

ОГЛЯД РИНКУ ТОРГОВОЇ НЕРУХОМОСТІ КИЄВА ТА РЕГІОНІВ

Зростання орендних ставок у період очікування девелопменту нових проектів

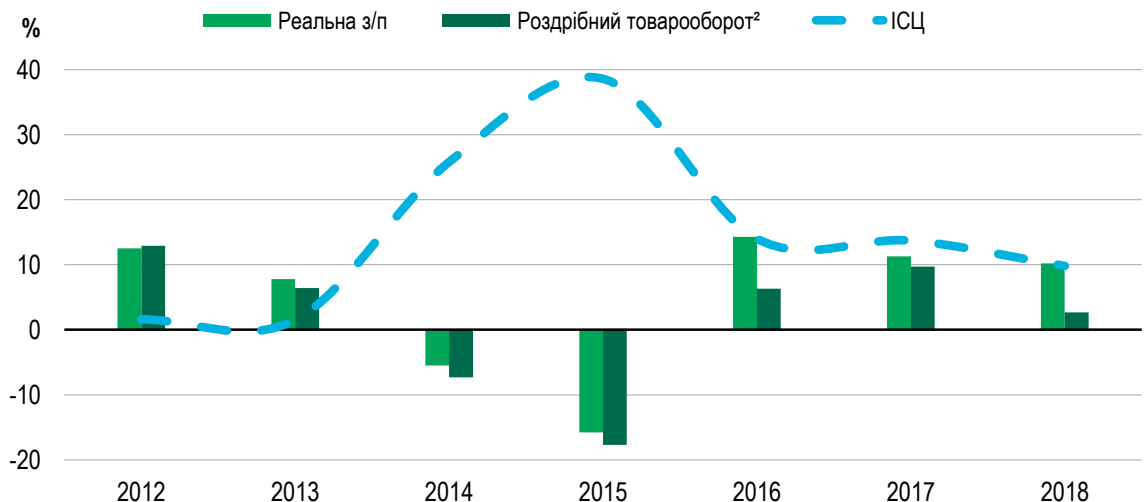


ПОПИТ

У 2018 році спостерігався стійкий ріст роздрібного товарообігу (+2,7% p/p), що сприяло підвищенню попиту на торгові площі з боку нових та існуючих ритейлерів. Зростання реальної заробітної плати у Києві на 10,2% p/p позитивно вплинуло на рівень цінової чутливості споживачів. Індекс споживчих цін досягнув позначки 109,8 до кінця 2018 року, уповільнивши темпи росту у порівнянні з минулорічним показником 113,7. Таке стримування росту показника відбулося за рахунок декількох підвищень облікової ставки НБУ впродовж року. У результаті зростаючої конкуренції на ринку, у 2018 році традиційні продовольчі ритейлери активно запускали нові формати магазинів, що свідчить про зростаючу популярність багатоформатної моделі роздрібної торгівлі. За даними Euromonitor International, магазини

формату «біля дому» демонстрували найсильнішу частку зростання у поточних цінах станом на кінець 2018 серед усіх форматів ритейлерів, причому значне зростання пояснювалося низькою насиченістю даної ніші на ринку. За підтримки більш платоспроможної частини населення її зростаючої стурбованості з приводу зручності процесу шопінгу, ця тенденція була особливо очевидна в Києві. Бренд *Fora* українського продовольчого ритейлера Fozzy Group залишається лідером в сегменті національних магазинів «біля дому», активно запускаючи нові магазини в передмісті Києва. У 2018 році французький ритейлер Auchan Retail відкрив чотири магазини «*Мій Ашан*» у форматі «біля дому» (з пунктами Click&Collect для онлайн-замовлень) на місці магазинів *Topmart* у Києві, які компанія придбала в 2017 році.

Графік 1: Заробітна плата, роздрібний товарообіг та індекс споживчих цін (% зміни, p/p)¹



¹ За винятком тимчасово окупованих територій, Автономної Республіки Крим, м. Севастополь та зони проведення антитерористичної операції.

² Включає лише організований роздрібний товарообіг

Джерело: Головне управління статистики у м. Києві

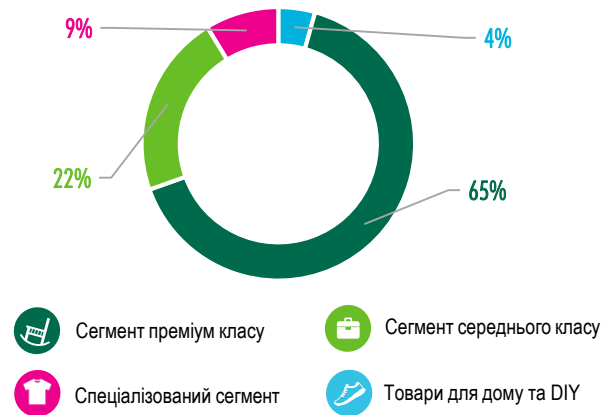
Розширюючи свій основний формат, ритейлер відкрив найбільший у Києві супермаркет (15 000 кв.м) в першій черзі ТРЦ Rive Gauche. У вищому ціновому сегменті продуктового ритейлу, Novus розширив свою присутність 5-ма новими магазинами в 2018 році, включаючи магазин преміум-формату, що відкрився в ТЦ Good Life.

У сегменті побутової електроніки, корейський бренд *Samsung Home* відкрив свій найбільший магазин (500 кв.м) в Україні на території гіпермаркету «Епіцентр-К», а також відзначився першим у Європі магазином побутової техніки *Samsung*. У fashion сегменті, 20 нових міжнародних брендів вийшли на ринок України, що є дещо нижчим показником порівняно з кількістю нових брендів минулого року (35). Частка нових магазинів сегменту преміум класу значно збільшилася і склала 65% (+37 п.п. р/р), далі розташувався сегмент середнього класу із 22%, спеціалізований сегмент із 9%, а також сегмент товарів для дому та DIY з 4%. Найбільш значними відкриттями року стали вихід *Zara Home* (іспанський бренд товарів для дому та DIY) і довгоочікуване відкриття *H&M* з *H&M Home* (шведський бренд середнього класу). Інші бренди, такі як *Koton* (турецький бренд середнього класу), знову вийшли на ринок, а бренд ритейлера *Argo Retail Promod* (французький бренд середнього класу) вийшов з ринку після майже 18-річної присутності в Україні і був замінений брендом *Orsay* – іншим брендом ритейлера. Найбільшу частку нових відкриттів у 2018 році отримали найуспішніші торгові центри Києва – ТРЦ Gulliver, ТРЦ Ocean Plaza і ТРЦ Lavina Mall, а також варто відзначити відкриття кількох міжнародних брендів на вулиці Велика Васильківська.

ПРОПОЗИЦІЯ

Нова пропозиція торгових центрів у 2018 році склала приблизно 54 000 кв. м, що є помітним збільшенням на фоні низького обсягу минулого року (8 000 кв. м). Так, обсяг загальної торгової пропозиції збільшився до 1,10 млн кв. м (+4,4% р/р) внаслідок виходу на ринок нових об'єктів: 1-ої черги ТРЦ Rive Gauche (20 500 кв.м), ТРЦ Smart Plaza Polytech (15 000 кв.м), першого в Україні ритейл парку – Рітейл Парк Петрівка (11 000 кв.м) та частково відкритого (тільки з якірним

Графік 2: Структура нових брендів 2018 за категорією



Джерело: CBRE Ukraine

Таблиця 1: Основні бренди у торгових центрах, що вийшли на ринок Києва у 2018

БРЕНД	КАТЕГОРІЯ	ЛОКАЦІЯ
All Saints	Сегмент преміум класу	Ocean Plaza
Alpina	Спеціалізований сегмент	Plazma
Antony Morato	Сегмент середнього класу	Cosmopolit
Balmain	Сегмент преміум класу	Mandarin Plaza
Daniel Hechter	Сегмент преміум класу	Gulliver
DeFacto	Сегмент середнього класу	Globus
Emporio Armani	Сегмент преміум класу	Ocean Plaza
H&M	Сегмент середнього класу	Lavina Mall
HUGO	Сегмент преміум класу	Sky Mall
Jo Malone	Сегмент преміум класу	Gulliver
Kilian	Сегмент преміум класу	Gulliver
Koton	Сегмент середнього класу	Lavina Mall
Laurel	Сегмент преміум класу	Gulliver
LIVLY	Спеціалізований сегмент	Gulliver
New Yorker	Сегмент середнього класу	French Boulevard
Penny Black	Сегмент преміум класу	Ocean Plaza
Polo Ralph Lauren	Сегмент преміум класу	Gulliver
Polo Ralph Lauren	Сегмент преміум класу	Ocean Plaza
Santoni	Сегмент преміум класу	Mandarin Plaza
Ted Baker	Сегмент преміум класу	Ocean Plaza
Trollbeads	Сегмент преміум класу	Ocean Plaza
Tru Trussardi	Сегмент преміум класу	Ocean Plaza
XTI	Спеціалізований сегмент	Lavina Mall

Джерело: CBRE Ukraine

орендарем) ТРЦ Good Life (7 500 кв. м). Згідно із заявами девелоперів до виходу на ринок планується більше 400 тис. кв. м нової пропозиції у 2019, включаючи великі торгово-розважальні центри, такі як Ocean Mall (100 000 кв. м) і 1-шу чергу Blockbuster Mall (100 000 кв. м). Враховуючи зростання попиту на торгові площі та стабілізацію економічних показників, ринок перебуває в очікуванні старту нових проектів, проте існує висока ймовірність, що оголошені терміни завершення будівництва буде відкладено.

ВАКАНТНІСТЬ ТА ОРЕНДНІ СТАВКИ

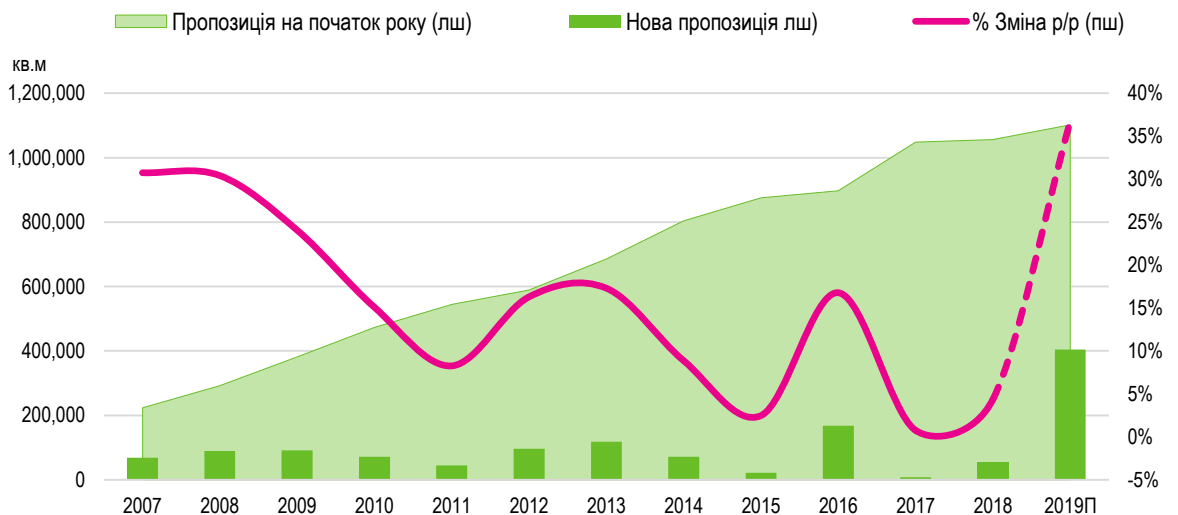
Зростання попиту на торгові приміщення, пов'язане з постійним ростом роздрібного товарообігу, призвело до подальшого зниження середньої вакантності з 5% до 3% (-2 п.п. р/р). Незважаючи на введення в експлуатацію близько 54 000 кв.м торгових площ у 2018 році, нові приміщення були майже повністю заповнені. Попит з боку ритейлерів був особливо сильним на найкращі торгові приміщення, де вакантність коливалася в діапазоні від 1,5% до 0%. Як наслідок, базові орендні ставки на кращі торгові приміщення Києва варіювалися в діапазоні від \$75 до \$95/кв.м/місяць, де нижня межа зросла на близько 15% р/р, зменшивши діапазон розриву. Аналогічно, діапазон орендних ставок на інші торгові приміщення збільшився на 31% для нижньої межі діапазону і на 20% – для верхньої, таким чином, коливаючись в межах від \$42 до \$60/кв.м /місяць.

Таблиця 2: Торгові центри на стадії девелопменту, заплановані на 2019-2021 рр.

ЗАПЛАНОВАНА ДАТА ВВЕДЕННЯ В ЕКСПЛУАТАЦІЮ	GLA, кв.м	ДЕВЕЛОПЕР
2018		
Good Life	7 500	Новопечерський Пасаж/Досвід 2002
Retail Park Petrivka	11 000	CEETRUS
Rive Gauche (1-ша черга)	20 500	CEETRUS
Smart Plaza Polytech	15 000	A Development
2019		
"Апрель" (2-га черга)	45 700	Kyivproekt Development
Blockbuster Mall (1-ша черга)	100 000	Mandarin Plaza/Megaline
Oasis	13 200	Megaline
Ocean Mall	100 000	Megaline
Retroville	80 700	Stolitsa Group
River Mall	54 700	Vilna Ukraina
Smart Plaza Obolon	10 000	A Development
2020		
Kyiv Mall	58 000	Dilais
Lukianivka Mall	47 000	Arricano Real Estate
Rive Gauche (2-га черга)	50 000	CEETRUS
White Lines	27 000	A Development
2021		
Sky Mall (3-тя черга)	39 000	Призма Бета
ЗУПИНЕНО		
Respublika	135 000	K.A.N. Development

Джерело: CBRE Ukraine

Графік 3: Загальна та нова пропозиція торгових площ у Києві

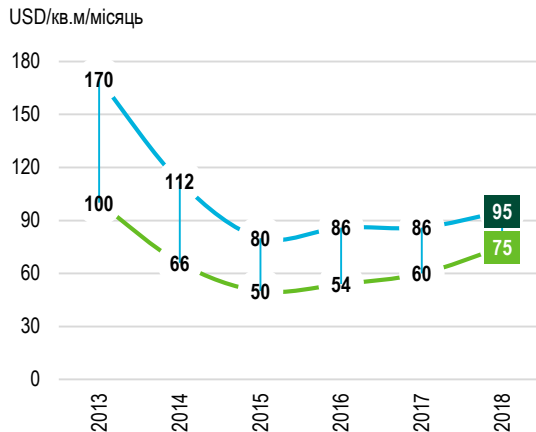


лш - ліва шкала; пш - права шкала

П - прогноз

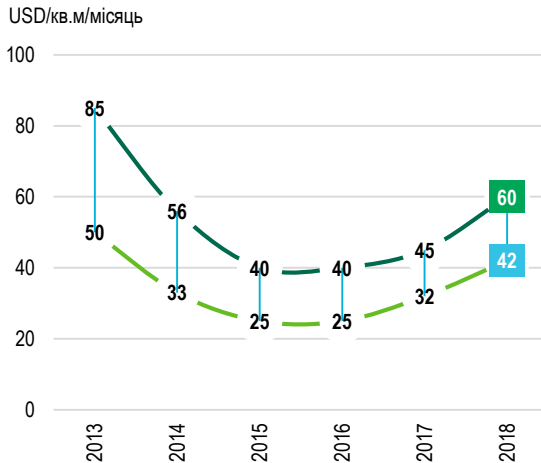
Джерело: CBRE Ukraine

Графік 4: Базові орендні ставки в Києві на найкращі торгові приміщення



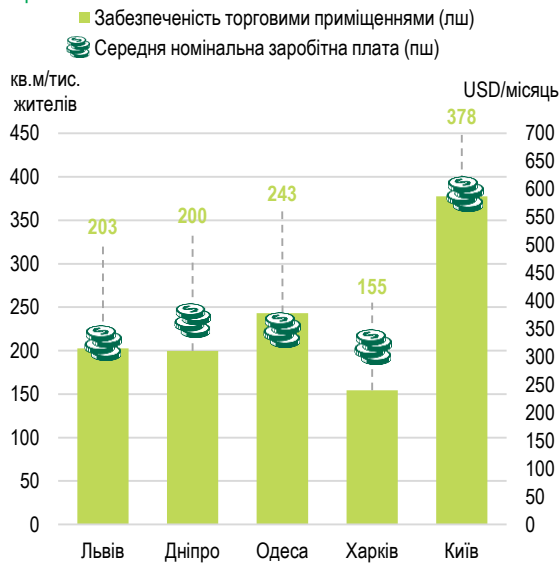
Джерело: CBRE Ukraine

Графік 5: Базові орендні ставки в Києві на інші торгові приміщення



Джерело: CBRE Ukraine

Графік 6: Забезпеченість якісними торговими приміщеннями та доходи населення у найбільших регіональних містах України



Джерело: CBRE Ukraine

лш - ліва шкала; пш - права шкала

РЕГІОНИ

В 2018 обсяг товарообігу в регіонах продемонстрував ріст на 5,6% р/р, з найвищими показниками зростання у Івано-Франківській (+11,9% р/р), Київській (+10,4% р/р) та Житомирській (+10% р/р) областях, виключаючи тимчасово окуповані території Донецької та Луганської областей. В той же час, було зафіксовано зростання реального наявного доходу на +10% р/р, що стало позитивним поштовхом до регіональних споживчих витрат. Відтак, у 2018 році українські споживачі були менш чутливими до цін, ніж у період економічної кризи 2014-2015 рр. В fashion сегменті, міжнародні ритейлери такі як *LC Waikiki*, *LPP*, *Miniso* та *USUPSO* були найбільш активними щодо розширення на регіональних ринках. Традиційно, сектор продовольчого ритейлу займав значну частку регіонального роздрібного ринку. Так, АТБ, найбільший український продовольчий дискаунтер, збільшив свою мережу на близько 80 магазинів у 2018 році, де загальна кількість магазинів по всій країні склала 990 (приблизно +8% р/р). Таке розширення АТБ було прискорене придбанням у 2017 році магазинів *Colibris* та супермаркету *Billa* у Одесі. Відповідно до тренду на магазини «біля дому», АТБ представив свій перший магазин *АТБ Express* у Запоріжжі, який для компанії став експериментальним для виходу на ринок. Незважаючи на переважно преміум сегмент магазинів *Novus*, ритейлер також відкрив свій перший *Novus Express* у Ірпіні (Київська область) у форматі магазину «біля дому». Натомість, *Auchan Group* оголосила про свою присутність у Дніпрі, відкривши перший в країні магазин формату *superstore* – *Auchan* (3 500 кв.м) у ТРЦ «Дафі». Протягом 2018, ритейлер розширив свою присутність на ринку на близько 35% р/р і збільшив число магазинів до 27. Тим часом, *Fozzy Group* зросла за рахунок 7 магазинів *Silpo* нової концепції і 12 дисконт-магазинів *Fora* (приблизно +7,2% р/р по всій країні, нараховуючи близько 700 магазинів *Fozzy Group*).

Нова регіональна пропозиція була обмежена і представлена ТЦ *Woodmall* (10 000 кв.м) у Хмельницькому та другою чергою ТЦ *Gagarin Plaza* (20 000 кв. м) у Одесі. Темпи девелопменту нових проектів були дещо уповільненими через відсутність фінансування, хоча деякі девелопери планували оновити існуючі проекти базуючись на зростанні споживчого попиту. Так, два торгові центри у Дніпрі: ТРЦ «Дафі» (16 000 кв.м) та ТРЦ «Мост Сіті» (25 000 кв.м) знаходяться на етапі реконструкції і будуть відкриті в новому форматі у 2019. Очікується, що період 2019-2020 років буде насиченим з точки зору

введення нових об'єктів, де їх площа становитиме близько 207 500 кв.м. Забезпеченість якісними торговими приміщеннями на 1 000 жителів у найбільших містах залишилася практично незмінною: 155 кв.м у Харкові, 200 кв.м у Дніпрі, 203 кв.м у Львові та 243 кв.м у Одесі. Така невелика зміна в регіональній пропозиції була результатом обмеженої нової пропозиції на ринку у 2018.

Таблиця 3: Торгові центри в регіонах на стадії девелопменту, заплановані на 2019-2020 рр.

ЗАПЛАНОВАНА ДАТА ВВЕДЕННЯ В ЕКСПЛУАТАЦІЮ	GLA, КВ.М	МІСТО	ДЕВЕЛОПЕР
Введено в експлуатацію в 2018			
Gagarin Plaza (2-га черга)	20 000	Одеса	Atlanta Invest Development
Woodmall	10 000	Хмельницький	Ukrainian Building Capital
2019			
Ornava (2-га черга)	25 000	Тернопіль	Rodyna Invest
Panorama (Harmata)	6 000	Запоріжжя	Local developer
Spartak	23 000	Львів	«Львівбудмакс-Інвест»
Temopil Mall	50 000	Тернопіль	Локальний девелопер
2019 (Реконструкція)			
«Дафі»	16 000	Дніпро	Dafi
«Мост-Сіті»	25 000	Дніпро	Alef Estate
Neo Plaza	14 000	Дніпро	н/д
2020			
Alexander Plaza	41 000	Запоріжжя	Alexander Group
Gagarin Plaza (3-тя черга)	10 500	Одеса	Atlanta Invest Development
«Нікольський»	52 000	Харків	Budhouse Group
Проект			
Arsen Mall	33 000	Львів	Центр Проект
Fabrika 2	57 000	Запоріжжя	Budhouse Group
Les Vignes (1-ша черга)	17 000	Одеса	CEETRUS
Торговий центр	100 000	Запоріжжя	DELTA Ukraine

Джерело: CBRE Ukraine

Таблиця 4: Головні продовольчі ритейлери та їх діючі бренди на українському ринку

<p>АТБ</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат супермаркету: АТБ Формат магазину «біля дому»: АТБ Express 	<p>Novus</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат супермаркету: NOVUS Формат магазину «біля дому»: NOVUS Express
<p>Fozzy Group</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат супермаркету: Le Silpo, Favore, Silpo Формат гіпермаркету: Fozzy C&C Формат магазину «біля дому»: «Фора», «Траш!» 	<p>Retail Group</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат супермаркету: «Велика кишеня», «ВК Select» Формат гіпермаркету: «Велмарт» Формат магазину «біля дому»: «ВК Express»
<p>Auchan Group</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат гіпермаркету: Auchan Формат магазину «біля дому»: «Мій Ашан» 	<p>VolWest Group</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат супермаркету: SPAR, «Наш край» Формат магазину «біля дому»: «Наш край Express», SPAR Express
<p>Metro C&C</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат гіпермаркету: METRO Формат магазину «біля дому»: «Бери-Вези» 	<p>Furshet Group</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат супермаркету: «Гурман Фуршет», «Фуршет»
<p>Таврія В</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат супермаркету: «Космос», «Таврія В» 	<p>ЕКО Маркет</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат супермаркету: «ЕКО Маркет», «Симпатік»
<p>Billa Україна</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат супермаркету: Billa 	<p>Омега</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат супермаркету: Varus

Джерело: CBRE Ukraine, відкриті джерела

ІНВЕСТИЦІЇ

Загалом, на українському ринку в 2018 було зафіксовано три значні інвестиційні угоди із придбання компанією Dragon Capital Investments Ltd: ТРЦ Aladdin (10 200 кв.м) в Києві, ТРЦ Sky Park (15 400 кв.м) у Вінниці та ТРЦ Victoria Gardens (54 500 кв.м) у Львові. Об'єкти вважаються якісними активами, що є лідерами своєї ринкової ніші зі стабільним доходом та рівнем відвідуваності. Так, рітейл сектор зайняв друге місце з близько \$98 млн капіталу у обсязі інвестицій в 2018. На фоні завершених транзакцій, ставка капіталізації зміцнилась на 0,25 п.п. і становила 11,75%.

ПРОГНОЗ

У 2019 зберігатимуться перспективи зростаючого орендного попиту поряд із стратегіями розширення своєї присутності з боку як міжнародних, так і вітчизняних рітейлерів. Зміцнення рівня внутрішнього споживання, насамперед у Києві, залишатиметься двигуном для виходу на ринок нових міжнародних брендів. Очікується, що в 2019 кілька нових брендів відкриють свої перші магазини в Києві, де серед найбільш значних *Claudie Pierlot* (французький бренд преміум класу), *Decathlon* (французький бренд спеціалізованого одягу), *MISSHA* (південнокорейський бренд догляду за шкірою) та *Steve Madden* (американський бренд спеціалізованого одягу). Раніше заявлений до виходу бренд *IKEA* (шведський бренд товарів для дому та DIY) в 2019,

ймовірно, вийде на ринок пізніше через високу ймовірність затримки введення в експлуатацію ТРЦ Ocean Mall, де рітейлер планував відкрити свій перший магазин. Орендодавці продовжують впроваджувати ще більше розважальних компонентів у нові рітейл проекти, включаючи торгові центри заявлені до введення в експлуатацію в 2019: 2-га черга ТРЦ «Апрель» (45 700 кв.м), 1-ша черга ТРЦ Blockbuster Mall (100 000 кв.м), ТРЦ Oasis (13 200 кв.м), ТРЦ Ocean Mall (100 000 кв.м), ТРЦ Retroville (80 700 кв.м), ТРЦ River Mall (54 700 кв.м) та ТРЦ Smart Plaza Obolon (10 000 кв.м). Припускаючи, що вищезгадані проекти будуть введені в експлуатацію як планувалося, до кінця 2019 загальна пропозиція торгових площ Києва зросте на 37% р/р до 1,51 млн кв.м, створюючи сприятливі ринкові умови для рітейлерів. Як наслідок виходу на ринок нової пропозиції, зростання орендних ставок, ймовірно, сповільниться, що призведе до більш сприятливого для орендарів ринку. На фоні відносно стабільного економічного зростання, прогнозується подальше зростання інвестиційних настроїв із зниженням ставки капіталізації, однак економічна невизначеність напередодні президентських виборів може призупинити активність інвесторів у першій половині 2019 року. На глобальному рівні, в Європі очікується збереження обсягів інвестицій у торгівлю нерухомість, насамперед завдяки зміцненню ринків регіону СЕЕ де прогнозується подальший ріст орендних ставок в найкращих торгових центрах.

Основні показники ринку та прогноз на 2019



ВИЗНАЧЕННЯ (в алфавітному порядку)

Ставка оренди на найкращі приміщення - відображає найвищу орендну ставку на приміщення стандартного розміру найвищої якості, що знаходиться у будівлі з найкращими технічними характеристиками та має кращу локацію на ринку на дату дослідження. Орендна ставка на найкращі приміщення показує рівень орендної ставки, на якому були укладені договори купівлі оренди протягом досліджуваного періоду, але не обов'язково повинні дорівнювати цьому рівню, особливо у випадках, коли на ринку відбувалась обмежена кількість транзакцій та / або транзакції були нетиповими. У разі відсутності відповідних операцій на ринку протягом досліджуваного періоду, рівень ставки є гіпотетичним і ґрунтується виключно на експертній думці щодо ситуації на ринку у конкретний період. При цьому критерії щодо розташування, технічних характеристик будівлі, а також типу та розміру приміщення залишаються незмінними.

Ставка капіталізації на найкращі приміщення відображає ставку доходу, що може отримати інвестор за умови придбання кращих об'єктів нерухомості, повністю орендованих за ринковим рівнем орендних ставок з найбільш вигідним місцем розташування (наприклад ЦДР, або ключові райони міської активності). Ставка капіталізації на найкращі приміщення показує рівень ставки капіталізації, на якому укладені інвестиційні угоди протягом досліджуваного періоду, проте вона не обов'язково повинна дорівнювати цьому рівню, особливо у випадках, коли на ринку було проведено обмежену кількість транзакцій та / або транзакції були нетиповими. У разі відсутності відповідних операцій на ринку протягом досліджуваного періоду, рівень ставки є гіпотетичним і ґрунтується виключно на експертній думці щодо ситуації на ринку у конкретний період. При цьому критерії щодо розташування, якості приміщення, а також типу та розміру приміщення залишаються незмінними.

Торговий центр - об'єкт торгової нерухомості, що спроектований, побудований та управляється як єдине ціле, складається з торгових секцій та зон «загального користування», та мінімальна загальна орендована площа якого становить 5 000 кв. м (GLA); за умови присутності якісного набору орендарів, 50% з яких повинні складати мережеві оператори.

Обсяг приміщень на стадії будівництва відображає загальну орендовану площу приміщень, що знаходяться на стадії будівництва або реконцепції /реконструкції на дату проведення дослідження. Стадія будівництва передбачає початок будівельних робіт нульового циклу або земляні роботи. Даний показник не включає об'єкти, де проводяться роботи зі зносу та підготовчих робіт до початку будівництва в майбутньому, або підготовчі роботи на ділянці, де не затверджено конкретний проект розробки.

КОНТАКТИ

Для більш детальної інформації щодо огляду ринку звертайтеся до:

Сергій Сергієнко

Керуючий партнер

e: sergiy.sergiyenko@cbre-expandia.com

Радомир Цуркан

Керуючий партнер

e: radomyr.tsurkan@cbre-expandia.com

Діана Старунчак

Керівник відділу маркетингу та досліджень

e: diana.starunchak@cbre-expandia.com

Анжеліка Арзуманян

Головний аналітик

e: anzhelika.arzumanian@cbre-expandia.com

СЛІДКУЙТЕ ЗА НАШИМИ НОВИНАМИ:



DISCLAIMER 2019 CBRE

Information herein has been obtained from sources believed to be reliable. While we do not doubt its accuracy, we have not verified it and make no guarantee, warranty or representation about it. It is your responsibility to independently confirm its accuracy and completeness. Any projections, opinions, assumptions or estimates used are for example only and do not represent the current or future performance of the market. This information is designed exclusively for use by Expandia LLC | Part of the CBRE affiliate network clients, and cannot be reproduced without prior written permission of Expandia LLC | Part of the CBRE affiliate network .

© Copyright 2019 Expandia LLC | Part of the CBRE affiliate network