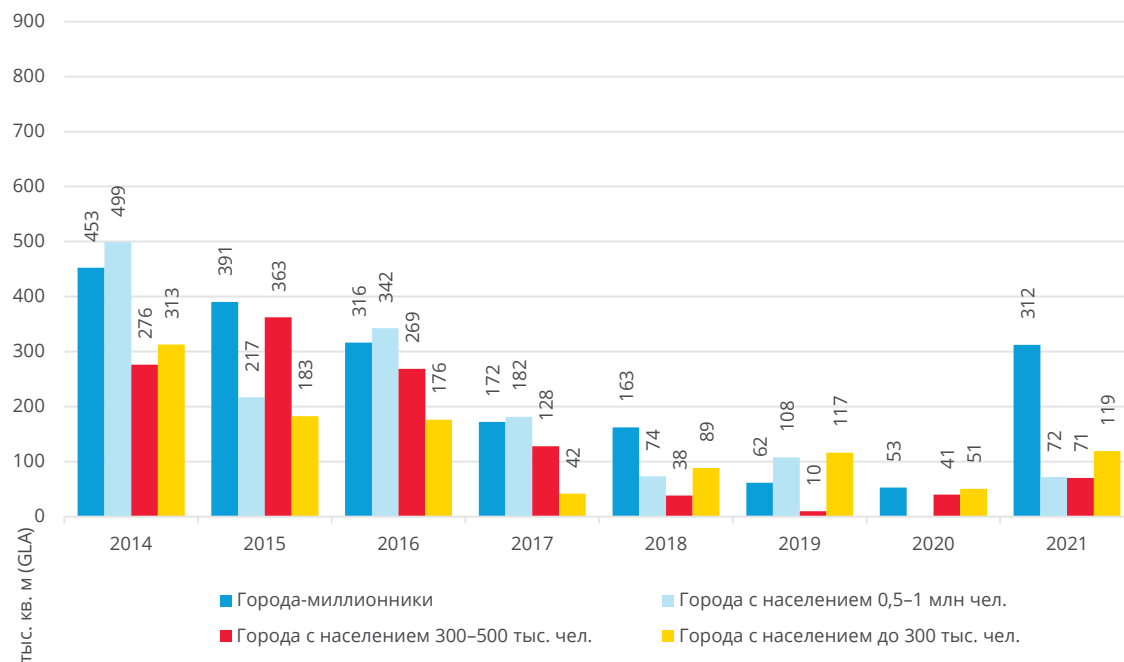


В настоящее время на региональные города-миллионники России совокупно приходится 18,7 млн кв. м качественных торговых площадей, а обеспеченность торговыми площадями в них составляет 553 кв. м на 1 000 человек, что в 2,8 раза больше среднероссийского показателя обеспеченности.

Сохраняющаяся привлекательность городов-миллионников отражается в объемах годового ввода в 2021 года. Вторыми по объему ввода являются города с населением менее 300 000 человек — в 2021 г. планируется к вводу 119 000 кв. м, что говорит о заинтересованности девелоперов строить новые качественные объекты в менее населенных городах России.

График 2
Распределение объема ввода качественных торговых площадей по группам городов по численности населения, 2014–2021 гг.

Источник: Colliers



*Все города России, за исключением Москвы и Санкт-Петербурга



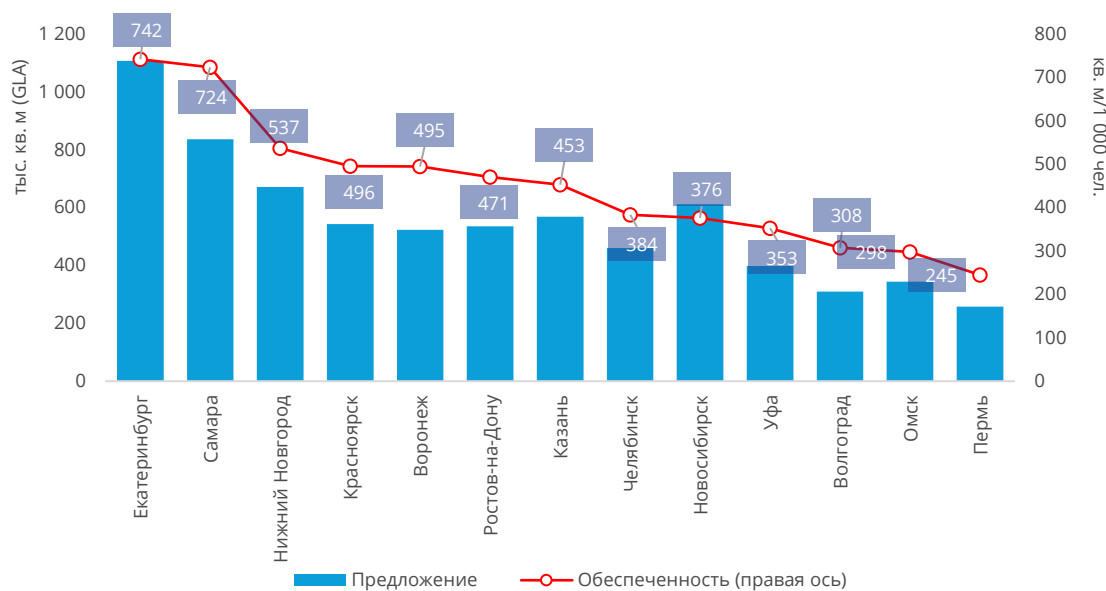
За исследуемый период лидером среди российских городов-миллионников (за исключением Москвы и Санкт-Петербурга) по обеспеченности торговыми площадями стал Екатеринбург (742 кв. м), далее расположилась Самара (724 кв. м), замыкает тройку Нижний Новгород (537 кв. м).

Наименее обеспеченным городом-миллионником остается Пермь (245 кв. м), несмотря на открытие первого суперрегионального объекта ТРЦ «Планета».

До конца 2021 г. показатель по обеспеченности торговыми площадями в Перми должен увеличиться до 291 кв. м на 1 000 человек благодаря открытию 1-й очереди МФЦ «Эспланада», в состав которого будет входить торговый центр (GLA 40 500 кв. м), и 2-й фазы ТРК «СпешивLove» (GLA 7 000 кв. м).

График 3
Общее предложение торговых площадей по региональным городам-миллионникам и обеспеченность

Источник: Colliers





Спрос

Продукты

В 2021 г. планируются две крупнейшие сделки в продуктовом ритейле за последние годы. Федеральная сеть «Магнит» планирует получить контроль над 2 612 магазинами бренда «Дикси» и 39 компактными гипермаркетами «Мегамарт». Фуд-ритейлер «Лента» объявил о покупке российского подразделения Billa (Австрия), которое включает 161 действующий супермаркет (GBA 138 000 кв. м). Помимо этого, главный европейский дискаунтер Lidl готовится к дебюту в России.

Fashion

О планах развития в России объявил шведский бренд модной одежды и товаров для дома Arket. Открытие монобрендового магазина ожидается осенью 2021 г. Также на российском рынке активно развивались и другие международные бренды, которые впервые дебютировали в новых регионах. Например, в ТРЦ FORUM в г. Улан-Удэ открылись такие бренды, как Bershka и Terranova. Бренд Helly Hansen покори сразу два города в первом полугодии — Псков (ТДЦ Fjord Plaza) и Нижневартовск (МФК Green Park). В Северной столице было зафиксировано два интересных открытия: первый магазин итальянского фэшн-бренд Calliore в ТРЦ «МЕГА Дыбенко» и первый концепт-стор шведского бренда H&M HOME (968 кв. м) в трехэтажном историческом здании на Большом проспекте.

Электроника

Группа «М.Видео» объявила об открытии 50-го магазина торговой сети «Эльдорадо 250» и о расширении географии присутствия нового формата до 50 населенных пунктов. Новые магазины концептуально являются частью онлайн-платформы «Эльдорадо», где объекты работают в качестве пунктов выдачи интернет-заказов.

Дисконт-магазины

Жесткий дискаунтер «Светофор» начинает активную экспансию на рынке Санкт-Петербурга, в 2021 г. планируется к открытию 10–15 точек. В планах «Магнита» масштабировать свою ультрадешевую сеть «Моя цена», с июля 2020 г. по апрель 2021 г. было открыто 33 магазина. Также продуктовая сеть Spar планирует развивать сеть дискаунт-магазинов под брендом Smart.

Гипермаркеты

Многие ритейлеры, развивающие гипермаркеты, нацелены на освоение новых регионов, например, DIY «Леруа Мерлен» планирует построить первый гипермаркет в Бурятии (GBA 16 700 кв. м), а гипермаркет спортивных товаров «Декатлон» — в Новосибирске (GBA 8 600 кв. м). Некоторые игроки нацелены на создание новых розничных форматов: компания «Магнит» объявила о выводе на рынок магазин DIY под брендом «Магнит Мастер», фуд-ритейлер «Лента» станет открывать магазины формата «у дома», еще один игрок — «Глобус» начал тестировать автолавки в России (первая из них открылась во Владимире). Помимо этого, сеть спортивных магазинов «Декатлон» будет открывать корнеры площадью 350 кв. м в «Глобусе». Также датский мебельный ритейлер JYSK, дебютировавший в 2020 г. в столице, объявил об открытии в III квартале 2021 г. первого магазина в региональном городе — ТРЦ «Макси» в г. Тула.

Интернет-торговля

Доля электронной торговли в розничном товарообороте будет расти с каждым годом: в 2020 г. она составила 8,1% (ранее, по предварительным данным, озвучивалось 9,6%), а по итогам 2021 г. планируется увеличение на 2,8 п. п., до 10,9%.

Устойчивый рост внутреннего рынка онлайн-торговли на фоне роста конкурентной активности и качества услуг российских компаний, а также локализации бизнеса зарубежных игроков повлек к активному развитию внутреннего рынка труда. Зарубежные компании видят перспективу в развитии онлайн-сферы на российском рынке, поэтому они готовы инвестировать в создание полноценных интернет-магазинов, вкладываться в развитие инфраструктуры и создавать новые рабочие места.

График 4
Объем рынка и доля электронной коммерции

Источник: Data Insight, AKOPT



Таблица 2
Крупнейшие рынки электронной коммерции в мире, 2020 г.

Источник: Data Insight, AKOPT

Рынки	Объем рынка электронной коммерции, млрд долл. США	Рост рынка электронной коммерции, г/г
Китай	\$955	5%
США	\$374	9%
Япония	\$187	8%
Великобритания	\$133	13%
Южная Корея	\$124	19%
Германия	\$92	16%
Франция	\$50	9%
Индия	\$44	29%
Россия	\$37	58%
Канада	\$28	12%

Ограничительные меры

В связи с ухудшением эпидемиологической ситуации в стране во II квартале 2021 г. в некоторых городах России начали вводить новые ограничения в отношении бизнеса и граждан.

Таблица 3

Введенные ограничительные меры

Источник: составлено Colliers на основе постановлений

Москва	Санкт-Петербург
<ul style="list-style-type: none"> • С 21.06 Приостановлена работа фуд-кортов (исключение – навынос) • С 21.06 Приостановлена работа детских игровых комнат • С 28.06 Вход в рестораны (в том числе внутри ТЦ) осуществляется с наличием QR-кодов. Веранды работают в обычном режиме до 01.08. 	<ul style="list-style-type: none"> • С 17.06 Приостановлена работа фуд-кортов в ТЦ (исключение – навынос) • С 17.06 Заполняемость кинотеатров не более 50% от кол-ва зрительских мест • С 17.06 Приостановлена деятельность ритейлеров, не имеющих торгового зала в ТЦ • С 17.06 Приостановлена развлекательная и досуговая деятельность в ТЦ (исключение – океанариумы, библиотеки, фитнес-центры)
Республика Бурятия	Мурманская область
<ul style="list-style-type: none"> • 12.06-30.06 (28.06) Приостановлена работа фуд-кортов и общепита, не имеющего отдельного входа с улицы в ТЦ (исключение – навынос), детских развлекательных зон, кинотеатров др. Ограничен режим работы ТЦ (до 20.00) • 15.06-30.06 (28.06) Ограничено посещение ТЦ без сопровождения родителей лицам, не достигшим возраста 14 лет (включительно) • 28.06-11.07 Объявлен локдаун из-за ухудшения ситуации с коронавирусом (за исключением жизнеобеспечивающих служб) 	<ul style="list-style-type: none"> • С 23.06 Приостановлена работа фуд-кортов (исключение – навынос) • С 23.06 Приостановлена работа детских игровых комнат и центров • С 23.06 Заполняемость кинотеатров не более 50% от кол-ва зрительских мест

Общественные организации и вопросы отрасли

Пандемийный 2020 год и новая волна коронавируса в 2021 г. поставили перед профессиональным сообществом серьезный запрос на объединение экспертизы и усилий для отстаивания интересов ритейл-отрасли, чтобы смягчить удар от новых введенных ограничений. В ходе переговоров собственников ТЦ и управляющих компаний с РСТЦ были подняты и решены вопросы, связанные с дальнейшим развитием и стабилизацией ритейл-бизнеса на российском рынке в текущих условиях:

- Торговые центры стали одними из наиболее пострадавших в разгар пандемии, однако их адресная поддержка была затруднена в связи с отсутствием собственных кодов классификаторов, отличных от обычных торговых точек. Так, в первом полугодии 2021 г. был создан ОКВЭД 68.20.21 (действует с 01.07.2021 г.) для торговых центров. Утверждение самостоятельных кодов обеспечит возможность разграничения деятельности и услуг по аренде и управлению собственным или арендованным торговым объектом недвижимого имущества и другими видами нежилого недвижимого имущества.
- Также РСТЦ поднял вопрос о целесообразности принятия нового законопроекта, который предполагает закрепить налогообложение НДС по ставке 0% для отечественных онлайн-магазинов. По мнению членов РСТЦ, принятие данного проекта не только отрицательно скажется на балансе развития рынка розничной торговли страны, но и дополнительно повлечет за собой новые экономические трудности для арендодателей и иных субъектов офлайн-торговли из-за неравенства налогообложения.



Ключевые тенденции

Эмоциональная связь ритейлеров с клиентами

Ритейлеры стараются в текущих условиях пробуждать у своих клиентов позитивный эмоциональный отклик, создавая новые форматы магазинов и расширяя ассортимент своей продукции. Нововведения ведут к укреплению глубокой эмоциональной связи ритейлера с потребителями, что впоследствии влечет за собой доверие и лояльность клиента.

Расширенная география локальных игроков

Отечественные игроки активно расширяют свое присутствие на российском рынке благодаря открытию магазинов в новых регионах России. Чаще всего ритейлеры открывают первый магазин в региональных городах в новых и качественных торговых центрах. Например, во 2-й фазе ТРЦ FORUM в г. Улан-Удэ, которая открылась в первом полугодии 2021 г., дебютировали бренды Terranova и Bershka. Норвежский бренд спортивной одежды и инвентаря Helly Hansen выбрал для открытия новых точек ТДЦ Fjord Plaza, открытый в 2019 г. в г. Псков, и МФК Green Park, открытый в 2020 г. в Нижневартовске.

Форматы «у дома» как точка притяжения

Пандемия дала импульс к развитию магазинов и сервисов в шаговой доступности от дома. Например, гипермаркеты переходят в форматы «у дома»: в рамках реализации новой стратегии «Лента» начнет открывать магазины в шаговой доступности; «Магнит» создает сеть строительных магазинов «у дома» — «Магнит Мастер»; «Кидбург» — крупнейший оператор детского образовательного досуга, который ранее открывался в ТЦ, — решил развиваться в новом формате в новых ЖК и др.

Забота о себе и об окружающей среде

Тренд на здоровый образ жизни побудил ритейлеров и управляющие компании внедрять и создавать продукты, новые форматы заведений общепита, торговые комплексы, а также фитнес-центры, направленные на популяризацию здорового образа жизни.

Помимо этого, в торговых центрах стали разворачиваться целые медицинские пункты — мобильные бригады для проведения вакцинации (первые бригады появились в столице и в Подмосковье). Одним из ярких региональных примеров по внедрению ЗОЖ-тренда в ТЦ стал петербургский онлайн-проект «РИО Рядом», в рамках которого эксперты и арендаторы рассказывают посетителям о здоровом образе жизни. Проект нацелен не только на повышение лояльности покупателей, но и на серьезную поддержку арендаторов объекта.

Создание экологических идей во внешней архитектуре и во внутреннем дизайне помогает снижать экологический след объектов, привлекать внимание жителей города и социально-значимых организаций к теме экологизации жизни. Такие концепции уже были рассмотрены некоторыми региональными торговыми центрами под управлением Colliers: ТРЦ FORUM в г. Улан-Удэ (организация отдельного сбора мусора), ТРК «Мурманск Молл» в г. Мурманск (проект по приему макулатуры от населения и организаций), ТРК «ПИК» в г. Санкт-Петербург (пандоматы по сбору вторсырья) и др.

Контакты

Торговая недвижимость

Анна Никандрова
Партнер
+7 495 258 5151
Anna.Nikandrova@colliers.com

Стратегический консалтинг

Владислав Николаев
Региональный директор
+7 495 258 5151
Vladislav.Nikolaev@colliers.com

Исследования

Вероника Лежнева
Директор
+7 495 258 5151
Veronika.Lezhneva@colliers.com

Лолита Леонтьева
Аналитик
+7 495 258 5151
Lolita.Leontyeva@colliers.com

Маркетинг & PR

Ольга Бакулина MCIM
Региональный директор
+7 495 258 5151
Olga.Bakulina@colliers.com

Copyright © 2021 Colliers

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 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. +7 495 258 51 51
www.colliers.ru



Accelerating success.