



ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ РОССИИ

IV квартал 2023 года



На пути к стабилизации

В конце 2023 года стали заметны первые признаки охлаждения спроса и замедления роста экономической активности на фоне ужесточения денежно-кредитной политики

Внешний контекст >

Потребительский рынок

Обеспеченность торговыми площадями

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Новые бренды

Инвестиции в торговую недвижимость

ВВП в 2023 году, по предварительной оценке Минэкономразвития, составит 3,5%. Показатель значительно превзошел прогнозы, еще в сентябре годовой индикатор ожидался на уровне 2,8%.

На рост физического объема ВВП повлияло увеличение внутреннего конечного спроса. Так, структура основных компонентов ВВП, по предварительным данным, сместилась в сторону расходов на конечное потребление – с 65,8% до 68,7%, доля чистого экспорта сократилась с 10,2% до 5,3%.

В конце года стали заметны первые признаки охлаждения спроса и замедления роста экономической активности. При этом ожидания бизнеса на ближайший год остаются оптимистичными, а потребительские настроения сохраняются на высоком уровне. Высокими держатся и темпы роста цен на товары и услуги.

Вместе с тем жесткая денежно-кредитная политика Банка России постепенно дает свои результаты. В ближайшие месяцы мы будем наблюдать постепенное торможение деловой и потребительской активности, а ожидаемое сокращение бюджетного импульса поддержит тренд.

Для коммерческой недвижимости год будет характеризоваться значительным потенциалом спроса, находящегося под внешним давлением, а также ограниченными объемами нового девелопмента во всех сегментах.

Основные параметры прогноза на 2024 год

2,3%

Темп роста ВВП, г/г

4,5%

ИПЦ, % к декабрю

12,5-14,5%

Ключевая ставка, в среднем за год, в % годовых

3,6%

Оборот розничной торговли, г/г

3,1%

Уровень безработицы, % к рабочей силе

2,7%

Реальные располагаемые денежные доходы населения, г/г

Источник: ЦБ РФ, Минэкономразвития

Потребительский рынок

Прогноз на замедление темпов роста потребительской активности

Острая нехватка кадров во многих отраслях экономики способствовала повышению заработных плат, что сыграло важную роль в поддержании внутреннего спроса.

Начиная с апреля 2023 года, оборот розничной торговли превосходил аналогичные показатели 2022 ежемесячно. В сентябре индикатор достиг рекордных **+12,2%**.

Таким образом, совокупно за 11 месяцев 2023 года оборот розничной торговли превысил аналогичный показатель предыдущего года на **5,9%**, оборот общественного питания вырос на **12,5%**, а оказанные населению платные услуги на **4,3%**.

С начала 2024 года мы ожидаем замедление темпов роста показателей потребительской активности в связи с завершением реализации потенциала прошлых лет. Кроме того, ужесточение денежно-кредитной политики и высокая степень закредитованности граждан также окажут влияние на объемы потребления. Отрицательно скажутся и сохраняющиеся повышенные темпы роста цен. На стороне поддерживающих факторов выступает продолжающийся рост доходов населения ввиду дефицита трудовых ресурсов. Так, по прогнозу Минэкономразвития, рост оборота розничной торговли в 2024 году составит **3,6%** год к году.

Новый покупатель – кто он?

Молодое поколение (те, кто родился с 1997 по 2012 год) с каждым годом играют все большую роль на рынке. Поколение Z («зумеры») похожи на типичного покупателя, но имеют ряд специфических черт.

Лояльность и рациональность

Зумеры отличаются от более взрослого поколения особой лояльностью к определенным брендам. Большинство из них точно знает, что они приобретут, зайдя в магазин. Самая значимая характеристика товара для поколения Z – высокое качество продукта.

Тем не менее, даже при рациональном подходе к покупкам **поколение Z старается не экономить, а покупать те товары, которые будут полностью соответствовать их потребностям и ожиданиям.**

Онлайн-шоппинг

Молодое поколение росло параллельно с развитием интернета и персональных гаджетов, часть из них пользуется исключительно онлайн-шоппингом. Однако **зумеры более избирательны к выбору онлайн-площадок и имеют высокие требования к их функционалу**, например, важную роль играет наличие нескольких способов оплаты, трекинг доставки, реальные отзывы и персонализированные подборки.

Открытость к новинкам

Несмотря на высокую лояльность к брендам, молодому поколению свойственно пробовать новое. Как правило, ключевой причиной является рекомендация друзей и семьи.

Источник: Nielsen IQ

Внешний контекст

Потребительский рынок >

Обеспеченность торговыми площадями

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Новые бренды

Инвестиции в торговую недвижимость

Обеспеченность торговыми площадями

В России и мире

Внешний контекст

Потребительский рынок

Обеспеченность торговыми площадями

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Новые бренды

Инвестиции в торговую недвижимость

Россия

Город	Общее предложение GLA, млн кв. м	Обеспеченность жителей качественными торговыми площадями GLA, кв. м /1000 жителей
Москва	6,5	495
Санкт-Петербург	2,4	428
Екатеринбург	0,9	559
Самара	0,8	714
Краснодар	0,8	681
Нижний Новгород	0,7	530
Казань	0,5	376
Воронеж	0,4	418
Ростов-на-Дону	0,4	382
Уфа	0,4	351



Мир

Город	Общее предложение GLA, млн кв. м	Обеспеченность жителей качественными торговыми площадями GLA, кв. м /1000 жителей
Пекин	14,8	678
Сингапур	6,2	1 057
Куала-Лумпур	5	2 523
Джакарта	4,7	418
Оттава	2,4	2 377
Лиссабон	1	1 890
Будапешт	0,8	477
Бухарест	0,8	419
Братислава	0,6	866
Загреб	0,6	702



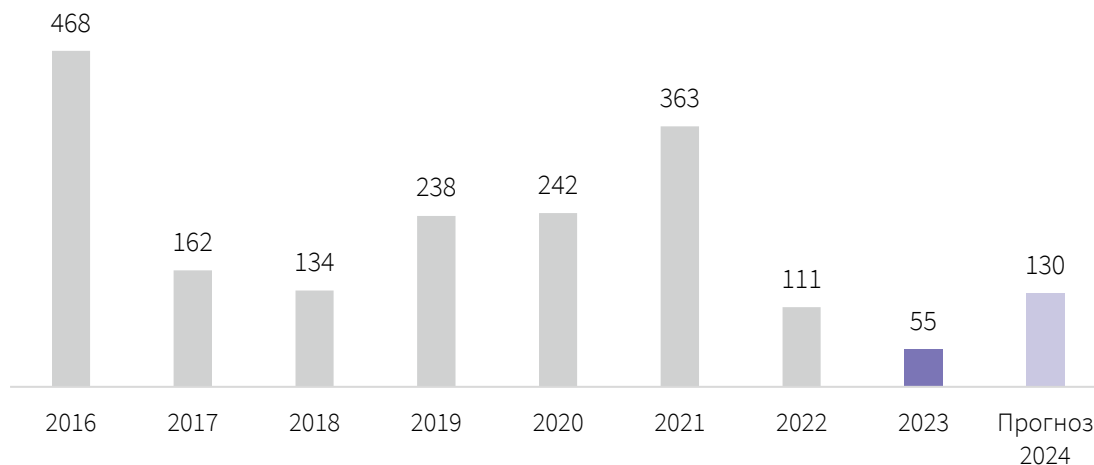
Новые торговые центры: Москва

По итогам 2023 года в Москве было открыто пять ТЦ, арендопригодная площадь которых составляет 55 тыс. кв. м. Суммарный объем нового строительства в столице оказался ниже, чем прогнозируемый. Сроки ввода объектов продолжают переноситься ввиду увеличившегося срока поиска арендаторов и увеличения стоимости строительства.

Самым крупным торговым объектом, открытым в 2023 году, был Митино Парк (GLA: 27 тыс. кв. м). ТЦ расположен на северо-западе Москвы в пешей доступности от станции метро.

В 2024 году мы ожидаем рост объемов нового строительства, что будет связано с вводом крупного торгового объекта в составе ТПУ Селигерская и других проектов, находящихся на финальной стадии строительства.

Динамика нового строительства в Москве, тыс. кв. м



Ключевые цифры

Общее предложение, млн. кв. м	6,5
Объем ввода с начала 2023 года, тыс. кв. м	55
Доля вакантных площадей, %	12
Доля приостановленных площадей, %	0,5
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, GLA кв. м /1000 жителей	495

Митино Парк



GLA: 27 тыс. кв. м
Местоположение: СЗАО

Внешний контекст

Потребительский рынок

Обеспеченность торговыми площадями

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Новые бренды

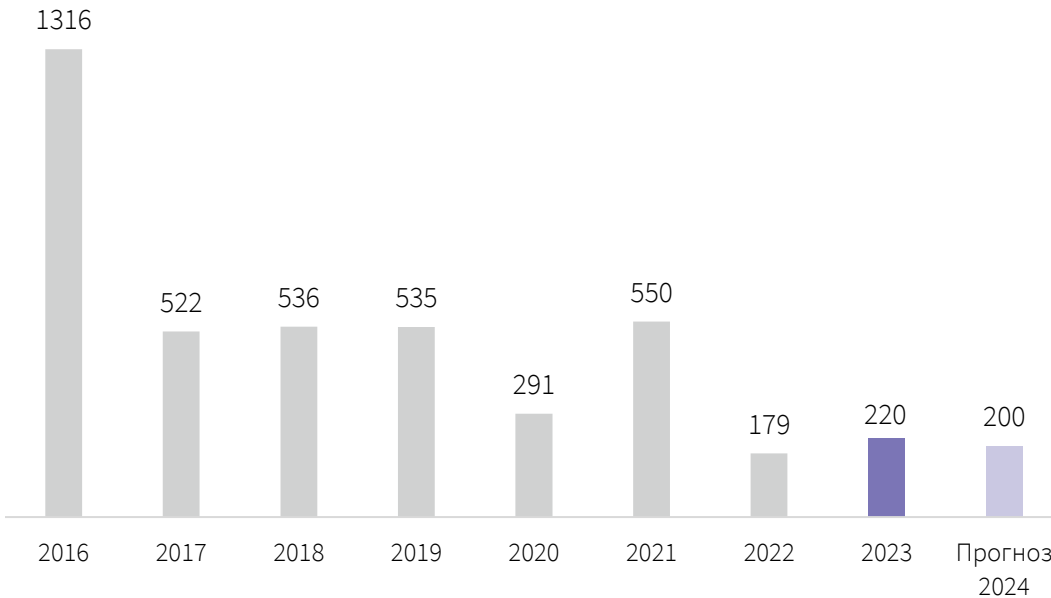
Инвестиции в торговую недвижимость

Новые торговые центры: регионы

В 2023 году в регионах России открылось 16 торговых центров, арендуемая площадь которых составляет более 220 тыс. кв. м. Суммарный объем нового строительства в регионах оказался выше прогнозируемого.

Наиболее крупные объекты, появившиеся на региональном рынке в 2023 году: ТРЦ Мармелад в г. Череповце (GLA 45 тыс. кв. м), ТЦ «Арсиб Тауэр» в Тюмени (GLA: 27 тыс. кв. м), ТРЦ ЭкоПарк в Мурино (GLA: 18 тыс. кв. м), ТЦ Подкова 2 во Владимире (GLA: 18 тыс. кв. м), ТЦ МӨБЕЛЬБУРГ в Санкт-Петербурге (GLA: 17 тыс. кв. м), ТРЦ West Mall в Краснодаре (GLA: 15 тыс. кв. м).

Динамика нового строительства в регионах, тыс. кв. м



Ключевые цифры

Общее предложение, млн. кв. м	19,3
Объем ввода с начала 2023 года, тыс. кв. м	220
Прогнозируемый объем ввода в 2024 году, тыс. кв. м	200

Арсиб Тауэр



GLA: 27 тыс. кв. м
Местоположение: Тюмень

Внешний контекст

Потребительский рынок

Обеспеченность торговыми площадями

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Новые бренды

Инвестиции в торговую недвижимость

Новые бренды

В IV квартале 2023 на российский рынок вышло два новых международных бренда из Италии и Финляндии. Также за этот период в России появилось четыре новых локальных бренда. Среди российских ритейлеров наблюдается тенденция на расширение ассортимента и аудитории за счет создания новых брендов, реализующих другие товарные линейки (GLVR от Gulliver, Lite от Mascotte).

Итоги 2023 года:

74%

Новых брендов специализируется на одежде и обуви

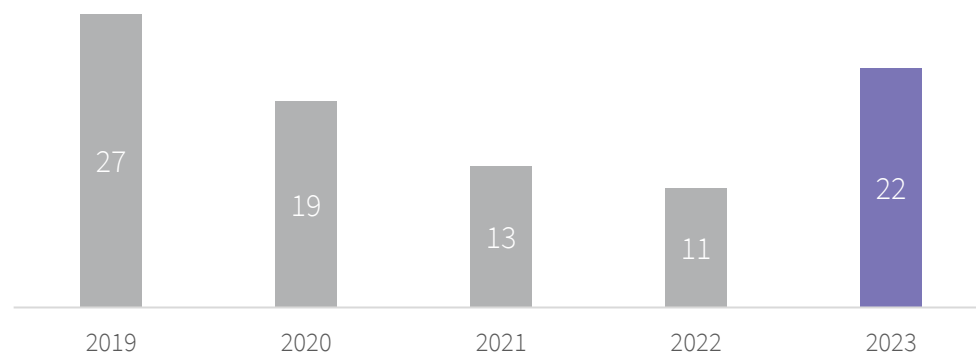
17%

Новых брендов специализируется на товарах для дома

Кроме того, в 2023 году появились бренды нижнего белья, детской одежды и обуви, спортивных товаров и косметики.

По итогам года в РФ открылось 22 международных бренда, ранее не представленных в стране. Всего новые международные бренды заняли более 100 тыс. кв. м в торговых центрах Москвы и Санкт-Петербурга.

Динамика выхода новых международных брендов на рынок России



Новые бренды в IV квартале 2023

Бренд	Сегмент	Страна происхождения
OVS	Одежда и обувь	Италия
GLVR	Одежда и обувь	Россия
Lite	Одежда и обувь	Россия
LUCKY BEAR	Одежда и обувь	Россия
LASSIE	Детская одежда и обувь	Финляндия
REDECORO	Товары для дома	Россия

Внешний контекст

Потребительский рынок

Обеспеченность торговыми площадями

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Новые бренды >

Инвестиции в торговую недвижимость

Инвестиционные сделки в торговую недвижимость

По итогам 2023 года совокупный объем вложений в недвижимость в России составил 833 млрд руб., что на 67% превосходит рекордное годовое значение прошлого года. **Доля сделок с торговой недвижимостью составляет почти 40% в общем объеме инвестиций.**

Рост объема инвестиционных вложений в торговую недвижимость в первую очередь обеспечен закрытием ряда сделок с «трофейными» активами от иностранных продавцов. Однако, интерес к объектам торговой недвижимости, проявляли не только девелоперские компании и инвестиционные фонды. В ряде случаев покупателями являлись непрофильные игроки рынка – строительные, металлургические и компании финансового сектора.

Динамика объема инвестиционных сделок с коммерческой недвижимостью России, млрд руб.



Ключевые сделки 2023 года



14 ТРЦ МЕГА
Москва, Регионы РФ

Площадь:
2,3 млн кв. м

Цена продажи:
конфиденциально



ТРЦ Метрополис
Москва

Площадь:
205 тыс. кв. м

Цена продажи:
55 - 60 млрд руб.



ТРЦ Columbus
Москва

Площадь:
136 тыс. кв. м

Цена продажи:
45 - 47 млрд руб.

Внешний контекст

Потребительский рынок

Обеспеченность торговыми площадями

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Новые бренды

Инвестиции в торговую недвижимость





*Совершенство
в деталях*



МИКАЭЛ КАЗАРЯН

Член совета директоров,
Руководитель департамента
рынков капитала и инвестиций



ЕКАТЕРИНА НОГАЙ

Руководитель департамента
исследований и аналитики



Спасибо



Россия

Москва,
ул. Валовая, д. 26
Moscow.Russia@ibcrealestate.ru

Санкт-Петербург,
ул. Итальянская, д. 17
St.Petersburg.Russia@ibcrealestate.ru

Казахстан

Алматы,
SmArt.Point, ул. Байзакова, д. 280
Almaty.Kazakhstan@ibcrealestate.kz