

ПРОГНОЗЫ

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

23 мая 2022



ПРЕДПОСЫЛКИ ПРОГНОЗОВ

“

Май принес нам целый комплект самых разных прогнозов - ни Министерство Экономического Развития, ни Центральный Банк не ожидают начала восстановления экономики в 2023 году. С учетом того, что структурная перестройка российской экономики уже идет полным ходом, прогнозирование на 2024 год и далее становится практически невозможным, так как не предсказуемы ни параметры внешней торговли, ни структура ВВП после завершения трансформации. Можно лишь с большой уверенностью говорить о снижении вклада потребительского сектора в экономику и увеличении государственного участия.

В этом году ожидается инфляция на уровне 20%, в следующем – около 10% а в 2025 – возврат к «довоенным» 5%. Это означает, что цены в среднем вырастут за 3 года на 40%. Недвижимость вряд ли сможет дорожать параллельно инфляции, поэтому скорее всего в ближайшие 3 года нас ждет значительное снижение цен на недвижимость в реальном исчислении.

Уже сейчас очевидно (и ЦБ это подтверждает) что российский импорт будет дорожать, что связано с ростом накладных расходов. Если раньше импортеры использовали аккредитивы или даже получали товарные кредиты, то теперь от них ждут полной предоплаты, а это, при высоких кредитных ставках означает рост стоимости. Что касается внутреннего производства, то драйвером инфляции станет снижение предложения, так как в текущих условиях производители фокусируются на повышении маржинальности, а не на экспансию.

Важным фактором для городской коммерческой недвижимости является «уход» западных компаний. Уход сопровождается закрытием обязательств по аренде или передаче этих обязательств новым собственникам. Именно поэтому в моменте рынок стабилен, так как переговорный процесс и передача управления еще не спустились до уровня арендных договоров. Мы полагаем, что в конце июня начнется основное движение на рынке.

В финансовых моделях необходимо учитывать инфляцию в 40% на 3-летнем горизонте.

Денис Соколов

Партнер,
Руководитель департамента
исследований и аналитики



РЫНОК В ЦИФРАХ

МОСКВА Январь – май 2022 г.

5,93

млн кв. м

Общее количество торговых площадей в форматных торговых объектах

27,5

тыс. кв. м

Новое строительство (торговые объекты от 15 000 кв. м торговой площади)

11

%

Доля свободных площадей в форматных торговых объектах

МОСКВА Прогноз на конец 2022 г.

6,02

млн кв. м

Общее количество торговых площадей в форматных торговых объектах

60

тыс. кв. м

Новое строительство (торговые объекты от 15 000 кв. м торговой площади)

30

%

Доля свободных площадей в форматных торговых объектах



В условиях неопределённости с магазинами, приостановившими деятельность, не только собственники ТЦ страдают от снижения арендного потока, но и работающие операторы отмечают снижение количества покупателей. При этом обороты ритейлеров могут даже расти в номинальном выражении, но этот рост, как правило, определяется значительным ростом расходов, которые отражены в ценах.



Посещаемость магазинов и ТЦ продолжает снижаться, по сравнению с мартом разрыв с показателями 2019 и 2021 гг. продолжает расти. Майские праздники не принесли ожидаемого роста количества покупателей в магазинах и ресторанах.

Мы не ожидаем восстановления посещаемости до конца этого года.



Трафик ТЦ (Mall Index Москва):

-8% апрель 2022 vs апрель 2021

-25% апрель 2022 vs апрель 2019

(данные – Focus)

ПОКУПАТЕЛЬСКАЯ СПОСОБНОСТЬ

После всплеска потребительской активности в феврале уже в марте 2022 года, по расчётам ЦБ с исключением сезонного фактора, обороты розничной торговли и общественного питания в России снизились (-2,5% и -7,0% м/м SA, соответственно). В сложившихся условиях резкого сжатия экономики и ожидаемых структурных изменений, которые приведут к дефициту товаров в краткосрочной перспективе, мы ожидаем дальнейшего сжатия потребительского рынка.

Согласно консервативному варианту прогноза ЦБ расходы домохозяйств на конечное потребление могут суммарно снизиться на 15% за два ближайших года. Консервативный сценарий Минэка также предусматривает двухлетнее снижение реальных располагаемых доходов и оборота розничной торговли, который может достигнуть 10%. Базовый сценарий, при котором снижение продаж и доходов будет ощутимым только в текущем году, кажется излишне оптимистичным. Однако снижение ключевой ставки и, как следствие, ставок по депозитам, а так же высокий уровень неопределённости могут стимулировать потребителей к тратам.

Макроэкономический прогноз Банка России (базовый сценарий), май 2022 г.

	2020	2021	2022п	2023п	2024п
ИПЦ (в % дек. к дек. пред. года)	4,9	6,7	18,2 – 20,9	6,8 – 10,4	4,1 – 4,6
Ключевая ставка (% годовых, в среднем за год)	5,1	5,7	12,5 – 14,01	9,0 – 11,0	6,0 – 8,0
ВВП (%, г/г)	-2,7	4,7	-(8,0 – 10,0)	-(3,0) – 0,0	-2,5 – 3,5
Расходы на конечное потребление домашних хозяйств (%, г/г)		9,5	-(8,5 – 10,5)	-(2,0 – 5,0)	3,0 – 4,0

Среднесрочный прогноз Министерства экономического развития РФ (базовый/консервативный сценарии), май 2022 г.

	2021	2022п	2023п	2024п
Оборот розничной торговли (%, г/г)	7,3	-8,7 -9,6	2,5 0,3	4,9 4,9
Реальные располагаемые доходы населения (%, г/г)	3,0	-6,8 -7,4	1,3 -1,1	4,3 2,6
Уровень безработицы, % к рабочей силе (%, г/г)	4,8	6,7 7,0	6,6 6,8	5,4 5,7

ПОИСК БАЛАНСА ИНТЕРЕСОВ

Любой рынок может развиваться только при условии баланса интересов сторон.

Рынок торговой недвижимости вошёл в очередной этап поиска такого баланса.

Ритейлеры оценивают вводные по затратам на аренду, при которых сохраняется рентабельность бизнеса, и выходят к собственнику с просьбами о скидках на аренду.

Девелоперы ищут способы сохранить свои объекты в условиях снижения выручки от аренды не только от приостановивших свою деятельность, но и работающих магазинов.

РИТЕЙЛЕРЫ ЖДУТ ХОРОШИХ НОВОСТЕЙ

Одним из ключевых факторов развития рынка ритейла на сегодня является вопрос о дальнейшей судьбе операторов, приостановивших работу.

Закрытые магазины «ломают» концепцию ТЦ, уменьшают арендный поток от объекта, негативно влияют на обороты и посещаемость открытых операторов. При этом многие операторы, взявшие паузу, смогут продолжить работу только при полной перестройке бизнеса, новых решениях по транспортной логистике и при условии хороших геополитических новостей, которые могут позволить им возобновить работу.

Часть операторов прорабатывают варианты выхода из бизнеса в России через передачу брендов под локальное управление, продажу, тот или иной вариант франчайзинга. Первыми «кейсами» по выходу среди ритейлеров уже стали LPP, McDonald's, Reebok, Starbucks, L'Occitane. Время «приостановок» заканчивается, начинается этап принятия решений. До конца лета мы увидим и другие примеры выхода иностранных брендов из российского бизнеса.

Проблемы, с которыми сталкиваются сейчас ритейлеры: рост себестоимости и тарифов на перевозку товара, увеличение сроков доставки, сужение ассортимента и снижение посещаемости магазинов. В наиболее тяжелой ситуации оказались кинотеатры, у которых снижение трафика составляет порядка 70%.

ДЕВЕЛОПЕРЫ ЖДУТ РЕШЕНИЙ РИТЕЙЛЕРОВ

Девелоперы ожидают финальных решений от арендаторов, приостановивших свою деятельность, хотя и прорабатывают возможные варианты развития событий на случай закрытия части операторов.

Среди активно обсуждаемых вариантов: привлечение российских развивающихся брендов, собственная франшиза новых турецких и азиатских ритейлеров, реконцепция освобождаемых площадей.

Очевидных решений сейчас нет. В каждом из вариантов есть свои риски и ограничения.

Новые бренды из Азии и Турции не готовы выходить на прямую и рассматривают только партнёрские схемы. Если таким партнёром становится собственник ТЦ, ему нужно фактически создавать новый бизнес с нуля.

Российские бренды смогут занять освобождаемые площади только частично, для более масштабного развития нужно время и тестирование рынка.

Реконцепция – сложная задача из-за специфики площадей некоторых операторов (например, кинотеатры), а также в условиях ограниченного пула потенциальных арендаторов. К тому же обновление концепции предполагает значительные затраты, размер которых в текущей ситуации даже сложно оценить. На фоне неопределённости с выручкой, скорее всего, мало кто из собственников решится на такой процесс.

ОЖИДАНИЯ РЫНКА

УХОДИТЬ НЕЛЬЗЯ ОСТАТЬСЯ

Новая конфигурация рынка ритейла в России остаётся неопределённой. Никто не знает наверняка, сколько операторов розничной торговли покинет рынок полностью, сколько из тех компаний, которые переданы в локальное управление, останется в сегменте и будут сохранять формат и количество точек.

Вызовы сегмента розничной торговли состоят не только в судьбе международных операторов на локальном рынке, но и ситуации, которая будет складываться у российских операторов. С учётом экономической и геополитической неопределённости сложно даже говорить с уверенностью о том, что розничный рынок в классическом представлении сохранит свою функциональность.

Тем не менее, важно понимать и отслеживать позицию экспертного сообщества, настроения рынка, исходя из которых принимаются решения и которые косвенно влияют на направление движения рынка.

В экспертном блоге «Недвижимая Экономика» проводится опрос экспертного сообщества о вариантах развития событий в торговом сегменте. Почти 40% ответивших на вопрос о судьбе иностранного ритейла настроены оптимистично - ожидают сохранения работы иностранных брендов или качества продаваемых товаров и услуг при локализации брендов. Более 60% респондентов смотрят на будущее рынка более консервативно, ожидают снижения качества и сокращения числа магазинов, а так же деградации форматного ритейла.

Принять участие в опросе:



Недвижимая Экономика
353 subscribers

Что будет с иностранным ритейлом к концу года?

Anonymous Poll

- 16% Все (или почти все) иностранные бренды будут работать под своими марками.
- 21% Российские команды будут работать под новыми марками, но сохранять качество.
- 34% Новые собственники распродают запасы, закроют большую часть точек, и будут торговать чем попало.
- 18% Большая часть точек вообще не откроется и собственники ТЦ будут реквизи́ровать площади.
- 11% На месте гипермаркетов возникнут барахолки, форматный ритейл умрет.

Денис Соколов

Партнер,
Руководитель департамента
исследований и аналитики

Denis.Sokolov@cmwp.ru

Татьяна Дивина

Заместитель руководителя департамента
исследований и аналитики

Tatyana.Divina@cmwp.ru

Екатерина Ногай

Аналитик
Складская и торговая недвижимость

Ekaterina.Nogai@cmwp.ru

