

## Торговая недвижимость Москвы, I кв. 2019

# В первые три месяца 2019 г. открылись только альтернативные форматы торговой недвижимости



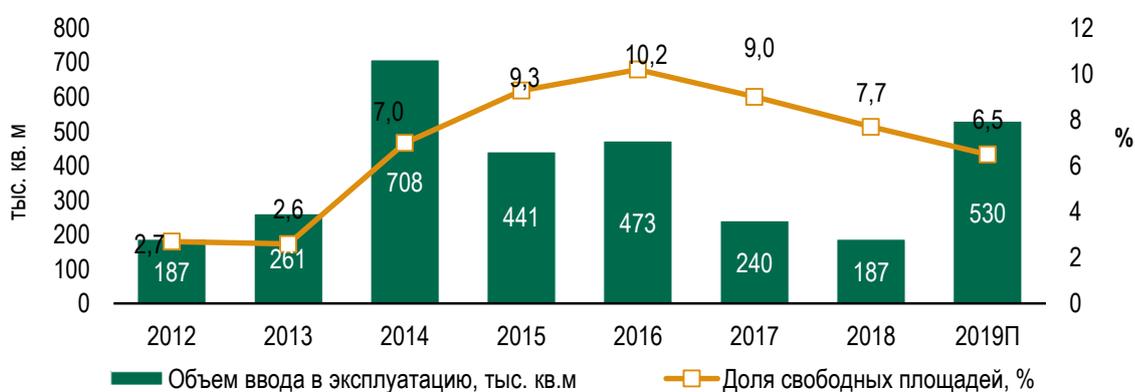
Объем ввода торговых площадей в I квартале 2019 г.  
10 ТЫС. КВ. М



Прайм ставка аренды в ТЦ \*  
200 000 руб./ кв. м / год

\* С IV кв. 2017 г. расчет ведется на основании данных топ-3 торговых центров с индексом посещаемости более 1 000 чел / 1 000 кв. м, для помещений 150 кв. м профиля одежда/обувь, расположенных на первом этаже.

График 1: Объем ввода в эксплуатацию и доля свободных площадей в ТЦ Московского региона.



Источник: CBRE, I квартал 2019 г.

- За первые три месяца 2019 г. рынок торговой недвижимости Москвы не пополнился ни одним классическим ТРЦ: в первом квартале завершилась реконструкция 2-й фазы дисконт-центра «Орджоникидзе 11» (GLA 10 тыс. кв. м).
- К открытию в 2019 г. заявлено 530 тыс. кв. м, из которых 40% сформировано двумя крупнейшими объектами – ТРЦ «Саларис» и ТЦ в составе тематического парка «Остров Мечты». Остальной объем этого года представлен районными ТЦ, аутлетами и дополнительными фазами уже существующих объектов.
- В марте 2019 г. состоялось открытие нового гастрономического пространства – «Депо» .
- Ритейлеры и рестораторы не только следуют потребительским трендам, но и формируют их, предлагая рынку новые форматы в новых локациях.
- Ритейлеры увеличивают долю площадей для размещения дополнительных услуг, которые направлены на повышение интереса покупателей и не могут быть осуществлены в онлайн пространстве.
- Ввиду высокого уровня обеспеченности города качественными торговыми помещениями (493 кв. м. на 1 000 чел.), а также повсеместного тренда, направленного на «потребление у дома», новое предложение в Москве в ближайшие годы будет формироваться за счет строительства районных ТЦ и торговых помещений в составе многофункциональных комплексов, жилых комплексов и ТПУ.
- Подобные объекты в первую очередь будут ориентированы на рядом проживающее и работающее население. Согласно анонсированным планам девелоперов совокупный объем торговых площадей в качестве инфраструктурного ритейла в объектах с заявленным вводом в эксплуатацию в 2019-2020 гг. составит около 230 тыс. кв. м. Ключевые девелоперы, реализующие такие проекты МФК – MR Group, ГК «Пионер», «Ташир» и ADG.

НА ФОНЕ СНИЖЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА РИТЕЙЛЕРЫ И РЕСТОРАТОРЫ РАСШИРЯЮТ СВОЮ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ, ЗАПУСКАЯ НОВЫЕ ФОРМАТЫ В ЗОНАХ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ - ОТ ТОЧЕК САМООБСЛУЖИВАНИЯ В ОФИСАХ КОМПАНИЙ ДО ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ПРОСТРАНСТВ В ГРАНИЦАХ РАЗВИТЫХ ДЕЛОВЫХ РАЙОНОВ.

•Сеть магазинов «Вкусвилл» начала открывать в офисных зданиях магазины микроформата без продавцов и видеонаблюдения; Микромаркеты уже работают в офисах CRVT, Mail.Ru Group, Ozon и других компаний. За 2019 год «Вкусвилл» планирует установить ещё 200 микромаркетов.

•GinzaGo от Ginza Project. Ginza Project запланировала запустить продажи готовой еды через автоматы в офисах компаний и бизнес-центрах;

•Экспансия сети фуд-холлов Eat Market. В течение двух лет планируется открытие 12 локаций Eat Market – в бизнес-парке «Фактория», многофункциональном комплексе «Смоленский пассаж II», БЦ «Военторг», ТРЦ «Океания» и др. В прошлом году состоялось открытие первой точки сети в деловом квартале «Красная Роза».

•В марте 2019 г. состоялось открытие нового гастрономического пространства «Депо» (GBA – 11 тыс. кв. м, GLA торговой компоненты – 9 тыс. кв. м), расположенного в пешей доступности бизнес-центров Белорусского делового района. В главном здании предусмотрено 1 800 посадочных мест, более 70 фуд-кортов и около 100 торговых лавок. Арендаторы отдельно стоящих зданий – рестораны крупнейших сетей.

КРУПНЫЕ МАГАЗИНЫ КОСМЕТИКИ И ПАРФЮМЕРИИ В ОБНОВЛЕННЫХ ФОРМАТАХ ПРЕДУСМАТРИВАЮТ ЗОНЫ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ. ЕСЛИ РАНЬШЕ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОПЦИЙ СОВОКУПНО СОСТАВЛЯЛИ ОКОЛО 5%, ТО В НОВЫХ КОНЦЕПЦИЯХ ИХ ДОЛЯ УВЕЛИЧИЛАСЬ ДО 20%.

НОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ МАГАЗИНОВ С РАЗВЛЕКАЮЩЕЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ НАПРАВЛЕННЫ, В ТОМ ЧИСЛЕ, НА УВЕЛИЧЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТРАФИКА И УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА: ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ МОЖЕТ ПОСЕТИТЬ МЕРОПРИЯТИЕ, ПРОТЕСТИРОВАТЬ ПРОДУКЦИЮ В МАГАЗИНЕ, А СОВЕРШИТЬ ПОКУПКУ УЖЕ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ ИЛИ ЧЕРЕЗ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ.

• «Л'Этуаль» готовится запустить крупнейший магазин в ТРЦ «Авиапарк» в новом формате, увеличив его площадь с 500 кв. м. до 2,5 тыс. кв. м. Это будет первый флагманский магазин сети с барбершопами и бьюти-корнерами. Также сеть сохранит свой нишевый магазин в составе Stockmann в ТРЦ «Авиапарк».

•В обновленном магазине «Рив Гош» в ТРЦ «Афимолл Сити» площадью 800 кв. м предусмотрены площадки для мероприятий, мастер-классов или консультаций профессиональных стилистов.

•«Золотое яблоко» открыл свой третий магазин в Москве в ТРЦ «Метрополис» площадью 1,6 тыс. кв. м с расширенным ассортиментом брендов. Концепция магазина изначально имела направленность на клиентский опыт – в магазинах сети устраиваются клиентские дни с возможностью бесплатного посещения процедур, проводятся public talk и мастер-классы.

**КОНТАКТЫ****Марина Малахатко**

*Директор,  
Отдел торговой недвижимости, Москва  
+7 495 258 3990  
marina.malakhatko@cbre.com*

**Александра Чиркаева**

*Директор подразделения аренды,  
Отдел торговой недвижимости, Москва  
+7 495 258 3990  
alexandra.chirkaeva@cbre.com*

**Анна Шепелева**

*Директор,  
Отдел исследований рынка  
+7 495 258 3990  
anna.shepeleva@cbre.com*

**Сизанова Екатерина**

*Старший аналитик,  
Отдел исследований рынка  
+7 495 258 3990  
ekaterina.sizanova@cbre.com*

**CBRE ОФИС****Москва, Россия**

Россия, 123100, Москва  
1-й Красногвардейский пр-д,  
д. 21, стр. 1, БЦ ОКО, 29 этаж  
ММДЦ «Москва-Сити»

**ЧТОБЫ УЗНАТЬ БОЛЬШЕ ОБ  
ИССЛЕДОВАНИЯХ CBRE ИЛИ  
ПОЗНАКОМИТЬСЯ С ДРУГИМИ  
ОТЧЕТАМИ, ПОЖАЛУЙСТА, ПОСЕТИТЕ  
GLOBAL RESEARCH GATEWAY  
[WWW.CBRE.COM/RESEARCHGATEWAY](http://WWW.CBRE.COM/RESEARCHGATEWAY)**