



Приостановка деятельности международных брендов

Реакция ТЦ в регионах России

Июль 2022

Предисловие

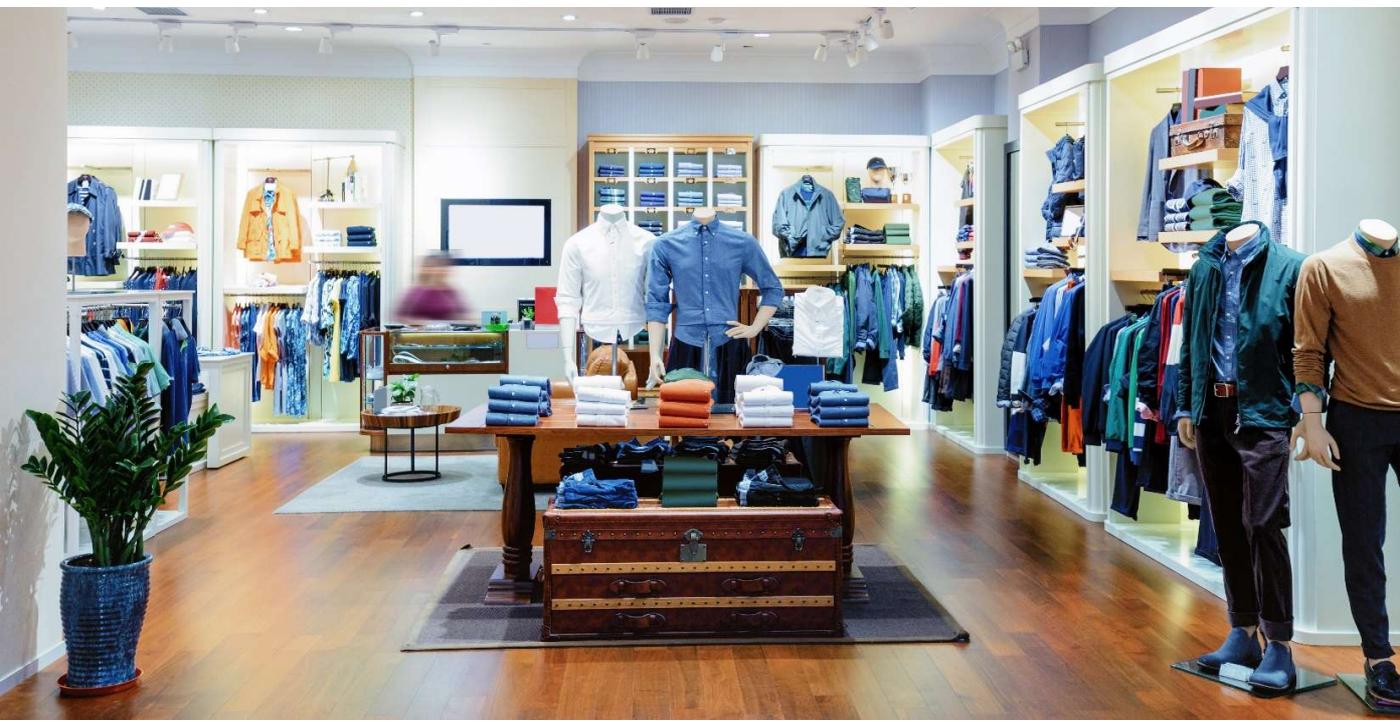
Отдел исследований рынка CORE.XP

Июль 2022

Приостановка и прекращение деятельности международных брендов, серьезно отразившиеся на рынке московских ТЦ, оказала влияние и на торговые объекты в регионах России. Но было ли это влияние таким драматичным?

Какую долю занимают иностранные арендаторы в торговых центрах российских городов? Какой процент занимают «иностранцы» в различных торговых сегментах? Как введенные ограничения отразились на уровне вакансий?

На основе релевантной выборки торговых объектов в десяти российских городах с населением от 300 тысяч до более миллиона человек отдел исследований CORE.XP подготовил ответы на эти вопросы. В анализ включались ТЦ различного формата: окружные (GLA 20 000-45 000 кв. м), региональные (GLA 45 000-80 000 кв. м), суперрегиональные (GLA более 80 000 кв.м). Общим критерием выступала современность и востребованность объектов.

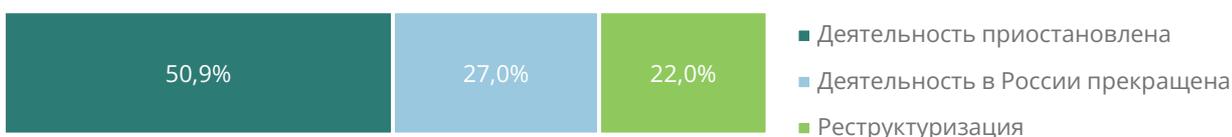


Статус деятельности зарубежных брендов по итогам шести месяцев кризиса

Приостановка деятельности по-прежнему является наиболее распространенным статусом у зарубежных брендов, арендующих площади в торговых центрах. География происхождения брендов полностью прекращающих работу в РФ пока уже, чем тех, кто заявил о приостановке или реструктуризации.

Начало третьего квартала сопровождалось заявлениям ряда иностранных компаний, среди которых бренды группы H&M и Mothercare, о прекращении бизнеса в России. Помимо этого, реструктуризацию провели американские Samsonite и Levi's, в процессе ребрендинга находится французская Sephora.

Заявления компаний, арендующих площади в ТЦ, об их деятельности в России*



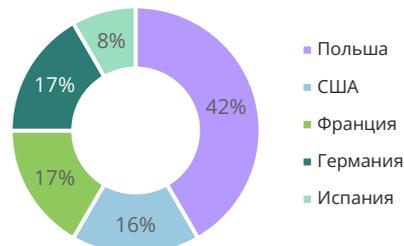
Приостановка деятельности



Прекращение деятельности

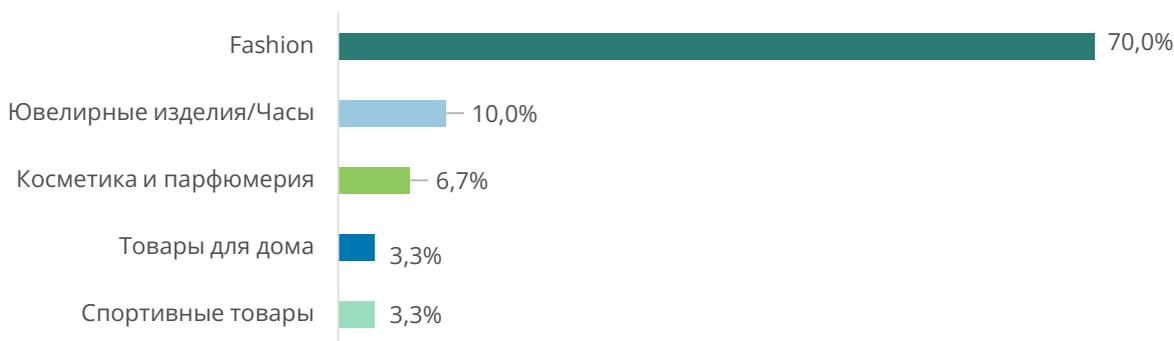


Реструктуризация



Источник: CORE.XP Аналитика

Профили брендов, приостановивших деятельность



Источник: CORE.XP Аналитика

*Все данные на этой странице по состоянию на 25 июля 2022 г.

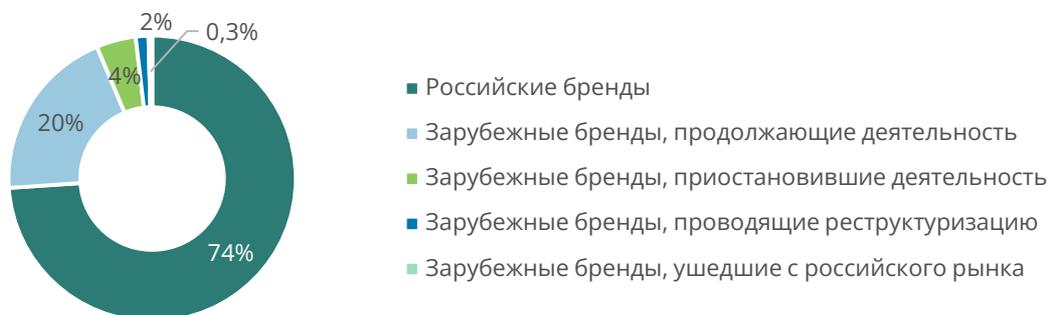
Представленность зарубежных брендов в торговых центрах регионов России

Общая доля иностранных арендаторов

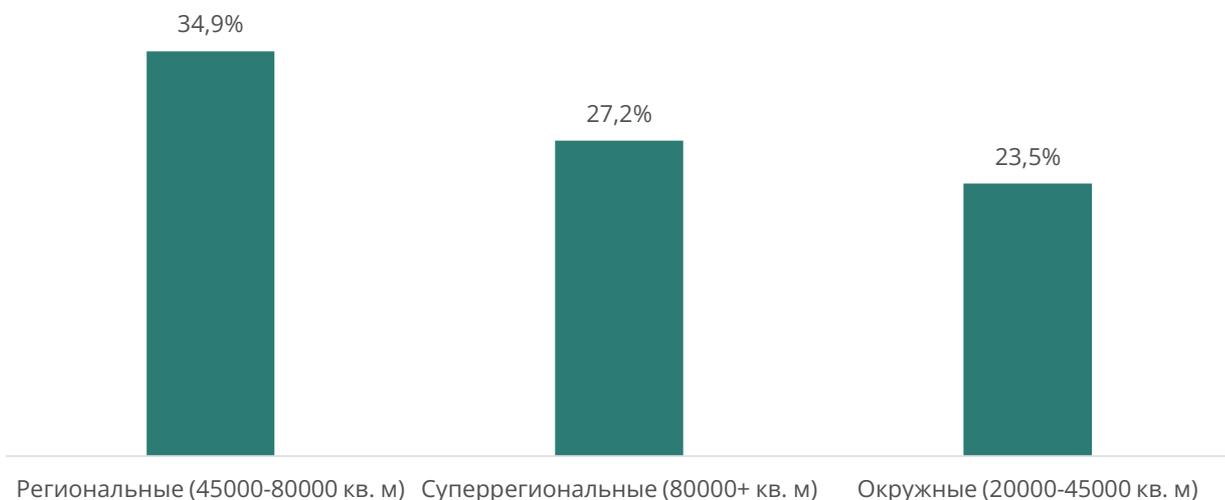
Наибольшей популярностью у международных брендов исторически пользуются крупные и крупнейшие торговые объекты, являющиеся ключевыми в городах-миллионниках России – именно с этих городов начинался девелопмент качественных торговых объектов, которые и привлекали «иностранцев». Дополнительно, такие ТЦ позволяют зарубежным арендаторам сохранить концепции своих магазинов в отношении размера занимаемого помещения и соседства, обладают стабильным потоком посетителей и, зачастую, не имеют аналогов на местном рынке.

Представленность международных брендов в торговых центрах регионов России ниже московских показателей - им отводится порядка 27% площадей (в Москве – до 40%). В среднем, доля иностранных магазинов, открытых через партнеров, варьируется от 5 до 40 процентов. Однако крупные бренды (группы H&M, Inditex, бывшие бренды LPP) преимущественно открывают свои магазины напрямую.

Усредненная структура арендаторов крупного торгового центра



Доля иностранных арендаторов в торговых центрах различного формата



Источник: CORE.XP Аналитика

Доля иностранных брендов в различных торговых сегментах

Разбивка по профилю

Существенная доля «иностранцев» сосредоточена в сегментах fashion, косметики и спортивных товаров. Главными игроками в этих сегментах выступают:

- **Одежда, обувь, аксессуары** – турецкий Colin’s, итальянские Terranova, Benetton, Intimissimi, Calzedonia и Tezenis, шведский H&M, польская группа брендов LPP (*в наст. время RE, CR, M, Син, ХС- ОАЭ*), а также бренды группы Inditex (Zara, Zara Home, Bershka, Pull&Bear, Stradivarius, Oysho, Massimo Dutti).
- **Косметика и парфюмерия** – французские Yves Rocher и L’Occitane (*в наст. время – Л’Окситан, Россия*)
- **Спортивные товары**– немецкий Adidas, французский Decathlon и американский Quiksilver.

Уход иностранных брендов с российского рынка в рамках представленных профилей характерен для сегментов Fashion (2% от общего количества торговых точек) и Детских товаров (18%). Статус «Приостановка деятельности» значителен в сегментах спортивных товаров (36,8%), одежды (6%) и товаров для дома (5%). Сохранение «выжидательной» позиции в данных категориях арендаторов является позитивным признаком, так как они занимают весомую долю в общем объеме занимаемых площадей.

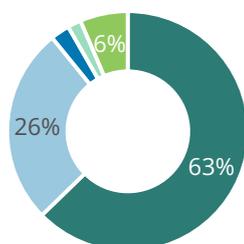
- Российские бренды
- Зарубежные бренды, продолжающие деятельность
- Зарубежные бренды, проводящие реструктуризацию
- Зарубежные бренды, ушедшие с российского рынка
- Зарубежные бренды, приостановившие деятельность

ТОП-10 стран брендов, арендующих торговые помещения в ТЦ регионов России

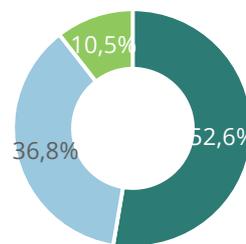
(по количеству торговых точек)

Страна	Доля
США	20,3%
Италия	13,0%
Испания	12,7%
Германия	10,8%
Польша	9,2%
Франция	6,3%
Турция	5,7%
Япония	4,1%
Великобритания	2,9%
Китай	2,2%

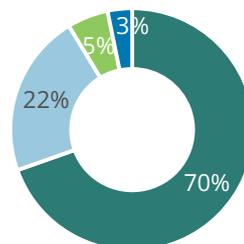
Одежда, обувь, аксессуары



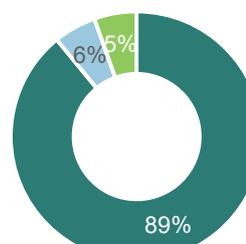
Спортивные товары



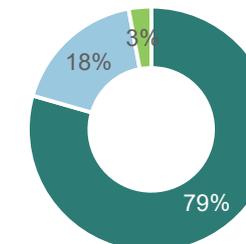
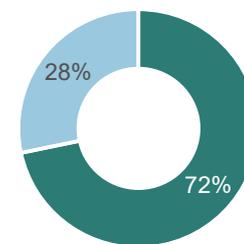
Косметика и парфюмерия



Товары для дома



Бытовая техника и электроника Детские товары



Последствия для рынка торговых центров

Вакансия

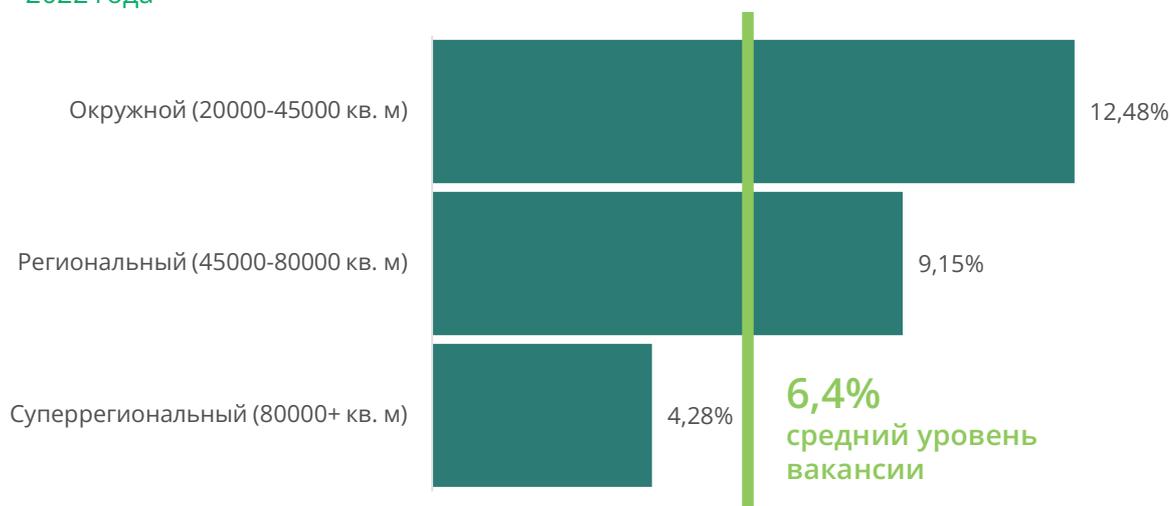
Доля иностранных ритейлеров, принявших решение о приостановке или прекращении деятельности, составляет от 3% до 25%. Среди брендов, объявивших об уходе, преобладают бренды Соединенных Штатов Америки (Levi's, Starbucks) и Швеции (H&M). В перспективе, высокий рост доли свободных площадей зависит от дальнейших решений группы Inditex и Adidas, так как они занимают значительный объем площадей (порядка 10-12% от общей GLA)

Текущий средний уровень вакансии, в особенности в региональных и суперрегиональных ТЦ, говорит об устойчивости крупных моллов в регионах России. Доминирование «больших» форматов сопряжено с отсутствием конкурентов на внутригородском рынке, устойчивым трафиком посетителей (ТЦ – «объект притяжения» в городе), отсутствием флагманских форматов магазинов с точки зрения площади, на которые сложно найти замену. С другой стороны, падение покупательской способности в регионах происходит быстрее, поэтому исключать риски снижения посещаемости и падения товарооборотов нельзя.

Типы торговых центров по размеру в регионах России

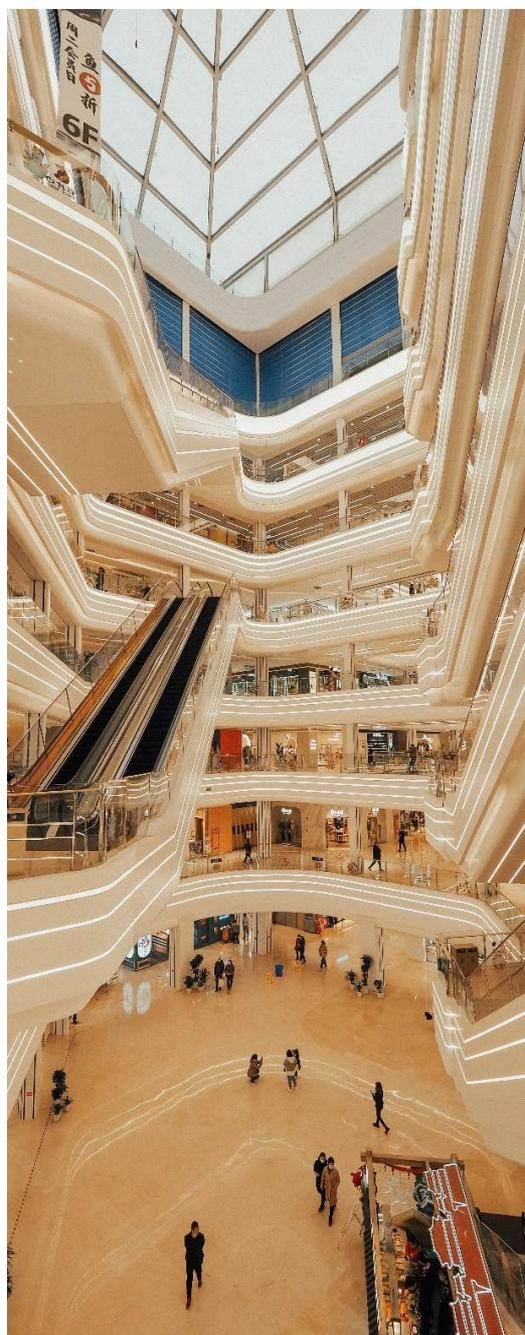


Средний уровень вакансии в ТЦ регионов по состоянию на начало III квартала 2022 года



Выводы

- **Торговые центры регионов России в данном кризисе чувствуют себя «увереннее» московских.** Присутствие иностранных арендаторов в них ниже, что сокращает риски увеличения вакансии.
- **Доминирование крупных ТЦ на локальных рынках стало преимуществом городов России.** Отсутствие конкурентов у подобных объектов выгодно для собственников не только в период стабильности, но и в текущий переходный период – трафик посетителей не «перетекает» в другие объекты.
- **Риски роста вакансии сохраняются.** Основным фактором будет являться решение группы брендов Inditex и Adidas.



Расшифровка графиков

Статус деятельности зарубежных брендов по итогам шести месяцев кризиса

Приостановка деятельности

Примеры брендов	Страна бренда
Группа брендов Inditex (Zara, Stradivarius, Oysho, Massimo Dutti, Pull&Bear, Zara Home)	Испания
MAC, Jo Malone	Великобритания
Decathlon	Франция
Adidas, Puma, Hugo Boss	Германия
Swarovski	Австрия

Прекращение деятельности

Примеры брендов	Страна бренда
Группа брендов H&M (H&M, COS, Arket, Weekday, &OtherStories, Monki)	Швеция
Nike, Starbucks, Victoria's Secret	США
Marks & Spencer, Mothercare, LUSH	Великобритания
JYSK, Lego	Дания
IKEA	Нидерланды

Реструктуризация

Примеры брендов	Страна бренда
Группа брендов LPP (Reserved -Re, Mohito -M, Sinsay -Син. Cropp - CR, House - Хс)	Польша
McDonald's (Вкусно и точка), Levi's (JNS), Samsonite (ЧемоданPRO)	США
L'Occitane (Л'Окситан), Sephora (Ile de Beauté)	Франция
Deichmann, OBI	Германия
Mango	Испания

Наши контакты



ЦВЕТКОВА НАДЕЖДА

Директор, руководитель
направления аренды торговых
помещений

+7 495 258 39 90

nadezhda.tsvetkova@core-xp.ru



ПРИЛУЦКАЯ ЕВГЕНИЯ

Заместитель директора,
руководитель направления
Mixed-Use

+7 495 258 39 90

evgenia.prilutskaya@core-xp.ru



ГРИГОРЬЕВ ВАСИЛИЙ

Директор,
руководитель отдела
исследований рынка

+7 495 258 39 90

vasiliy.grigoryev@core-xp.ru



БОГДАН ВАЛЕРИЯ

Аналитик отдела
исследований рынка

+7 495 258 39 90

valeria.bordan@core-xp.ru

Больше актуальной
аналитики в нашем
TG-канале



© Все права защищены, 2022. Информация, содержащаяся в настоящем материале, основана на достоверных, по мнению CORE.XP, данных. Несмотря на все предпринятые меры обеспечить достоверность содержащейся в материале информации, компания CORE.XP не может предоставить гарантии того, что в нем отсутствуют фактические неточности. Данный материал подготовлен исключительно для сведения клиентов и профессионального сообщества, все права на этот материал защищены, и ни одна из частей настоящего материала не может быть воспроизведена или передана ни в какой форме и никакими средствами без предварительного письменного разрешения CORE.XP.

