

Обзор рынка торговой недвижимости

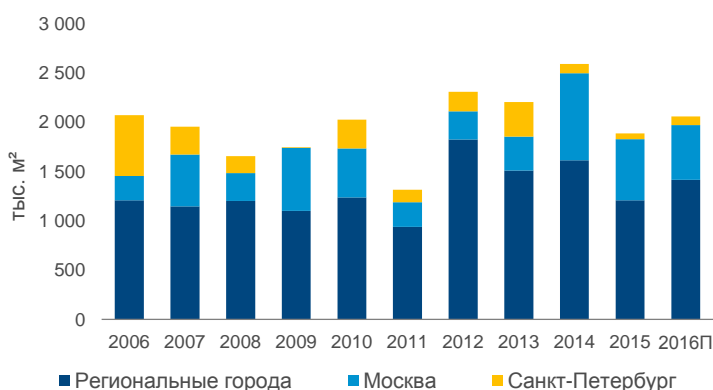
Предложение

По итогам первого полугодия 2016 г. общее предложение торговых площадей в качественных ТЦ России составило 24,7 млн м², из которых 63% приходится на региональные города без учета Москвы и Санкт-Петербурга. В первом полугодии в России было открыто 16 торговых центров совокупной площадью 528 тыс. м². Крупнейшими открытиями полугодия стали 1-я очередь ТРЦ «МегаГРИНН» в Курске, «Седанка Сити» во Владивостоке, 2-я очередь «ЮграМолл» в Нижневартовске, «Италмас» в Ижевске.

Крупные города по-прежнему остаются приоритетными локациями для девелопмента новых торговых объектов среди всех российских городов. В настоящее время на региональные города-миллионники России, например, совокупно приходится 6 млн м² качественных торговых площадей, а средняя обеспеченность торговыми площадями в них составляет 390 м² на 1 000 человек, что в 2,3 раза больше среднего показателя по России.

По итогам первого полугодия 2016 г. лидером среди российских городов-миллионников (за исключением Москвы и Санкт-Петербурга) по обеспеченности торговыми площадями стал Екатеринбург с показателем 624 м² на 1 000 человек, сместив на 2-е место Самару с 567 м² на 1 000 человек, 3-е место занимает Нижний Новгород (544 м²). Наименее обеспеченным торговыми площадями среди российских городов-миллионников является город Пермь (168 м²), имеющий, по нашим оценкам, наибольший потенциал для девелопмента торговой недвижимости.

Динамика и структура ввода торговых площадей по годам, 2006-2016П



Источник: Colliers International

Основные индикаторы рынка в I пол. 2016

ПОКАЗАТЕЛЬ	ЗНАЧЕНИЕ
Общее предложение площадей в современных торговых объектах (GLA), тыс. м ²	24 689
Общая площадь ТЦ (GLA), открытых в России, I полугодие 2016, тыс. м ²	528
Общая площадь ТЦ (GLA), открытых в регионах*, I полугодие 2016, тыс. м ²	398
Количество ТЦ, открытых в России, I полугодие 2016	16
Количество ТЦ, открытых в регионах*, I полугодие 2016	12

*Исключая Москву и Санкт-Петербург

Источник: Colliers International

Крупнейшие ТЦ, открытые в региональных городах России в I полугодии 2016

НАЗВАНИЕ	ГОРОД	GBA, М ²	GLA, М ²
«МегаГРИНН», 1-я очередь	Курск	115 000	60 000
«Седанка Сити»	Владивосток	94 000	45 000
«ЮграМолл», 2-я очередь	Нижневартовск	57 500	40 150
«Италмас»	Ижевск	54 000	40 000
«Сити-Молл»	Стерлитамак	54 000	38 000
«Пионер», 1-я очередь	Барнаул	80 000	37 000
«Акваполис»	Псков	62 000	31 000
«Академический»	Екатеринбург	60 000	30 000
«Ковров Молл»	Ковров	49 900	26 500

Источник: Colliers International

Сравнение российских городов-миллионников с европейскими столицами, сопоставимыми по численности населения, на текущий момент говорит о наличии практически во всех них потенциала для дальнейшего развития рынка торговой недвижимости и ввода еще как минимум одного крупноформатного либо нескольких окружных ТРЦ. Например, в сопоставимой с Екатеринбург Варшаве на 1 000 жителей приходится 640 м² торговых площадей, а в Будапеште – 557 м²; в Праге обеспеченность населения качественной торговой недвижимостью достигает 732 м², что выше, чем в сопоставимом по населению Нижнем Новгороде. Однако сдерживающим фактором для достижения европейских показателей в российских городах является меньшая платежеспособность населения, а также неустойчивый экономический фон.

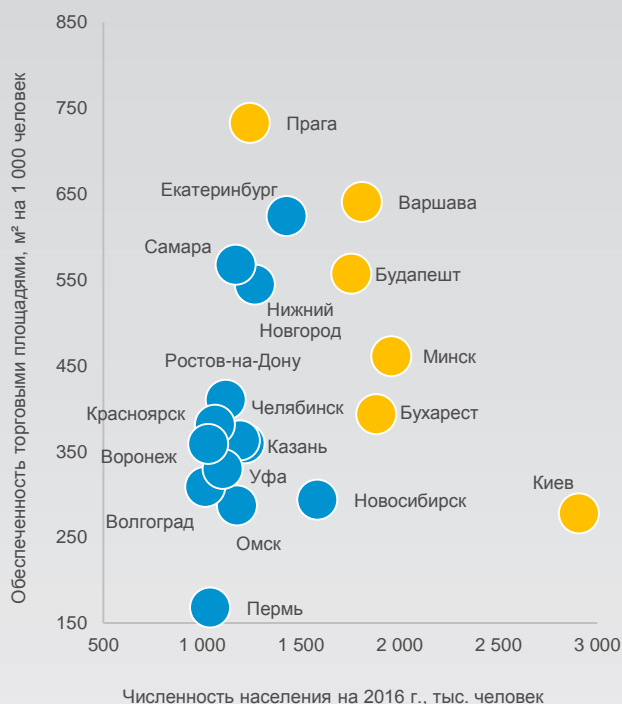
Спрос

Несмотря на то что в текущей экономической ситуации Москва и Санкт-Петербург остаются для большинства ритейлеров приоритетными городами для открытия новых магазинов, в первом полугодии 2016 г. многие бренды решились запустить свои первые магазины в новых для себя российских регионах. Наиболее знаковыми примерами таких открытий в сегменте fashion стали Podium Market в Краснодаре, Henderson в Минеральных Водах, Dior в Нижнем Новгороде. Кроме того, в ближайшее время ожидается выход компании Inditex на рынок Иркутска и Курска – оператор уже подписал договоры аренды в ТРЦ «СильверМолл» и ТЦ «Европа».

Наиболее активное развитие на российском рынке демонстрируют сети, работающие преимущественно в сегменте «средний минус». Так, помимо продуктовых дискаунтеров, свои планы по дальнейшей экспансии озвучили такие fashion-операторы, как Sela (открытие 50 магазинов до конца года), Familia (удвоение сети до конца 2018 г.), а также Gloria Jeans, Baon, Zenden и другие.

Что касается остальных сегментов, то лидерами с точки зрения экспансии здесь остаются «М.Видео», планирующий открытие в текущем году 20 магазинов, DIY «Леруа Мерлен», который намерен открыть до 17 новых гипермаркетов до конца года по всей России, и Decathlon, активно рассматривающий площадки в региональных городах.

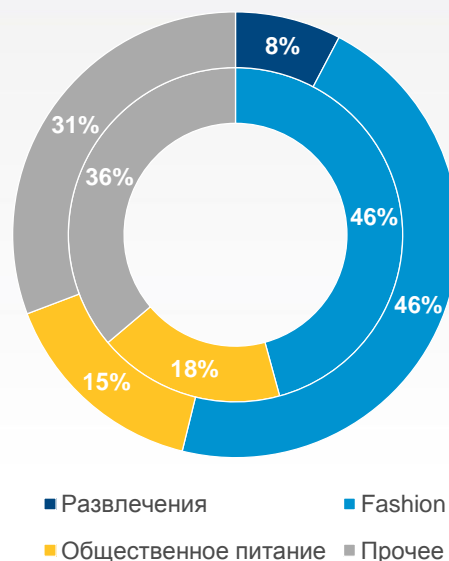
Обеспеченность населения качественными торговыми площадями в российских городах-миллионниках и европейских столицах (выборочно)



- Региональные города-миллионники России
- Европейские столицы с населением >1 млн человек (выборочно)

Источник: Colliers International

Структура выхода новых международных брендов на российский рынок по профилям, П1 2015 (внутреннее кольцо) и П1 2016 (внешнее кольцо)



Источник: Colliers International

Макроэкономический обзор

На фоне продолжающегося сокращения потребительского спроса розничный товарооборот показал падение на 5,7% (YoY) по итогам пяти месяцев 2016 г. В структуре оборота розничной торговли доля торговли пищевыми продуктами в фактических ценах составляет 49,5%, в то время как на непродовольственные товары приходится 50,5%. В группе непродовольственных товаров «лидерами» по сокращению продаж (падение на 12% и более к I кварталу 2015 г. в сопоставимых ценах) являются в том числе одежда и обувь.

В целом в начале 2016 г. тенденция снижения реальных денежных доходов населения сохранилась. Реальные располагаемые денежные доходы населения в январе – мае 2016 г. составили 95,1% от уровня аналогичного периода предыдущего года. По данным Росстата, население продолжает экономить на покупке товаров, при этом доля сбережений в структуре использования денежных доходов населения сократилась на 4,1 п.п. (YoY) по итогам четырех месяцев 2016 г.

Тенденции и прогнозы

> До конца 2016 г. в России заявлено к вводу порядка 1,6 млн м² качественных торговых площадей, однако, по нашим оценкам, около 30-40% из них могут быть перенесены на более поздний срок. Всего в настоящее время в России 45% из почти 5 млн м² качественных торговых площадей, находящихся на разной стадии строительства, являются замороженными на неопределенный срок.

> Позитивным трендом ближайших лет станет более активная экспансия сетевых ритейлеров в регионы, долгое время остававшиеся без внимания профессиональных ритейл-игроков, в силу своей географической удаленности или политико-экономических аспектов, как, например, Приморский край или Кавказ.

> Что касается девелопмента, то некоторые ключевые игроки сохраняют интерес к крупным российским городам для реализации новых проектов даже в условиях кризиса. В частности, компания «ИКЕА» продолжает поиск площадок в миллионниках, где пока не представлены торговые центры «МЕГА» (Пермь, Челябинск, Красноярск и Воронеж), а компания «Макси Девелопмент» реализовывает проекты в городах с населением 300–500 тыс. человек.

Основные макроэкономические показатели

ПОКАЗАТЕЛЬ	ЗНАЧЕНИЕ, %
Инфляция, январь – май 2016 г.	2,9
Реальные располагаемые денежные доходы населения, январь – май 2016 г.	-4,9
Безработица, январь – май 2016 г.	5,8
Рост оборота розничной торговли, за январь – май 2016 г., год к году	-5,7

Источник: Минэкономразвития, Росстат

Динамика оборота розничной торговли и располагаемых доходов населения в реальном выражении



Источник: Центральный Банк РФ, Росстат

Крупнейшие торговые центры, заявленные к открытию в регионах России до конца 2016

НАЗВАНИЕ	ГОРОД	GLA, М ²
«Гудок»	Самара	115 000
«Ново-Иркутский»	Иркутск	84 000
«Охта Молл»	Санкт-Петербург	78 000
«Галерея Чижова», 3-я очередь	Воронеж	61 700
«Ривьера»	Липецк	61 000
Star City Mall	Тюмень	53 000
«Рубин», 2-я очередь	Тверь	51 500
«МегаГРИНН», 2-я очередь	Курск	69 000
«Галактика», 1-я очередь	Барнаул	65 400
«Макси»	Архангельск	49 200

Источник: Colliers International