



Colliers

Accelerating success.

Итоги 2021 г.

Торговая недвижимость
Торговые центры
Россия | Москва

Таблица 1

Основные индикаторы рынка

Источник: Colliers

	2020	2021	2022П
Общее количество площадей, тыс. кв. м	7 762	7 968	8 262
Новое предложение, тыс. кв. м	400,9	281,4	294,1
Количество открытых ТЦ, штук	12	11	30
Уровень вакантности, %	10,7	11,5	13
Обеспеченность площадями, кв. м на 1 000 человек	611	630	653

Розничная торговля

Оборот розничной торговли Москвы за январь — октябрь 2021 г. превысил 4,8 трлн рублей, что на 11% больше, чем за десять месяцев 2020 г. Что касается структуры розничного товарооборота, то в 2021 г. на долю продовольственных товаров приходится 48%, а на непродовольственные — 52%. При этом динамика оборота непродовольственных товаров в сопоставимых ценах к январю — октябрю 2020 г. составила +25,8%, в то время как оборот продовольственных товаров сократился на -1,1%. Подобный рост оборота непродовольственной группы товаров связан с ростом доступности кредитования на протяжении года, дополнительными стимулирующими выплатами от государства, а также растущими инфляционными ожиданиями населения.

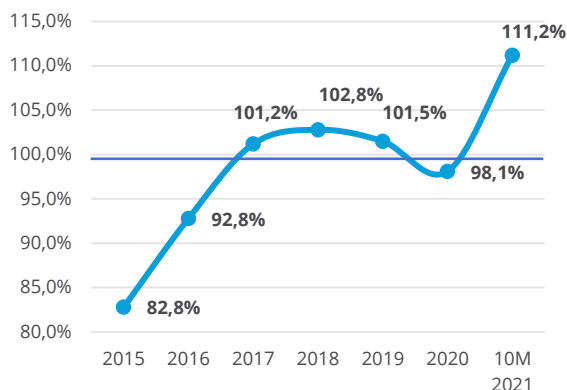
Сфера торговли является одной из ключевых для экономики столицы, формируя около 18% всех налоговых поступлений в бюджет города. В период пандемии город продолжает предпринимать ряд антикризисных мер для стабилизации ситуации в сфере торговли как одной из наиболее пострадавших от COVID-19. Среди ключевых мер можно выделить предоставление отсрочки по уплате налогов на имущество, земельного налога, торгового сбора по аренде городского имущества и т.д.

Оборот общественного питания Москвы за десять месяцев 2021 г. начал восстановление после значительного сокращения в 2020 г. и достиг 303 млрд рублей. Рост год к году составил 43%, однако в абсолютных величинах разница составила чуть меньше 47 млрд рублей, что обусловлено в большей степени низкой базой 2020 г. До конца года показатель может приблизиться к допандемийному уровню 2018-2019 гг. Ресторанный бизнес в наибольшей степени ощутил на себе антиковидные ограничения. Часть предпринимателей оптимизирует бизнес, делая акцент на доставку блюд или работу «на вынос», на подобную схему перешли даже операторы фаст-фуда.

График 1

Динамика розничного товарооборота Москвы, в сопоставимых ценах в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2015-10М 2021*

Источник: Mosstat.gks.ru

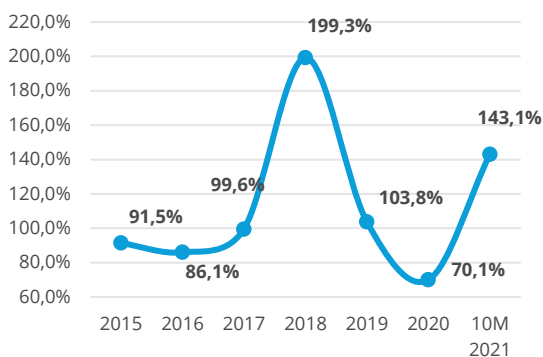


*наиболее актуальные данные на момент публикации Отчета

График 2

Динамика оборота общественного питания Москвы, в сопоставимых ценах в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2015-10М 2021*

Источник: Mosstat.gks.ru



*наиболее актуальные данные на момент публикации Отчета

Предложение

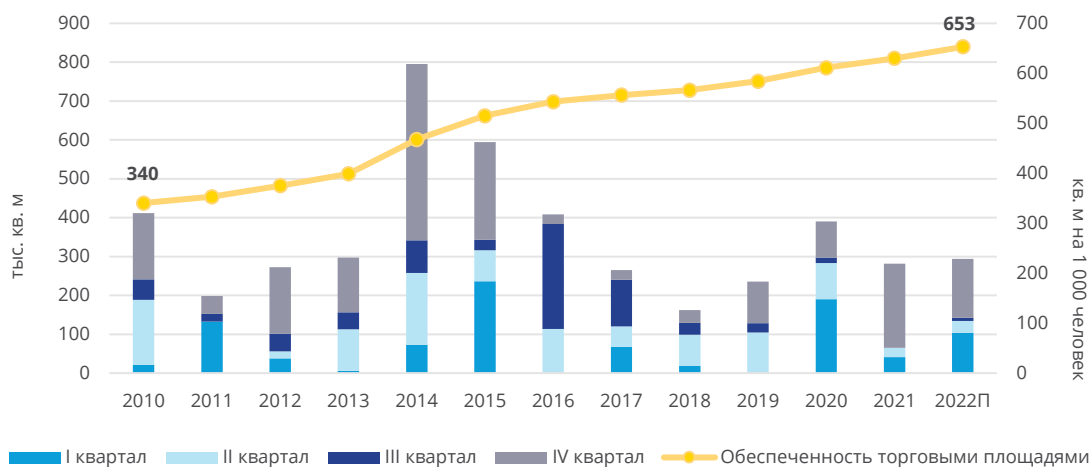
Объем ввода новых торговых площадей в качественных ТЦ Москвы по итогам 2021 г. составил 281 тыс. кв. м, что на 28% меньше показателя 2020 г. и на 19% больше 2019 г. На IV квартал 2021 г. пришлось 77% годового ввода. Из всего объема нового предложения, которое было заявлено в начале 2021 г., в итоге почти 42% было перенесено на 2022-2023 гг. В структуре нового предложения все меньшую долю в количественном выражении занимают крупноформатные объекты. Так в 2021 г. на рынок столицы вышел всего один суперрегиональный ТРЦ – «Город Косино». Конец года ознаменовался открытием одного из самых долгожданных проектов на столичном рынке – ТРЦ «Павелецкая Плаза». Торговый центр стал уникальным не только с точки зрения архитектуры (синергия подземной архитектуры и ландшафтного парка снаружи), но и одной из самых ожидаемых площадок для выхода брендов, премьер ритейл-концепций и новых форматов привычных сетевых игроков. Даже в такое непростое время, торговый центр демонстрирует высокую заполняемость и активный спрос со стороны ритейлеров.

В 2022 г. в Москве девелоперами анонсировано открытие рекордного количества профессиональных торговых центров – 30 новых объектов (или 294 тыс. кв. м), что является максимальным значением за всё время становления московского ритейла. Наибольший годовой ввод по количеству объектов мы наблюдали в 2013 г. – тогда открылось 18 профессиональных ТЦ, а в среднем столичный рынок прирастал на 11 объектов ежегодно. Стоит отметить, что в новом предложении торговых площадей 2020-2023 г. преобладающую долю ввода занимают мало- и среднеформатные объекты, усиливая тренд на востребованность профессиональных объектов шаговой доступности. Более того, уменьшение площади вводимых объектов более не становится эквивалентом некачественности торгового объекта.

График 4

Динамика ввода торговых площадей в качественных ТЦ Московского региона и обеспеченности торговыми площадями, 2010-2022П

Источник: Colliers



Планомерно с увеличением объемов рынка торговых площадей города растет и обеспеченность жителей Москвы и городов-спутников качественным ритейлом. По итогам 2021 г. показатель составил 653 кв. м на 1 000 человек, что ставит Москву на третье место среди городов-миллионников России.

Постепенное насыщение рынка Москвы и дефицит земельных участков под строительство торговых объектов суперрегионального формата являются еще одной стороной преобладания в структуре нового ввода небольших торговых центров. Кроме того, текущая рыночная конъюнктура и давление пандемии заставляют инвесторов и собственников уделять большее внимание действующим объектам и их качественному преобразованию, либо пересмотру их коммерческого использования в большей степени, чем вложению денежных средств в новые ритейл-проекты.

График 3

Структура открытий ТЦ по форматам, 2021, % от штук

Источник: Colliers

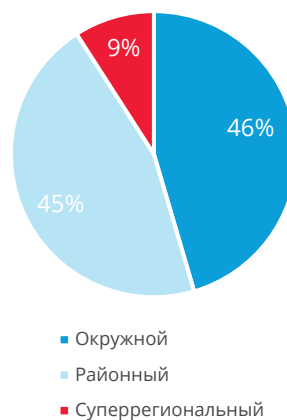


Таблица 2

Профессиональные торговые центры, открытые в Москве и городах-спутниках в 2021 г.

Источник: Colliers, данные девелоперов

Название	GLA, кв. м	Квартал	Девелопер/застройщик
Город Косино	80 000	4	ГК «ТЭН»
София	35 977	4	ADG Group
Павелецкая Плаза	33 000	4	Mall Management Group
Небо	32 000	4	«Столица Менеджмент»
Флотилия	23 000	1	«Флэт и Ко»
Prime Plaza	21 000	2	«Фаст»
Гравитация	18 500	1	н/д
Смоленский Пассаж (2 очередь)	14 800	4	«Корпорация А.Н.Д.»
Vnukovo Premium Outlet	12 000	4	«Компания Румянцево»
Янтарь	8 139	4	ADG Group
Саяны	3 023	2	ADG Group

Посещаемость

Показатель посещаемости торговых центров Москвы Shopping Index (по данным компании Watson из открытых источников) на протяжении девяти месяцев 2021 г. был относительно стабильным, а средний показатель составил 385 человек на 1 000 кв. м (для сравнения, в 2019 г. — 470 человек на 1 000 кв. м, в 2020 г. — 330 человек на 1 000 кв. м). В целом вне периодов полного запрета на доступ в торговые центры их посещаемость восстанавливается. Тем не менее в ближайшие пару лет показатель будет продолжать корректироваться периодическими ограничениями на посещения для лиц старшего возраста, новыми волнами COVID-19, принятием закона «О QR-кодах в общественных местах», а также увеличением доли онлайн-торговли в розничном товарообороте.

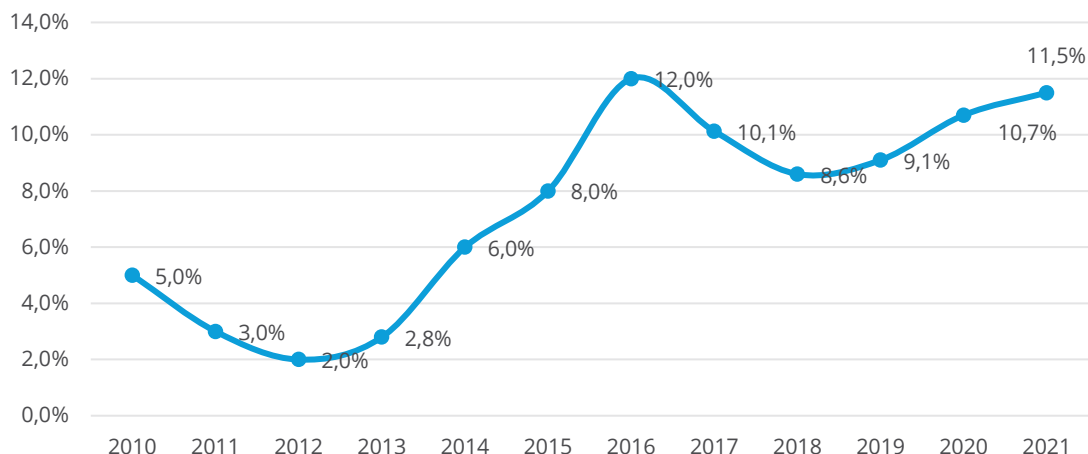
Вакантность

По нашим оценкам, средняя текущая вакантность на рынке торговой недвижимости Москвы составляет порядка 11,5%, увеличившись по сравнению с 2020 г. на 0,8%, и имеет тенденцию к дальнейшему росту по факту ввода новых объектов, а также при окончательном принятии закона «О QR-кодах в общественных местах». Текущий показатель вакантности дифференцирован в зависимости от возраста торговых объектов и их позиции на рынке. Так, например, в прайм-объектах в топовых локациях уровень свободных площадей находится в диапазоне до 5% от арендопригодной площади; при этом в объектах, которые испытывают трудности уже на протяжении нескольких лет, уровень вакантности может превышать и 25%.

График 5

Динамика средней вакантности торговых площадей в ТЦ Москвы, 2010-2021

Источник: Colliers



Спрос

Экспансия международных брендов на российский рынок остается сдержанной, на что оказывает пролонгированное действие ситуация с коронавирусом. Выход новых ритейлеров в текущем году был сопоставим с 2020 г. — 19 премьер в 2021 г. по сравнению с 20 открытиями в 2020 г., при этом большинство новых брендов представлено в формате моносторов и в ценовом сегменте «выше среднего». Москва традиционно сохраняет лидерство города, который бренды выбирают для дебюта в России. Сохраняющиеся ограничения на поездки за рубеж поддерживают интерес иностранных брендов к открытию в аутлетах. Так, в Москве 2021 г. состоялось открытие первых аутлетов таких премиальных марок, как Dolce&Gabbana, Ralph Lauren, Salvatore Ferragamo на площадях «Архангельское Аутлет». Кроме того, австрийский бренд Northland, специализирующийся на производстве одежды и инвентаря для трекинга, запустил собственные корнеры в магазинах торговой сети «Спортмастер». В течение года в формате pop-up-магазинов дебютировали бренды Valentino Beauty в ЦУМ и Guess ActiveWear в «Метрополисе».

В 2021 г. российский рынок покинули американские сети Bath&Beauty (парфюмерия и косметика) и Juul Labs (электронные сигареты), а также австрийская сеть супермаркетов Billa. Сеть Billa была куплена российской сетью «Лента» для открытия на торговых площадях супермаркетов под собственным брендом. По состоянию на декабрь 2021 г. в Московском регионе продолжают действовать несколько магазинов под вывеской Billa. Кроме того, в 2021 г. о закрытии всех своих офлайн-магазинов, в том числе и в России, заявил британский бренд одежды Topshop.

Таблица 3

Ключевые международные бренды, вышедшие на рынок России в 2021 г.

Источник: Colliers

Бренды, открывшиеся в торговых центрах				
Бренд	Страна	Профиль	Город	Локация
Ecco Kids	Дания	Обувь	Москва	«Ривьера»
The Frankie Shop	США	Одежда	Москва	«ЦУМ»
Boboli	Испания	Детская одежда	Москва	«ЦДМ»
Bernadette	Бельгия	Одежда	Москва	«ЦУМ»
Fashion Baby	Франция	Обувь	Москва	«ЦУМ»
Miista	Великобритания	Обувь	Москва	«ЦУМ»
Dior Beauty	Франция	Косметика	Москва	«Европолис»
& Other stories	Швеция	Одежда	Москва	«Метрополис»
Eleventy	Италия	Одежда	Москва	«Времена года»
Nebbia	Словакия	Товары для спорта	Санкт-Петербург	«Мега Дыбенко»
Acer	Тайвань	Электроника	Москва	«Авиапарк»
H&M HOME Concept Store	Швеция	Товары для дома	Москва	«Авиапарк»
Arket	Швеция	Одежда	Москва	«Метрополис»
GUAM	Италия	Косметика	Москва	«Авиапарк», «Европолис»
Бренды, открывшиеся в стрит-ритейле				
Zara Beauty	Испания	Парфюмерия и косметика	Москва	Кузнецкий Мост ул., 9
Byredo	Швеция	Парфюмерия и косметика	Москва	Малая Бронная ул., 24
Shikkosa Lingerie	Италия	Нижнее белье	Москва	Арбат ул., 39
Carol Christian Poell	Австрия	Одежда, обувь	Москва	Трубная ул., 32 стр. 3
Khaite	США	Одежда	Санкт-Петербург	Babochka Gallery

График 6

Динамика выхода и ухода с российского рынка международных брендов, штук, 2015-2021 гг.

Источник: Colliers



График 7

Структура выхода новых международных брендов в 2021 г. по формату, % от количества

Источник: Colliers

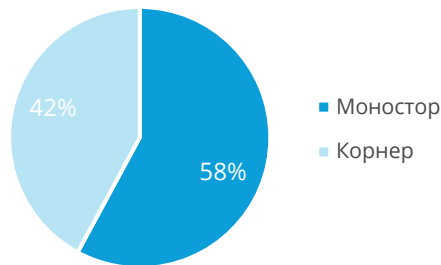
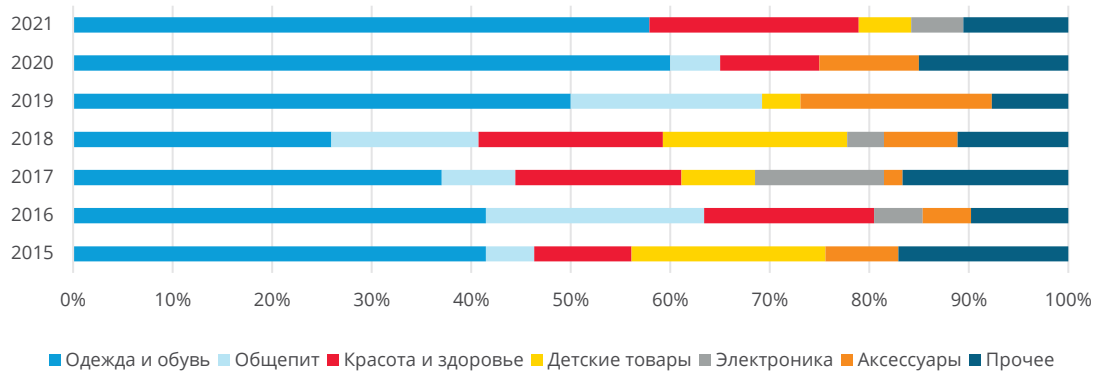


График 8

Структура выхода новых международных брендов на российский рынок по профилю, % от количества

Источник: Colliers

**График 9**

Структура открытия магазинов сетевых ритейлеров на площадях торговых центров Москвы, % от количества (на основании выборки), 2021

Источник: Colliers



В 2021 г. на рынок Москвы вышли и новые для столицы российские сети, например о своей экспансии заявили питерская сеть кондитерских «Север-Метрополь» и сеть зоотоваров из Уфы «Ветна».

Если говорить о спросе со стороны сетевых игроков, уже представленных на рынке Москвы, то традиционно лидерами по спросу на торговые площади и в 2021 г. являются операторы fashion и общепита. Активно в текущем году открывались магазины сегмента товаров для дома, среди которых «IKEA студия», JYSK, Cozy Home. Новый для себя формат в данном сегменте опробовала компания Familia, открывшая первый магазин Familia Home в ТРЦ «Ривьера».

Также на протяжении года некоторые ритейлеры увеличивали площади своих магазинов в топовых торговых центрах Москвы. К примеру, бренд Befree, при среднем формате 500–800 кв. м, открыл магазин площадью 1 200 кв. м в ТРЦ «Саларис», а Uniqlo открыл свой самый большой магазин в Европе, площадь 4 200 кв. м, в ТРЦ «Европейский».

В целом можно отметить, что ритейлерам в сложившейся ситуации как никогда приходится адаптироваться и трансформироваться под меняющееся потребительское поведение населения и нарастающее давление со стороны онлайн-каналов продаж. Офлайн-магазины становятся визуально более привлекательными, более технологичными, а некоторые из них и вовсе трансформируются в подобие витрин для интернет-площадок. Например, магазины бытовой техники и электроники в одних ТРЦ открывают флагманы с премиальным клиентским сервисом, интерактивными зонами и пунктами выдачи интернет-заказов (Дворец электроники «Технопарк» в ТРЦ «Афимолл Сити», DNS в ТРЦ «Мозаика»), в других, наоборот, адаптируют свои форматы под районные ТЦ (DNS в проектах ADG Group). Трансформации мы наблюдаем и в продуктовом сегменте. На рынок выходят новые концепции, например «Джем Перекресток» с увеличенной долей категории fresh и кулинарии в ассортименте. Кроме того, сеть «Вкусвилл» объявила о планах по сворачиванию агрессивной экспансии офлайн-точек и переориентации на открытие дарксторов и наращивание доли доставки; также на рынок заявлен выход совместной коллаборации сети «Глобус Гурмэ» и «Сбербанка» — открытие гипермаркета, совмещенного с кафе и отделением банка.

Тренд на уход от привычных для покупателей концепций моноSTORES, появление новых форматов и коллабораций, рост технологичности и интеграция с онлайн-сегментом будут усиливаться и далее.

Тренды и прогнозы

- E-commerce продолжает наращивать свою долю в розничном товарообороте, которая, тем не менее, все еще остается незначительной. По данным DataInsight, по итогам 2021 г. доля онлайн-торговли составила 10,9% от общего розничного товарооборота, или 3,8 трлн рублей, а в 2022 г., по прогнозам, достигнет 14,2%, или 5,2 трлн рублей. В настоящее время положительная динамика развития e-commerce оказывает значительное влияние на стратегию девелоперов и ретейлеров, стимулируя инвестировать средства в изучение клиентского опыта, адаптировать и трансформировать стратегию развития своих сетей и портфеля объектов под новые предпочтения потребителей.
- В текущих условиях мы уже наблюдаем расслоение рынка торговой недвижимости в двух направлениях: с одной стороны, на рынке действуют высокоуспешные объекты, в наименьшей степени ощутившие на себе влияние кризисных явлений, демонстрирующие стабильную операционную деятельность, высокую посещаемость, качественную ротацию арендаторов под меняющиеся условия рынка и потребительского поведения покупателей; с другой стороны, находятся менее успешные объекты, которые не справились с давлением пандемии и экономических изменений в предыдущие годы и вынуждены либо радикально преобразовывать существующие концепции, либо рассматривать возможность смены своей коммерческой функции. Мы прогнозируем дальнейшее усиление данного тренда на рынке.
- Новый ввод торговых площадей смещается в места концентрации жилой застройки (как новой в составе МФК, так и в сложившихся спальных районах города) — роль малоформатных торговых центров как центров притяжения локальной аудитории для совершения ежедневных покупок и экономии личного времени, новых мест качественного досуга и удаленной работы усиливается.
- Реализация торговой функции в составе транспортно-пересадочных узлов. К примеру, в ближайшие пару лет в Москве к открытию заявлены ТЦ «Сказка» (ТПУ «Рассказовка»), ТРЦ в составе ТПУ «Селигерская» и ТЦ «Портал» в составе ТПУ «Рязанская». Также среди анонсированных проектов, планируемых к реализации в более поздние сроки, можно выделить торговые функции в ТПУ «Лухмановска-2», ТПУ «Парк Победы» девелопера ГК «Ташир» и ТЦ в ТПУ «Отрытое шоссе» компании ГК «Пионер».
- Во многих регионах России уже действуют ограничения на посещение торговых центров, заведений общепита и предприятий сферы услуг, однако 16 декабря Государственной Думой в первом чтении принят закон «О QR-кодах в общественных местах» на федеральном уровне, который в случае вступления в силу будет действовать до 01 июня 2022 г. Такая законодательная инициатива с большой вероятностью будет способствовать дальнейшему увеличению вакантности в торговых центрах, особенно в тех, которые уже испытывают сложности на протяжении последних нескольких лет.

Таблица 4

ТОП-15 наиболее крупных торговых центров, заявленные к вводу в Москве в 2022 г.

Источник: Colliers, данные девелоперов

Название ТРЦ	GLA, кв. м	Квартал	Формат	Девелопер
Молл в ТПУ «Селигерская»	47 850	4	Окружной	ГК "Ташир"
Орион	20 967	2	Окружной	ADG Group
Сказка (ТПУ «Рассказовка»)	18 500	1	Районный	"СМС"
Солнце Москвы	18 000	1	Районный	"Элемент Девелопмент"
Discovery	15 000	1	Районный	MR Group
Киргизия	13 449	1	Районный	ADG Group
Estate Mall	12 217	1	Районный	Crocus Group
Нагорный	12 000	1	Районный	-
Аврора	11 190	4	Районный	ADG Group
Витязь	10 860	4	Районный	ADG Group
Первомайский	9 662	4	Районный	ADG Group
Баку	8 978	4	Районный	ADG Group
Портал (ТПУ «Рязанская»)	8 600	4	Районный	MR Group
Керчь	8 522	4	Районный	ADG Group
Байконур	8 505	1	Районный	ADG Group

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

Надежда Сложеникина
Старший аналитик
+7 495 258 5151
Nadezhda.Slozenikina@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.