

## Краткая статистика

По сравнению с

	2010	2009
Новое предложение	↓	↓
Арендные ставки	↑	↑
Вакантность	→	↓

- Товарооборот за год вырос на 16,7%, что положительно сказалось на активности ритейлеров
- В 2011 г. профессиональное предложение увеличилось только на 45 000 кв. м, однако в 2012 г. ожидается выход на рынок рекордного объема торговых площадей – ок. 250 000 кв. м.
- Арендные ставки в среднем за год выросли на 5-10%, в большей степени благодаря устойчивому спросу со стороны ритейлеров в первом полугодии

## БАЗОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

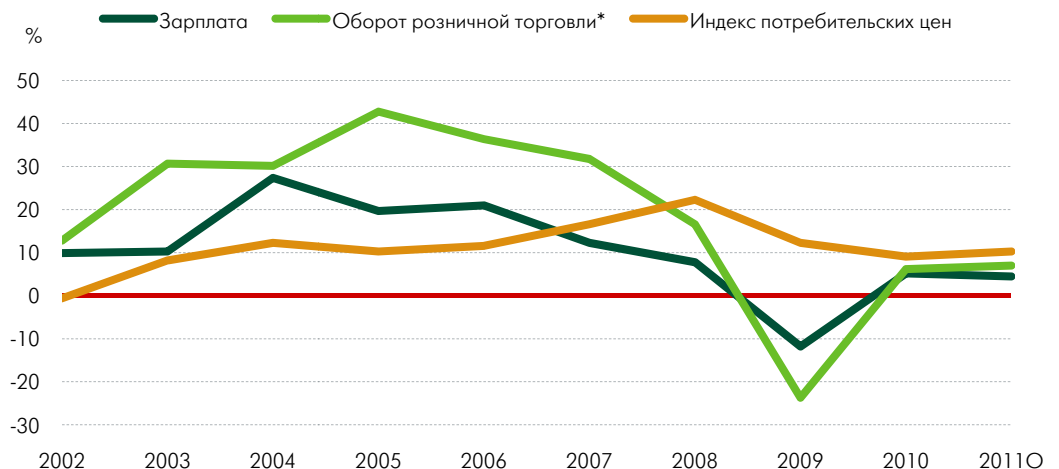
В результате увеличения внутреннего потребления, в 3 кв. 2011 г. темпы роста экономики Украины достигли 6,6%. Однако, к концу года рост начал замедляться на фоне нарастающего долгового кризиса в Еврозоне и ухудшения глобальных экономических прогнозов, что привело к снижению внешнего спроса и ощутимому спаду производства в экспортно-ориентированных отраслях. В то же время негативное воздействие на промышленное производство было компенсировано уверенным ростом сельскохозяйственного сектора, где объемы производства существенно выросли (17,5% г/г) благодаря рекордному урожаю пшеницы. По предварительным оценкам рост реального ВВП в 2011 г. составил 4,5% - 5,5%<sup>1</sup>. Прогнозы на 2012 г. варьируются в диапазоне от 3,5% до 5,0%.

Официальный уровень инфляции в 2011 г. составил 4,6%, что является одним из наиболее низких показателей за последние несколько лет. Снижение уровня цен происходило в основном вследствие сдерживающей монетарной политики, проводимой Национальным Банком Украины, и ценового регулирования. Однако ожидается, что рост цен в 2012 г. увеличится до 7,6% – 10,5%.

Потребительские настроения демонстрировали нестабильную динамику на протяжении первых восьми месяцев года, достигнув пика в августе на отметке 81,4 (+7,3 пункта с января 2011 г.). К концу года начали преобладать пессимистические ожидания, в результате чего в декабре индекс потребительских настроений снизился на 6,1 пункта (согласно данным компании GfK Украина).

На протяжении I полугодия 2011 г., розничный товарооборот в Киеве рос, подкрепленный сильным потребительским спросом, который в свою очередь был обусловлен улучшением экономической ситуации, повышением реальной заработной платы и ростом потребительского кредитования. Однако во II полугодии 2011 г. из-за снижения уверенности потребителей в положительной динамике экономического развития темпы роста продаж замедлились. Тем не менее, годовой показатель роста розничного товарооборота в Киеве достиг 16,6% (+4 п.п. по сравнению с 2010 г.).

### Зарплата, розничный товарооборот и индекс потребительских цен в Киеве (% изменение)



\* - включает только организованную торговлю

Источник: Главное управление статистики в г. Киеве, Министерство экономического развития и торговли Украины

О - оценка Киевской городской государственной администрации

<sup>1</sup> - на основании последних прогнозов следующих организаций: ЕБPP, Oxford Economics, Кабинет министров Украины, Министерство экономического развития и торговли Украины, Traika Dialog, Goldman Sachs, Национальный банк Украины

Немаловажным фактором способствовавшим этому стало и значительное смягчение условий потребительского кредитования. Благодаря стабильному восстановлению банковского сектора на протяжении 2011 г., объем потребительских кредитов вырос на УАН16 млн. с начала года.

## СПРОС

В целом, в 2011 г. благодаря росту розничного товарооборота активность ритейлеров была достаточно высокой. Тем не менее, начиная с сентября, на фоне ухудшения потребительских настроений и динамики объемов продаж ритейл-операторы стали более осторожными в своих планах по развитию.

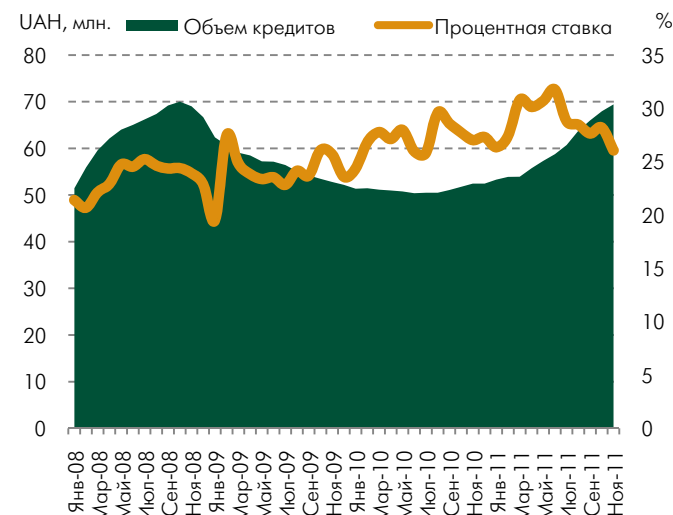
**Продуктовые ритейлеры** расширялись наиболее быстрыми темпами, столкнувшись лишь с незначительными изменениями спроса, поскольку для большинства домохозяйств расходы на питание являются постоянной величиной. Основные национальные продуктовые операторы (Fozzy Group, АТБ, Novus, ЕКО, Квиза Трейд) активно расширяли свои торговые сети на протяжении года. Кроме того, ритейлеры экспериментировали с форматами: Квиза Трейд внедрила два новых формата: гипермаркет *Велмарт* и премиум-супермаркет *ВК Select*; Адвентис открыл два дискаунтера *Торпарт*.

**Fashion-ритейл**, в свою очередь, более чувствителен к изменениям потребительских настроений; как следствие, во II полугодии 2011 г. операторы этого сегмента столкнулись с более сложными рыночными условиями. Аналогичная ситуация наблюдалась и в сегменте бытовой техники и электроники. В I полугодии 2011 г. показатели продаж ритейлеров БТиЭ стабильно росли. Однако во II полугодии 2011 г. на рынке наблюдалось сокращение потребительских расходов, обусловленное опасениями, вызванными прогнозами экономической нестабильности.

И тем не менее, несмотря на снижение потребительского доверия к концу года, в целом 2011 г. характеризовался растущим спросом со стороны ритейлеров. Более того, 2011 г. был ознаменован выходом на рынок нескольких новых брендов, в основном в одежном сегменте, среди которых *GAP*, *New Yorker*, *Oysho*, *Noa Noa*, и т.д. в среднем ценовом диапазоне; *Christian Dior*, *Tru Trussardi* и *Ermanno Scervino* в сегменте класса люкс.

После продолжительного периода монополии локальных сетей в сегменте парфюмерии, в 2011 г. на украинский рынок вышло несколько новых игроков, в основном через приобретение локальных ритейлеров. Например, парфюмерная сеть *Watsons* (Гонгконг) получила контроль над 100% пакета акций украинского оператора *ДЦ*, впоследствии проведя ребрендинг

## Объем потребительских кредитов и процентная ставка\* в Украине



\* - по потребительским кредитам, выданным в гривне; средневзвешенная ставка за период в годовом исчислении  
Источник: Национальный банк Украины

## Основные бренды, которые вышли на рынок в 2011 г.

ОДЕЖДА	ОБУВЬ И АКСЕССУАРЫ
GAP	a.testoni
New Yorker	Vince Camuto
Oysho	ЦентрОбувь, Centro
Finn Flare	Coccinelle
Noa Noa	Six
Alcott	I am
Ci Mi	Diva
ТОВАРЫ КЛАССА ЛЮКС	ДРУГИЕ
Christian Dior	Ralph Lauren Home
Tru Trussardi	L'Etoile
Ermanno Scervino	Watsons
	Craftholic

Источник: CBRE

магазинов. Российский ритейлер *Л'Этуаль* вышел на рынок под собственным брендом и одновременно купил две локальные парфюмерные сети, - *Brocard* и *Bonjour* – которые на сегодняшний день продолжают функционировать под собственными брендами.

Что касается стратегии на 2012 г., ритейлеры планируют расширяться, но более умеренными темпами. Торговые операторы по-прежнему обеспокоены снижением покупательской активности, в большей степени сосредоточив усилия на поддержании status quo, таким образом минимизируя свои риски. Эта тенденция нашла подтверждение в глобальном исследовании CBRE "Активность ритейл-операторов в регионе EMEA", согласно результатам которого Украина опустилась с 17-ой до 23-ей позиции в рейтинге приоритетности стран для экспансии международных ритейлеров в 2012 г.; причем некоторые игроки находятся в ожидании стабилизации экономической ситуации, тогда как других операторов сдерживает недостаток качественного предложения торговых площадей.

## ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Действительно, возможности для экспансии ритейлеров в Киеве в 2011 г. были ограничены. Единственным крупным профессиональным торговым центром, введенным в эксплуатацию в 2011 г., стала вторая очередь ТРЦ Dream Town (GLA – 45 000 кв. м) специализированного формата. Общее предложение качественных торговых площадей<sup>2</sup> на сегодняшний день насчитывает 584 000 кв. м. Таким образом, рынок Киева по-прежнему остается одним из наименее насыщенных среди столиц Центральной и Восточной Европы с точки зрения профессиональной торговой недвижимости - 208 кв. м на 1 000 жителей. И даже при условии реализации амбициозных планов девелоперов на 2012 г., показатель насыщенности торговыми площадями улучшится лишь незначительно. При условии вывода всех запланированных 251 000 кв. м торговых площадей на рынок, уровень обеспеченности Киева торговыми помещениями достигнет приблизительно 300 кв. м на 1 000 жителей, что все еще в два раза ниже аналогичного показателя в столицах развитых стран Центральной и Восточной Европы, таких как Варшава и Прага.

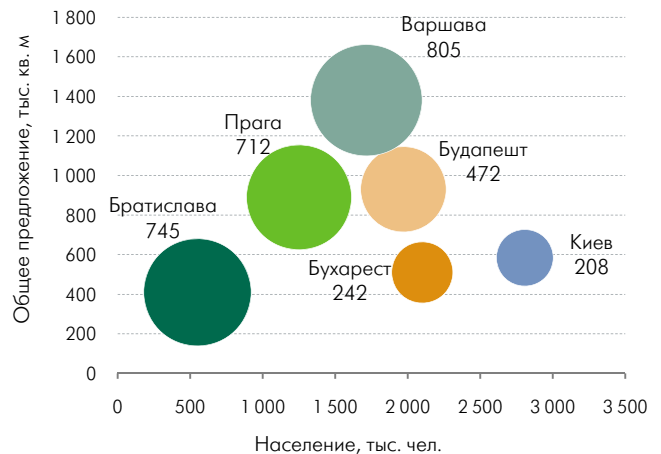
С точки зрения формата, большинство строящихся торговых объектов являются региональными торговыми центрами. Около 250 000 кв. м заявлено к выходу в 2012 г., еще 146 000 кв. м запланировано на 2013 г. Кроме того, несколько крупных проектов, таких как ТРЦ на ул. Златоустовской, МФК «Парк Горького», ТРЦ Panda Park, ТРЦ «Проспект», ТРЦ «Квадрат» на Вырлице и т.д., находятся в процессе получения необходимых документов и разрешений на начало строительства. В случае реализации вышеупомянутых проектов (около 450 000 кв. м) в среднесрочной перспективе (3 – 4 года), рынок Киева может достичь насыщения торговыми площадями традиционного формата. Тем не менее, шансы своевременного ввода такого значительного количества площадей невелики, учитывая распространенную на рынке практику задержек ввода в эксплуатацию.

На протяжении следующих нескольких лет рынок ожидает не только рост объема, но и изменение его структуры. Так, за последние 3 года средний размер торгового центра в Киеве увеличился более чем на 50%. Если в 2008 г. он составлял около 17 000 кв. м, то в 2011 г. этот показатель вырос до 24 000 кв. м., а в торговых центрах, строящихся в настоящий момент, сдаваемая площадь достигла 40 000 кв. м. Более того, исторически сложившийся дисбаланс в обеспеченности торговыми площадями между Левым и Правым берегом начал сокращаться: почти половина торговых площадей, которые на данный момент находятся на этапе строительства, расположены на Левом берегу. Такое изменение в предпочтениях девелоперов объясняется низкой конкуренцией и

## Предложение торговых площадей в Киеве



## Обеспеченность качественными торговыми площадями на 1 000 жителей в некоторых городах Центральной и Восточной Европы, кв. м



Источник: CBRE

значительной целевой аудиторией, – факторы, которые также влияют и на заинтересованность ритейлеров левобережной частью города.

2011 г. в целом характеризовался повышением строительной активности, однако во II полугодии в связи с экономической неопределенностью и ужесточением условий кредитования не было зафиксировано ни одного начала реализации проекта в сегменте профессиональных торговых площадей.

Несмотря на заявления девелоперов на протяжении года о намерениях развивать новые форматы торговых центров, Kiev E95 Outlet Centre является единственным проектом, строительство которого началось во II полугодии 2011 г.

<sup>2</sup> - [торговым центром] является объект торговой недвижимости, спроектированный, построенный и управляемый как единое целое, состоящий из торговых секций и зон «общего пользования», с минимальной общей арендуемой площадью (GLA) 5 000 кв. м; с наличием качественного набора арендаторов, 50% которого должны составлять сетевые операторы.

## ВАКАНТНОСТЬ И СТАВКИ

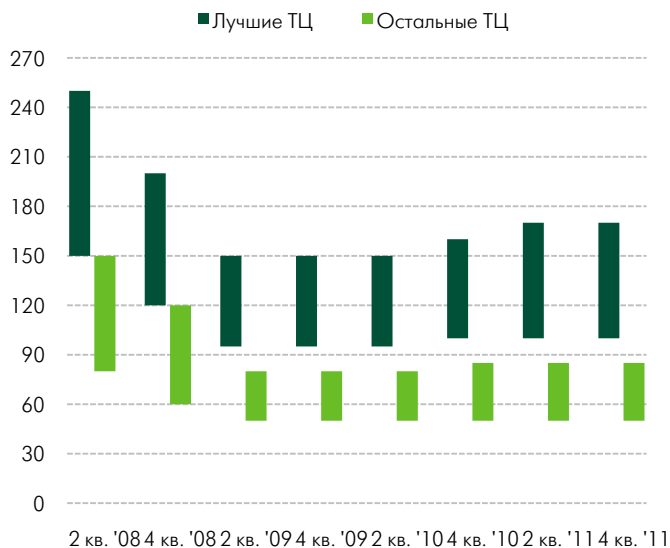
В 2011 г. спрос на качественные объекты оставался высоким, вследствие чего арендные ставки выросли на 5-10% в среднем по рынку. Следует отметить, что увеличение ставок в основном происходило в I полугодии 2011 г., тогда как во II полугодии 2011 г. ставки оставались практически неизменными на фоне ухудшившейся динамики продаж. На сегодняшний день, арендные ставки в самых успешных торговых центрах варьируются в пределах \$100-170/кв. м/месяц (без НДС, эксплуатационных и коммунальных расходов), в то время как арендные ставки в остальных торговых центрах находятся в диапазоне \$55-85/кв. м/месяц для типичной галерейной секции площадью 100-200 кв. м.

Вакантность в торговых центрах прайм-сегмента оставалась близкой к нулю на протяжении всего года. В среднем по рынку уровень вакантности незначительно увеличился во втором полугодии и составлял 6% в результате медленных темпов поглощения торговых площадей второй очереди ТРЦ Dream Town, которая была введена в эксплуатацию летом 2011 г. Низкий спрос на торговые помещения в вышеупомянутом ТРЦ отчасти можно объяснить его специализированным форматом – количество сетевых ритейлеров данного сегмента на рынке весьма ограничено.

## РЕГИОНЫ

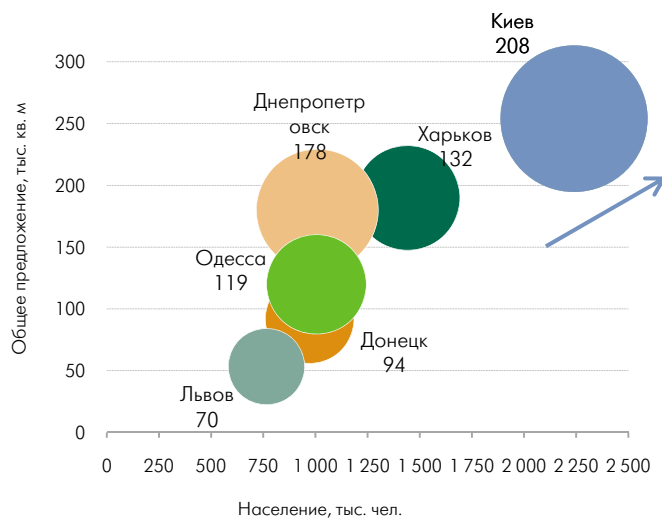
В 2011 г. рынок ритейла в регионах оживился, причем в ответ на растущий спрос со стороны ритейлеров девелоперы начали обращать внимание и на небольшие города. Настоящим событием на рынке стало открытие магазинов трех брендов компании Inditex (*Bershka, Stradivarius и Pull&Bear*) в ТЦ «Магический» в Виннице (около 370 000 чел.) в конце года. Поскольку присутствие компании Inditex является индикатором потенциала торгового центра/города для большинства ритейлеров, экспансия группы в небольшие города создает почву для качественных улучшений на региональном рынке.

## Базовые арендные ставки в Киеве (\$/кв. м/месяц)



Источник: CBRE

## Обеспеченность качественными торговыми площадями самых крупных городов Украины на 1 000 жителей, кв. м



Источник: CBRE

## Типичные условия аренды в киевских торговых центрах

Арендные платежи	Обычно указываются базовые арендные ставки, т.е. без НДС (20%), эксплуатационных и коммунальных расходов. Платежи осуществляются ежемесячно на условиях предоплаты. Наиболее распространена схема с фиксированной арендной ставкой. Процент от оборота в качестве арендной ставки или смешанная схема (базовая арендная ставка или процент от оборота, в зависимости от того, что выше) получили распространение в последние несколько лет, в основном применяется к якорным арендаторам/крупным международным ритейлерам.
Индексация	Арендные ставки привязываются к USD, но оплата производится в UAH по обменному курсу НБУ с месячными поправками. Индексация осуществляется ежегодно на основании ИПЦ.
Депозит	Арендатор должен предоставить депозит либо гарантию банка на сумму, эквивалентную двухмесячной арендной плате (за первый и за последний месяц аренды).
Сервисные платежи	Сервисные платежи покрывают ремонт, уборку общих территорий, услуги по управлению. Для якорных арендаторов они составляют \$1-2 кв. м, для всех остальных – \$3-5 кв. м. Коммунальные платежи оплачиваются арендатором отдельно по счетчику.
Арендные каникулы	Собственник предоставляет новому арендатору арендные каникулы на 1-2 месяца для выполнения отделочных работ.
Срок аренды	Договор аренды заключается, как правило, на период до 3-х лет. Для якорных арендаторов срок аренды может достигать 10 лет.
Ремонт	В большинстве случаев арендатор осуществляет внутреннюю отделку помещений за свой счет, в то время как собственник берет на себя затраты по ремонту помещений общего пользования и внешней отделке.

Источник: CBRE

Торговые центры, введенные в эксплуатацию в 2011 г.				
НАЗВАНИЕ	ГОРОД	ДЕВЕЛОПЕР	GLA, кв. м	ДАТА ВВОДА/ЗАЯВЛЕННАЯ ДАТА ВВОДА
Магелан (1 фаза)	Харьков	Край Проперти	34 600	2011
Ave Plaza	Харьков	АВЭЖ/Uniq	9 070	2011
Дафи (3 фаза)	Харьков	Дафи	7 500	2011
Донецк Сити (2 фаза)	Донецк	Домус	29 700	2011
Пассаж	Днепропетровск	Akselrod Estate	13 000	2011
City Mall (2 фаза)	Запорожье	Arricano Real Estate	25 000	2011
Украина	Мариуполь	Локальный девелопер	13 300	2011
Галактика	Кременчуг	Локальный девелопер	7 000	2011
Строящиеся торговые центры, запланированные ко вводу в 2012 г.				
City Center (1 фаза)	Одесса	GMG Development	30 000	2012
Французский бульвар (3 фаза)	Харьков	Аксиома	34 200	2012
Магелан (2 фаза)	Харьков	Край Проперти	27 900	2012
Cascade Plaza (1 фаза)	Днепропетровск	Alef Estate	13 000	2012
Карааван (3 фаза)	Днепропетровск	Лекс Холдинг	9 800	2012
ТЦ на Евпаторийском Шоссе (1 фаза)	Симферополь	Крымская девелоперская компания	20 000	2012
Фабрика	Херсон	Будхаус Групп	65 000	2012
Суворовский	Херсон	Будхаус Групп	32 000	2012
Любава	Черкасы	Будхаус Групп	18 000	2012

Источник: CBRE

Тем не менее, что касается нового предложения качественных торговых площадей, большие города по-прежнему остаются в лидерах, причем первое место занимает Харьков с показателем более 50 000 кв. м (GLA), благодаря выходу на рынок трех торговых центров. Стоит отметить, что крупные торговые центры постепенно начинают появляться и в менее крупных городах, таких как Запорожье, Мариуполь и Кременчуг.

## СТАВКИ КАПИТАЛИЗАЦИИ

Несмотря на тот факт, что рынок торговой недвижимости был одним из наиболее динамично развивающихся секторов коммерческой недвижимости в 2011 г., в сегменте профессиональных торговых центров не было заключено ни одной инвестиционной сделки. Ставки капитализации снизились на 1 п.п. до 13% в I полугодии 2011 г., однако на фоне ухудшения экономических прогнозов во II полугодии оставались стабильными. Стоит отметить, что в отсутствии инвестиционных сделок, вышеуказанный показатель является лишь умозрительным. И все же некоторая активность на рынке присутствовала, но в основном в I полугодии 2011 г. - было заключено несколько девелоперских сделок, а также были совершены покупки земельных участков под строительство объектов торговых недвижимости.

## ПРОГНОЗ

Рост розничного товарооборота создал благоприятную почву экспансии ритейлеров и способствовал выходу на рынок нескольких новых брендов в 2011 г. Однако, ближе к концу года ритейлеры стали более осторожными в своих планах по расширению. Интерес арендаторов сегодня сохраняется в основном к торговым помещениям с

наилучшим месторасположением, и пока сохраняется экономическая неопределенность, вероятность возобновления спроса на помещения в менее успешных торговых центрах невелика.

Прогнозируемый объем нового предложения качественных торговых площадей на 2012 г. составляет рекордные 250 000 кв. м. При условии, что на протяжении 2012 г. среди ритейлеров будет преобладать сдержанный подход к планам по развитию, период поглощения ожидаемого объема торговых площадей может достичь 12-18 месяцев. Вместе с тем, принимая во внимание существующую практику переносов дат ввода объектов в эксплуатацию на более поздний срок, выход на рынок всего анонсированного объема нового предложения маловероятен.

Мы ожидаем, что вакантность в прайм-сегменте останется на уровне близком к нулю, так как интерес ритейлеров сосредоточен на торговых объектах с наиболее выгодным расположением. Однако с учетом того, что большинство ритейлеров приостановили свои планы по экспансии, мы не видим оснований для стремительного роста арендных ставок даже в самых успешных ТЦ. Незначительные изменения в сторону повышения ставок возможны в пределах 3-5% в локациях, пользующихся наибольшим спросом. В менее успешных торговых центрах мы ожидаем увеличения уровня вакантности, на фоне внушительного количества прогнозируемого нового предложения, а также стабилизацию арендных ставок на уровне 2011 г. при условии отсутствия дополнительных экономических потрясений.

Несмотря на то, что рынок Киева все еще рассматривается девелоперами как наиболее приоритетный для развития проектов в сфере торговой недвижимости, региональные рынки также предоставляют возможности для роста, принимая во внимание их низкую насыщенность профессиональными торговыми площадями. Как результат активизации девелоперской активности в небольших городах в прошлом году, мы прогнозируем рост нового предложения в городах 2-го и 3-го эшелона.

Для более детальной информации касательно обзора рынка обращайтесь к:

**CBRE**

**Украина**

ул. Н. Гринченко, 4  
Киев 03680  
t: +38-044-390-00-00

**Сергей Сергиенко**

Управляющий партнер

e: [sergij.sergiyenko@cbre.ua](mailto:sergij.sergiyenko@cbre.ua)

**Радомир Цуркан**

Управляющий партнер

e: [radomyr.tsurkan@cbre.ua](mailto:radomyr.tsurkan@cbre.ua)

**Марина Крестинина**

Директор департамента стратегического консалтинга и аналитики

e: [marina.krestinina@cbre.ua](mailto:marina.krestinina@cbre.ua)

**Кира Пруголо**

Аналитик

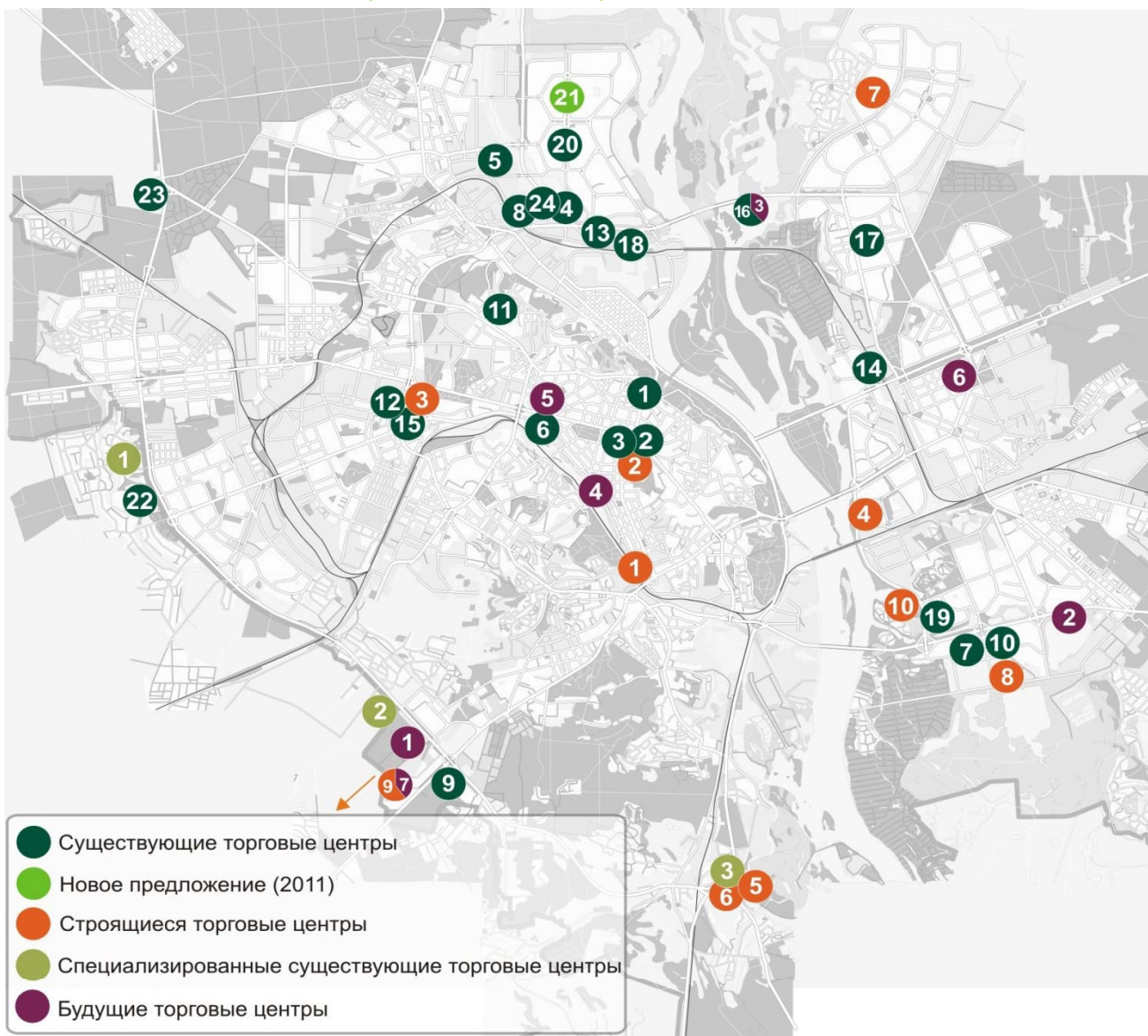
e: [kira.pruglo@cbre.ua](mailto:kira.pruglo@cbre.ua)

© **CBRE**

Представленный обзор рынка основывается на данных и информации, полученных, как мы полагаем, из достоверных источников. Мы не ставим под сомнение их правильность, но поскольку не проверяли лично, не можем гарантировать их точность и достоверность. Любые мнения, предположения и прогнозы используются как пример и не отражают в полной мере текущую ситуацию на рынке либо его поведение в будущем. Данный обзор представлен исключительно для использования клиентами CBRE. Информация, содержащаяся в данном обзоре, не может быть использована без предварительного письменного разрешения со стороны CBRE.



## Торговые центры Киева



Существующие торговые центры			
№	НАЗВАНИЕ	GLA, кв. м	ДАТА ВВОДА/ЗАЯВЛЕННАЯ ДАТА ВВОДА
1	Глобус	18 600	2001-2002
2	Мандарин Плаза	9 400	2003
3	Арена Сити	8 000	2005
4	Городок	10 000	2003
5	Караван (1, 2, 3, 4 фазы)	37 900	2003-2008
6	Украина	24 000	2003
7	Аладдин (1, 2 фазы)	10 200	2004-2005
8	Альта-Центр	17 000	2004
9	Магелан	22 400	2004
10	Пирамида	12 000	2004

Существующие торговые центры			
№	НАЗВАНИЕ	GLA, кв. м	ДАТА ВВОДА/ЗАЯВЛЕННАЯ ДАТА ВВОДА
11	Promenada Center (1, 2 фазы)	22 000	2003-2004
12	Большевик (1, 2, 3 фазы)	65 000	2006-2009
13	Плазма	8 800	2006
14	Комод	10 000	2007
15	Аркадия 1	15 800	2007
16	Sky Mall (1, 2 фазы)	67 000	2007-2010
17	Квадрат на Перова	19 100	2008
18	Блокбастер	25 500	2008
19	Аркадия 2	18 400	2008
20	Dream Town (1 фаза)	41 000	2009
21	Dream Town (2 фаза)	45 000	2011
22	Promenada Park (1, 2 фазы)	43 000	2009-2010
23	Ашан Беличи	17 400	2009
24	Ашан Петровка	16 800	2008
Специализированные существующие торговые центры			
1	4Room	22 230	2009
2	Аракс	28 000	2009
3	Домосфера (1 фаза)	22 300	2009
Строящиеся торговые центры			
1	Ocean Plaza (1 фаза)	72 000	1П 2012
2	Гулливёр (Континеталь/Эспланада)	38 000	1П 2012
3	Мармелад	38 700	1П 2012
4	Silver Breeze	21 000	1П 2012
5	Домосфера (2 фаза)	30 000	2П 2012
6	Alacor City	28 400	2П 2012
7	РайОН	22 700	2П 2012
8	Kyiv Mall	75 400	1П 2013
9	Kiev E95 Outlet Centre (1 фаза)	15 800	1П 2013
10	River Mall	55 000	2П 2013
Будущие торговые центры			
1	Panda Park	139 000	н/д
2	Квадрат на Вырлице	80 400	н/д
3	Sky Mall (3 фаза)	46 500	н/д
4	Парк Горького	64 500	н/д
5	ТЦ на Златоустовской	71 600	н/д
6	Проспект	41 000	н/д
7	Kiev E95 Outlet Centre (2 фаза)	10 220	н/д

Источник: CBRE