

Рынок столкнулся с новым кризисом: приостановлены строительство торговых площадей и деятельность международных брендов

6,76 млн кв. м ▲

Объем предложения торговых площадей

6,4% ▼

Средний уровень вакантных площадей в первом квартале

Стрелки обозначают изменения по сравнению с предыдущим кварталом.

Ко времени начала геополитического кризиса рынок начал восстановление после пандемии. Выросла активность международных брендов, доля свободных площадей сократилась, трафик посетителей стремился к допандемийным значениям. Однако в текущий момент рынок сталкивается с ситуацией экономической неопределенности.

Рост затрат на строительство и высокий уровень рыночных рисков негативно отразятся на объеме ввода торговых площадей. Ожидается, что он будет отложен на более поздние периоды. В случае пессимистичного развития ситуации, перенос затронет 2/3 анонсированных к вводу арендопригодных площадей. Так, по итогам года, из запланированных 195 тыс. кв.м будут построены около 65 тыс. кв.м. Основой будущего строительства являются ТЦ районного формата.

Приостановка деятельности международных ритейл-операторов с начала марта оказывает влияние на ставки аренды в рамках новых сделок (в сторону снижения), в то время как по уже заключенным договорам скидки не предоставляются.

*С IV кв. 2017 г. расчет ведется на основании данных топ 5 торговых центров, расположенных в радиусе 5 км от Кремля, с индексом посещаемости более 1000 чел. / 1000 кв. м, для помещений 150 кв. м профиля одежда/обувь, расположенных на первом этаже.

534,2 ▲

Обеспеченность торговыми площадями в Москве, кв. м / 1000 человек

190 300 ▼

ПРАЙМ-ставка аренды* в ТЦ (руб./кв.м /год)

ГРАФИК 1. Ввод в эксплуатацию торговых площадей и средний уровень вакансии



Источник: CBRE

Основные макроэкономические показатели

В марте I квартала 2022 года рынок столкнулся с крайне высокой для современной истории России инфляцией (от 5% до 20% в зависимости от категории продукта). Главным образом, это связано с дефицитом товаров, который являлся следствием, во-первых, всплеска покупательского спроса, а, во-вторых, угрозы срыва поставок. Наибольшей популярностью у покупателей пользовались бытовая техника и электроника, а также товары брендов, которые объявили об уходе или приостановке деятельности в России. Дополнительную турбулентность на рынке провоцировали возросший курс доллара и увеличившиеся логистические затраты.

На текущий момент потребители придерживаются «сберегательной» стратегии для страхования себя от экономической рецессии. Согласно прогнозам ¹, существенное сокращение потребительских расходов будет длиться около двух лет. После преодоления геополитического кризиса возможно возникновение эффекта «отложенного спроса», который позволит поддержать торговую отрасль. Во многом это может случиться благодаря возвращению ушедших арендаторов в торговые центры. Однако данный кризис, в отличие от кризисов прошлых периодов, сопровождается более резким падением покупательной способности из-за широкого масштаба введенных экономических санкций против реального сектора экономики. Поэтому равновероятным сценарием развития ситуации является и трансформация потребительских предпочтений в сторону более экономного потребления.

+16,7%

ИПЦ в России, общий
март 2022 г. к марту 2021 г.¹

20%

Прогнозный уровень
инфляции по итогам 2022
года ²

+5,9%

Оборот розничной торговли
в России
февраль 2022 г. к февралю 2021 г.
в сопоставимых ценах ³

ГРАФИК 2. Динамика расходов населения России на приобретение розничных товаров, млрд руб.¹

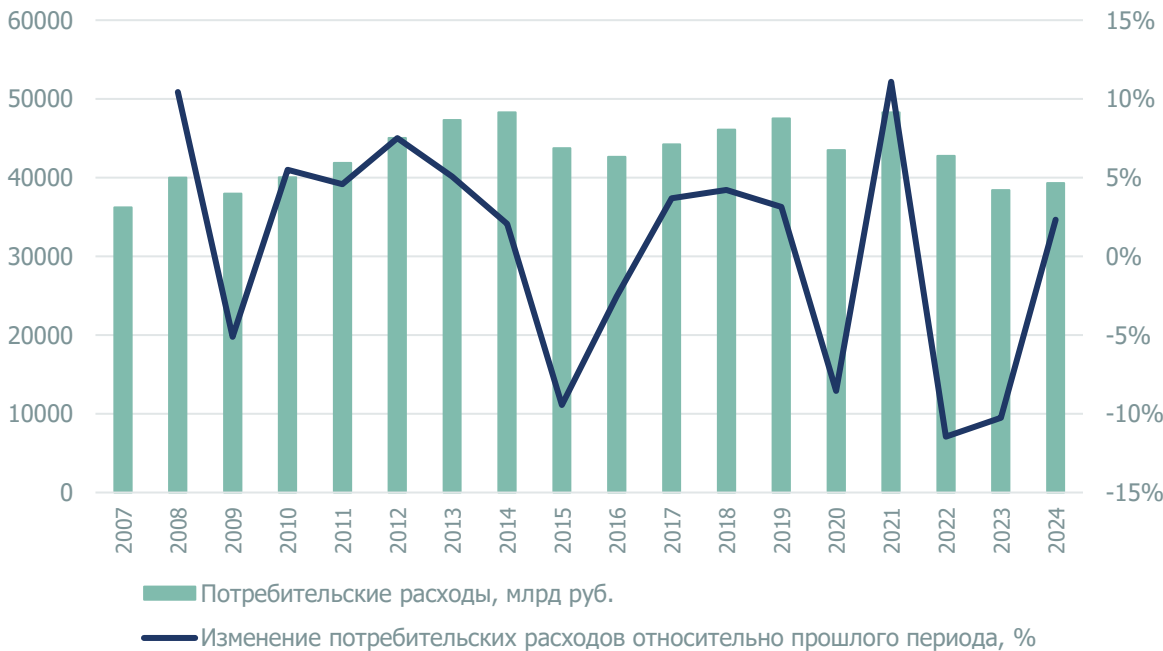


ТАБЛИЦА 1. Основные макроэкономические показатели Москвы и России, %, год к году ¹

Показатель	2020	2021П	2022П
ВВП Москвы, реальный уровень	-2,1%	6,4%	-14,5%
ВВП Россия, реальный уровень	-2,9%	5%	-10,3%
Текущий курс доллара США к рублю ²	72,1	73,6	81,2

¹ Базовый прогноз Oxford Economics . ² Центральный Банк России. ³ Росстат

Приостановка деятельности международных брендов

Доля иностранных компаний, объявивших о приостановлении деятельности, среди арендаторов площадей в ТЦ Москвы составляет порядка 20-25%*. В целом, для московских торговых центров окружного, регионального и супер регионального формата характерна аренда 30-40% площадей международными брендами. Наибольшие риски увеличения вакантности характерны для суперрегиональных ТЦ (более 80 тыс. кв. метров арендопригодной площади), в которых крупные зарубежные сети арендуют значительную часть площадей.

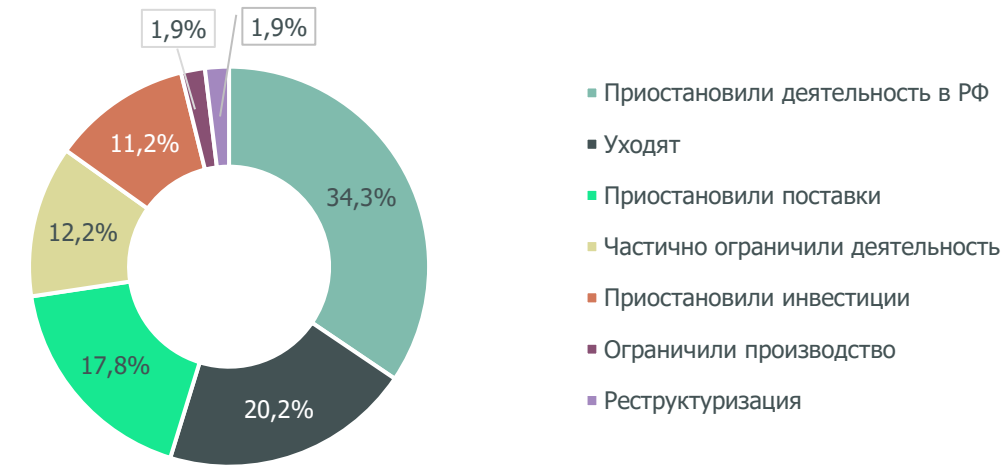
По итогам первого квартала изменения вакансии ввиду приостановления деятельности международных брендов не произошло. Операторы продолжают выполнять обязательства по договорам и, за редким исключением, не освобождают занятые площади.

Дальнейшее развитие рыночной конъюнктуры крайне зависит от геополитической обстановки. В случае негативного сценария, замещение ушедших игроков будет происходить медленно ввиду необходимости решения вопросов выбора локации, юридического оформления, налаживания логистики и позиционирования новых брендов в РФ. Важно отметить, что российские операторы сегмента fashion также пока не обладают достаточными мощностями для аренды помещений площадью 1000 и более кв.м.

На данном этапе работа ритейлеров нацелена на налаживание поставок, определение способа оплаты товара, полученного из-за рубежа, а также на поиск новых рынков. Пиковый спрос на товары брендов, объявивших об уходе, положительно сказался на доходах от операционной деятельности. В целом, российские представительства международных ритейл-операторов имеют возможность оставаться закрытыми и выполнять обязательства по выплате арендной и заработной платы еще порядка 2-3 месяцев. Однако летом необходимо будет производить оценку сложившейся рыночной ситуации и принимать решение о продолжении или же прекращении операций.

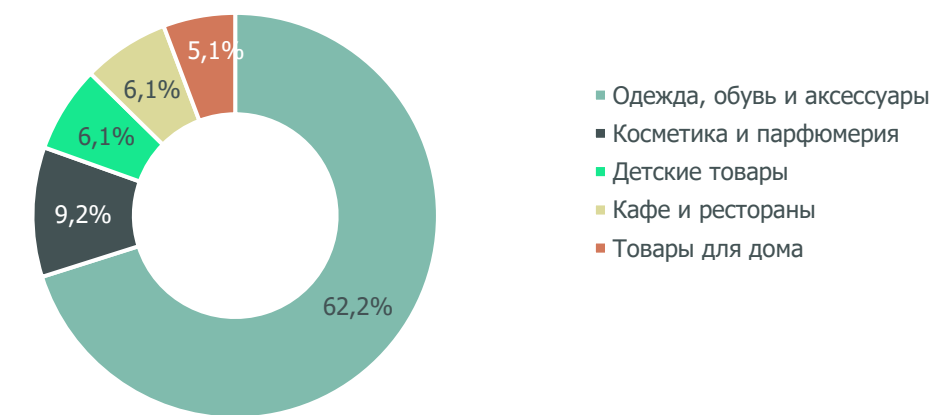
*В расчет включались торговые центры, традиционно востребованные у иностранных ритейлеров.

ГРАФИК 3. Заявления международных компаний об их деятельности в России



Источник: Yale School of Management, CBRE, по данным на 6 апреля 2022 года (758 компаний)

ГРАФИК 4. Профили международных брендов, объявивших о приостановлении деятельности в РФ (среди арендаторов площадей в ТЦ)



Источник: CBRE

Сложившаяся экономическая ситуация стимулирует, с одной стороны, перестройку текущих поставок, с другой – их замену на импорт из других стран. Переориентация российского рынка на Китай и Турцию, а также сохранение импорта европейских товаров, влечет за собой ряд логистических сложностей. Помимо удорожания процессов из-за падения курса рубля, технические проблемы возникают непосредственно в процессе осуществления транспортировки. Рынок находится в процессе поиска новых оптимальных способов доставки (автомобильные перевозки/авиаперевозки/железнодорожные перевозки). Затруднения, в частности, связаны с недостаточной развитостью сети хабов для приема товара на восточной территории России, а также нехваткой мощностей транспортных компаний.

Ввоз иностранных товаров в Россию потенциально будет осуществляться через страны СНГ. Однако это будет возможно только для брендов, приостановивших поставки ввиду, например, логистических затруднений. Продукты же, попавшие под запрет экспорта в РФ, часто обладают маркировками, позволяющими отслеживать конечную точку их продажи.

Ретроспективные примеры ухода зарубежных ритейл-операторов (Иран, Крым) свидетельствуют о том, что возможной схемой продолжения работы брендов является через организацию торговли через партнеров. Текущая повестка также свидетельствует о начале процесса реструктуризации компаний. К последнему относятся передача бизнеса и доверительное управление.

Общим стремлением бизнеса сейчас является пополнение товарных запасов и позитивным, в данном ключе, является отсутствие запрета на ввоз товаров первой необходимости и сопутствующие им (например, пара «Лекарственные препараты – Косметика»).

РИСУНОК 1. Международные компании, заявившие о приостановке или прекращении деятельности в РФ



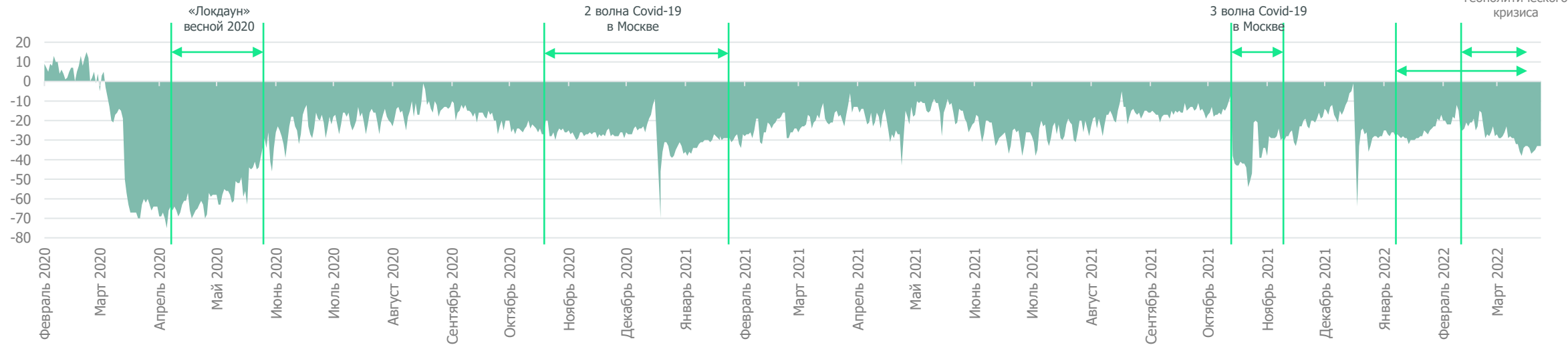
Источник: Yale School of Management

Посещаемость

В начале 2022 года рынок продолжал существование в условиях периодических волн Covid-19, однако амплитуда волн спада трафика начала постепенно сокращаться. Первый квартал, несмотря на оптимистичные ожидания, был ознаменован началом геополитического, а как следствие, экономического кризиса. Отмена ограничений, связанных с пандемией, 15 марта не оказала позитивного влияния на посещаемость торговых центров. Помимо этого, восстановлению трафика препятствовала и приостановка деятельности международных операторов.

В контексте объема занимаемых площадей, приостановление деятельности иностранных операторов преимущественно затронуло сегменты fashion (Inditex, H&M), «Товары для дома» (IKEA, OBI), а также спортивные товары (Adidas, Reebok).

ГРАФИК 5. Google Mobility Index для Москвы, %



Источник: Google Mobility Index

*Данные Индекса показывают, как меняются частота и длительность пребывания жителей в торговых и досуговых локациях по сравнению с контрольным значением. В качестве контрольного используется медианное значение, рассчитанное за период с 3 января по 6 февраля 2020 года.

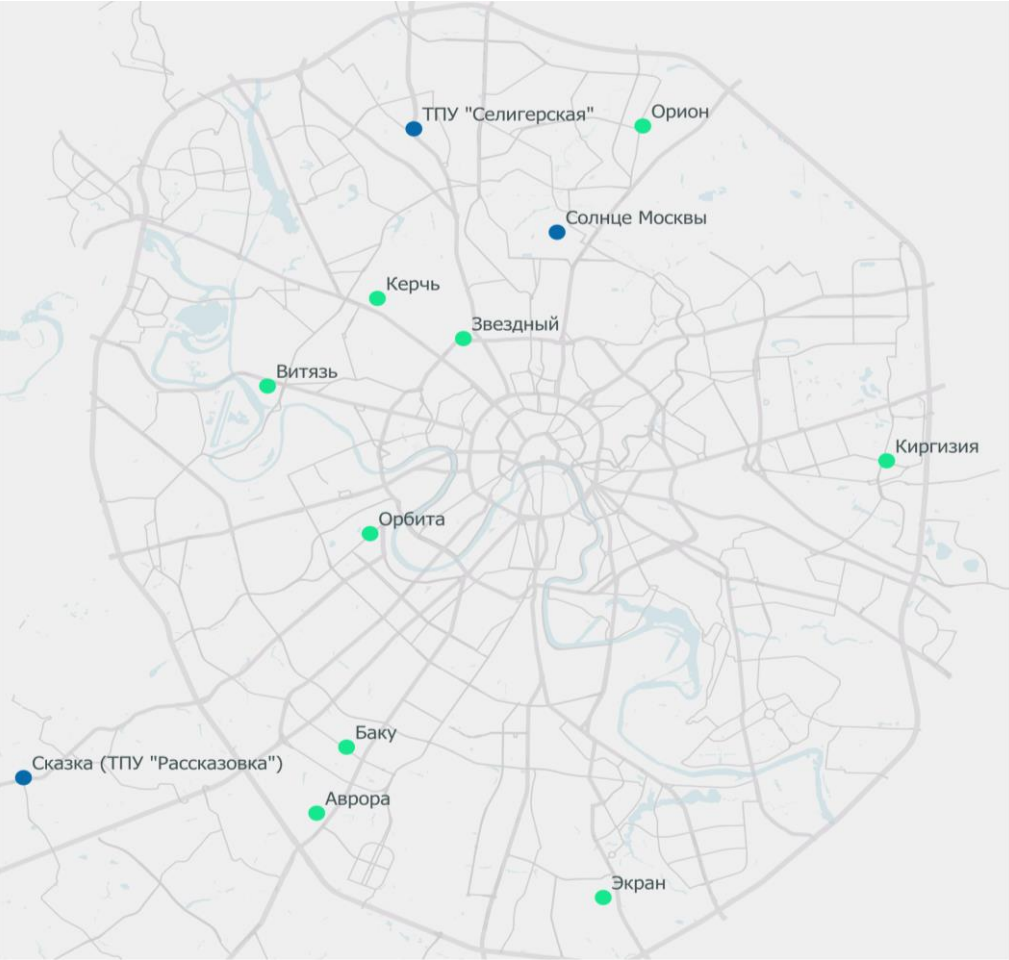
В «арсенале» торговых центров по-прежнему остались крупные продуктовые сети (АШАН, Перекресток), обширная сеть арендаторов фуд-корта, российские бренды одежды, а также строительные гипермаркеты (Leroy Merlin).

Необходимо учитывать фактор возможного будущего падения покупательной способности доходов граждан, что временно негативно отразится на оборотах торговых центров. Опыт предыдущих кризисов показывает, что потребительское поведение довольно быстро адаптируется к новым реалиям. Спрос может переориентироваться на более бюджетные марки или же сохраниться в том же ценовом сегменте, но стать более редким.

Важно отметить, что посещаемость, в целом, сохраняется на низком уровне относительно контрольного значения*. Это объясняется сменой потребительского поведения – фокус покупателей сместился в сторону онлайн-покупок.

Торговые центры Москвы

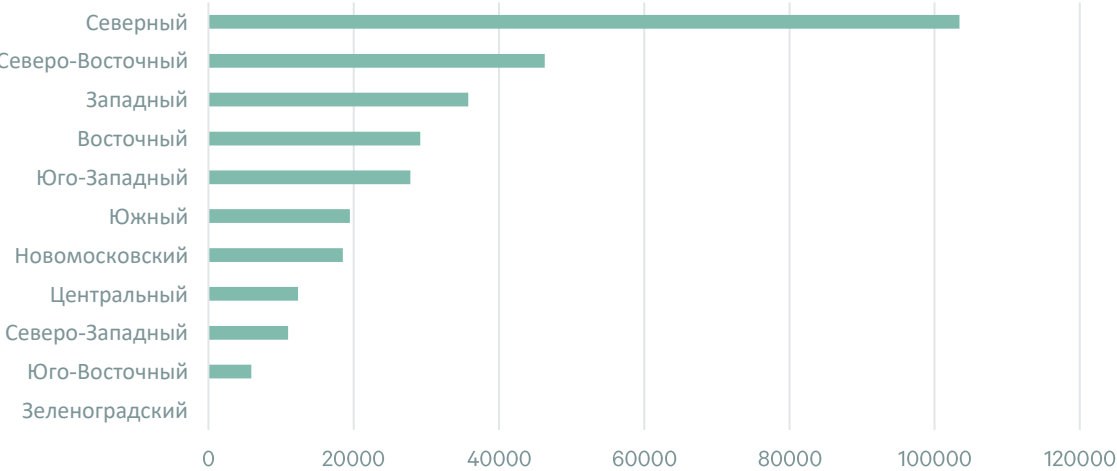
КАРТА 1. Примеры торговых объектов, планируемых к открытию в 2022 году



● Запланированы к открытию в 2022 году ● ТЦ ADG Group

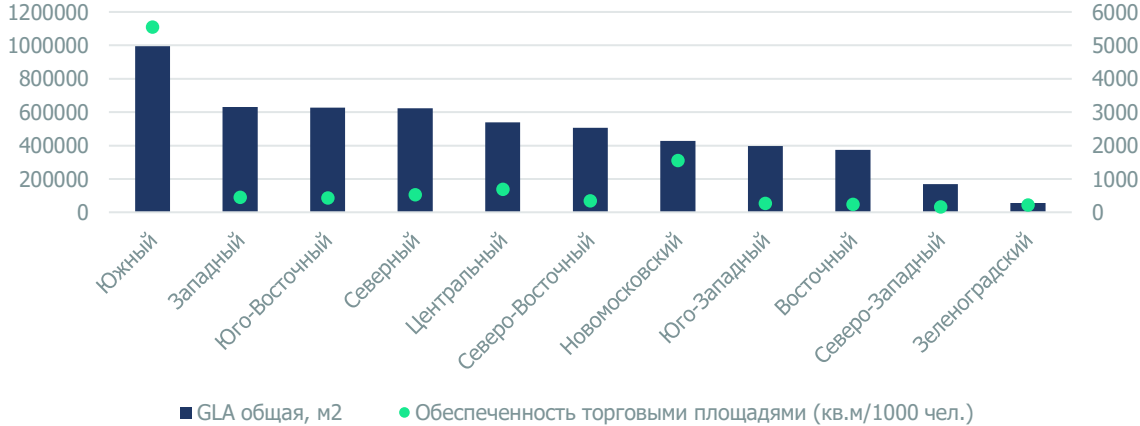
Источник: CBRE

ГРАФИК 6. Объемы будущего строительства в 2022 году по административным округам Москвы, кв. м



Источник: CBRE

ГРАФИК 7. Обеспеченность торговыми площадями по административным округам г. Москвы



Источник: CBRE

Коммерческие условия

В первом квартале арендные ставки на помещения в топовых¹ и ключевых² торговых центрах Москвы снизились на 5% относительно уровня IV квартала 2021 года. Прайм-ставка аренды³ в топовых ТЦ составила 190,3 тыс. руб. за квадратный метр в год, а прайм-ставка аренды в ключевых ТЦ – 78,9 тыс. руб. за кв. метр в год. Ключевые торговые центры продолжают оставаться лидерами по показателю потребительского трафика.

На данном этапе скидки по арендным платежам в рамках текущих контрактов не предоставляются, однако ставки по новым договорам в марте сокращаются в разной степени в зависимости от профиля арендатора.

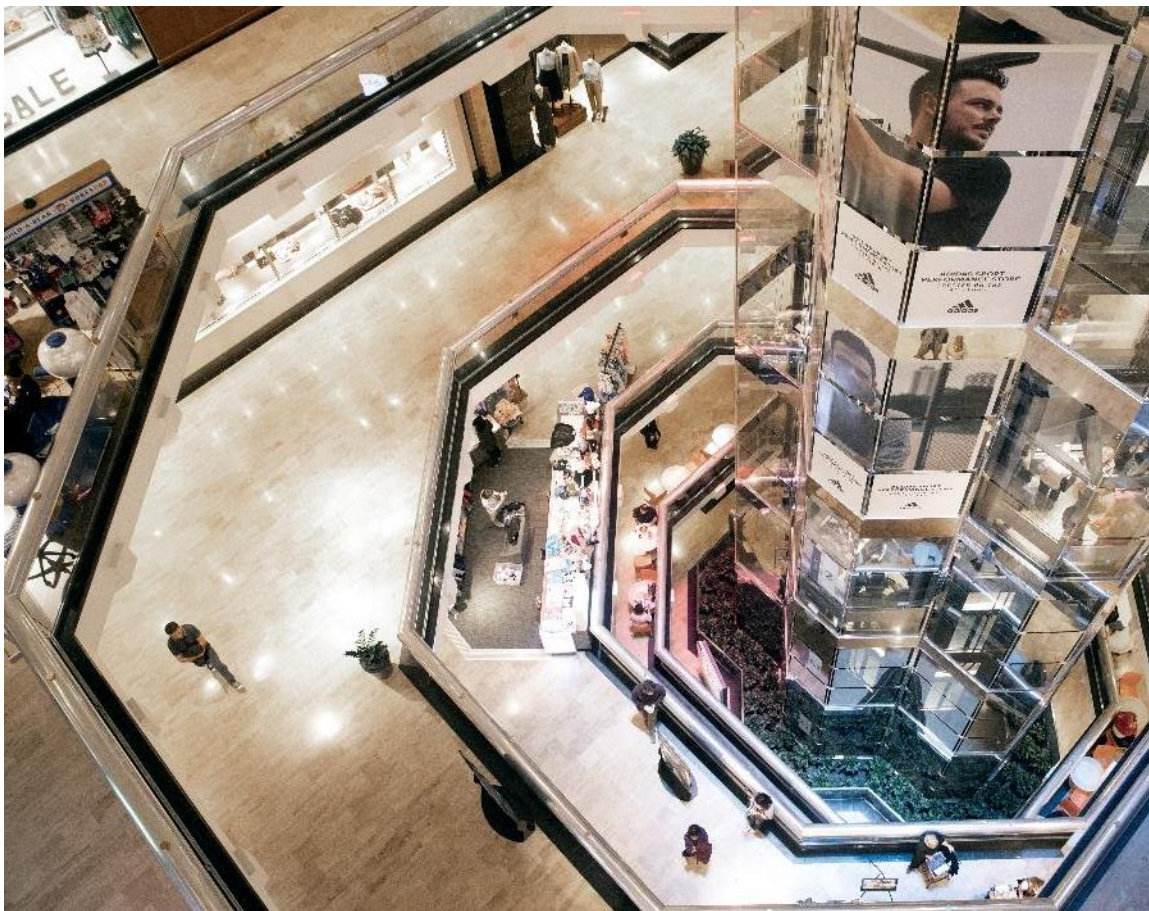
Реакция на кризисные события имеет отложенный эффект и будет более заметна во втором-третьем квартале текущего года. Рынок может отреагировать сокращением арендных платежей ввиду падения покупательского спроса и предоставления скидок для ритейл-операторов. Одновременно с этим мы можем увидеть трансформацию сложившихся логистических процессов, существующего соотношения российских и зарубежных арендаторов в торговых центрах, а также ассортимента товаров.

ГРАФИК 8. Динамика арендных ставок в ТОП-5 и ключевых ТЦ Москвы, руб./кв. м/год



Источник: CBRE

¹ На основании данных топ-5 торговых центров с индексом посещаемости более 1 000 чел / 1 000 кв. м
² Коммерчески успешные торговые центры Москвы, характеризующиеся высоким ставками аренды, а также высокими показателями посещаемости
³ Прайм-ставка аренды – ставка аренды для помещений 150 кв. м профиля одежда/обувь, расположенных на первом этаже.



Методология

Общий объем предложения

В объем предложения включены объекты с арендопригодной торговой площадью (GLA) более 5 тыс. кв. м, расположенные в Москве и Московской области в пределах 10 км от МКАД.

Топовые ТЦ

Топ-5 торговых центров с индексом посещаемости более 1 000 чел / 1 000 кв. м, расположенные в радиусе 5 км от Кремля.

Ключевые ТЦ

Коммерчески успешные торговые центры Москвы, характеризующиеся высокими ставками аренды, а также высокими показателями посещаемости.

Премиальная ставка аренды в ТЦ

С IV кв. 2017 г. расчет ведется на основании ставок аренды для помещений 150 кв. м профиля одежда/обувь, расположенных на первом этаже.

Ставка аренды

Как правило, арендный платеж состоит из базовой ставки, расходов на эксплуатацию и маркетинг и/или % от товарооборота. Для некоторых сетей, являющихся якорями в своих категориях, базовая арендная плата отсутствует (за исключением топ-3 торговых центров, в которых для всех операторов имеется базовый платеж).

Данные из предыдущих отчетов не могут быть использованы для сравнения между собой в виду возможных изменений в методологии. Для получения ретроспективных данных обращайтесь в отдел исследований CBRE.

Контакты

Марина Малахатко

Старший Директор
Глава ритейл департамента
CBRE Россия
+7 495 258 3990
Marina.Malakhatko@cbre.com

Надежда Цветкова

Директор
Руководитель отдела аренды
торговых площадей
+7 495 258 3990
Nadezhda.Tsvetkova@cbre.com

Василий Григорьев

Директор
Отдел исследований
+7 495 258 3990
Vasiliy.Grigoriev@cbre.com

Валерия Богдан

Младший аналитик
Отдел исследований
+7 495 258 3990
Valeria.Bogdan@cbre.com

© Все права защищены, 2022. Информация, содержащаяся в настоящем материале, основана на достоверных, по мнению CBRE, данных. Несмотря на все предпринятые меры обеспечить достоверность содержащейся в материале информации, компания CBRE 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 CBRE.