

Обзор рынка торговой недвижимости Воронежа по итогам 2011 года

Таблица 1. Основные показатели рынка торговой недвижимости Воронежа в 2011 году

| Основные показатели | |
|---|------------|
| Совокупный объем предложения торговых площадей на конец 2011 года | |
| Общая площадь (GBA), кв. м | 912 646 |
| Арендпригодная торговая площадь (GLA), кв. м | 519 063 |
| Введено в эксплуатацию 2011 году | |
| Общая площадь (GBA), кв. м | 15 500 |
| Арендпригодная торговая площадь (GLA), кв. м | 8 566 |
| Планируется к вводу в эксплуатацию до конца 2012 года | |
| Общая площадь (GBA), кв. м | 40 570 |
| Арендпригодная торговая площадь (GLA), кв. м | 17 667 |
| Доля вакантных площадей, % | |
| Успешные торговые объекты, % | < 5% |
| Новые торговые объекты, % | < 20% |
| Проблемные торговые объекты, % | > 30% |
| Объекты street-retail, % | < 15% |
| Средневзвешенная арендная ставка на конец 2011 года (не включая эксплуатационные расходы и НДС), руб./кв. м в мес. | |
| Помещения в составе торговых центров | 722 |
| Помещения на основных торговых коридорах (street-retail) | 1 180 |
| Средневзвешенная цена продажи на конец 2011 года (не включая НДС), руб./кв. м | |
| Помещения в составе торговых центров | 62 119 |
| Помещения на основных торговых коридорах (street-retail) | 130 776 |
| Средневзвешенная ставка капитализации, % | |
| Помещения в составе торговых центров | 13,95% |
| Помещения на основных торговых коридорах (street-retail) | 10,83% |
| Обеспеченность жителей Воронежа качественными торговыми площадями на конец 2011 года, м²/1 000 жителей | |
| | 428 |

Источник: ИнвестОценка

Предложение

По итогам 2011 года объем нового предложения торговой недвижимости Воронежа сократился до минимума. Техническое открытие единственного торгового объекта – второго в городе продуктового гипермаркета сети «О'Кей» общей площадью 15,5 тыс. кв. м (GLA – 8,6 тыс. кв. м) – состоялось прямо под Новый Год.

Ввод в эксплуатацию МФК «Атмосфера» (район Центрального рынка), изначально планировавшийся на 2011 год, перенесен на I квартал 2012 года.

Строительство начатых еще до кризиса ТРЦ «КИТ» (пос. 1-го Мая) и ТЦ «Круиз» (ул. Ленина) в течение 2011 года «разморожено» так и не было.

В результате, на конец 2011 года совокупный объем предложения площадей в торговых и торгово-развлекательных центрах, и гипермаркетах Воронежа составил 913 тыс. кв. м (519 тыс. кв. м GLA).

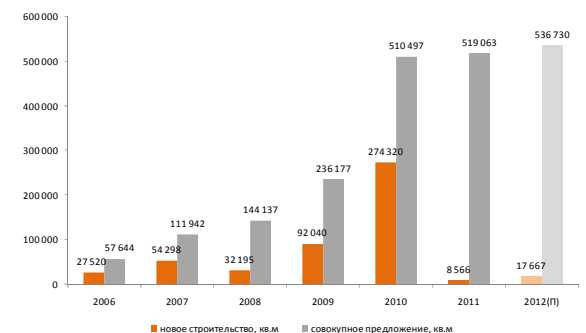
Предложение качественных торговых площадей города по-прежнему формируют 15 профессиональных торговых центров общей площадью 711,5 тыс. кв. м, из них 417,3 тыс. кв. м арендпригодная торговая площадь (GLA) (Таблица 2).

Таблица 2. Профессиональные¹ торговые центры Воронежа, действующие на конец 2011 года

| № п/п | Название объекта | Масштаб | Район | Адрес | Площадь, кв. м | | Год ввода |
|-------|------------------|----------|-----------------|-----------------------------|----------------|----------------|-----------|
| | | | | | Общая (GBA) | Торговая (GLA) | |
| 1. | ТЦ «Аксиома» | Районный | Коминтерновский | ул. Генерала Лизюкова, д.60 | 12 400 | 8 300 | 2005 |

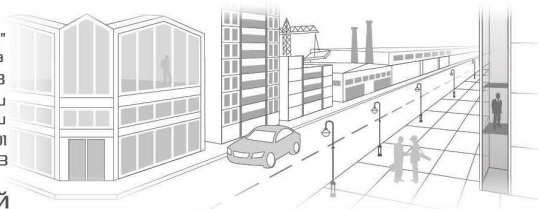
¹ Профессиональный торговый центр – торговый объект общей площадью более 5 тыс. кв. м с единой концепцией и управлением, оптимальным соотношением якорных и обычных арендаторов, в качестве которых выступают известные сетевые операторы.

Рисунок 1. Динамика совокупного предложения и нового строительства торговых объектов в Воронеже, GLA кв. м



Источник: ИнвестОценка

До конца 2012 года на рынок выйдет не более 20 тыс. кв. м качественных торговых площадей. В первую очередь это торговые площади в составе МФК «Атмосфера», ввод в эксплуатацию которого неоднократно переносился и теперь заявлен на I квартал 2012 года.



| № п/п | Название объекта | Масштаб | Район | Адрес | Площадь, кв. м | | Год ввода |
|--------------|---------------------------|--------------------|------------------------------------|--|----------------|----------------|-----------|
| | | | | | Общая (ГБА) | Торговая (GLA) | |
| 2. | ТЦ «Петровский Пассаж» | Окружной | Центральный | ул. 20-летия ВЛКСМ, д.54А | 14 500 | 6 380 | 2006 |
| 3. | ТЦ «Армада» | Районный | Советский | ул. Героев Сибиряков, д.65А | 15 600 | 9 600 | 2006 |
| 4. | ТЦ «Солнечный рай» | Районный | Ленинский | ул. 20-летия Октября, д.90 | 15 400 | 11 100 | 2007 |
| 5. | ТЦ «Юго-Запад» | Районный | Советский | пр-т Патриотов, д.3А | 11 300 | 6 500 | 2007 |
| 6. | ТРЦ «Московский проспект» | Региональный | Коминтерновский | Московский пр-т, д.129/1 | 60 047 | 32 498 | 2007 |
| 7. | ТЦ «Поиск» | Районный | Центральный | ул. Средне-Московская, д.32Б | 12 000 | 8 000 | 2008 |
| 8. | ТЦ «Дружба» | Районный | Советский | ул. Домостроителей, д.24 | 22 843 | 13 424 | 2008 |
| 9. | ТЦ «Нефта-3 | Районный | Центральный | ул.Свободы, д.75 | 5 500 | 4 800 | 2008 |
| 10. | ТЦ «Европа» | Районный | Коминтерновский | ул. Маршала Жукова, д.15 | 14 700 | 10 000 | 2009 |
| 11. | ТЦ «Европа» | Районный | Ленинский | ул. Ворошилова, д.2 | 10 000 | 7 500 | 2009 |
| 12. | ТДК «Галерея Чижова» | Региональный | Ленинский | ул. Кольцовская, д.35 | 134 000 | 49 120 | 2009-2010 |
| 13. | ТРК «Арена» | Окружной | Коминтерновский | Б.Победы, д.23Б | 65 000 | 45 800 | 2010 |
| 14. | ТРЦ «Максимир» | Региональный | Железнодорожный | Ленинский пр-т, д.174 | 109 000 | 60 000 | 2010 |
| 15. | ТРК «Сити-парк «Град» | Супер-региональный | Воронежская область, Рамонский р-н | 3 км трассы М4 «Дон», поселок Солнечный, ул. Парковая, д.3 | 209 200 | 97 400 | 2010 |
| Итого | | | | | 711 490 | 417 322 | |

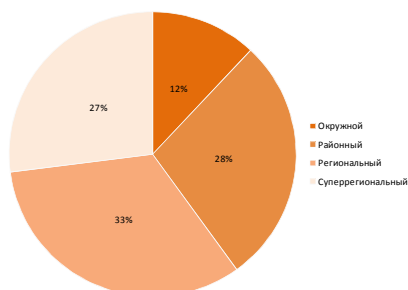
Источник: ИнвестОценка

Таблица 3. Профессиональные торговые центры Воронежа, заявленные к вводу до конца 2012 года

| № п/п | Название объекта | Район | Адрес | Площадь, кв. м | | Девелопер | Ожидаемый срок ввода |
|--------------|------------------|-----------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------------|
| | | | | Общая (ГБА) | Торговая (GLA) | | |
| 1. | МФК «Атмосфера» | Ленинский | ул. Фр. Энгельса, д.64А | 34 370 | 14 800 | ООО «Стандарт» | I кв. 2012 |
| 2. | СТЦ «Гильдия» | Железнодорожный | ул. Остужева, д.66А | 6 200 | 2 867 | ООО «ВЕСТ» | IV кв. 2012 |
| Итого | | | | 40 570 | 17 667 | | |

Источник: ИнвестОценка

Рисунок 2. Структура действующих торговых центров по масштабу (объему торговых площадей), GLA кв. м



Источник: ИнвестОценка

В декабре 2012 года в Железнодорожном районе города ожидается открытие специализированного торгового центра «Гильдия». СТЦ представляет собой отдельно стоящее 4-х этажное здание с цокольным этажом и располагается рядом с автомагистралями «Воронеж-Тамбов» и «М4 «Дон».

По масштабу (по объему торговых площадей) среди существующих на сегодняшний момент торговых объектов Воронежа преобладают региональные (33%) и районные (28%) торговые центры. В регионе действует один торговый объект масштаба «суперрегиональный» - ТРК «Сити-парк «Град», расположенный в Рамонском районе на 3 км трассы М4 «Дон».

Лидерами с точки зрения предложения качественной торговой недвижимости являются Коминтерновский (33%), Железнодорожный (27%) и Ленинский (19%) районы. По-прежнему наименее обеспеченные качественными торговыми площадями Советский и Центральный районы (лишь 13% и 8% соответственно).

Дефицитным с точки зрения предложения качественной торговой недвижимости в городе и, соответственно, перспективным для застройки качественными торговыми объектами по-прежнему остается Левобережный район, главным образом, районы Шинного завода, заводов ВАСО, СК и Рудгормаш, где застраиваются новые жилые микрорайоны.

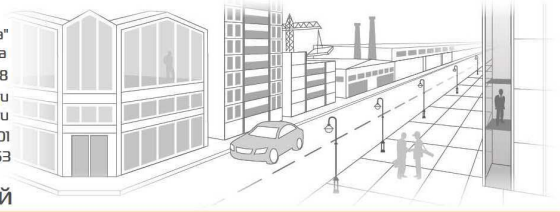
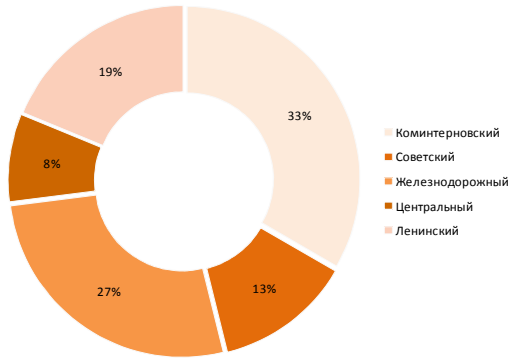
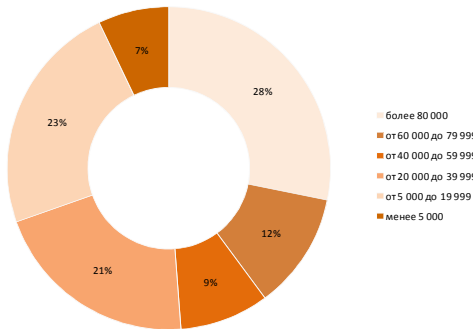


Рисунок 3. Распределение предложения торговых площадей в торговых центрах Воронежа по районам², GLA %



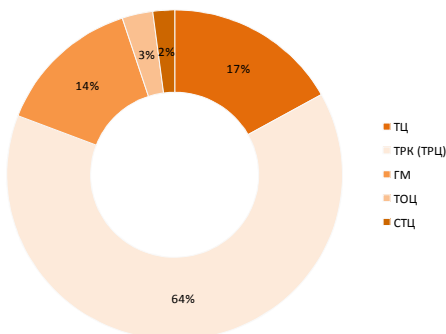
Источник: ИнвестОценка

Рисунок 4. Распределение предложения торговых площадей в Воронеже в зависимости от размера торговых центров³, GLA %



Источник: ИнвестОценка

Рисунок 5. Распределение предложения торговых площадей в торговых центрах Воронежа по форматам⁴, GLA %



Источник: ИнвестОценка

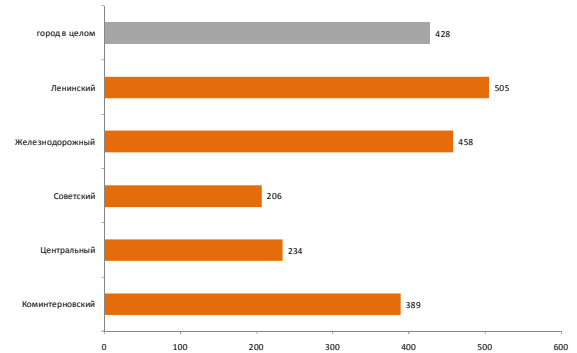
Львиную долю торговых объектов города занимает формат торгово-развлекательных центров/комплексов (64% или 331,7 тыс. кв. м GLA). Среди прочих форматов

можно выделить « типовые » торговые центры с продуктовым «якорем» (ТЦ), торгово-офисные центры (ТОЦ), специализированные (СТЦ) и гипермаркеты (ГМ). Последние представлены следующими форматами:

- Cash&Carry (Линия-1, Линия-2, Метро, Ашан);
- DIY (Castorama, Твой Дом, Леруа Мерлен);
- FMCG (Вестер, Карусель, Перекресток, О'Кей);
- Furniture (Hoff, Центральный дом мебели, BRW мебель);
- Sports and Rest (Спортмастер, Декатлон);
- бытовая техника и электроника (Техносила, М.Видео, Эльдorado, Media Markt, Saturn).

На конец 2011 года обеспеченность населения Воронежа качественными торговыми площадями составила 428 кв. м на 1 000 жителей.

Рисунок 6. Обеспеченность качественными торговыми площадями районов Воронежа по итогам 2011 года, GLA кв. м на 1 000 жителей⁵



Источник: ИнвестОценка

Принимая во внимание высокий показатель обеспеченности отдельных районов города торговыми площадями (в первую очередь Ленинский, Железнодорожный и Коминтерновский районы), дальнейшее их развитие будет происходить, главным образом, в направлении реконцепции и редевелопмента устаревших и неэффективных объектов.

Кроме того, неравномерность предложения и низкая обеспеченность ряда районов города качественными торговыми площадями, ставит актуальной проблему строительства районных торговых центров шаговой доступности площадью не более 10 – 15 тыс. кв. м с профессиональной концепцией и хорошим местоположением, в первую очередь, в Левобережном районе города, где наблюдается серьезный дефицит предложения профессиональных торговых объектов.

Спрос

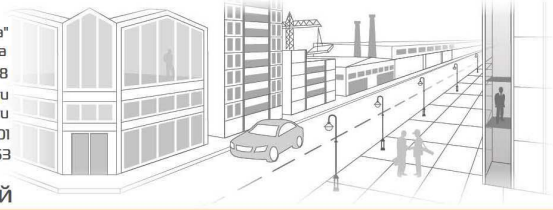
Воронежский рынок по-прежнему остается привлекательным для развития зарубежных и отечественных торговых сетей. Крупнейшие операторы, в первую очередь ритейлеры продуктов питания, продолжают наращивать торговые площади. Так, например, петербургская сеть гипермаркетов «О'Кей» под конец года открыл второй в городе гипермаркет общей площадью 15,5 тыс. кв. м (GLA – 8,6 тыс. кв. м). Объект расположился на ул. Шишкова рядом с крупным жилым

² Без учета площадей ТРЦ «Сити-парк «Град».

³ С учетом площадей ТРЦ «Сити-парк «Град».

⁴ С учетом площадей ТРЦ «Сити-парк «Град».

⁵ Обеспеченность по городу в целом рассчитывалась с учетом площадей ТРЦ «Сити-парк «Град», являющимся по своему масштабу суперрегиональным торговым объектом.

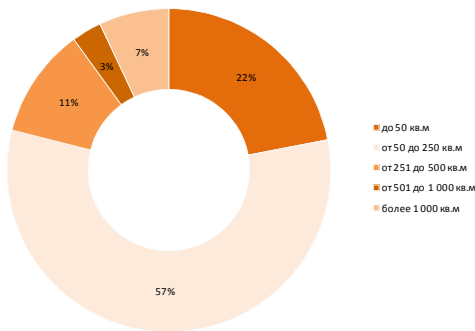


массивом, что должно увеличить покупательскую мобильность и конкуренцию между продуктовыми гипермаркетами в северной части Воронежа.

На сегодняшний день на рынке крупного продуктового ритейлера Воронежа по два гипермаркета у сетей X5 Retail Group, калининградской группы «Вестер» и ЗАО «Корпорация «ГриНН»; по одному – у сетей Auchan и курской сети «Европа».

По показателю обеспеченности торговыми площадями продовольственных гипермаркетов Воронеж еще не дотягивает до крупнейших региональных центров страны, таких как Екатеринбург, Нижний Новгород, Казань (более 100 кв. м на 1 000 жителей). На конец 2011 года величина данного показателя для Воронежа составила около 75 кв. м на 1 000 жителей. Таким образом, имеются резервы дальнейшего роста данного сегмента рынка.

Рисунок 7. Распределение спроса на торговые площади в профессиональных торговых центрах Воронежа в 2011 году, %



Источник: ИнвестОценка

В течение 2011 года основную долю спроса на торговые площади традиционно формировали ритейлеры продуктов питания, товаров для дома, одежды и обуви, бытовой техники и электроники, мобильной связи. Удобство месторасположения, высокая плотность населения в зоне охвата, отличная транспортная доступность остаются ключевыми параметрами выбора торговых помещений в торговых центрах. Это вполне логично при желании торговых сетей снизить риски и затраты при открытии своих магазинов.

Наиболее привлекательными для аренды являются помещения торговых галерей площадью от 50 кв. м до 250 кв. м и якорные площади от 1 000 кв. м в наиболее популярных торговых центрах города. Предпочтения арендаторов по сравнению с 2010 годом практически не изменились.

Заметными событиями на рынке торговой недвижимости Воронежа в течение 2011 года стали:

- Открытие DIY-гипермаркета сети Kika (позже переименован в Hoff) общей площадью 13 500 кв. м в ТРК «Сити-парк «Град» на 3 км трассы М4 «Дон». Ассортимент магазина насчитывает 30 000 наименований мебели и товаров для дома. Инвестиции в открытие составили около 120 млн. руб. Магазин в Воронеже стал пятым в сети ритейлера, открытым в России.
- Открытие в ТРК «Сити-парк «Град» первого в России магазина британской торговой марки одежды Dorothy Perkins и первого в Воронеже магазина британских марок Topshop/Topman.

- Сеть магазинов мужской и женской одежды Zolla открыла дисконт-магазин в ТЦ «Армада» площадью 430 кв.м.

- 31 марта на втором этаже ТРК «Сити-парк «Град» открылся мультиплекс Star&Mlad - 9-зального кинотеатра на 1 310 мест.

- Шестой по счету в городе магазин одежного ритейлера OSTIN площадью порядка 200 кв. м открылся в ТЦ «Армада».

- Первый в Воронеже магазин одежного сетевого оператора H&M общей площадью 1 600 кв.м открылся в ТРК «Сити-Парк «Град».

- Активную экспансию на воронежский рынок осуществляет компьютерная сеть DNS, открыв в 2011 году 5 магазинов: в помещениях бывшего магазина «Электроника» на ул. Кольцовская, в «ЦУМе» на проспекте Революции, на ул. Генерала Лизюкова, в ТРК «Сити-парк «Град» и ТРЦ «Максмир». Напомним, первый магазин сети открылся в ТЦ «Европа» (около Цирка) в 2010 году.

- На третьем этаже ТРК «Арена» на площади около 2,5 тыс. кв. м открылся 7-ми зальный кинотеатр «Люксор» на 800 мест.

- Федеральная сеть спортивных клубов ALEX fitness арендовала 4 500 кв. м на 4 и 5 этажах ТРЦ «Максмир».

- Федеральная сеть супермаркетов одежды эконом-класса «Фамилия» заключила долгосрочный договор аренды на 1 350 кв. м на 2 этаже ТРЦ «Максмир». Это первый магазин «Фамилии» в Воронеже.

- В октябре в ТРК «Сити-Парк «Град» открылся океанариум общей площадью 4 400 кв. м, ставший первым в ЦФО и третьим в России. Стоимость проекта оценивается в 22 млн. долл.

- В октябре в ТРК «Сити-Парк «Град» открылся третий в Воронеже магазин одежного ритейлера FINN FLARE. Площадь магазина составляет 280 кв. м. Другие магазины открыты в ТРК «Арена» и ТДК «Галерея Чижова».

- Новые магазины сети «Incity» расположились в ТРК «Арена» и ТЦ «Армада» площадью 325 и 234 кв. м соответственно.

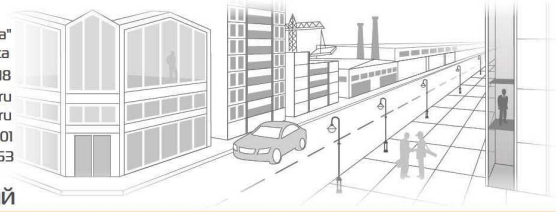
- Начала работу новая канцелярская сеть «ОфисМаг». Торговая площадь объекта составила около 1 000 кв.м., ассортимент — порядка 5 000 наименований. Развивает сеть группа компаний «Самсон».

- В Воронеже в ТДК «Галерея Чижова» открылся первый монобрендовый магазин сети re:Store площадью 104 кв.м.

- Девелопер ТРК «Арена» компания I`M Company благоустроила 8 га парковой территории, прилегающей к торговому центру. Инвестиции в проект составили более 70 млн. руб. Были проведены работы по благоустройству парка, оборудованы две детские площадки и спортивная зона площадью около 2 тыс. кв.м. Также перед торговым комплексом оборудована территория площадью около 4 тыс. кв.м., на которой планируется проводить фестивали, тематические ярмарки, установить аттракционы.

- Группа компаний «Связной» купила воронежскую сеть салонов сотовой связи «Цифросити», в состав которой входит 16 магазинов. Покупка позволит довести общее число магазинов компании в городе до 37 торговых точек. Финансовую сторону сделки в «Связном» не раскрывают.

- Строительство ТРЦ «Мега» (176 тыс. кв. м) в Новоусманском районе на выезде из Воронежа на трассе М4 «Дон» отложено на неопределенный срок.



Уровень вакантных помещений

По итогам 2011 года доля вакантных площадей в профессиональных торговых центрах Воронежа составила 10-15% в среднем по рынку. В наиболее популярных торговых центрах заполняемость приблизилась к 100%, ведутся листы ожидания из потенциальных арендаторов.

Доля свободных площадей в новых торговых центрах, открытых в 2010 году, постепенно снижается, но еще существенна и в зависимости от объекта может составлять до 20%.

Низколиквидные, неконцептуальные торговые центры Воронежа по-прежнему испытывают трудности с заполняемостью. Доля вакантных площадей в них может составлять более 30% арендопригодной площади. Учитывая растущие требования арендаторов, такие объекты в ближайшем будущем должны быть подвергнуты реконцепции и/или редевелопменту.

Принимая во внимание резкое снижение темпов строительства новых объектов в Воронеже и растущий спрос на качественные площади со стороны зарубежных и российских торговых операторов, в 2012 году ожидается дальнейшее снижение уровня вакантных площадей в профессиональных торговых центрах до 7-10% в среднем по рынку.

Коммерческие условия

По итогам 2011 года средние арендные ставки на качественные торговые помещения в торговых центрах Воронежа продемонстрировали умеренный рост в пределах 5-10%.

Величина арендной ставки по-прежнему зависит от формата и специализации арендатора, местоположения и удобства расположения торгового помещения в торговой галерее по отношению к основным покупательским потокам, арендуемой площади и технического состояния.

Таблица 4. Коммерческие условия в профессиональных торговых центрах в зависимости от формата арендатора в 2011 году

| Формат арендатора | Якорный | Торговая галерея | Развлекательная зона и фуд-корт |
|---|--|--|--|
| Специализация | гипермаркеты и супермаркеты продуктов питания, DIY, бытовой техники и электроники, одежды и обуви, спортивных товаров, товаров для детей | магазины одежды и обуви, мобильных телефонов и аксессуаров, подарков, красоты и здоровья | кинотеатр, аттракционы, боулинг, бильярд, фитнес-центр, food-court |
| Диапазон средних арендных ставок (без учета НДС и эксплуатационных расходов), руб./кв. м/мес. | 200 – 500 | 700 – 4 500 | 150 – 450 |
| Диапазон средних эксплуатационных расходов, руб./кв. м/мес. | 50 – 70 | 200 – 300 | 30 – 60 |

Источник: ИнвестОценка

По результатам проведенного аналитиками компании ИнвестОценка мониторинга текущих предложений⁶, на конец 2011 года средневзвешенная арендная ставка на помещения в торговых центрах города составила 722 руб./кв. м в мес. (без учета НДС, эксплуатационных

диапазоны арендных ставок на конец 2011 года составили:

- для якорных арендаторов - от 200 до 500 руб./кв. м в мес.;
- для операторов торговой галереи - от 700 до 4 500 руб./кв. м в мес.;
- для развлекательной зоны и фудкорта от 150 до 450 руб./кв. м в мес.

В наиболее популярных торговых центрах с листом ожидания максимальные ставки аренды могут достигать 5 000 руб./кв. м в мес. и выше.

Рынок четко дифференцировал торговые объекты города на успешные, востребованные среди арендаторов, и менее успешные, в которых арендные ставки могут быть на 30-50% ниже среднерыночных.

На рынке чаще используется система оплаты фиксированными арендными платежами. Смешанная схема, основанная на минимальной фиксированной арендной ставке и проценте с оборота, применяется для ряда продуктовых ритейлеров.

Запрашиваемые цены продажи торговых площадей сильно различаются в зависимости от престижности местоположения объекта и условий продажи (40-140 тыс. руб./кв. м).

Основная доля предложений продажи приходится на встроенно-пристроенные торговые помещения, которые продолжают оказывать существенное влияние на величину среднерыночной цены. Небольшие помещения (до 100 кв. м) в торговых центрах продаются достаточно редко.

расходов и коммунальных платежей). Средневзвешенная цена продажи на помещения в торговых центрах города составила на конец 2011 года 62 119 руб./кв. м (без учета НДС). В результате, средневзвешенная ставка капитализации для помещений в торговых центрах Воронежа составила на конец 2011 года 13,95%.

По прогнозам аналитиков компании ИнвестОценка, сложившийся уровень вакантных площадей удержит рост арендных ставок на качественные торговые помещения в профессиональных торговых центрах Воронежа по итогам 2012 года в пределах 5-10%. В результате, ставки капитализации для качественных торговых помещений в составе торговых центров снизятся до уровня 10%-12%.

⁶ Анализ проводился с применением статистических методов обработки информации на основании мониторинга источников, посвященных рынку коммерческой недвижимости города Воронежа (электронные базы недвижимости, печатные СМИ, базы данных риэлтерских агентств, собственная база данных компании ИнвестОценка). В целях анализа средневзвешенная арендная ставка рассчитывалась как отношение суммарной ежемесячной арендной платы по всем объектам к общей площади этих объектов; средневзвешенная цена продажи рассчитывалась как отношение суммарной стоимости объектов к их общей площади.

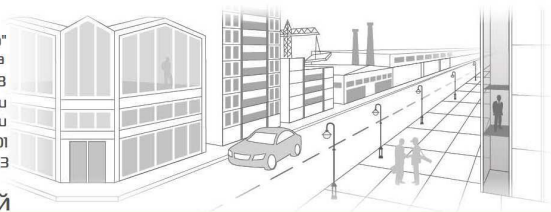


Таблица 5. Средневзвешенная ставка аренды на помещения в торговых центрах Воронежа на конец 2011 года (без учета НДС, эксплуатационных расходов и коммунальных платежей)

| Местоположение | Количество | Суммарная ежемесячная арендная плата, руб. | Общая площадь, кв. м | Средняя площадь, кв. м | Средневзвешенная арендная ставка, руб./кв. м/мес. |
|--------------------------------------|------------|--|----------------------|------------------------|---|
| Помещения в составе торговых центров | 59 | 9 198 200 | 12 740 | 216 | 722 |

Источник: ИнвестОценка

Таблица 6. Средневзвешенная цена продажи помещений в торговых центрах Воронежа на конец 2011 года (без учета НДС)

| Местоположение | Количество | Суммарная стоимость, руб. | Общая площадь, кв. м | Средняя площадь, кв. м | Средневзвешенная цена, руб./кв. м |
|--------------------------------------|------------|---------------------------|----------------------|------------------------|-----------------------------------|
| Помещения в составе торговых центров | 32 | 740 021 800 | 11 913 | 372 | 62 119 |

Источник: ИнвестОценка

Торговые объекты, введенные в эксплуатацию еще в 2010 году, имеют еще существенную долю вакантных площадей (до 25%), поэтому в 2012 году ставки аренды в них расти практически не будут. Это касается также неконцептуальных торговых центров с менее удачным расположением и высоким уровнем вакантности.

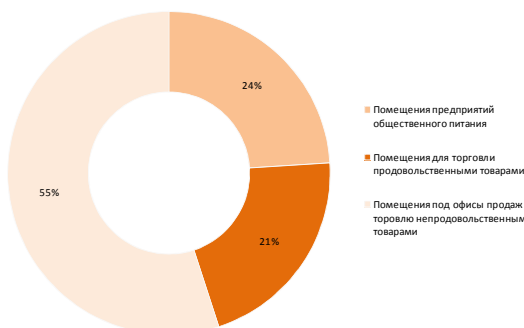
Сегмент street-retail

Предложение объектов street-retail формируется, в основном, за счет первых этажей, цоколей и подвалов жилых домов, административных зданий и гостиниц, расположенных на основных проходных и проездных улицах, и в спальных районах Воронежа.

Точный количественный подсчет совокупного объема предложения объектов формата street-retail Воронежа из-за их многочисленности и многообразия затруднителен. По оценкам аналитиков компании *ИнвестОценка*, объем качественных торговых площадей формата street-retail в городе может достигать 50 тыс. кв. м.

Основную долю спроса в сегменте street-retail традиционно формируют ритейлеры не крупных продуктовых сетей, одежды и обуви, аптеки, операторы мобильной связи, офисы продаж (банки, страховые и инвестиционные компании, турагентства, агентства недвижимости) и предприятия общественного питания.

Рисунок 8. Структура помещений street-retail по использованию (назначению) площадей в 2011 году, %



Источник: ИнвестОценка

В последнее время наметился рост интереса ритейлеров к помещениям, расположенным вдоль основных транспортных магистралей, соединяющих центр города и спальные районы (в первую очередь, Московский и Ленинский проспекты).

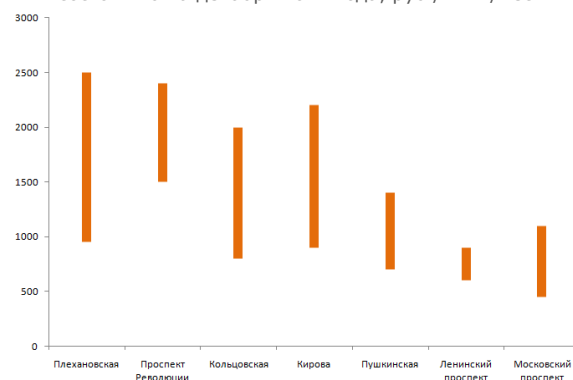
В Воронеже практически невозможно купить помещение малой площади в торговом центре, поэтому наиболее востребованными являются помещения street-retail площадью 50-80 кв. м.

Перечень требований со стороны ритейлеров к помещениям формата street-retail стабилен. Ключевую роль по-прежнему играет местоположение по отношению к основным пешеходным и транспортным потокам. К другим пожеланиям относятся расположение на первой линии домов, соотношение общей и торговой площади (обеспечивающее максимальную эффективность бизнеса), размер витрин, наличие прилегающей территории и парковки. Состояние помещения и объем вложений в ремонт также влияют на принятие решения об аренде/покупке. Перечисленные требования поддерживают имидж ритейлера и делают его объект доступным и востребованным целевой аудиторией, что снижает потенциальные риски ведения бизнеса.

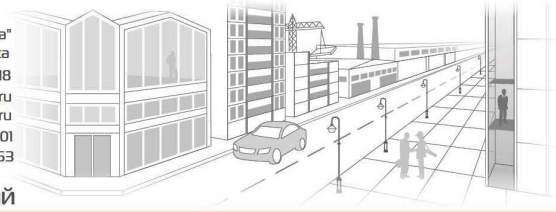
Так как совокупное предложение помещений на основных торговых коридорах Воронежа ограничено сложившейся застройкой и практически не пополняется, основным фактором, определяющим динамику ставок аренды и цен продажи, является спрос, который, резко сократившись в период кризиса в результате снижения деловой активности, до сих пор еще не вышел на докризисный уровень.

С другой стороны, серьезную конкуренцию объектам street-retail составляют качественные помещения в торговых центрах, доступность площадей в которых в силу роста объема предложения в последние годы увеличилась.

Рисунок 9. Диапазоны арендных ставок на помещения street-retail в основных торговых коридорах Воронежа по состоянию на декабрь 2011 года, руб./кв. м/мес.



Источник: ИнвестОценка



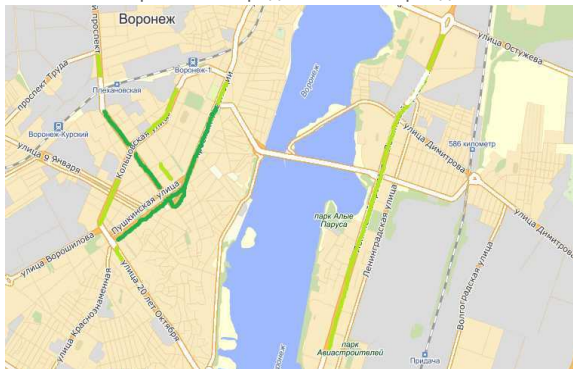
В результате воздействия описанных выше факторов аналитики компании *ИнвестОценка* отмечают снижение популярности объектов *street-retail*, следствием чего стал рост доли вакантных площадей и корректировка запрашиваемых ставок аренды. В этих условиях собственники стали более гибкими в отношении условий договора с потенциальным арендатором, как в отношении арендной ставки, так и прочих условий (срока, графика индексации и т. п.). На сегодняшний день в процессе переговоров ставка аренды помещения *street-retail* может быть снижена до 10–15% от заявленного арендодателем уровня.

Наиболее высокие арендные ставки традиционно запрашиваются на качественные объекты *street-retail* на основных торговых коридорах Воронежа, в первую очередь пр-т Революции и ул. Плехановская.

По результатам проведенного аналитиками компании *ИнвестОценка* мониторинга текущих предложений объектов *street-retail* Воронежа⁷, на конец 2011 года средневзвешенная арендная ставка на помещения в основных торговых коридорах города составила 1 180 руб./кв. м в мес. (без учета НДС, эксплуатационных расходов и коммунальных платежей). Средневзвешенная цена продажи помещений в основных торговых коридорах города составила на конец 2011 года 130 776 руб./кв. м (без учета НДС).

В результате, средневзвешенная ставка капитализации для объектов *street-retail* Воронежа составила на конец 2011 года 10,83%.

Рисунок 10. Основные торговые коридоры на карте Воронежа и средние ставки аренды



Средние ставки аренды на помещения *street retail* на основных торговых коридорах (руб./кв. м в мес.), декабрь 2011г.

— более 1 500 — менее 1 500

Источник: *ИнвестОценка*

В то же время количество сделок купли-продажи в сегменте *street-retail* остается достаточно низким. Поскольку большинство помещений, предлагаемых на продажу, экспонируются со сроками окупаемости 9-10 лет, а потенциальные инвесторы не готовы покупать помещения с окупаемостью более 7-8 лет. В результате

собственники, как правило, редко продают такие помещения и продолжают сдавать их в аренду.

Средний срок экспозиции качественных помещений формата *street-retail* Воронежа в 2011 году достигал 3-4 месяцев. При этом ряд объектов экспонируются с начала года, что связано либо с завышенными ожиданиями собственников и арендодателей, либо с качеством самих объектов (неудачным местоположением, состоянием). Необходимость понижающей корректировки стоимости таких объектов очевидна.

По данным компании *ИнвестОценка*, в конце 2011 года на основных торговых улицах Воронежа остается пустовать до 15% арендопригодных площадей, что еще превышает докризисный уровень (5-7%).

Что касается начальных инвестиций в открытие магазина формата *street-retail*, то затраты на приведение помещения в рабочее состояние здесь в среднем выше, чем в торговом центре, где арендатору приходится вкладывать средства, в основном, только в отделку. Для помещения *street-retail*, исходное состояние может быть как готовым к въезду (с минимальной отделкой), так и требующим порой не только косметического, но и капитального ремонта. Обычно эти затраты в той или иной степени компенсируются арендатору собственником, однако необходимость выполнения этих работ приводит к простоя помещения и отсрочке открытия магазина, и, соответственно, росту срока его окупаемости. Арендаторы, со своей стороны, стремятся закрепить сделанные инвестиции путем заключения долгосрочного договора (на пять лет и более), иначе, инвестировав в открытие магазина, ритейлер окажется в слабой переговорной позиции в случае повышения собственником арендной ставки.

Несмотря на появление в Воронеже большого количества профессиональных торговых центров, сегмент *street-retail* по-прежнему можно считать перспективным.

Многие операторы розничной торговли, особенно товаров класса «люкс» и сотовой связи, банки и страховые компании, по-прежнему предпочитают размещать свои магазины и офисы на основных торговых коридорах города, а не в составе торговых центров. Ведь возможность более точного прогнозирования человекопотока и товарооборота, относительная «вечность», а также высокая ликвидность остаются основными преимуществами помещений *street-retail*.

Мы ожидаем дальнейшее повышение привлекательности помещений *street-retail* вдоль основных транспортных магистралей Воронежа и в спальных районах, что в перспективе приведет к росту их ставок аренды и цен продажи.

Продолжится постепенное обновление исторического центра города путем реконструкции или сноса ветхих зданий. При этом предложение площадей в «старых» торговых коридорах кардинально расти не будет в связи с отсутствием возможности масштабного нового строительства.

По прогнозам аналитиков компании *ИнвестОценка*, дальнейший рост оборота розничной торговли и экономики города в целом активизирует спрос на помещения формата *street-retail*. В результате, сложившийся в настоящее время уровень вакантности может нивелироваться к концу 2012 года до уровня 7-10%.

⁷ Анализ проводился с применением статистических методов обработки информации на основании мониторинга источников, посвященных рынку коммерческой недвижимости города Воронежа (электронные базы недвижимости, печатные СМИ, базы данных риэлтерских агентств, собственная база данных компании *ИнвестОценка*). В целях анализа средневзвешенная арендная ставка рассчитывалась как отношение суммарной ежемесячной арендной платы по всем объектам к общей площади этих объектов; средневзвешенная цена продажи рассчитывалась как отношение суммарной стоимости объектов к их общей площади.

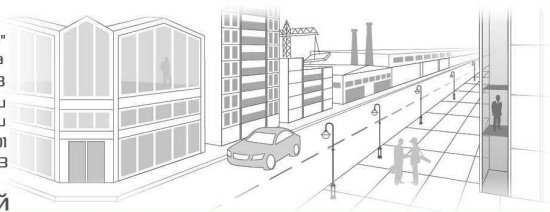


Таблица 7. Средневзвешенная ставка аренды на помещения street-retail на конец 2011 года (без учета НДС, эксплуатационных расходов и коммунальных платежей)

| Местоположение | Количество | Суммарная ежемесячная арендная плата, руб. | Общая площадь, кв. м | Средняя площадь, кв. м | Средневзвешенная арендная ставка, руб./кв. м/мес. |
|----------------------------|------------|--|----------------------|------------------------|---|
| Основные торговые коридоры | 49 | 7 492 715 | 6 352 | 130 | 1 180 |

Источник: ИнвестОценка

Таблица 8. Средневзвешенная цена продажи помещений street-retail на конец 2011 года (без учета НДС)

| Местоположение | Количество | Суммарная стоимость, руб. | Общая площадь, кв. м | Средняя площадь, кв. м | Средневзвешенная цена, руб./кв. м |
|----------------------------|------------|---------------------------|----------------------|------------------------|-----------------------------------|
| Основные торговые коридоры | 40 | 609 809 840 | 4 663 | 117 | 130 776 |

Источник: ИнвестОценка

Возможен и дефицит, в первую очередь, качественного предложения объектов street-retail, рост ставок на которые по итогам 2012 года может составить до 10-15%.

Выводы и прогнозы

Основными тенденциями на рынке торговой недвижимости Воронежа в 2011 году стали дальнейшая активизация арендаторов, выход на рынок новых зарубежных и отечественных торговых сетей и брендов.

В то же время, 2011 год ознаменовался рекордно низкими объемами ввода нового предложения торговых площадей по сравнению с предыдущими годами, перенос сроков открытия торговых центров и отсутствие планов нового строительства.

Спрос на ближайший год практически удовлетворен за счет открытия в 2010 году четырех крупных объектов общей арендопригодной площадью 274 320 кв. м, имеющих еще существенную долю вакантных площадей. Совокупное предложение торговой недвижимости практически полностью удовлетворяет текущим потребностям города. По показателю обеспеченности жителей качественными торговыми площадями (428 кв. м GLA на 1 000 жителей) Воронеж приблизился к крупнейшим региональным центрам страны, таких как Казань, Новосибирск, Самара, Санкт-Петербург, Краснодар, Екатеринбург, Челябинск, Нижний Новгород, Уфа, Ростов-на-Дону и Волгоград.

Дальнейшее развитие наиболее обеспеченных профессиональными торговыми объектами районов города (в первую очередь Ленинский, Железнодорожный и Коминтерновский районы) будет происходить, главным образом, в направлении реконцепции и редевелопмента устаревших и неэффективных объектов. Перспективным для застройки районными торговыми центрами является Левобережный район, главным образом, районы ВОГРЭС, Шинного завода, заводов ВАСО, СК и Рудгормаш, где застраиваются новые жилые микрорайоны.

Основной спрос на качественные торговые площади в городе по-прежнему формируется со стороны ритейлеров продуктов питания, товаров для дома, одежды и обуви, бытовой техники и электроники, мобильной связи.

По прогнозам аналитиков компании *ИнвестОценка*, активная экспансия зарубежных и российских торговых операторов на воронежский рынок продолжится в течение всего 2012 года.

Доля вакантных площадей в профессиональных торговых центрах Воронежа составляет в среднем по рынку 10-15%. В наиболее популярных торговых центрах заполняемость приблизилась к 100%. Доля свободных площадей в новых торговых центрах, открытых в 2010

году, постепенно снижается, но и в зависимости от объекта может составлять до 20%.

По итогам 2011 года средние арендные ставки на качественные торговые помещения продемонстрировали умеренный рост в пределах 5-10%. Величина арендной ставки по-прежнему зависит от формата и специализации арендатора, местоположения и удобства расположения торгового помещения в торговой галерее по отношению к основным покупательским потокам, арендуемой площади и технического состояния.

По прогнозам аналитиков компании *ИнвестОценка*, сложившийся уровень вакантных площадей удержит рост арендных ставок на качественные торговые помещения в профессиональных торговых центрах Воронежа по итогам 2012 года в пределах 5-10%. Более существенный рост арендных ставок возможен лишь на помещения в наиболее популярных торговых центрах с высоким показателем заполняемости и листом ожидания.

В перспективе ближайших двух-трех лет, ввиду резкого снижения объемов нового строительства, возможно, возникнет дефицит качественного предложения торговой недвижимости, способный спровоцировать рост арендных ставок и цен продажи.

Следует ожидать усиления ротации арендаторов и дифференциации арендных ставок между удачными и слабыми торговыми объектами, разрыв между которыми в последнее время все более усугубляется, в основном, за счет корректировки арендных ставок последних. Если в условиях ненасыщенного рынка широко была распространена практика косметического ремонта и реконструкции торговых центров, что позволяло достаточно быстро обеспечить их заполняемость и повысить доходность, то в текущих условиях конкурентного рынка без проведения соответствующей реконцепции данная практика уже не будет столь успешной, поскольку современный торговый центр – это место, создающее удобство и благоприятную атмосферу для покупок и отдыха.

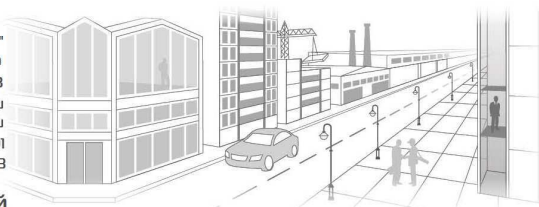
Серьезную конкуренцию объектам street-retail составляют качественные помещения в торговых центрах, доступность площадей в которых в силу роста объема предложения в последние годы увеличилась. Следствием этого стал рост доли вакантных площадей и корректировка запрашиваемых ставок аренды. Тем не менее, сегмент street-retail по-прежнему можно считать перспективным для операторов розничной торговли, особенно товаров класса «люкс» и сотовой связи, офисов продаж банков и страховых компаний.

Наиболее высокие арендные ставки традиционно запрашиваются на объекты street-retail на основных



ИНВЕСТОЦЕНКА

ООО "ИнвестОценка"
394018, г. Воронеж, ул. Фр.Энгельса
д. 56, 2 этаж, офис 18
info-vrn@investotsenka.ru
www.investotsenka.ru
+7 (473) 232-25-01
+7 (473) 253-12-53



Профессиональная оценка активов, бизнеса и инвестиций

торговых коридорах Воронежа, в первую очередь пр-т Революции и ул. Плехановская. Кроме того, наблюдается рост интереса к помещениям street-retail вдоль основных транспортных магистралей и в спальных районах города.

По итогам 2012 года рост арендных ставок в пределах 10-15% возможен лишь на наиболее дефицитные в настоящее время качественные объекты street-retail с удачным местоположением и высоким трафиком.

Пожалуйста, обратите внимание!

Информация, содержащаяся в настоящем Обзоре, основана на достоверных, по мнению **компании ИнвестОценка**, данных. Несмотря на все предпринятые меры обеспечить достоверность содержащейся в Обзоре информации, **компания ИнвестОценка** не может гарантировать того, что в нем отсутствуют фактические неточности. Информация, содержащаяся в Обзоре, не может служить основанием для привлечения **компании ИнвестОценка** к юридической ответственности.

Все права защищены. Настоящий Обзор подготовлен на основании результатов собственных исследований **компании ИнвестОценка** для ее клиентов исключительно в информационных целях. Содержание Обзора является собственностью **компании ИнвестОценка**. Ни одна из частей настоящего Обзора не может быть воспроизведена или передана ни в какой форме и никакими средствами без ссылки на **компанию ИнвестОценка**. При цитировании материалов Обзора ссылка на **компанию ИнвестОценка** обязательна.