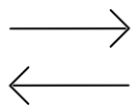


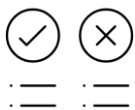
ВАКАНСИЯ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ МОСКВЫ: ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ

ИЮЛЬ 2022

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВООДЫ



По итогу первого полугодия 2022 года значительного роста доли свободных площадей в ТЦ Москвы не произошло: индикатор достиг 11,2% (рост относительно конца 2021 г. составил менее 1 п.п.). Доля операторов, приостановивших свою деятельность в РФ, но еще сохраняющих свои площади в торговых объектах, составляет 11,6%.



Главной особенностью трансформации сегмента в условиях негативного внешнего фона станет неравномерность: наиболее пострадавшими окажутся крупные торгово-развлекательные центры с высокой долей международных операторов, новые объекты, введенные в эксплуатацию в 2020-2022 гг., а также объекты с несбалансированной концепцией и исторически высокой долей свободных площадей. Районные ТЦ и сервисный ритейл на ТПУ чувствуют себя относительно комфортно.



Необходимость заполнить пустующие площади в ТЦ заставляет собственников и управляющих рассматривать нестандартные категории арендаторов и методы поддержания трафика в ТЦ. В условиях снижающихся экономических возможностей собственников объектов особую популярность набирают бюджетные решения.

МЕТОДОЛОГИЯ

Исследование проводилось в июне-июле 2022 года.

В выборку были включены 58 торговых центров Москвы, общая арендуемая площадь которых составила 3 527 тыс. кв. м. (60% от общего количества торговых площадей в форматных торговых объектах города).

Структура выборки соответствует структуре генеральной совокупности в части типов объектов, а также их географического распределения и удаленности от центра города.

Среди анализируемых форматов представлены:

Прайм ТЦ – знаковые и уникальные объекты для рынка, исторически маркируемые по ставкам выше среднерыночных. Расположены внутри Садового кольца или близлежащих районах.

Ключевые ТЦ – крупные объекты (GLA более 50 тыс. кв. м), имеющие децентрализованное расположение и обладающие конкурентным пулом арендаторов. Являются точками притяжения для потребителей для расширенной зоны охвата.

Новые ТЦ – торговые объекты, введенные в эксплуатацию за 2 года до даты мониторинга.

Остальной сток / стабилизированные ТЦ – остальные форматные объекты города Москвы с GLA более 15 тыс. кв. м.

Оценка вакансии осуществлялась в ходе полевого исследования по следующим критериям:

Вакантные площади – площади, фактически не занятые на момент обхода ТЦ: закрытые блоки с рекламными / декоративными баннерами, где не осуществляется торговая деятельность.

Приостановившие работу магазины – площади международных брендов, на которых не осуществляется торговая деятельность на момент мониторинга, однако сохраняются логотипы, вывески, витрины брендов, ранее осуществлявших деятельность на этих площадях.

Дополнительно была проведена оценка дополнительной зоны риска: международные компании – якорные арендаторы, продолжающие работу и не объявившие об уходе из России до августа 2022 года (Auchan, Globus, Leroy Merlin).

СТРУКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ТИПАМ И ФОРМАТАМ

Мы используем 2 подхода к анализу структуры стока форматных торговых центров Москвы: по размеру (см. разбивку ниже) и по роли на рынке (см. [методологию](#)). Дифференциация ТЦ в зависимости от роли и влияния на рынок позволяет оценить ТЦ не только по размеру, но также с учётом его географического расположения, даты ввода в эксплуатацию, востребованности среди арендаторов и важности для потребителей как точки притяжения. Например, такие ТЦ как Европейский и Мозаика (GLA 63 тыс. кв. м и 68 тыс. кв. м соответственно) имеют разное позиционирование и роль, используют различные стратегии развития и антикризисные сценарии.

Структура предложения по роли ТЦ, %



Структура предложения по размеру ТЦ, %

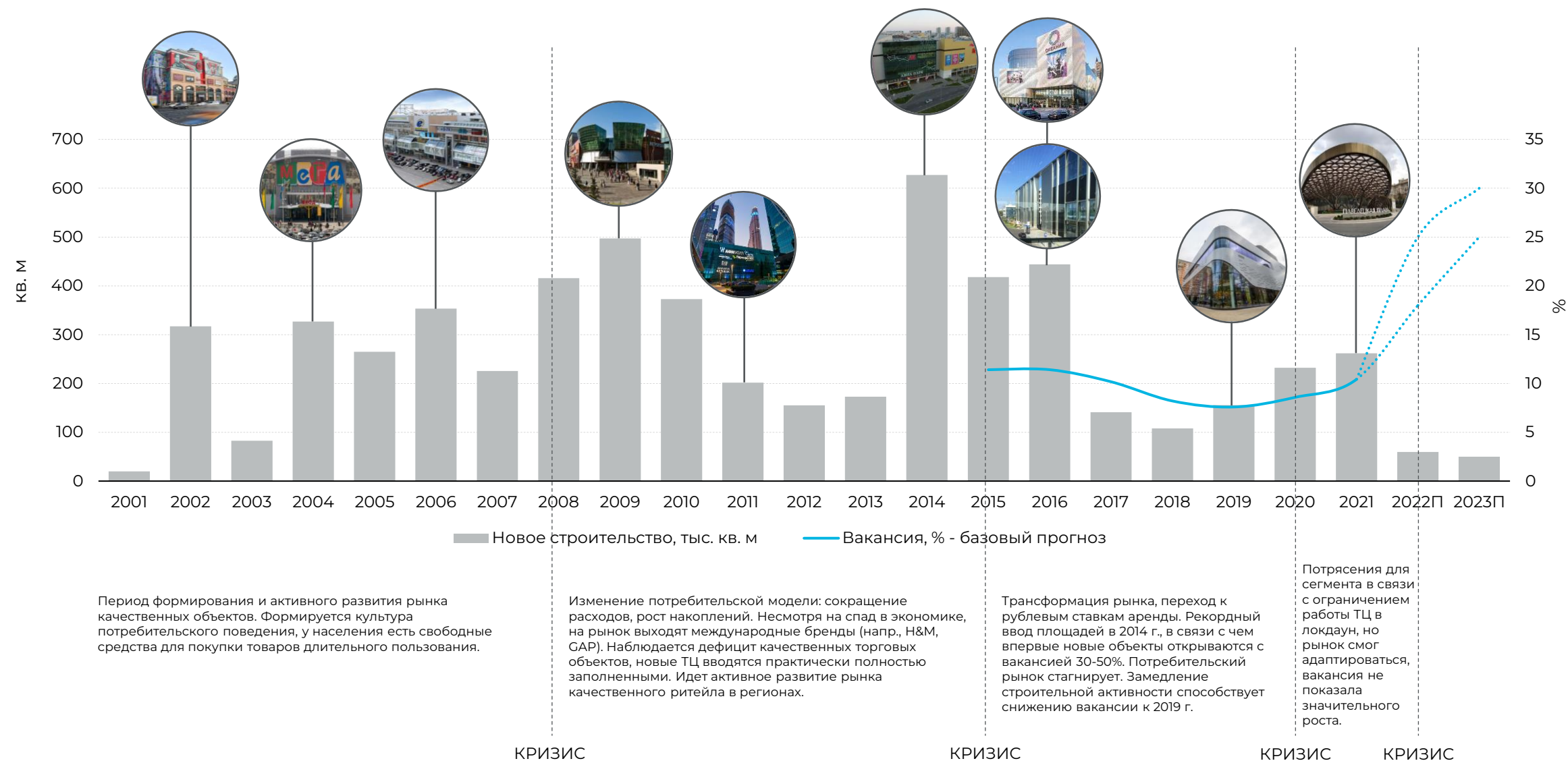


01

**ВАКАНСИЯ:
РЕАЛЬНАЯ И
ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ**



РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ: РЕТРОСПЕКТИВА



РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ: СЕГОДНЯ

Прогнозы регуляторов предусматривают, что к концу 2023 года экономический спад за 2 года составит от 7,3 до 11,7% по сравнению с 2021. Для рынка недвижимости следует рассчитывать на то, что спад закончится не ранее 3 квартала 2023 года. Иными словами, впереди 4 квартала рецессии.

В то время как рынки офисной и складской недвижимости уже начали в полной мере ощущать влияние кризиса, рынок торговой недвижимости все еще находится в периоде заморозки. Мы наблюдаем временный потребительский оптимизм, имеющий слабые экономические предпосылки; часть приостановивших работу магазинов пока не приняла решения об окончательном уходе, другие ищут способы минимизировать потери от ухода; отечественные ритейлеры в отсутствие новой ясной потребительской стратегии решают операционные вопросы, связанные со сбоями в цепочках поставок и сжатием импорта и рассматривают возможности для расширения; собственники торговых объектов заняли выжидающую позицию.

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ТОРГОВЫХ
ПЛОЩАДЕЙ В ФОРМАТНЫХ
ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТАХ

НОВОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО
(ТОРГОВЫЕ ОБЪЕКТЫ ОТ 15 000
КВ. М ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДИ)

ДОЛЯ СВОБОДНЫХ ПЛОЩАДЕЙ
В ФОРМАТНЫХ ТОРГОВЫХ
ОБЪЕКТАХ

2021

млн кв. м
5,9

тыс. кв. м
258

%
10,4

H1 2022

млн кв. м
6,0

тыс. кв. м
37,1

%
11,2

2022 (прогноз)

млн кв. м
6,0

тыс. кв. м
60

%
20-30

ВАКАНСИЯ В ТЦ: РИСКИ

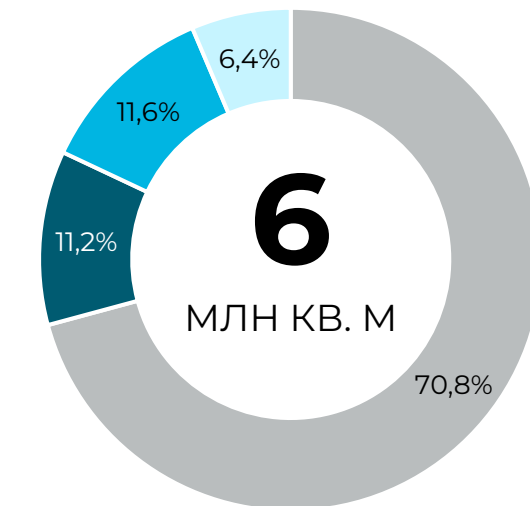
Основными факторами риска для собственников торговых объектов сегодня выступают:

- Уход международных брендов;
- Сжатие отечественных операторов;
- Слабые потребительские возможности и изменение потребительских привычек.

Оценить масштабы сжатия российских операторов пока сложно. Структурная перестройка экономики, которая происходит сегодня, подразумевает неравномерное ослабевание тех или иных отраслей экономики, наиболее уязвимые точки нам только предстоит увидеть.

Исход международных брендов поддается количественной оценке. По результатам мониторинга CMWP, на сегодняшний день доля приостановивших деятельность магазинов составляет 11,6% от общего стока (без учета таких крупных арендаторов как LPP и OBI и других операторов, которые возобновили свою работу). Дополнительную зону риска представляют собой крупные международные компании, не объявившие об окончательном уходе на сегодняшний день, магазины которых выступают якорными арендаторами во многих ТЦ Москвы. Данная категория включена в анализ для разносторонней оценки потенциальных рисков для сегмента торговых центров.

Структура предложения



- Площадь открытых точек продаж
- Вакансия
- Площадь закрытых (приостановленных) точек продаж
- Якоря (международные компании, продолжающие работу)

Мы рассматриваем два сценария влияния в краткосрочной перспективе (2022-2023гг.) на уровень вакансии в торговых объектах со стороны таких факторов как макроэкономическая ситуация и уход международных брендов из России. Реализация сценариев в том числе будет зависеть от того, какая доля торговых операторов решит полностью покинуть рынок, а сколько из них выберет в качестве решения продать/передать его локальному менеджменту.

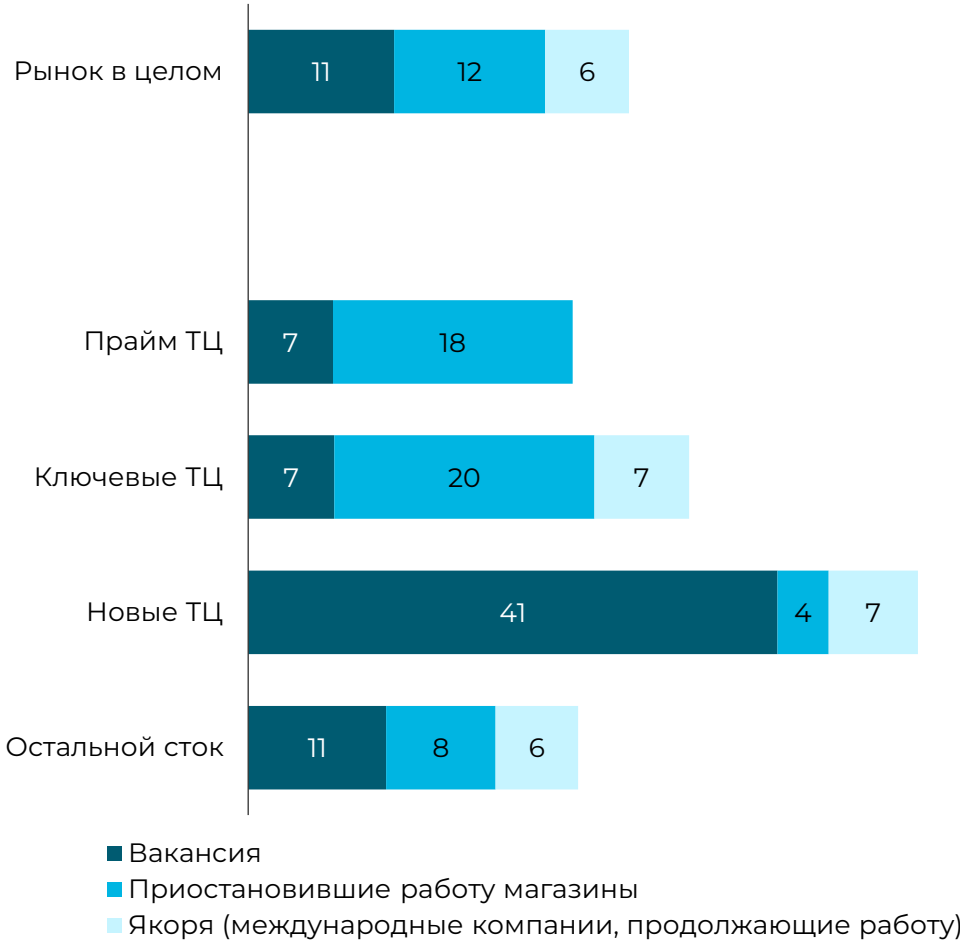
Базовый прогноз по вакансии находится в диапазоне 20-30%. Пик роста вакансии сейчас предположить сложно. Мы ориентируемся на конец 2022 – первую половину 2023 г. Сценарий основан на параметрах базового майского макро-прогноза Министерства экономического развития и предполагает медленный экономический спад до середины 2023 года без признаков коллапса.

Консервативный сценарий основывается на соответствующем макро-прогнозе Минэка и предполагает сжатие потребительского рынка на 20-30%, когда население фокусируется на базовых товарах, развлечения и прочие форматы отходят на второй план. Дефицит товаров стимулирует параллельный и серый импорт, а также локальные мелкие производства. Происходит «расформатирование» торговли. В рамках данного прогноза доля свободных площадей может достигнуть 40-50%. Этот сценарий представляется не самым реалистичным.

СТРУКТУРА ВАКАНСИИ ПО ТИПАМ

Главной особенностью предстоящей трансформации сегмента станет ее неравномерность.

Структура реальной и потенциальной вакансии, %



Ключевые и прайм торговые центры – исторически наиболее устойчивые категории, доля свободных площадей в которых во все кризисы держалась на минимальных значениях. Но сегодня обе эти категории, обладающие сильным пулом наиболее стабильных арендаторов и лояльной аудиторией, попадают в зону риска: порядка 20% площадей в этих торговых объектах - занятые международными операторами, но неиспользуемые площади, либо совсем не генерирующие потока и прибыли, либо обеспечивающие минимальный арендный поток.

Ключевые и прайм торговые объекты составляют более трети всего существующего предложения. Поэтому динамика по этим категориям будет иметь заметное влияние на динамику среднерыночного индикатора.

Особо пострадали новые ТЦ, открытие которых пришлось на период пандемии и следующего за ним нового кризиса (2020-2022гг.). Текущая ситуация не позволяет им раскрыть свой потенциал и привлечь арендаторов. Доля свободных площадей в них обычно выше, чем в других сегментах, в нынешней ситуации она продолжает бить антирекорды и остается на уровне кризисов 2015 и 2021 гг.

Наименее пострадавшими стали районные ТЦ, расположенные в жилых массивах, а также сервисный ритейл на транспортных узлах). Обе категории представлены в основном локализованным бизнесом и закрывают потребности в ежедневных тратах.

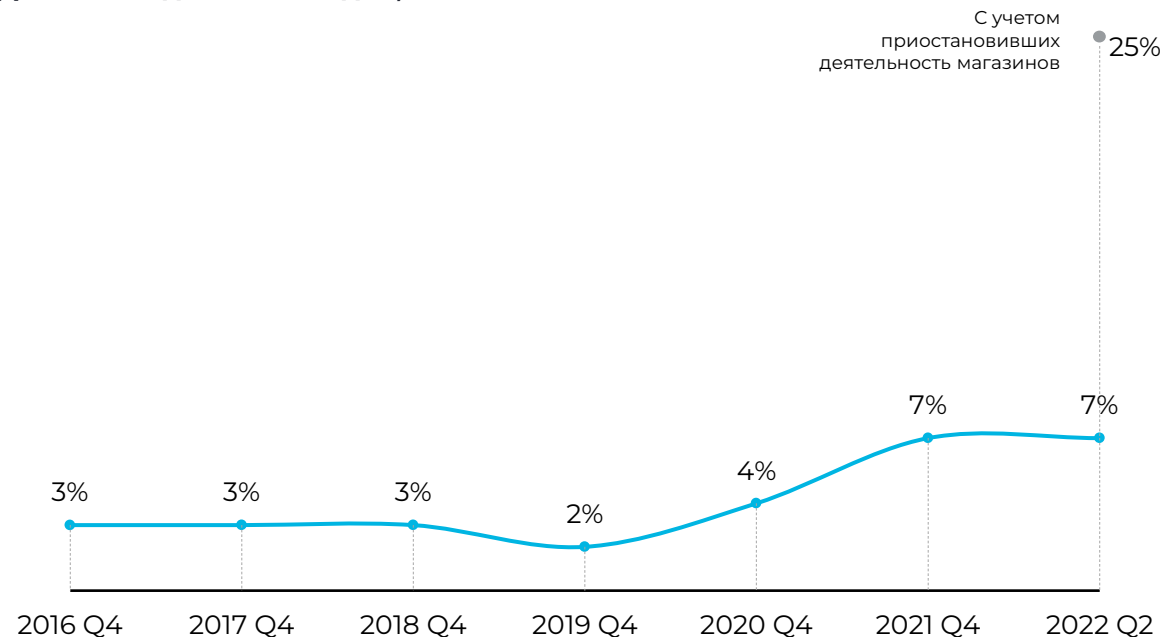
В новых условиях большого количества «закрытых дверей» магазинов и заметно снизившегося трафика в ТЦ всем торговым центрам независимо от характеристик приходится принимать дополнительные меры для привлечения посетителей. Появляются новые форматы, пространства торговых площадей занимают выставочные залы, игровые комнаты, фотозоны.

СТРУКТУРА ВАКАНСИИ

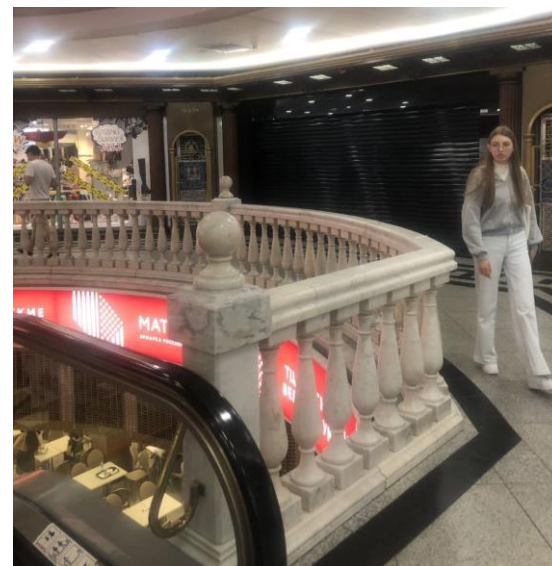
ПРАЙМ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

Главная особенность прайм торговых центров – устойчивость в кризисы. Уникальная локация и лояльная аудитория обеспечивали высокую посещаемость объектов и минимальную долю свободных площадей и в кризис 2008, и в кризис 2015, и в кризис 2020. Рост наблюдался в пост-кризисный 2021 год ввиду ротации крупных операторов в отдельных объектах, но даже с учётом этого фактора индикатор все еще был ниже среднерыночного значения. По итогам первого полугодия 2022 года мы видим, что доля свободных площадей в этих объектах остается стабильной. Однако 18% площадей на сегодняшний день в прайм ТЦ законтрактованы международными операторами, которые не осуществляют торговую деятельность, что представляет собой зону риска.

Доля свободных площадей, %



ПРАЙМ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ В ИЮНЕ-ИЮЛЕ 2022



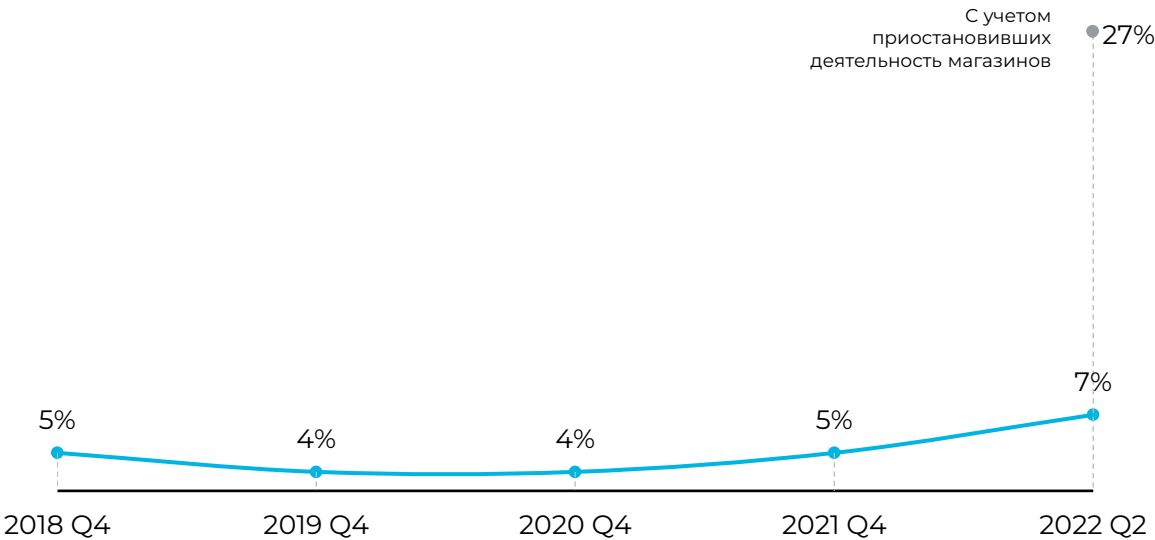
СТРУКТУРА ВАКАНСИИ

КЛЮЧЕВЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

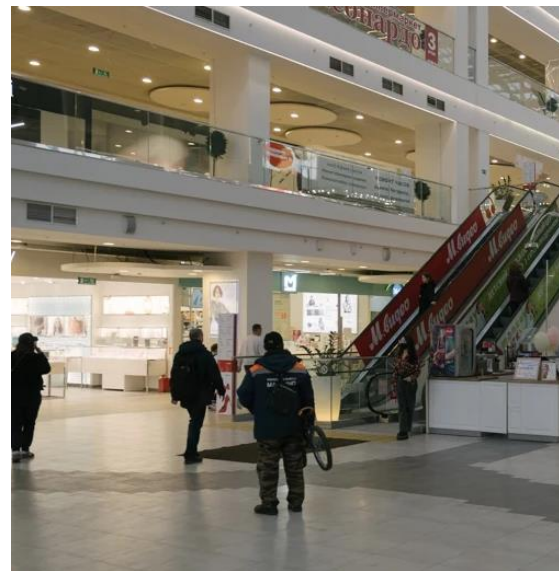
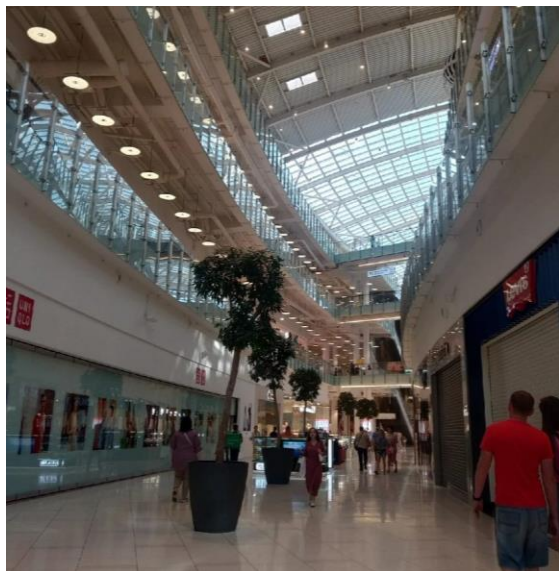
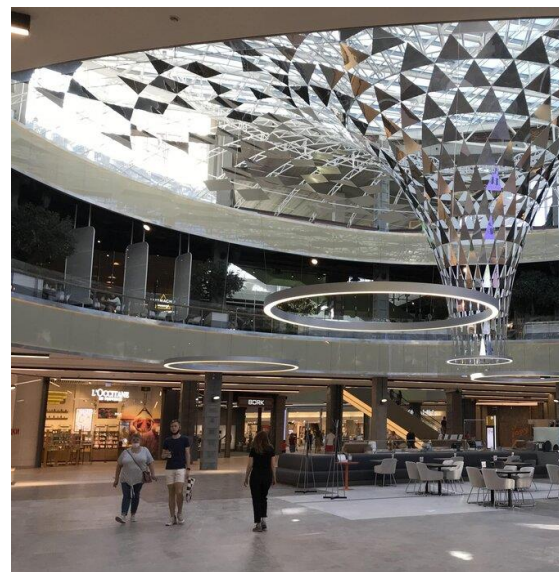
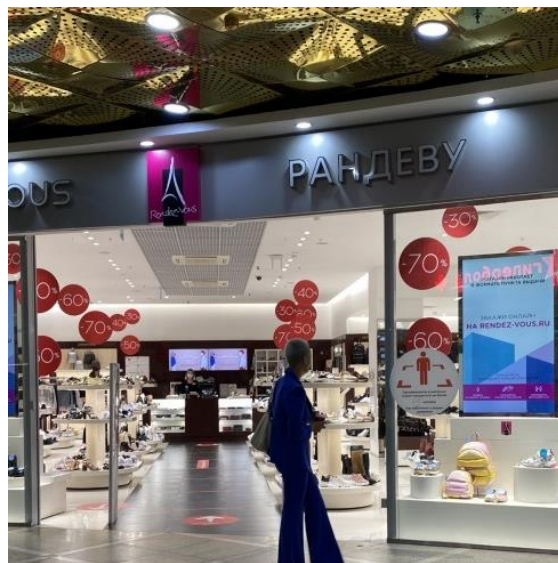
Трансформация потребительских предпочтений и смещение фокуса потребления в малый формат районных ТЦ способствовали незначительному росту доли свободных площадей в крупнейших ТЦ Москвы в 2021-2022гг. Ситуация внутри сегмента неоднородна: в некоторых ТЦ вакансия достигает 15%, в то же время в других объектах индикатор составляет менее 5%.

Важной проблемой для ключевых ТЦ сегодня являются «приостановки», которые составляют 20% от GLA объектов. Это наиболее высокий показатель на рынке. В случае полного исхода именно формат ключевых ТЦ попадает под заметное давление: необходимость привлекать трафик в условиях снижающихся доходов.

Доля свободных площадей, %



КЛЮЧЕВЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ В ИЮНЕ-ИЮЛЕ 2022

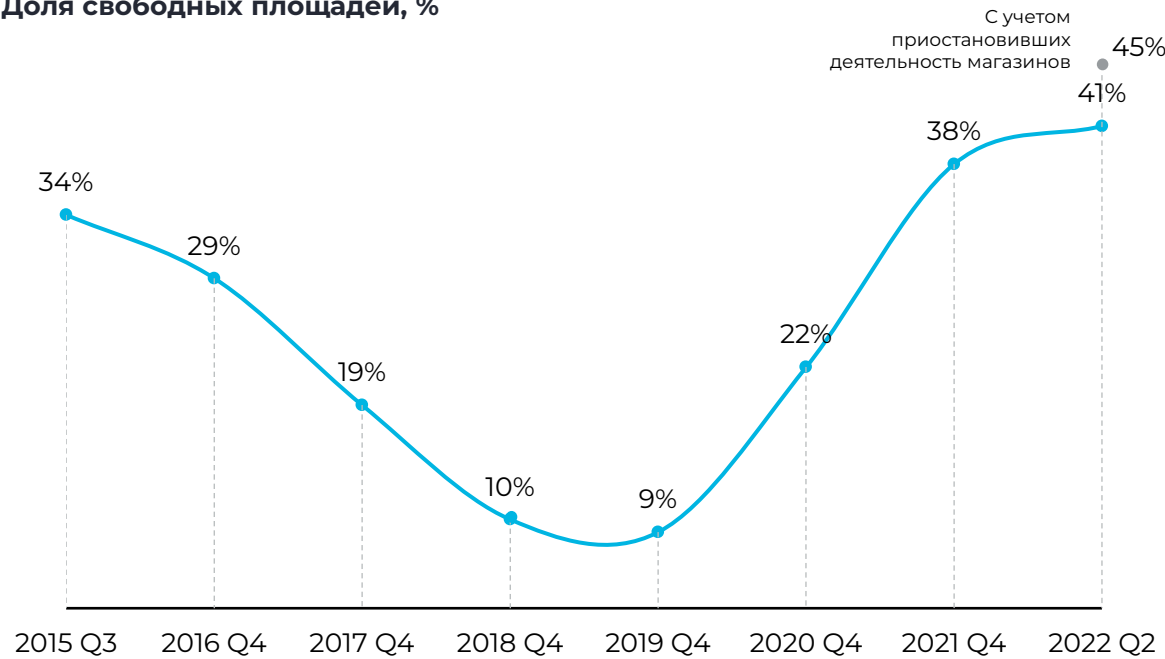


СТРУКТУРА ВАКАНСИИ

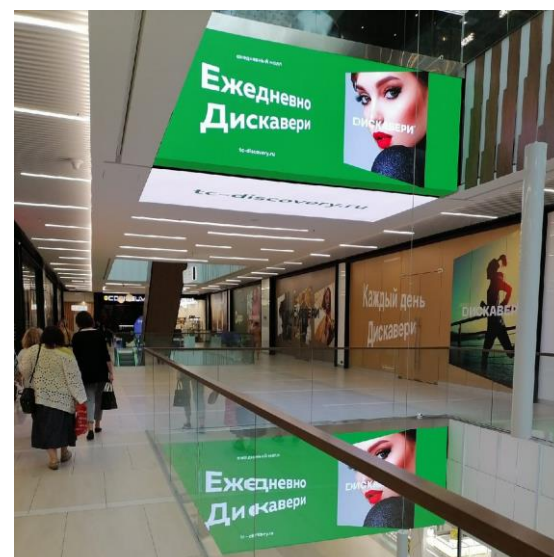
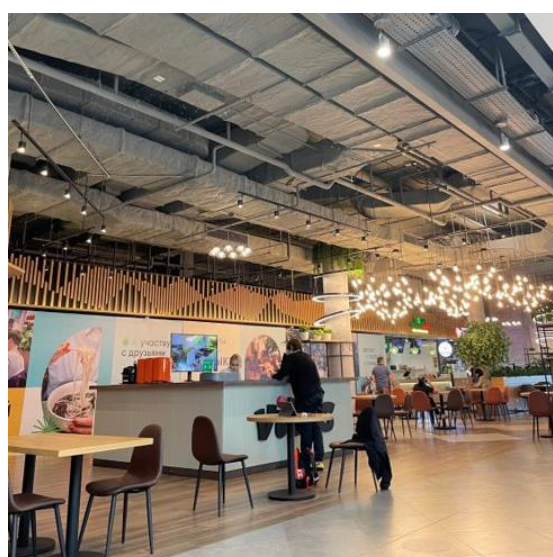
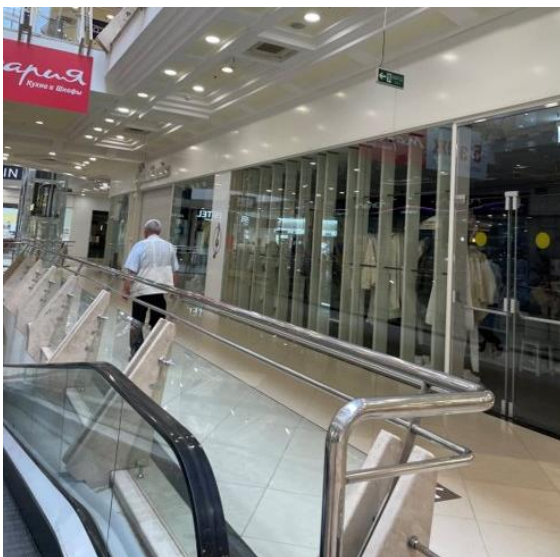
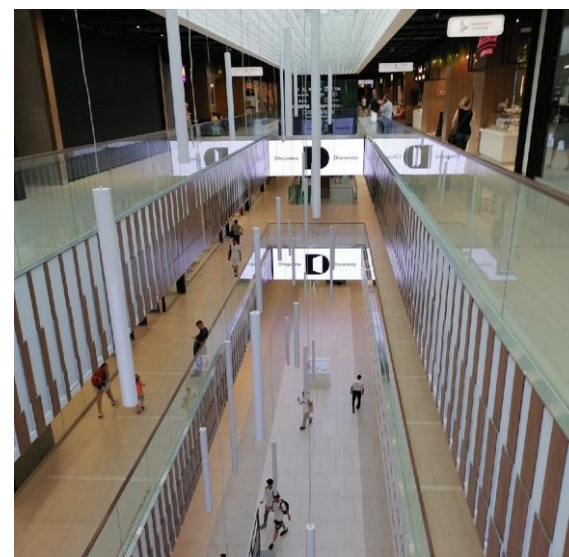
НОВЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

До кризиса 2014 года ТЦ Москвы вводились в эксплуатацию практически полностью заполненными, однако пиковый ввод 2014 г. и затяжной кризис на потребительском рынке изменили ситуацию: с 2015 г. новые объекты открывались с вакансией, значительно превышающей среднерыночное значение. Аналогичная ситуация и в кризис 2020 г.: высокое новое строительство, ограничение работы и ограниченные возможности потребителей. На фоне высокого ввода 2021 года доля свободных площадей в новых объектах резко выросла. Однако влияние приостановивших работу брендов новые ТЦ практически не ощущают в отличие от всего остального рынка – они не успели привлечь крупные международные бренды. Острая проблема заполняемости новых ТЦ в ближайшие годы скажется на снижении объемов нового ввода.

Доля свободных площадей, %



НОВЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ В ИЮНЕ-ИЮЛЕ 2022



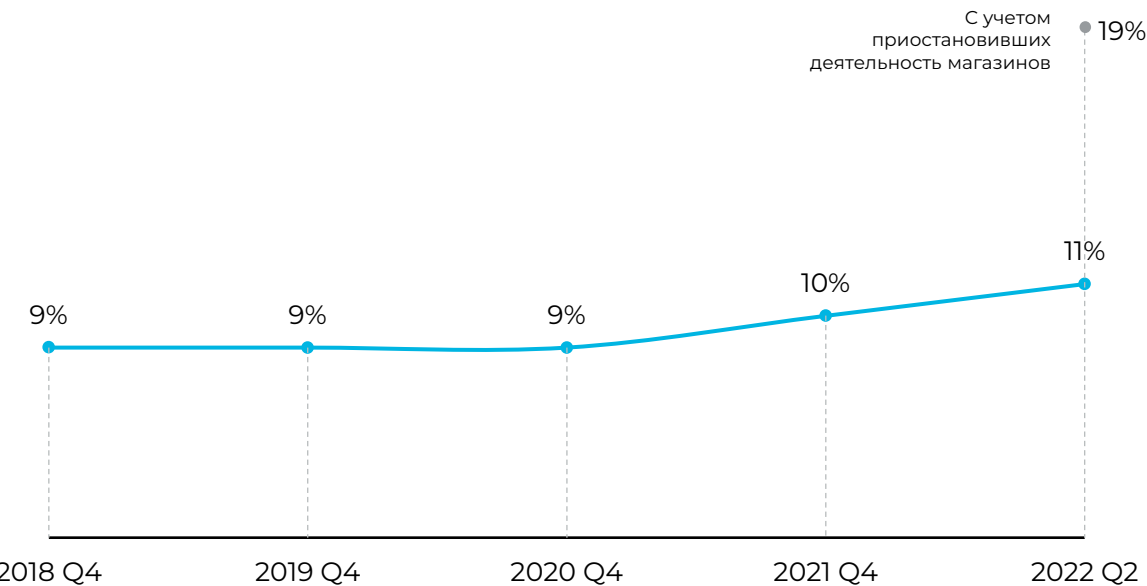
СТРУКТУРА ВАКАНСИИ

СТАБИЛИЗИРОВАННЫЕ ТЦ

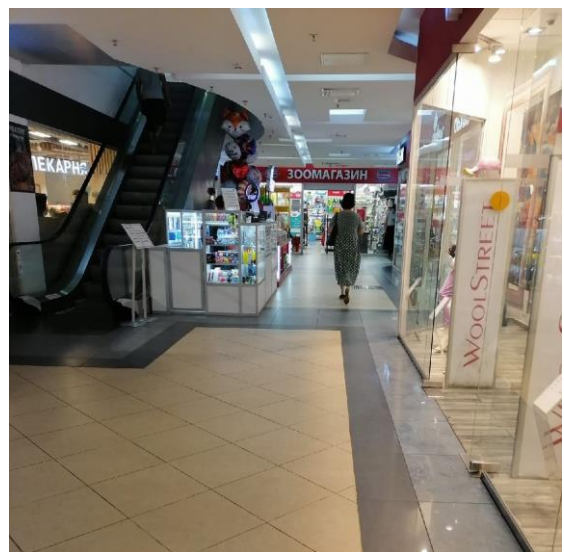
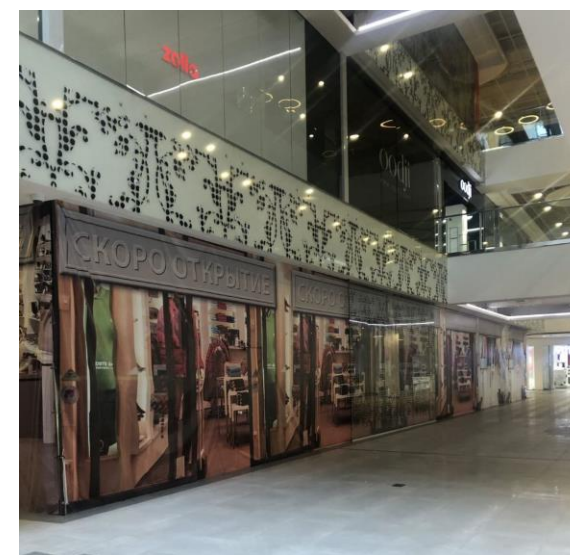
Наиболее комфортно в текущем кризисе себя ощущают стабилизированные объекты, давно представленные на рынке. В зависимости от локации и площади вакансии в них варьируется в диапазоне от 1,5% до 30%, но в среднем близка к среднему значению по рынку. Наименее пострадавшими стали районные ТЦ, расположенные в жилых массивах. Люди отдают предпочтение объектам, находящимся в шаговой доступности. Поэтому торговые центры, которым удастся органично вписаться в городскую среду, будут находиться в выигрышном положении.

Доля международных брендов, приостановивших свою работу, в сегменте невысока (8%).

Доля свободных площадей, %



УСТОЯВШИЕСЯ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ В ИЮНЕ-ИЮЛЕ 2022



02

**ВАКАНСИЯ:
ВОЗМОЖНОСТИ И
РЕШЕНИЯ**



ТРЕНДЫ: ТЦ В ПОИСКЕ НОВЫХ ФОРМАТОВ



Досуг и отдых

Площадки для детского досуга и развития

Ресейлинг

Выставочные залы



Приятное с полезным

Церковь

МФЦ

Медицинские клиники



Дешево и сердито

Теннисные столы

Фотозоны

Work-shop



Мультиформатные площадки

Тик-ток студия

Выставки

Мастер-классы

ДОСУГ И ОТДЫХ

Рынок торговой недвижимости давно находится в поисках новых форматов. Собственники ищут свежие идеи, которые будут поддерживать трафик в торговом центре. Потенциальный уход части международных операторов актуализировал эту тему.

РЕСЕЙЛИНГ



На рынке существует множество онлайн – площадок для продажи б/у товаров. В нынешней ситуации многие из них реализуют свои офлайн-магазины в формате шоу-румов. Такие форматы торговли набирают всё большую популярность и отвечают тенденциям устойчивого развития.

ВЫСТАВОЧНЫЕ ЗАЛЫ



Свободные площади в торговых центрах всё чаще занимают новые форматы досуга – выставки, музеи. Они привлекают внимание посетителей, позволяя отдохнуть от суеты торговых центров.

ДЕТСКИЙ ДОСУГ



Зачастую свободные площади арендодатели замещают фитнес-клубами, игровыми, интерактивными комнатами и другими форматами, предназначенными для активного отдыха.

СОВМЕСТИТЬ ПРИЯТНОЕ С ПОЛЕЗНЫМ

Необходимость заполнить пустующие площади в ТЦ заставляет собственников и управляющих объектами рассматривать нестандартные категории арендаторов. Если МФЦ и лечебные центры уже давно рассматриваются в качестве потенциальных арендаторов, то церкви можно отнести к уникальным категориям операторов. Как результат, ТЦ продолжают наращивать спектр оказываемых услуг и выполняемых функций.

ЦЕРКОВЬ



ТЦ, Красноярск

Широкую дискуссию общественности вызвало открытие Храм-часовни в Красноярске. Под церковь был переоборудован целый этаж торгового объекта.

МЕДИЦИНСКИЕ КЛИНИКИ



ТРЦ Европолис

Вместо привычных магазинов и фудкортв на пустующих площадях московских торговых центров появляются медицинские клиники.

МФЦ



ТРЦ Афимолл

Флагманские отделения многофункциональных центров всё чаще появляются в списке арендаторов.

«ДЕШЕВО И СЕРДИТО» - БЕСПЛАТНЫЕ ПЛОЩАДКИ В ТЦ МОСКВЫ

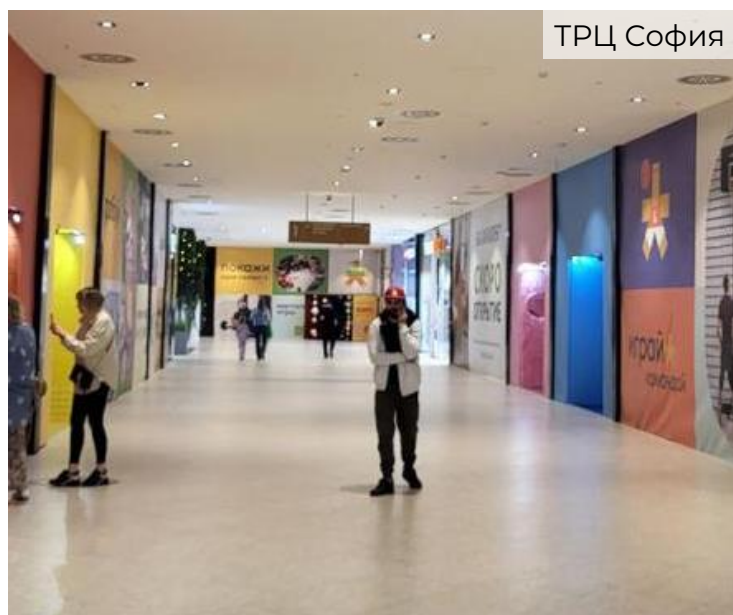
Другой вариант заполнить пустые торговые площади – перепрофилировать их в рекреационные зоны. С этой целью создаются уголки с настольным теннисом, фотозоны, детские площадки, комнаты развлечений и отдыха. Помимо того, что такое использование поможет решить на время проблему простаивающих площадей, это также будет способствовать привлечению трафика в ТЦ.

ТЕННИСНЫЕ СТОЛЫ



Пространства в торговых центрах заполняются необычными и бюджетными решениями, например, установкой столов для настольного тенниса.

ФОТОЗОНЫ



Фотозоны в торговых центрах привлекают внимание. Это не просто оформленные площади, а места, где люди назначают встречи, общаются и проводят свободное время.

WORK-SHOP



В торговых центрах появляются бесплатные площадки для совместной работы, бизнес встреч, мастер-классов.

МУЛЬТИФОРМАТНЫЕ ПЛОЩАДКИ

Торговые центры начинают предлагать мультимедийные площадки — пространства, которые способны обеспечить качественную презентационную или конференционную часть, комфортный нетворкинг и практические активности. Мультимедийные площадки набирают популярность, предлагая все необходимые возможности для реализации самых креативных сценариев.

ТИК-ТОК СТУДИИ



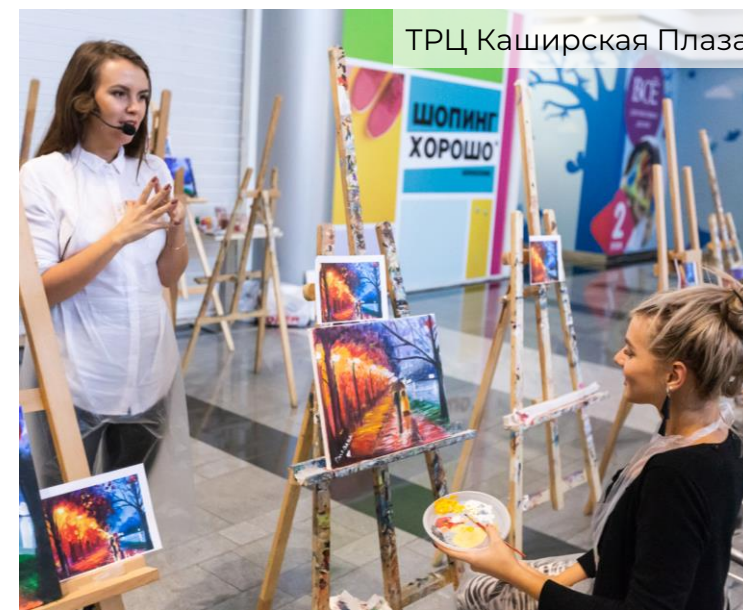
Пространство для творческого объединения молодых блогеров, которые совместно генерируют контент. Формат, отвечающий современным тенденциям.

ВЫСТАВКИ



В рамках выставок проходят деловые и обучающие программы для бизнеса.

МАСТЕР-КЛАССЫ



Мастер-классы набирают популярность. Они знакомят посетителей с разнообразными видами творчества и способствуют увеличению продаж товаров для творчества, спорта, вовлекая новую аудиторию и выполняя развлекательную функцию.

Денис Соколов

Партнер,
Руководитель департамента
исследований и аналитики

Denis.Sokolov@cmwp.ru

Екатерина Ногай

Аналитик
Складская и торговая
недвижимость

Ekaterina.Nogai@cmwp.ru

Татьяна Дивина

Заместитель руководителя
департамента исследований
и аналитики

Tatyana.Divina@cmwp.ru

Вера Яковлева

Стажер
Департамент
исследований и аналитики



www.cmwp.ru