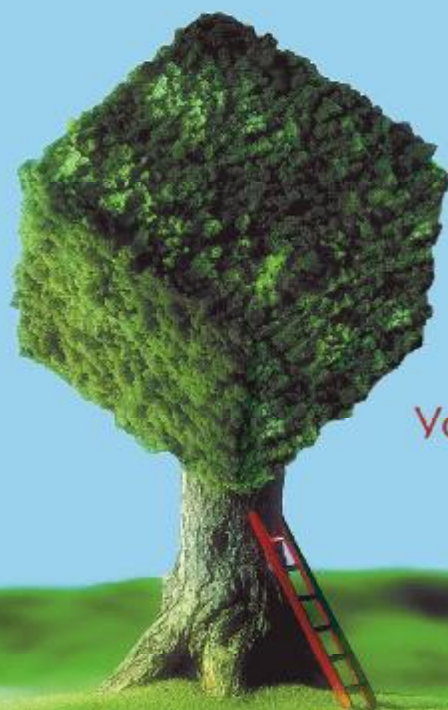




Обзор рынка торговой недвижимости г. Москвы за 2007 г.



Устанавливая
правила

1. Макроэкономическая ситуация

В 2007 году российская экономика характеризовалась сохранением высоких темпов экономического роста, который обеспечивался ускорением роста инвестиций, продукции строительства, устойчивым ростом потребительского спроса населения. Вклад экспорта в рассматриваемый период, напротив, снижался.

По оценке Минэкономразвития России, рост ВВП в 2007 г. составил 8,1% по сравнению с 7,1% годом ранее. Основной особенностью экономического роста 2007 г. можно назвать масштабное увеличение инвестиций в основной капитал, имевшее место не только в традиционном сырьевом секторе, но и в потребительских секторах, а также в секторе инвестиционного машиностроения. Рост инвестиций в основной капитал в 2007 г. составил 21,1% по сравнению с 13,7% годом ранее.

Промышленное производство в 2007 г. увеличилось на 6,3% по сравнению с 3,9% в 2006 г. Основной вклад в данный рост внесли обрабатывающие производства, где рост превысил 9%, тогда как добывающие производства показали лишь 1,9%.

Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство», в 2007 г. превысил показатели 2006 г. на 18,2%. Вклад отрасли в рост ВВП составил в 2007 г. 12,3% по сравнению с 8,5% в 2006 г.

Особо следует отметить тенденцию улучшения демографической ситуации: естественная убыль населения в 2007 г. оказалась самой низкой за последние 14 лет.

Таблица 1-1. Экономические индикаторы

	Фактически 2006	Данные за 2007 г.	Прогноз 2008
ВВП	7,1%	8,1%	6,6%
Инвестиции в основной капитал	13,7%	21,1%	9,7%
Уровень инфляции	9,0%	11,9%	8,0%
Уровень безработицы	7,4%	7,3%	7,2%

Прогноз составлен по данным Росстата, МЭРиТа

Благоприятная макроэкономическая конъюнктура и политическая стабильность определили дальнейший рост благосостояния населения и развитие розничного рынка.

В 2007 г. реальные денежные доходы населения увеличились по сравнению с 2006 г. примерно на 10-12%. (по данным RWAY и Praedium).

Оборот розничной торговли возрос в 2007 г. на 10-15% (по данным RWAY и Colliers International).

К числу основных факторов развития розничной торговли в Москве можно отнести следующие:

- в конце 2007 г. среднедушевые доходы жителей Москвы составили около 1500 долл. в месяц;
- больше 70% располагаемого дохода москвичи тратят на потребление, чему способствует и развитие потребительского кредитования.

Кроме того, «отсечение» абсолютного большинства московских домохозяйств от возможности совершения сделок на рынке жилья за счет высоких цен благотворно сказывается на объемах торговли широкой номенклатурой товаров – от автомобилей, до продукции повседневного спроса.

В ближайшие годы (3-5 лет) Москва уверенно сохранит свои лидирующие позиции по объемам ежегодной торговли. Тем не менее, на сегодняшний день продолжается

дальнейшая экспансия российских и международных девелоперов на региональные рынки, включая города с населением от 300 тыс. жителей, а также увеличение активности инвестиционных фондов и зарубежных торговых операторов.

2. *Общая ситуация на рынке торговой недвижимости*

Сектор торговой недвижимости в 2007 году в столице продолжал активно развиваться. На рынок выводились все более масштабные проекты, то есть увеличивались объемы инвестиций. Во многом, в развитии этого рынка заинтересованы все сильные игроки, поскольку он обеспечивает максимальную доходность благодаря высокому обороту и достаточно высоким, по отношению к среднемировым, ценам на широкий спектр товаров для конечного потребителя на рынке Московского региона.

В 2007 г. в России в девелопменте торговых центров попробовали себя компании и корпорации буквально из всех отраслей бизнеса – от энергетики и нефтепереработки до молокозаводов и пошива спецодежды.

Также на рынке за последний год четко обозначились лидеры среди девелоперов, проекты которых интересуют большинство арендаторов своей всеобъемлющей географией и более отчетливо прорисовывающимся брендом самого девелопера или сети его центров.

В основе стратегии большинства из них лежит факт развития в регионах, стремительного завоевания лучших по возможности участков и столь же стремительного заявления своих проектов на рынке. Именно поэтому мы наблюдаем серьезную борьбу за земельные участки не только в городах-миллионниках, но также и в муниципальных образованиях с численностью населения 500, 300 и даже 150-200 тыс. человек.

Около двух лет назад в развитии отечественного рынка торговой недвижимости начался новый этап. Рынок, ранее в основном привлекавший внимание местных инвесторов и девелоперов, попал в зону интересов международных институциональных инвесторов. Такое развитие событий было обусловлено рядом причин, таких как рост инвестиционной привлекательности Российской Федерации, высокий потенциал развития и уровень доходности инвестиций, а также появление первых структурированных инвестиционных предложений.

Преыдушие два года показали, что международные инвесторы готовы приобретать как функционирующие торговые центры, менее рискованные в качестве объектов инвестиций, в том числе объекты в региональных городах, так и строящиеся или проектируемые объекты. Отметим, что приобретение строящихся или проектируемых объектов может оказаться весьма рискованным при недостаточном опыте местных девелоперов, несовершенстве административной, финансовой, страховой и других систем.

Несмотря на высокую активность рынка инвестиционных сделок, его характерной особенностью остается острый дефицит предложений инвестиционного уровня, чем отчасти объясняется готовность инвесторов приобретать объекты разной степени качества и завершенности. Количество инвесторов, уже объявивших о готовности инвестировать в российскую недвижимость или только планирующих это сделать, существенно превосходит возможности удовлетворения такого спроса. Причины этому – как физическая нехватка объектов, так и ожидание дальнейшего роста цен. Можно предполагать, что рынок продолжит активно развиваться: большое число инвесторов будет привлечено ожиданиями высокой доходности.

Ключевые события на рынке торговой недвижимости в 2007 году:

- На российский рынок выходят сразу несколько иностранных сетей кофеен: американская Starbucks, колумбийская Juan Valdez и британская Costa Coffee.
- Гипермаркеты «Рамстор», выставленные на продажу турецкой компанией «Рамэнка», были куплены сетью «Ашан» в декабре 2007 г.
- METRO Group анонсировала строительство еще двух магазинов METRO Cash&Carry.
- Компания «Капитал Групп» вошла в проект строительства пешеходных торгово-сервисных переходов Sunflower, предполагающий возведение 500 тыс. м² торговой площади. Это сделало компанию одним из крупнейших девелоперов в сегменте торговой недвижимости.
- В 2007 г. было объявлено о строительстве сетей торговых центров девелоперами Hermitage Construction & Management, «Открытие-Недвижимость», «Базис Инвестмент Компании», Midland Development и др.

3. Предложение

В 2007 году предложение торговых площадей продолжало расти. По итогам года было введено в эксплуатацию в среднем около 450 000 кв. м. качественных торговых площадей, и на конец 2007 г. общее предложение составило около 3 500 000 кв. м. (по данным от профессиональных участников рынка).

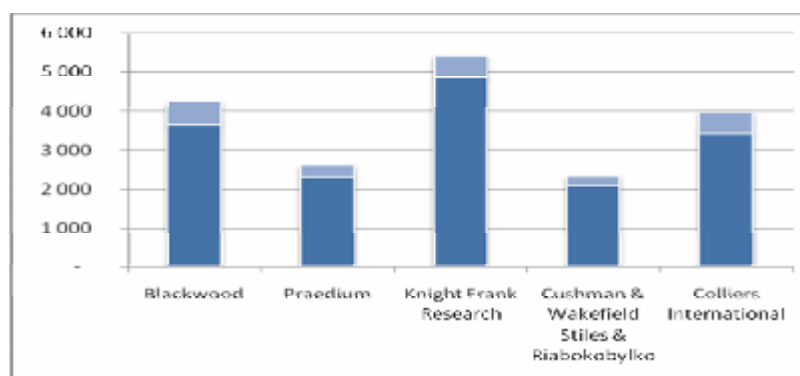


Рисунок 3-1. Динамика прироста и объем торговых площадей в 2007 году от профессиональных участников рынка, тыс. кв. м

Обеспеченность населения столицы качественными арендопригодными площадями (GLA) торговых центров неуклонно растет, и на конец года составила от 174 кв. м (данные Colliers International) до 260 кв. м (данные Knight Frank) на 1000 человек.

Таблица 3-1. Основные торговые центры, открытые в г. Москве в 2007 г.

Название	Адрес	Общая площадь, кв. м	Торговая площадь, кв. м	Якорные арендаторы	Дата открытия
«Мосмарт»	МКАД / Боровское ш.	75 500	28 000	Гипермаркет «Мосмарт», магазин бытовой техники «М.видео»	Февраль

Название	Адрес	Общая площадь, кв. м	Торговая площадь, кв. м	Якорные арендаторы	Дата открытия
«Глобал Сити» (2-я очередь)	Днепропетровская ул., д. 2	38 000	14 100	Магазин товаров для детей «Детский мир», восьмизальный кинотеатр «Синема Парк», боулинг «Космик»	Апрель
«Пражский пассаж»	Красного маяка ул., д. 26	35 000	24 500	Супермаркет «Седьмой Континент», четырехзальный кинотеатр «Сезон Синема»	Апрель
«Щука»	Щукинская ул., д. 42	105 000	41 000	Супермаркет «Алые паруса», магазин товаров для детей «Детский мир», десятизальный кинотеатр «Каро Фильм»	Май
ЦУМ (2-я очередь)	Петровка ул., д. 2, стр. 1	35 000	23 000		Август
«Домодедовский»	Генерала Белова ул., д. 18	33 000	18 000	Супермаркет «Виктория», магазин бытовой техники «Техносила», магазин товаров для детей «Детский мир»	Август
«АСТ»	Измайловское ш., д. 71	26 000	15 000	Супермаркет «Перекресток», магазин товаров для детей «Детский мир»	Август
«Лотте Плаза»	Новинский б-р, д. 8	23 100*	18 100	Супермаркет «Азбука Вкуса»	Сентябрь
«Времена года»	Кутузовский пр-т, д. 48	64 300	29 000	Супермаркет «Глобус Гурмэ»	Ноябрь

Название	Адрес	Общая площадь, кв. м	Торговая площадь, кв. м	Якорные арендаторы	Дата открытия
«МЕГА Белая Дача» (2-я очередь)	г. Котельники, 1-й Покровский пр-д, д. 5 (14 км МКАД)	110 000	68 100	Магазин формата «сделай сам» OBI, магазин спортивных товаров «Декатлон», магазин бытовой техники Media Markt, пятнадцатизальный кинотеатр Kinostar De Luxe	Ноябрь

* площадь торговой составляющей (27% от общей площади комплекса)

Источник: Colliers International

В целом, торговые центры распределены по Москве относительно равномерно, исключение составляют ЦАО и ВАО, в которых наблюдается наименьший и наибольший дефицит торговых площадей. На рынке наблюдается децентрализация строительства торговых площадей, в последнее время активно осваиваются участки ТТК-МКАД, а также ближайшее Подмосковье.

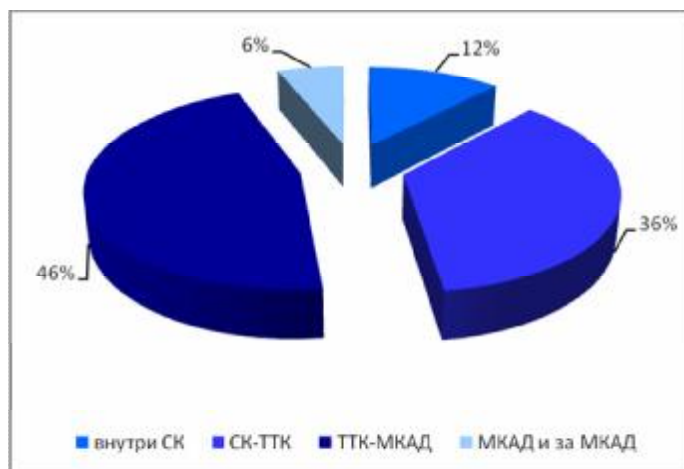


Рисунок 3-2. Распределение качественных торговых площадей по расположению

Источник: Praedium

По-прежнему остается актуальным размещение торговых составляющих в рамках многофункциональных комплексов. Среди подобных объектов можно отметить ТЦ «Lotte Plaza» и ТЦ «Шереметьевский».

Несмотря на ввод в эксплуатацию нескольких достаточно крупных торговых центров, в Москве по-прежнему наблюдается недостаток качественных торговых площадей. По данным компании Knight Frank средний уровень свободных помещений составил около 1%.

4. *Спрос*

В течение 2007 года спрос на качественные торговые площади сохранялся на высоком уровне, на рынке наблюдалось значительное превышение спроса над

предложением, все новые объекты были полностью сданы к моменту открытия. Такой острый дефицит связан с тем, что все больше и больше ритейлеров выходит на рынок торговой недвижимости.

По-прежнему, на лидирующие по количеству заявок группы профилей торговли – одежда, общепит, аксессуары, красота и здоровье – приходится около 60% от общего числа запросов со стороны арендаторов.

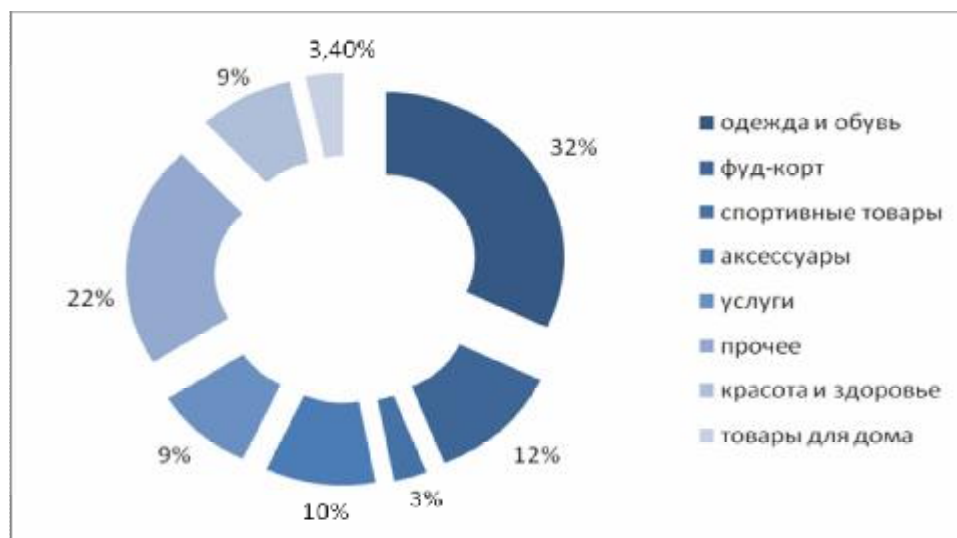


Рисунок 4-1. Структура спроса на торговые помещения

Источник: Praedium

Наибольшим спросом по-прежнему пользуются помещения в центре города в пределах Садового кольца. На их долю приходится половина запросов от потенциальных арендаторов. Наименьшим спросом пользуются помещения, расположенные за пределами ТТК.



Рисунок 4-2. Распределение спроса на торговые площади по местоположению

Источник: Blackwood «Обзор рынка коммерческой недвижимости 2007 г., торговая недвижимость»

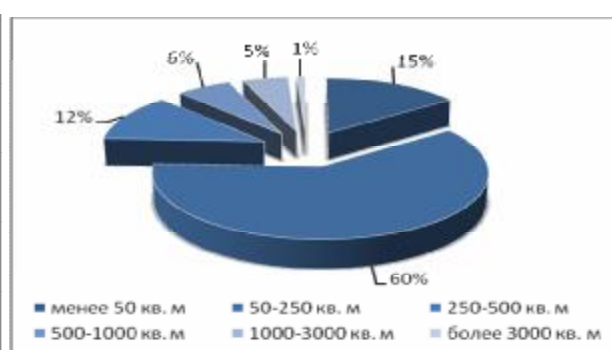


Рисунок 4-3. Распределение спроса на торговые площади по размеру

Источник: Praedium

Пока спрос на рынке торговой недвижимости существенно превышает предложение, что позволяет профессиональным участникам рынка (собственникам и девелоперам) активно продолжать повышать цены продаж и ставки арендной платы.

Таблица 4-1. Наиболее крупные сделки по купле-продаже и аренде

Аренда		
Объект	Арендатор	Площадь, кв. м
ТРЦ «Фили»	Гипермаркет Carrefour	13 000
ТРЦ «Рио Гранд»	Садовый центр «Зеленая страна»	8 000
ТЦ «АСТ»	«Детский мир»	2 400
Продажа		
Объект	Покупатель	Продавец
«Брокард Парфюмс»	Владелец сетей «Л'Этуаль» и «Sephora»	«Брокард Парфюмс»
18 магазинов сети Billa	PTM	«Рема Иммобилен»
ТЦ «Квадро»	Холдинг «Подиум»	Группа «Партия»
18 магазинов «у дома» Светофор	«Седьмой континент»	ООО «Ситимаркет»

Источник: Praedium

5. Арендные ставки и цены продаж

По итогам 2007 года рост арендных ставок на торговые помещения составил от 10% до 20% в зависимости от параметров конкретного помещения. Также необходимо отметить, что в 2007 году наблюдался рост арендных ставок для якорных арендаторов. Это связано с усилением их конкуренции на рынке, появления все большего количества торговых операторов, способных выступать в качестве «якорей» в торговых центрах.

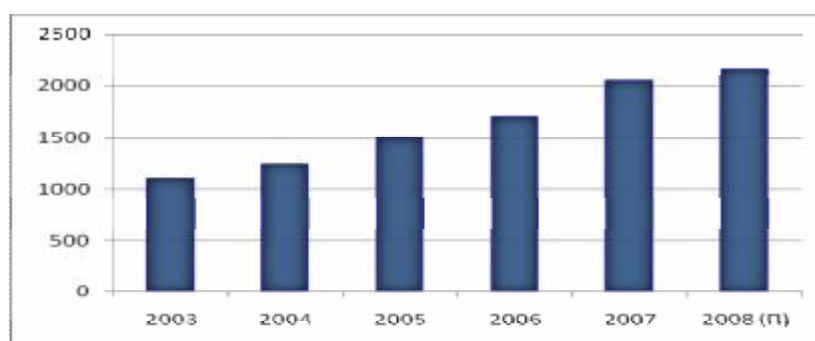


Рисунок 5-1. Динамика средней арендной ставки на качественные торговые площади (250-500 кв.м)

Источник: Praedium

Средняя базовая арендная ставка на качественные торговые площади на конец 2007 года составила около 2 100 долл. за кв. м в год.

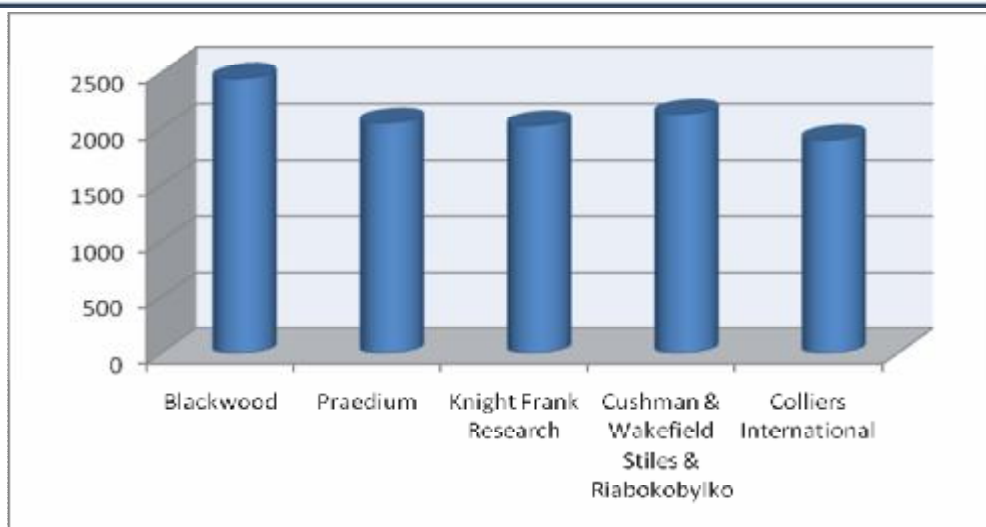


Рисунок 5-2. Арендные ставки на торговые помещения по итогам 2007г. от профессиональных участников рынка, долл. за 1 кв. м в год

Таблица 5-1. Ставки аренды в торговых центрах г. Москвы

Профиль	Диапазон площадей, кв. м	Ставка аренды, долл. за кв. м в год
<i>Якорные арендаторы</i>		
Гипермаркет	7 000–25 000	100–300
Супермаркет	700–5 000	300–2 500
Электроника	2 000–8 000	300–1 000
Спорт и отдых	500–4 000	400–1 000
Одежда	600–2 500	400–2 500
Развлечения	500–8 000	100–600
Товары для дома	400–3 000	350–1 000
Товары для детей	500–3 500	350–500
<i>Другие операторы</i>		
Одежда	30–500	500–4 000
Обувь	50–1 000	300–2 000
Спорт и отдых	50–300	400–1 500
Красота и здоровье	40–300	600–1 600
Товары для дома	30–100	800–1 800
Товары для детей	40–500	400–1 500
Мобильное и цифровое оборудование	40–1 000	2 000–4 500
Аксессуары	20–70	1 500–3 500
Сувениры-подарки	20–100	1 000–3 000

Профиль	Диапазон площадей, кв. м	Ставка аренды, долл. за кв. м в год
Общепит (фуд-корт)	20–120	700–3 600
Услуги	10–100	300–1 150

Источник: Colliers International

Самые высокие арендные ставки были зафиксированы в Центральном районе и в районе Третьего Транспортного кольца.

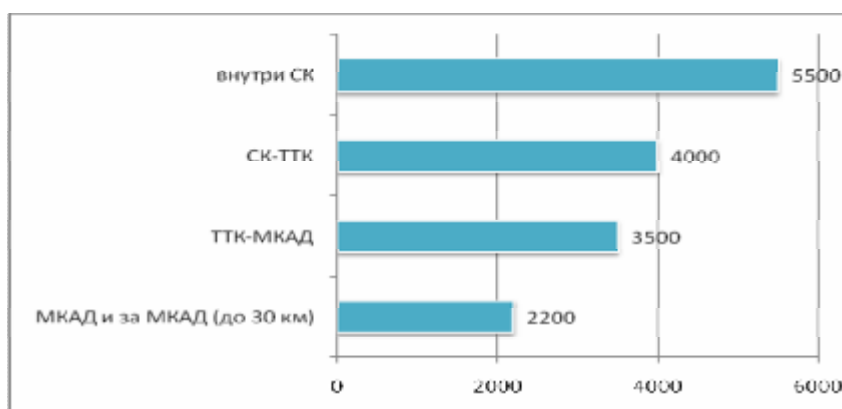


Рисунок 5-3. Максимальные арендные ставки по направлениям (долл. за кв. м в год без НДС и эксплуатационных расходов)

Источник: Praedium

Структура цен на торговые помещения в целом аналогична структуре арендных ставок. Однако, в связи с ограниченностью предложения торговых помещений на продажу, рост цен на торговые площади был более значительным по сравнению с динамикой арендных ставок и составил около 20-25% (по данным Blackwood). Наибольшее повышение цен наблюдалось в Центральном и Юго-Западном административных округах. Предложение торговых площадей на продажу в центральной части столицы – это в основном низкокачественные объекты. А собственники качественных торговых помещений не стремятся их продавать.

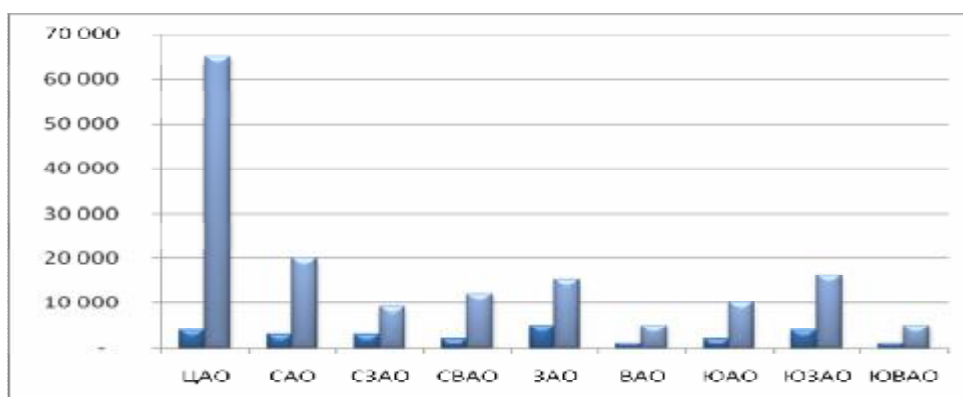


Рисунок 5-4. Минимальные и максимальные цены продажи по округам г. Москвы в 4 кв. 2007 г., долл. за кв. м без НДС

Источник: Blackwood «Обзор рынка коммерческой недвижимости 2007 г.,
торговая недвижимость»

По данным RWAY основной причиной роста цен являются управляющие решения собственников торговых центров и их правомочных представителей, на формирование которых оказали влияние следующие причины:

- высокий уровень конкуренции между ритейлерами;
- сохраняющийся дефицит качественных торговых площадей;
- растущее качество объектов торговой недвижимости;
- рост благосостояния населения и его покупательной способности;
- инфляция;
- укрепление национальной валюты по отношению к доллару США.

Ставка капитализации по данным компании Colliers International в 2007 году составила

8,5-9% - это выше, чем в странах Западной и Восточной Европы. При этом доходность на собственный капитал для функционирующего заполненного арендаторами инвестиционного объекта составляет 20–25%. Ожидаемая доходность девелопера на собственные средства достигает 20–30% в год.

6. Тенденции рынка

В 2007 году характерными тенденциями развития рынка торговых площадей стали:

- Укрупнение формата торговых центров (от 100 000 кв.м);
- Развитие сетевых форматов торговых центров;
- Активное строительство торговых центров класса «люкс»;
- Децентрализация торговых центров;
- Активное строительство за пределами МКАД;
- Активное освоение подземного пространства;
- Строительство торговых площадей в составе многофункциональных комплексов;
- Увеличение доли строительства специализированных торговых центров;
- Увеличение количества нестандартных торговых центров. Например, холдинг SKM Group предложил строить многофункциональные комплексы над дорожными развязками, первые проекты планируется разместить на Юго-западе и Востоке Москвы;
- Превышение спроса над предложением;
- Рост ставок аренды;
- Рост доходов и покупательной способности населения.

В целом на рынке усиливается конкуренция, растут запросы потребителей, девелоперы в полной мере ощущают необходимость брендинга/ребрендинга, а также реконструкции и реконцепции объектов. Все вышеперечисленное позволяет утверждать, что рынок активно развивается, повышается качество и культура девелопмента, а также профессионализм участников рынка.

Достаточно очевидно, что развитие современных форматов торговли невозможно без создания современной логистической инфраструктуры, основой которой является логистические компании и складские комплексы.

7. Прогноз на 2008

В целом, для рынка торговой недвижимости Московского региона будет характерно увеличение доли строительства торговых центров. Основной тенденцией 2008 года будет – улучшение качества объектов и набора предоставляемых услуг.

По данным RWAY для 2008 года будут характерны следующие перспективы развития рынка торговой недвижимости:

- доля вакантных площадей в качественных торговых центрах составит 1%;
- сохранится тенденция роста арендных ставок (на уровне инфляции) на помещения высококачественных торговых центрах;
- в ТЦ с неудачными концепциями возможно снижение арендных ставок;
- увеличится число оригинальных, нестандартных проектов на рынке торговой недвижимости;
- продолжится укрупнение форматов торговых объектов и усложнения их концепций;
- торговые объекты будут строиться в спальных районах Москвы и на строящихся участках Четвертого Транспортного кольца;
- появятся новые форматы торговых центров (outlet center, strip mall);
- на рынке торговой недвижимости Москвы сохранится высокая доля иностранных инвестиций;
- продолжатся сделки M&A среди сетевых ритейлеров из-за усиления конкуренции;
- развитие сетевого девелопмента;
- появление новых игроков рынка (H&M, Wal Mart);
- фактические данные по вводу торговых комплексов к концу 2008 года будут ниже заявленных;

Таблица 7-1. Наиболее крупные объекты, запланированные к вводу в эксплуатацию в 2008 году

№ п/п	Название	Адрес	Общая площадь (кв.м.)	Торговая площадь (кв.м.)
1	ТРЦ «Рио»	Дмитровское шоссе, д.163а	220 000	60 000
2	«Метрополис»	Ленинградское шоссе, 16	205 298	80 000
3	«Каширский Молл»	24 км МКАД	200 000	120 000
4	«Марьинский парк»	ул. Поречная	135 000	35 000
5	«Мегаполис»	пр-т Андропова, вл. 4-10	72 000	44000
6	«Военторг»	Воздвиженка	70 700	12 000
7	«Павлово Подворье»	14 км Новорижского шоссе	70 500	20 000
8	Big Box	6 км от МКАД по Новорижскому шоссе	68 000	50 000
9	«Новоясеневский»	Новоясеневский пр-т, 1	64 000	28 500
10	«Фили»	Багратионовский пр-д., 5	62 000	45 500
11	Zig Zag	ул. Лобненская, 4-6	28 400	16 000
12	«Воробьевы горы»	Мосфильмовская ул., 70	25 000	18 000
13	«Москворечье»	Каширское шоссе	24 490	19 780

Источник: Praedium

Кроме того, в 2008 году:

- темпы роста рынка будут плавно снижаться за счет перераспределения инвестиционных средств в региональные проекты с более высоким уровнем доходности;
 - продолжают свое развитие новые направления развития рынка (например, бокс-торговля);
 - со второго-третьего квартала 2008 года увеличится количество сделок по слиянию компаний;
 - в 2008 году неизбежен пересмотр арендных ставок в ТЦ, построенных несколько лет назад и в которых истекает срок договоров аренды;
 - в среднесрочной перспективе ожидается дальнейшее увеличение прироста инвестиций, значительная доля из которого придется на государство;
 - по оптимистичным прогнозам московский рынок торговой недвижимости увеличится вдвое к 2010 году;
 - по пессимистическим прогнозам – темпы роста рынка существенно снизятся.
- Негативными тенденциями рынка торговой недвижимости станут:
- ограничение предложения денег на рынке кредитования;
 - ужесточение требований к заемщикам в части обеспечения кредитов;
 - одной из основных проблем, с которой придется столкнуться девелоперам, станет нехватка квалифицированных кадров и управляющего персонала для реализации все усложняющихся проектов на рынке торговой недвижимости.

8. Материал подготовлен на основе

1. Информационно-аналитический бюллетень «RWAY» № 154 январь 2008, № 155 февраль 2008;
2. <http://www.colliers.ru>;
3. www.blackwood.ru;
4. www.rway-online.ru;
5. <http://www.cushwake.com>;
6. www.arendator.ru;
7. <http://www.praedium.ru/>;
8. <http://www.knightfrank.ru/>;
9. Журнал Commercial Real Estate 24 (84), 16-31 декабрь 2007.