коммерческая недвижимость

Девелоперы устраивают распродажи

По итогам текущего года на московском рынке торговой недвижимости предвидится абсолютный рекорд. Девелоперы обещают сдать в эксплуатацию 600 тыс. кв. м, что позволит российской столице приблизиться к европейским стандартам обеспеченности горожан торговыми центрами. Но ритейлеры не спешат открывать новые магазины.

— торговые центры —

Свободно, но не сытно

В нынешнем году на юге столицы почти по соседству открылись сразу два новых торгово-развлекательных центра — «Москворечье» (девелопер — корпорация «Гарант-Инвест») у станции метро «Каширская» и «Гудзон» (принадлежит австрийскому фонду Immoeast). Корреспонденты "Ъ", проживающие рядом, не заметили особого ажиотажа со стороны покупателей ни до открытия этих торгцентров, ни позже. Более того, в «Москворечье» свой магазин никак не может запустить H&M — один из крупных арендаторов этого объекта. В «Гудзоне» тоже не все ритейлеры-арендаторы приступили к работе. Из-за быстрого прироста новых площадей розничные сети не успевают открывать новые магазины, а в некоторых случаях им не всегда нужны новые точки продаж. Но девелоперам невыгодно, чтобы их объекты простаивали. Поэтому владельцы полупустых торговых центров объявляют о техническом открытии, так как за это время уровень вакантных торговых площадей в Москве будет только увеличиваться, отмечает аналитик отдела исследований CBRE Максим Палт. Он добавляет, что таким образом также запускались «Вегас Крокус Сити» и «Водный». В момент открытия этих объектов уровень свободных торговых помещений в городе достигал 2,9%.

Ситуация для девелоперов осложняется ростом конкуренции. До конца года в Москве появится около 600 тыс. кв. м новых площадей. Это в два раза больше, чем в прошлом году, и абсолютный рекорд за всю историю рынка торговой недвижимости столицы, говорит господин Палт. До конца года в Москве откроется два огромных торгцентра — «Авиапарк» (арендуемая площадь — 235 тыс. кв. м) и «Колумбус» (136 тыс. кв. м). Если девелоперы сдержат обещание, то в Москве на 1 тыс. жителей будет приходиться 440 кв. м торговых площадей. Для сравнения: в Западной Европе этот показатель равен 400–600 кв. м на 1 тыс. человек.

Впрочем, заместитель руководителя отдела исследований Cushman & Wakefield Лада Белайчук считает, что свободных площадей сейчас немного: «В 26 крупнейших торгцентрах не занято 109 блоков, что составляет 2,5% всех сдаваемых в этих объектах площадей. Средний по рынку показатель — 3,2%». Но тем не менее это самый высокий уровень вакантных площадей с 2010 года. По итогам второго квартала 2013 года свободными было чуть более 0,5% площадей, а за аналогичный период 2010 года — 1,5% (данные Cushman & Wakefield). Максим Палт прогнозирует, что рекордные показатели ввода новых объектов приведут к росту уровня вакантности площадей к концу года до 5–6%, а в 2015 году — 7–8%. Но это не значит, что столичный рынок торговой недвижимости близок к насыщению, предупреждает начальник департамента торговых площадей JLL Татьяна Ключинская: «Обеспеченность площадями — относительная величина, даже в европейских столицах она может отличаться от города к городу». В России та же картина — в Краснодаре, например, этот показатель составляет 841 кв. м на 1 тыс. человек, но все действующие объекты продолжают нормально функционировать. «Сказать, где предел обеспеченности торговыми площадями, трудно. В Москве растет конкуренция, что приводит к перераспределению спроса»,— поясняет эксперт.

Сети испугались волатильности

Несмотря на рост предложения, перенасыщения в сегменте торговой недвижимости Москвы нет. Об этом косвенно свидетельствуют ставки аренды. По словам госпожи Ключинской, в действующих объектах стоимость аренды практически не меняется: максимальная остается на уровне $3–4,5 тыс. за 1 кв. м в год, средняя — $0,5–1,8 тыс. Скорость заполнения торгового центра арендаторами по-прежнему зависит от его качества, считает гендиректор Praktika Development Булат Шакиров: «Большое значение имеет концепция объекта: важно, чтобы это был торгово-досуговый центр, где можно не только делать покупки, но и заниматься спортом, ходить на концерты».

По словам Максима Палта, некоторые новые объекты все-таки испытывают трудности с набором арендаторов, поскольку ритейлеры корректируют развитие сетей в условиях экономической неопределенности. Бывший топ-менеджер одной из обувных сетей говорит, что большинство ритейлеров зафиксировали падение объема продаж по итогам первой половины года на 20–25%. Публично о сокращении темпов развития пока заявили немногие. Adidas предупредил, что в 2014–2015 годах откроет по 80 магазинов вместо запланированных 150. Финский Stockmann заявил, что выручка его магазинов в России в январе—июне из-за волатильности курса рубля упала на 15,4%, до €145,5 млн. Из-за снижения покупательской активности и рисков, связанных с взаимными санкциями США, ЕС и России, часть своих магазинов в нашей стране решила закрыть Seppala. О сокращении инвестиций в развитие в России заявила также польская LPP (бренды Reserved, House, Mohito).

Но несмотря на это, недавно LPP подписала договор аренды помещений в почти построенном в подмосковном Красногорске торгцентре «Красный кит» (девелопер — BTR Group). Правда, как ранее сообщал „Ъ", сроки открытия самого объекта могут несколько сдвинуться: местная прокуратура пытается выяснить, каким образом заместитель главы администрации Красногорска выдал разрешение на реализацию проекта. «Местная администрация удовлетворила обращение прокуратуры, ситуация урегулирована, нам выдано новое разрешение на строительство», конфликт исчерпан»,— говорит коммерческий директор BTR Group Артем Еранов. Он добавил, что договоры с новыми арендаторами продолжают подписываться. Так, в «Красном ките» в Красногорске свое заведение намерена открыть сеть фитнес-клубов «Физика», сообщил господин Еранов. «Если бы ситуация с объектом была бы критичной, то контрагенты вряд ли подписывали бы с нами договоры аренды»,— продолжает он. «Красный кит» — это не только крупный субрегиональный торгцентр, который интересен ритейлерам, но и объект с социальной составляющей (развлечения для детей, спортивные помещения и т. д.), говорит Максим Карбасникофф — партнер и руководитель отдела торговой недвижимости Cushman & Wakefield (консультант BTR по этому объекту). Поэтому, убежден он, в его открытии заинтересованы и местные власти. Кроме того, ритейлеров и других профильных арендаторов сейчас больше интересуют объекты нового формата, каковым может стать торгцентр NeoPolis в рамках одноименного делового квартала, строящегося в районе Румянцево в Новой Москве.

Многие опрошенные „Ъ" девелоперы уверяют, что розничные сети, ссылаясь на снижение потребительского спроса, пытаются договориться о выгодных для себя условиях аренды и требуют уступок в виде альтернативных вариантов снижения арендных платежей в будущих проектах. По словам Татьяны Ключинской из JLL, во втором квартале арендаторы настаивали на жесткой фиксации валютного коридора при заключении договора, выросло и количество контрактов, номинированных в рублях. «Самый распространенный вариант компромисса — привязывать на месяц или год ставку аренды к нижней границе оборота магазина»,— поясняет госпожа Ключинская. Это, продолжает она, говорит о том, что девелоперы готовы делить риски с арендаторами на этапе запуска проекта.

Один из девелоперов говорит, что сейчас проще договориться с российскими сетями, потому что многие из них не успели оптимизировать свои планы открытия новых точек. Представитель «М.Видео» сообщил, что в прошлом году сеть вместо запланированных 30 новых магазинов открыла 40 точек. Другой девелопер говорит, что намерен ориентироваться на сети, развивающие магазины недорогой одежды, так как их продукция всегда пользуется спросом.

Регионы копируют столицу

В регионах ситуация тоже непростая. «Сейчас во всей стране затруднен процесс заполнения торгцентров из-за того, что большинство сетей меняет стратегию своего развития»,— отмечает директор по маркетингу «Росевродевелопмента» (развивает региональные торгцентры) Кирилл Степанов. Он добавляет, что дополнительные трудности связаны с постоянными перепадами валютных курсов: «Из-за того что договоры аренды, как правило, заключаются в долларах и евро, затягиваются переговоры с новыми арендаторами, а имеющиеся все чаще выступают за пересмотр ставок». Новое предложение в сегменте торговой недвижимости в стране пока прирастает теми же темпами, что и в прошлом году. По оценкам Cushman & Wakefield, за этот год объем предложения вырастет на 18% по сравнению с 2013 годом. В 2014 году будет построено около 50 торгцентров общей площадью 2,2 млн кв. м (без учета Москвы). Темпы прироста сохранились с прошлого года, когда на рынке появилось 1,7 млн кв. м новых торговых площадей.

Кирилл Степанов говорит, что рынок растет за счет проектов, которые начали реализовываться в 2012–2013 годах. За посетителей приходится бороться — в этом регионы похожи на Москву. По данным Watcom, посещаемость торгцентров в Москве падает: перед 1 сентября значение Shopping Index (отражает количество посетителей на 1 тыс. кв. м арендуемой площади) было на 23% ниже, чем в прошлом году. Хотя, по словам гендиректора Watcom Романа Скорохода, все ждали традиционного осеннего всплеска. «В регионах падение посещаемости оказалось менее значительным, но ощутимым — в среднем на 10%»,— отмечает один из ритейлеров.

«Региональные девелоперы, как, впрочем, и столичные, больше вкладываются в отделку»,— отмечает Кирилл Степанов. Это пришлось делать из-за ритейлеров, которые теперь более придирчиво выбирают объекты, соглашается коммерческий директор «Торгового квартала менеджмент» Роман Гусейнов. Он добавляет, что теперь розничные сети неохотно перечисляют депозиты до начала строительства. Дешевая аренда (по сравнению с московской) не является абсолютным преимуществом региональных торговых объектов. Господин Степанов говорит, что средняя ставка в трех торговых центрах «Росевродевелопмента» в Красноярске, Уфе и Новосибирске составляет $550 за 1 кв. м в год. Это более чем в два раза ниже средневзвешенной ставки в Москве. «К концу года доллар может вырасти до 40 руб. Это окажет заметное влияние на рынок: долларовые ставки начнут снижаться, но прибыль арендаторов расти не будет, развитие сетей замедлится, как и рынка торговой недвижимости в целом»,— предупреждает господин Гусейнов.

Конкуренты не дремлют

Пока девелоперы утверждают, что, несмотря на существующую в ритейле тенденцию к ограничению темпов развития, у них нет проблем с поиском арендаторов. «Мы не испытываем существенных сложностей с привлечением арендаторов в наши проекты, хотя замечаем некоторое увеличение процента отказов со стороны потенциальных партнеров»,— рассказывает первый вице-президент «ТПС Недвижимости» Алексей Чиналев. По двум московским проектам «ТПС Недвижимости» — торгово-развлекательных центров на Кутузовском проспекте и Хорошевском шоссе, ввод которых намечен на конец 2015 года,— подписано по 35% предварительных соглашений. Заместитель гендиректора Rose Group Петр Исаев не чувствует изменений в работе с арендаторами универмага «Цветной». Но ситуация может измениться. В 2014–2015 годах прирост новых площадей будет существенным. Суммарный прирост предложения торговой недвижимости по всей стране в нынешнем году составит 3,2 млн кв. м, на будущий год заявлено 1,1 млн кв. м, сейчас в России — 16,8 млн кв. м, приводит свои данные управляющий партнер Colliers International в России Николай Казанский.

Конкуренция среди девелоперов, снижение потребительской активности (рост оборота розничной торговли в этом году ожидается на уровне 1,9% против 3% по итогам 2013 года) и замедление роста экономики заставят участников рынка проявлять еще большую осторожность, принимая решения. «Маржинальность бизнеса будет снижаться, арендные ставки — тоже»,— прогнозирует Максим Палт. Но, продолжает он, до конца года снижения арендных ставок не произойдет. Сейчас ставки в успешных торгцентрах Москвы превышают $2 тыс. за 1 кв. м в год. Если в 2015 году ставки и вырастут, то в пределах статистической погрешности — на 1,5%, резюмирует господин Палт.

Екатерина Геращенко

Динамика ввода торговых площадей в России (тыс. кв. м)

Город	2008 год	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год*
Москва	252,3	491	389,5	149,3	243,4	203,7	730
Санкт-Петербург	182,7	40	145,7	200,6	187,5	283,5	119
Екатеринбург	33,2	127,6	41	0	85,8	96,2	90
Нижний Новгород	50	0	0	11,6	96	40	75
Ростов-на-Дону	18,3	78	0	0	80	0	0
Самара	0	126,6	20	122,7	0	0	0
Казань	40	0	22,4	59,3	0	0	0
Новосибирск	40	0	38,2	62	0	17,7	52,5
Уфа	46,5	0	27,6	110	25,5	63,4	42
Воронеж	0	0	332,7	0	0	0	0
Омск	109	122,7	0	0	0	0	0
Челябинск	26	0	7,5	148,1	0	0	0
Волгоград	57	0	0	0	68	92,1	0
Красноярск	112	0	0	0	0	42,2	0
Пермь	20,5	0	0	6,3	0	0	0
Краснодар	177	144	45,5	0	205,2	26	0

*Прогноз. *Источник: JLL.*

Мимо улицы Тверской

— street retail —

Рестораторы, банкиры и ритейлеры, являющиеся основными арендаторами помещений street retail, постепенно теряют интерес к такой недвижимости. У каждого свои проблемы. Заведения общепита после вступления антитабачного закона недосчитываются посетителей. Банков становится все меньше. А ритейлеры предпочитают открывать свои точки в традиционных торговых центрах. В результате заметная часть помещений на первых этажах на Тверской — одной из самых дорогих торговых улиц мира — уже пустует.

«Давно ли вы были на Тверской?» — так отреагировал один из консультантов на рынке недвижимости на просьбу „Ъ" рассказать о тенденциях в сегменте street retail. Эти торговые помещения, расположенные на первых этажах зданий, всегда пользовались спросом у банков, рестораторов и ритейлеров. В Москве наиболее популярной зоной street retail много лет считалась Тверская улица. По соседству с Красной площадью одежные сети старались открыть свои флагманские магазины, банки — отделения для VIP, а рестораторы — дорогие заведения. Отличное расположение привело к тому, что несколько лет назад Тверская наряду со Столешниковым переулком стала такой же модной среди fashion-ритейлеров торговой улицей, как, например, нью-йоркская Пятая авеню, парижская Елисейские Поля или токийская площадь Гинза. Но сейчас ситуация прямо противоположная: на нечетной стороне Тверской улицы свободны помещения, где ранее размещались отделение обанкротившегося Мастер-банка и салон сотового ритейлера «Белый ветер», чей бизнес тоже сейчас рушится. Закрыты на реконструкцию площади, где находились магазины ювелирных сетей Frey Wille, Pandora и кафе-пекарня Paul.

Количество пустующих помещений на Тверской отображает общую тенденцию на московском рынке street retail. Сегодня доля свободных площадей в этом сегменте достигла 10% — это рекордный показатель за последние четыре года, отмечает партнер компании «Магазин магазинов» Марина Маркова. «С 2010 года этот показатель стабильно держался на уровне 4–5%»,— добавляет она. По данным RRG, например, в июле нынешнего года объем предложения в сегменте street retail в столице увеличился на 4%, до 86 тыс. кв. м.

Еще одна тенденция — разрушение монополии Тверской улицы как одного из самых популярных районов для street retail. Этому отчасти способствовали действия городских властей. Мэрия ограничила движение транспорта на некоторых улицах в центре столицы, превратив их в пешеходные зоны. Эти улицы, в отличие от Тверской, где к тому же накладывается проблема с ограничением парковки, привлекает больше людей, что выгодно арендаторам, говорит директор департамента торговой недвижимости Praedium Сергей Камлюк. «На Никольской почти все арендаторы хотели съехать с занимаемых площадей, но как только эта улица стала пешеходной, все они надумали остаться»,— рассказывает госпожа Маркова.

Но в любом случае таких очередей из потенциальных арендаторов, как были раньше, сейчас нет: компании не готовы переплачивать за место, даже если оно находится в престижном районе, отмечает консультант отдела торговой недвижимости Cushman & Wakefield Руслан Исхаков. Этому способствовали объективные факторы. Так, рестораторы, на чью долю приходится около 27% всех запросов на аренду помещений street retail, ощутили сокращение числа посетителей после вступления антитабачного закона, запрещающего курить в том числе в ресторанах и кафе. «Поэтому владельцы вновь открываемых заведений общепита стараются придумывать альтернативные форматы, позволяющие минимизировать затраты на аренду недвижимости»,— делится своими наблюдениями господин Исхаков. Консультанты также отмечают сокращение спроса на такую недвижимость со стороны банков — это еще одни из основных арендаторов помещений на первых этажах. По данным «Магазина магазинов», по итогам шести месяцев текущего года на банки пришлось 3% запросов на объекты street retail против 8% за аналогичный период прошлого года. Этому способствует сокращение числа банков в результате новой политики Центробанка по расчистке финансового рынка. Спрос на помещения street retail сохраняют владельцы мини-маркетов и аптек, продолжает Руслан Исхаков. Правда, добавляет он, в общей структуре арендаторов на эту категорию приходится не более 5%.

Марина Маркова говорит, что текущие изменения на рынке привели к снижению ставок аренды почти на 20% по сравнению с данными на конец прошлого года. «Хотя правильнее называть этот процесс коррекцией, так как ставки в Москве очень высокие и их уровень сейчас не поддерживается спросом»,— уточняет она. Председатель совета директоров RRG Денис Колокольников отмечает, что в июле ставки снизились на 3% по сравнению с предыдущим месяцем и на 15% по сравнению с июлем 2013 года. Сейчас, по его данным, средняя ставка аренды помещений street retail составляет $2,07 тыс. за 1 кв. м в год. Так, продолжает господин Колокольников, были сданы 150 кв. м на Мясницкой за $3 тыс. за кв. м в год и 300 кв. м на Арбате за $3,28 тыс. за кв. м. Самая популярная у продавцов luxury-товаров московский район — Столешников переулок: здесь ставка составляет в среднем $5–7 тыс. за 1 кв. м. Аналогичные расценки на аренду и на Тверской.

Сергей Камлюк из Praedium прогнозирует, что спрос вернется на недвижимость формата street retail, как только собственники помещений поймут, что лучше снизить ставки, чем терять денежные потоки из-за простоя площадей. Один из консультантов приводит пример с тем же салоном «Белого ветра» на Тверской: магазин закрылся в том числе из-за того, что собственник помещений пытался сохранить размер аренды на уровне 4 млн руб. в месяц и стороны не договорились. Магазины одежды и обуви оставляют на торговых улицах только представительские магазины, если могут себе позволить их содержать, так как по выручке более успешными являются точки в торговых центрах. Вообще, заключает Марина Маркова, популярность у арендаторов помещений street retail падает на фоне растущих преимуществ размещения в традиционных торговых центрах.

Екатерина Геращенко

Десятка самых дорогих торговых улиц мира

Место в 2013 году	Место в 2012 году	Город	Страна	Улица	Стоимость аренды (тыс. евро за кв. м в год)	Изменение ставки (в %)
1	1	Гонконг	Гонконг (Китай)	Козвей-Бей	24,98	14,7
2	2	Нью-Йорк	США	Пятая авеню	20,7	0
3	3	Париж	Франция	Елисейские Поля	13,25	38,5
4	6	Лондон	Великобритания	Нью-Бонд-стрит	8,66	15,6
5	4	Токио	Япония	Гинза	8,15	7,4
6	8	Милан	Италия	Виа Монтенаполеоне	7,5	7,1
7	7	Цюрих	Швейцария	Банхофштрассе	7,23	2,3
8	5	Сидней	Австралия	Питт-стрит-Молл	7,04	0
9	9	Сеул	Южная Корея	Муенгдонг	6,06	6,4
10	11	Вена	Австрия	Кольмаркт	4,44	8,8

Источник: Cushman & Wakefield.