



ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ РОССИИ

3 квартал 2023 года



В ожидании стабилизации

Ужесточение денежно-кредитной политики будет способствовать возвращению экономики на траекторию умеренного сдержанного роста

Внешний контекст >

Потребительский рынок

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Ритейлеры

	2022	2023п	2024п
Темп роста ВВП, % г/г	-2,1	2,8	2,3
ИПЦ, % к декабрю	11,9	7,5	4,5
Ключевая ставка в среднем по году, %	10,6	9,6-9,7	11,5-12,5
Оборот розничной торговли, % г/г	-6,7	5,3	3,5
Реальные располагаемые денежные доходы населения, % г/г	-1,0	4,3	2,7
Курс доллара США, рублей за доллар	67,5	85,0	90,0
Цена на нефть марки Brent, долл. США за баррель	98,7	83,5	85,0
Цена на нефть марки Urals, долл. США за баррель	76	60	60

Источник: ЦБ РФ, Минэкономразвития

Стремительный **рост экономической активности** в I полугодии **привел к усилению проинфляционных рисков**



С учетом того, что с начала года средняя ключевая ставка равна 8,2%, с 18 сентября **до конца 2023 года средняя ключевая ставка прогнозируется в диапазоне 13,0-13,6%**

Восстановление экономики в III квартале 2023 года шло по широкому кругу отраслей. По оценкам ЦБ, та часть экономики, которая ориентирована на внутренний спрос, в целом уже превысила уровень докризисного 2021 года.

Уверенный рост внутреннего спроса происходит за счет расширения частного спроса при сохранении государственного спроса на высоком уровне. Увеличение потребительской активности поддерживается высокими темпами кредитования и ростом реальных заработных плат на фоне дефицита трудовых ресурсов.

В среднесрочной перспективе деловая активность снизится на фоне ужесточения денежно-кредитных условий. Спрос на рынках коммерческой недвижимости сохранится, однако будет более сдержанным в сравнении с летними месяцами 2023 года.

Потребительский рынок

Внешний контекст

Потребительский рынок

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Ритейлеры

Потребители – главный драйвер экономики

Вплоть до весны 2023 года население придерживалось берегательной модели потребления, постепенно увеличивая траты на фоне роста реальных заработных плат и минимальных уровней безработицы по всей стране. На 3 квартал пришелся пик потребительской активности и реализации накопленного потенциала, а внутренний спрос стал одним из важнейших драйверов скоренного восстановления экономики.

Начиная с апреля 2023 года, оборот розничной торговли (очищенный от инфляции) превосходил аналогичные показатели 2022 ежемесячно. В августе индикатор достиг рекордных +11%.

Таким образом, совокупно за 8 месяцев 2023 года оборот розничной торговли превысил аналогичный показатель предыдущего года на 3,7%, оборот общественного питания вырос на 14%, а оказанные населению платные услуги – на 4,2%.

До конца года мы ожидаем сохранение высокой потребительской активности, однако уже в начале 2024 мы увидим влияние эффекта ужесточения денежно-кредитной политики и завершения реализации накопленного потенциала.

Источник: Минэкономразвития

Потребители в торговых центрах в 2023 году: за 5 лет доля россиян, посещающих торговые центры, снизилась на 4 п.п. или >6 млн человек

По результатам опроса ВЦИОМ, 71% россиян с разной периодичностью посещают торговые центры, еще в 2018 году показатель был выше и составлял 75%.

Такие результаты могут говорить о том, что ТЦ «достигли потолка» своей аудитории, а активность покупателей ограничена ввиду экономии и в значительной степени перетекает в онлайн.

Ключевые мотивы посещения торговых центров

Покупка продуктов (71% россиян) и товаров длительного пользования (65%) остаются главными мотивами посещения ТЦ.

Сильно отстает общепит, которым пользуются 39% посетителей ТЦ.

Далее следует «развлекательный кластер» — кино (26%), детские комнаты (25%), встречи с друзьями (23%), развлекательные мероприятия (11%), фитнес и спорт (9%), образовательные мероприятия (6%).

Источник: ВЦИОМ

Стратегии посещения ТЦ людьми разного возраста

Стратегии различаются, но покупки остаются на первых местах во всех возрастных группах.

Внешний контекст

Потребительский рынок >

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Ритейлеры



18-24 года

Стратегия «шопинг, общепит и досуг для себя»

Чаще других приходят в ТЦ за отдыхом и развлечениями, ходят в кино, встречаются с друзьями



25-34 года

Стратегия «шопинг, общепит, досуг для себя и для детей»

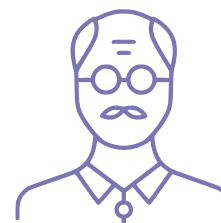
Еще сохраняется развлекательная активность, но реже, чем у молодежи до 25 лет. В то же время именно на эту группу приходится дебют интереса к детским комнатам.



35-44 года

Стратегия «шопинг, общепит и досуг для детей»

В этом возрасте уже подрастают дети, их может быть больше одного, поэтому посещение детских комнат и развлечений для детей опережает все другие форматы активности. Остальные варианты досуга звучат намного реже.



45-59 лет

Стратегия «преимущественно шопинг и общепит»

Подростки перешли в группу самостоятельных посетителей и внуками полноценно не заместились.



60+ лет

Стратегия «преимущественно шопинг»

В этой группе приходят в ТЦ, чтобы купить продукты и товары длительного пользования. Остальное не пользуется популярностью. Посещают заведения общепита в этой группе 18% — минимум среди всех возрастных групп.

Новые торговые центры: Москва

Внешний контекст

Потребительский рынок

Новые торговые центры: Москва



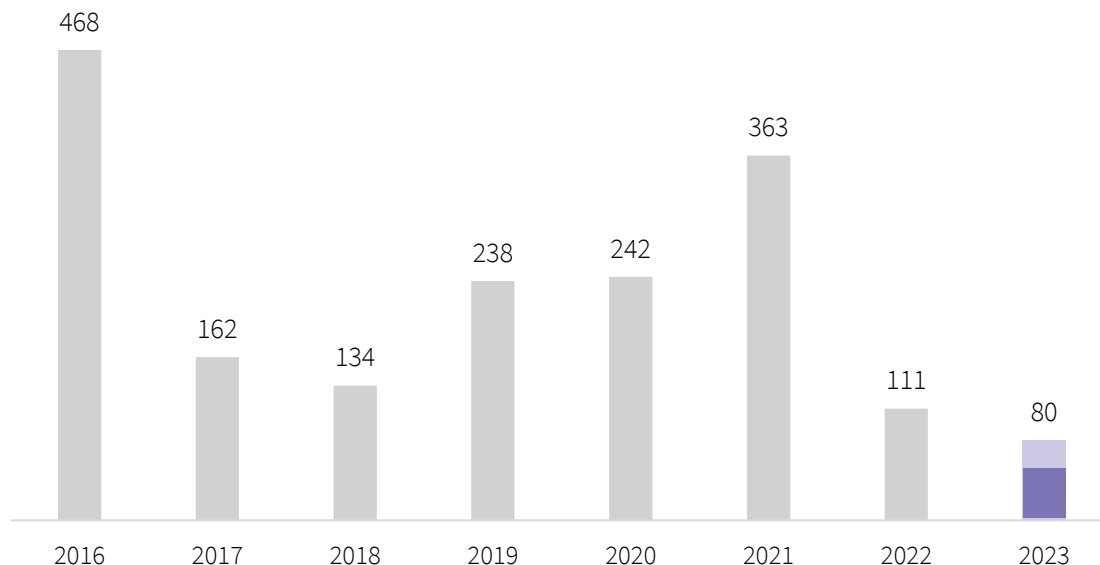
Новые торговые центры: регионы

Ритейлеры

Динамика нового строительства торговых центров в Москве низкая. Сроки ввода объектов продолжают переноситься ввиду увеличившегося срока поиска арендаторов. Так, в Москве в 3 квартале 2023 был открыт только один ТЦ – **Место встречи Звездный**. Это районный центр, созданный на базе кинотеатра, в рамках программы реконструкции. До конца 2023 года к вводу заявлено 15 объектов, общей площадью 146 тыс. кв. метров. Однако в течение четвертого квартала мы ожидаем корректировок по дате ввода многих объектов.

Заполняемость торговых площадей остается низкой в новых ТЦ. Это связано с тем, что новые бренды отдают предпочтения объектам, которые за многие годы своего существования имеют лояльную аудиторию и устоявшийся пул арендаторов. Несмотря на это, на рынке есть успешные новые проекты, которые заполнены на более чем 90%.

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	52
Прогнозируемый объем ввода в 2023 году, тыс. кв. м	80
Доля вакантных площадей, %	12
Доля приостановленных площадей, %	2
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, GLA кв. м /1000 жителей	493

Место встречи Звездный



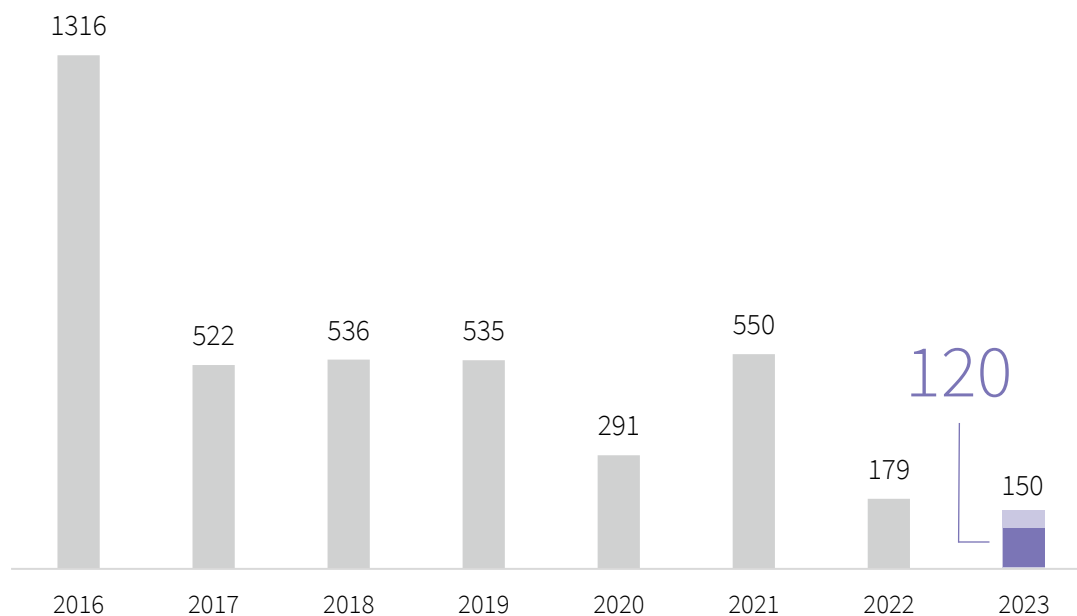
GLA: 5 тыс. кв. м
Местоположение: ЗАО

Новые торговые центры: регионы России

За три квартала 2023 года в регионах России открылось 10 торговых центров, арендуемая площадь которых составляет 120 тыс. кв. м. География открытий разнообразна: Череповец, Краснодар, Нижний Новгород, Шадринск, Брянск, Севастополь, Тула, Киров и Набережные Челны.

Наиболее крупные объекты, появившиеся на рынке – ТРЦ Мармелад (GLA: 45 тыс. кв. м) в Череповце, ТРЦ West Mall (GLA: 15 тыс. кв. м) в Краснодаре и ТЦ Шадринск Холл (GLA: 13,5 тыс. кв. м) в Шадринске. Более того, **ТРЦ Мармелад является крупнейшим торговым объектом, который открылся в России с 2021 года.**

Динамика нового строительства в регионах, тыс. кв. м



Ключевые цифры

Общее предложение, млн. кв. м	19
Объем ввода с начала 2023 года, тыс. кв. м	120
Прогнозируемый объем ввода в 2023 году, тыс. кв. м	150

ТРЦ Мармелад



GLA: 45 тыс. кв. м
Местоположение: Череповец

Внешний контекст

Потребительский рынок

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Ритейлеры

Новые бренды

В 3 квартале 2023 года в России продолжают появляться новые международные и локальные бренды, преимущественно реализующие fashion-продукцию и товары для дома.

Итоги 3 кварталов:

68%

Новых брендов относятся к профилю «Одежда и обувь»

24%

Новых брендов относятся к профилю «Товары для дома»

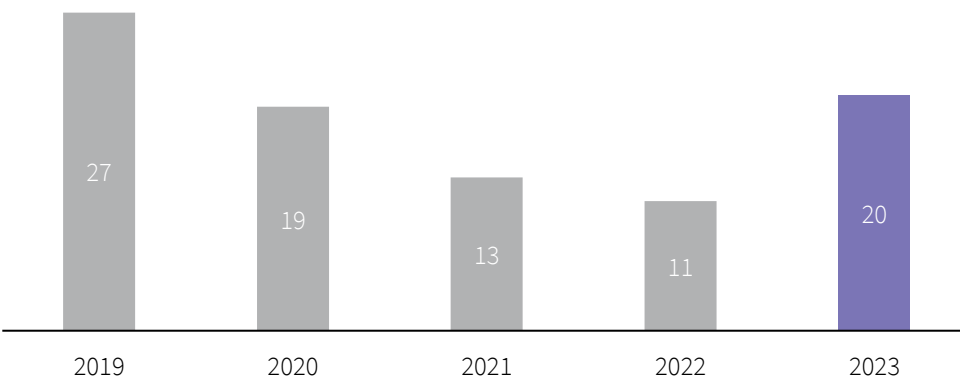
45%

Новых международных брендов из Турции

20%

Новых международных брендов из Белоруссии

Новые международные бренды:



Внешний контекст

Потребительский рынок

Новые торговые центры: Москва

Новые торговые центры: регионы

Ритейлеры



Новые бренды, вышедшие на рынок в 3 квартале 2023 года

Бренд	Сегмент	Страна происхождения
O X X O	Одежда и обувь	Турция
Kelebek	Товары для дома	Турция
JC	Одежда и обувь	Россия
IDOL	Одежда и обувь	Россия

Благодаря появлению на рынке новых игроков, которые занимают пустые площади ушедших международных брендов, **уровень вакансии** в ТЦ Москвы стабилизировался и составляет **12%** (+1 п.п. к 2022 г.), а доля временно приостановленных магазинов – **2%** (-9 п.п.).



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