



# Приостановка деятельности международных брендов

Влияние на уровень свободных площадей  
в ТЦ Москвы и стратегии участников рынка

Июнь 2022

# Предисловие

## Отдел исследований рынка CORE.XP

Июнь 2022

I квартал 2022 был ознаменован началом геополитического кризиса и, как следствие, введением санкций, затронувших отрасль торговой недвижимости.

Рыночные игроки столкнулись с рядом сложностей, среди которых:

- Ограничения для пополнения товарных запасов
- Снижение арендных доходов собственников торговых центров ввиду приостановки деятельности международных брендов
- Сложности с обслуживанием долга перед банками вследствие падения доходов владельцев ТЦ
- Падение трафика посетителей и потребительского спроса
- Смена владельцев и способов организации бизнеса брендов, принявших решение об уходе с российского рынка

И хотя рынок по-прежнему занимает, скорее, выжидательную позицию, которая может продлиться до III-IV квартала, уже сейчас можно сделать выводы о возможных стратегиях поведения игроков и проанализировать сложившуюся конъюнктуру.



# Государственное регулирование в кризисных условиях

## Антикризисные меры, предложенные Правительством РФ

Контекст приспособления операторов торговой недвижимости к текущим условиям необходимо рассматривать в связке с политикой государства.

Основными предложенными мерами, которые сейчас находятся на разных стадиях разработки, являются:

- **возможность параллельного импорта продукции.** То есть ввоз товаров без разрешения на то правообладателя. Среди прочего, в перечне товаров значатся предметы одежды, обувь, головные уборы, изделия из меха и кожи;
- **право собственников торговых центров в одностороннем порядке разрывать договоры аренды** с ритейлерами, приостановившими деятельность;
- **доверительное управление активами**, где доля иностранных собственников (из ограниченного перечня стран) составляет 25% и более;

Параллельный импорт, на наш взгляд, является ключевой мерой для рынка, которая позволит перенастроить цепочки поставок. Однако, данная мера может сработать не для всех категорий товаров. В каких-то случаях новые каналы поставок будут сопряжены со слишком большими логистическими издержками, что будет сильно влиять на ценообразование. Помимо этого, реализация параллельного импорта затруднительна для случаев, когда все производимые товары маркируются и география их реализации отслеживается.

Право на разрыв договора аренды и доверительное управление являются, скорее, мерами для осуществления давления на иностранных арендаторов. Наиболее вероятной является переуступка права аренды и внутренние договоренности собственников с представителями зарубежных компаний.

### Легализация параллельного импорта

Постановление Правительства РФ от 29 марта 2022 г. № 506 «О товарах (группах товаров), в отношении которых не могут применяться отдельные положения Гражданского кодекса Российской Федерации о защите исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, выраженные в таких товарах, и средства индивидуализации, которыми такие товары маркированы» (утверждено 28.06.2022)

### Досрочный разрыв договоров аренды

Правительство РФ намерено предоставить собственникам право досрочно расторгать договоры аренды с компаниями, связанными с определенным перечнем стран (утверждено Госдумой РФ в третьем чтении)

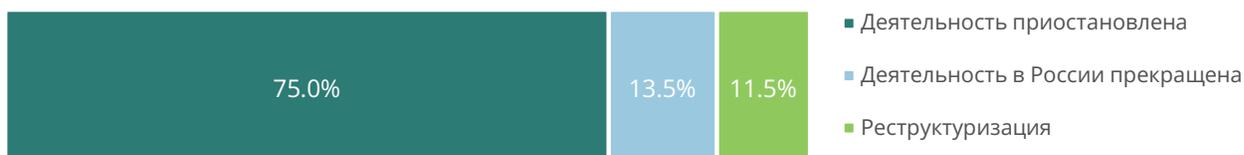
### Доверительное управление

Проект Федерального закона N 104796-8 "О внешней администрации по управлению организацией"

# Статус деятельности зарубежных брендов по итогам четырёх месяцев кризиса

Приостановка деятельности по-прежнему является наиболее распространенным статусом у зарубежных брендов, арендующих площади в московских ТЦ. Заметные изменения могут произойти в III-IV кварталах, когда наступит «дедлайн» принятия решений. География происхождения брендов полностью прекращающих работу в РФ пока существенно уже, чем тех, кто заявил о приостановке.

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



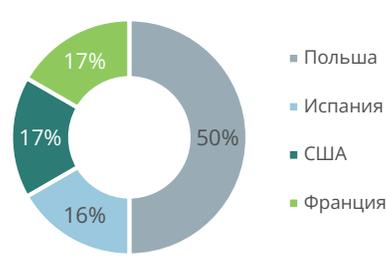
### Приостановка деятельности



### Прекращение деятельности

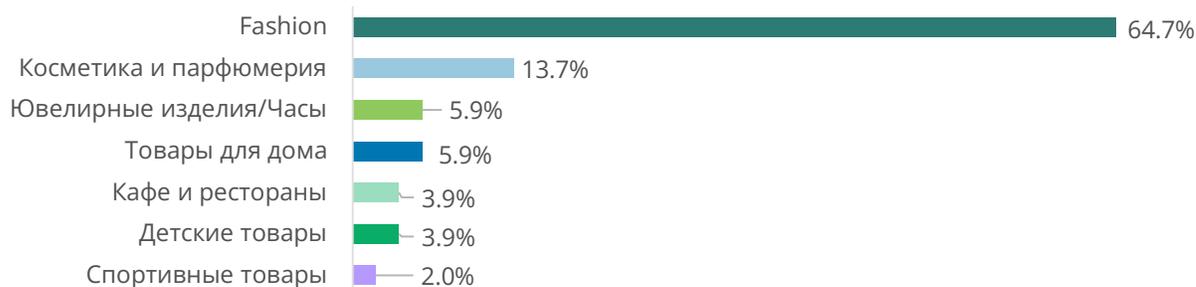


### Реструктуризация



Источник: CORE.XP Аналитика

## Профили брендов



Источник: CORE.XP Аналитика

\*Все данные на этой странице по состоянию на 20 июня 2022 г.

## Последствия для рынка торговых центров

### Текущие рыночные показатели

По прошествии трех месяцев подавляющее большинство (76,5%) иностранных брендов, арендующих площади в ТЦ и объявивших о приостановке деятельности, сохраняют данный статус в различных вариациях – приостановка поставок, приостановка продаж, прекращение деятельности с продолжением работы франчайзи и другие. Среди брендов, принявших решение об окончательном уходе с российского рынка, доминируют бренды США (Starbucks, Nike, Levi Strauss & Co). Решение о приостановке деятельности по-прежнему распространяется, главным образом, на бренды из Испании (группа Inditex), Франции (Decathlon, Sephora) и Великобритании (Mothercare, Jo Malone, MAC).

Доля иностранных арендаторов, объявивших о приостановке деятельности (формируют «скрытую» вакансию), в торговых центрах Москвы составляет, в среднем, от 10% до 30%.

Подавляющее большинство таких ритейлеров не освободили занимаемые помещения, поэтому общий уровень вакансии по итогам II квартала изменился незначительно (+ 2,3 п.п. относительно I квартала 2022)

### Объем ввода торговых площадей и средний уровень вакансии в ТЦ Москвы



# Антикризисные решения ритейлеров и собственников ТЦ

## Антикризисные решения ритейлеров и собственников ТЦ

### Ритейлеры

#### Насыщение каналов продаж

Общим стремлением бизнеса является восполнение объема ассортимента, сократившегося из-за логистических сложностей и ограничения на импорт продукции со стороны ряда иностранных брендов.

- **Диверсификация ассортимента.**  
Пример: Золотое Яблоко запускает продажу лекарств и БАДов.
- **Переход классических офлайн-ритейлеров к модели маркетплейса.**  
Модель, где ритейлер обеспечивает «встречу» продавца и покупателя является устойчивой в контексте получения прибыли в кризисных условиях. Данная тактика также вписывается в меру поддержки о легализации параллельного импорта.  
Пример: Л'Этуаль запустил маркетплейс на базе существующего онлайн-магазина
- **Использование площадок крупных маркетплейсов для продажи продукции.** Маркетплейсы и индивидуальные продавцы обеспечивают удовлетворение спроса на товары брендов, приостановивших деятельность в России.  
Пример: маркетплейс Wildberries осуществляет закупку товаров у производителей и официальных дистрибьюторов Inditex, а затем размещает их продукцию на своем сайте.

#### Сокращение убытков

Продажа российского бизнеса является доминирующей тактикой иностранных ритейлеров, имеющих активы или значительную долю прибыли в России и решивших полностью остановить активность в стране.

- Если ритейлер одновременно управляет точками продаж продукции, а также имеет объекты в собственности, возможным решением становится **частичное закрытие бизнеса.**  
Пример: INGKA закрывает бизнес по продаже мебели и товаров для дома «ИКЕА» в торговых центрах России. При этом она сохраняет бизнес по управлению сетью ТЦ «Мега»
- **Выкуп российского бизнеса.**  
Пример: L'Occitane International S.A. продал российский бизнес местному топ-менеджменту.

Когда продажа активов не всегда является приоритетным решением, сокращение убытков производится за счет продажи продукции на других рынках.

- В начале кризисной ситуации (март-апрель) прорабатывался вопрос вывоза товара, предназначавшегося для российского рынка, за рубеж (страны СНГ). Однако в текущий момент наиболее выгодным сценарием является торговля через партнеров.

# Антикризисные решения ритейлеров и собственников ТЦ

## Антикризисные решения ритейлеров и собственников ТЦ

### Ритейлеры

#### Изменение цепочек поставок

Осуществление ввоза продукции через партнеров, имеющих ритейл-инфраструктуру в странах является жизнеспособной стратегией пополнения ассортимента.

Пример: российский торговый партнер зарубежного бренда открывает магазины в других странах (Грузия, Казахстан) и оттуда осуществляет ввоз продукции в Россию.



### Собственники ТЦ

#### Восстановление арендного потока и посещаемости

В весенние месяцы собственники объектов придерживались выжидательной позиции. Сейчас, для того, чтобы «застраховать» себя от возможного закрытия магазинов зарубежных арендаторов, владельцы ТЦ изучают бренды из Турции, Китая, Индии, Ирана, Беларуси, а также прорабатывают стратегии смены концепций своих объектов.

Важно отметить, что собственники торговых объектов пока не спешат разрывать договора аренды с зарубежными брендами, закрывшими свои магазины. Условия, на которых закрытые иностранные бренды продолжают платить аренду различаются – от уплаты части общей суммы аренды до полной выплаты. На текущем этапе к существующим договорам заключены дополнительные соглашения о сохранении текущего характера выплат до сентября-октября.

Пример: вариантом для привлечения трафика посетителей и восстановления арендного потока является также рассмотрение увеличения доли сегмента развлечений, фитнеса, кафе и ресторанов.

## Заключение

- Значительная доля представителей ритейла по-прежнему не предпринимает активных действий в отношении занимаемых площадей, ожидая разрешения ситуации. **Ориентировочной точкой принятия решений сейчас является сентябрь.**
- При сохранении текущих условий рынка, ритейлеры будут вынуждены освободить часть занимаемых площадей посредством расторжения договора, либо через переуступку арендных прав. В таком случае уровень вакантных площадей в некоторых торговых центрах может достигнуть 30%. Особенному риску подвержены сверхкрупные торговые объекты (в особенности, расположенные за МКАДом), где размещаются уникальные арендаторы, не имеющие альтернатив на рынке (ИКЕА). **Общий уровень вакансии при негативном сценарии может достигнуть 15-20% по итогам года.**
- Реализация более благоприятного сценария для рынка в виде плавно растущей доли свободных площадей и постепенного восстановления активности арендаторов будет зависеть от темпов восстановления возможности импорта продукции. **В позитивном сценарии, вакансия может составить 10-12% по итогам года.**



## Наши контакты



### ЦВЕТКОВА НАДЕЖДА

Директор, руководитель  
направления аренды торговых  
помещений

+7 495 258 39 90

[nadezhda.tsvetkova@core-xp.ru](mailto:nadezhda.tsvetkova@core-xp.ru)



### ГРИГОРЬЕВ ВАСИЛИЙ

Директор, руководитель отдела  
исследований

+7 495 258 39 90

[vasiliy.grigoryev@core-xp.ru](mailto:vasiliy.grigoryev@core-xp.ru)



### БОГДАН ВАЛЕРИЯ

Аналитик отдела исследований

+7 495 258 39 90

[valeria.bordan@core-xp.ru](mailto:valeria.bordan@core-xp.ru)

