

Огляд ринку торгової нерухомості Києва та регіонів

Зростання орендних ставок на фоні низької вакантності та відкладеної нової пропозиції

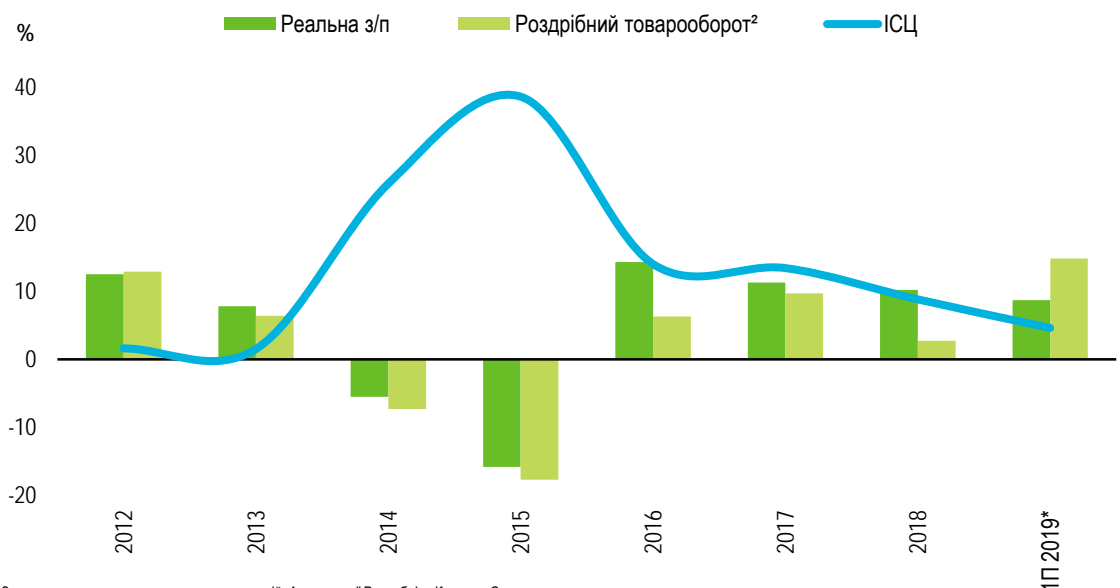


ПОПИТ

У 1П 2019, макроекономічні показники покращилися на фоні зростання реального ВВП +2,5% відповідно до Головного управління статистики України. Ринок торгової нерухомості відреагував на позитивні тенденції в національній економіці протягом 1П 2019. Зокрема, роздрібний товарообіг продемонстрував зростання +14,8% р/р як результат підвищення рівня реальної заробітної плати +8,7% р/р, а також сповільнення інфляції до рівня 4,6% (-4,2 пп з початку року). Крім того, національна валюта укріпилася в 1П 2019 +5% з початку року та +0,6% р/р. Зростання реальної заробітної плати та роздрібногo товарообігу сприяло розвитку продуктивних ритейлерів у Києві. Наприклад, мережа супермаркетів «Сільпо» відкрила 4 додаткові магазини в Києві та

Київській області, а розширення ритейлера було реалізовано шляхом придбання 2 рибних супермаркетів «Океанія» в Києві. Німецька мережа оптових та роздрібних гіпермаркетів *Metro Cash&Carry* анонсувала свої плани стосовно збільшення кількості магазинів до 6 у 2П 2019. У сегменті продуктового ритейлу продовжує розвиватися також мережа *NOVUS*, розширюючи свою присутність в Києві та Київській області поряд із відкриттям 7 нових магазинів до кінця 2019 року. У той же час *Auchan* закрит один із своїх супермаркетів у ТРЦ *SkyMall*, площа якого була відразу орендована мережею *NOVUS*. Незважаючи на скорочення, французький ритейлер фокусується на розвитку магазинів невеликого формату біля дому «Мій Ашан», а також сегменту e-commerce.

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



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

² Включає лише організований роздрібний товарообіг

*Останні дані доступні на кінець червня 2019

Джерело: Головне управління статистики у м. Києві

У 1П 2019, ринок торгової нерухомості в Україні залишився привабливим для міжнародних брендів, хоча більшість нових fashion-ритейлерів очікує виходу на ринок нових торгових центрів, що заплановані до введення в експлуатацію до кінця 2019 року. Таким чином, у 1П 2019, в Україні з'явилася обмежена кількість нових брендів, включаючи *Claudie Pierlot* (французький бренд одягу преміум класу), *MISSHA* (корейський косметичний бренд), довгоочікуваний *Decathlon* (французький бренд спорт товарів), а також *WEILL* (французький бренд одягу преміум класу). Очікується, що продовження зростання роздрібного товарообігу, а також наявного доходу на фоні прискорення зростання ВВП залучатиме більше гравців на ринок торгової нерухомості Києва. У тому числі у 2П 2019 декілька міжнародних брендів ймовірно вийдуть на ринок Києва, включаючи *Home&You*, *Carter's*, *The North Face*, *Kipling*, *Eataly*, *AVVA*, а також *FLO*. У цілому, стрімке зростання нової пропозиції сприятиме виходу нових брендів, враховуючи те, що падіння пропозиції на фоні воєнного конфлікту закінчилося.

ПРОПОЗИЦІЯ

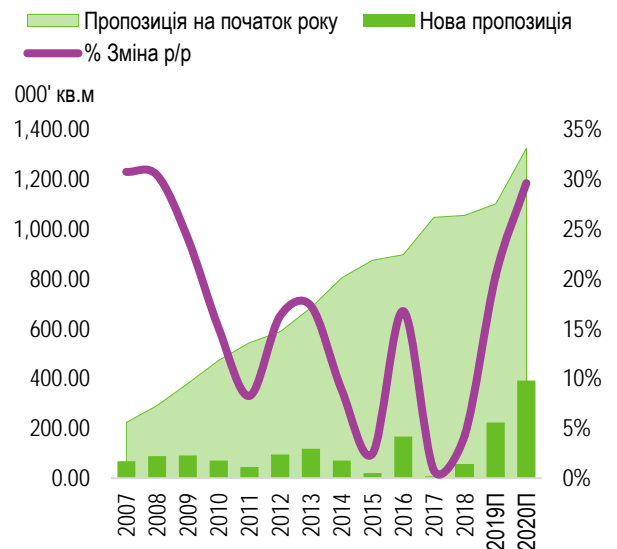
У 1П 2019, нова пропозиція була представлена такими об'єктами як ТРЦ Smart Plaza Obolon (10 000 кв.м) та ТРЦ Oasis (13 200 кв.м). Вони не мали суттєвого впливу на обсяг загальної конкурентної пропозиції, яка становила 1,13 млн кв.м (+2,1% з початку року). У 2П 2019 року планується введення 1-ої черги ТРЦ Blockbuster Mall (100 000 кв.м), ТРЦ River Mall (54 700 кв.м), а також 2-ої черги ТРЦ April Mall (45 700 кв.м). Додаткові майже 390 000 кв.м нової пропозиції очікуються в 2020 році, яка включатиме ТРЦ Respublika (135 000 кв.м), ТРЦ Ocean Mall (100 000 кв.м), ТРЦ Retroville (80 700 кв.м), 2-ої чергу ТРЦ Rive Gauche (50 000 кв.м), а також ТРЦ White Lines (27 000 кв.м).

Таблиця 1: Основні бренди, що вийшли на ринок Києва у 1П 2019

БРЕНД	КАТЕГОРІЯ	ЛОКАЦІЯ
Claudie Pierlot	Сегмент преміум класу	ТРЦ Gulliver
MISSHA	Інші	ТРЦ Lavina Mall
Decathlon	Спеціалізований сегмент	Ритейл парк «Петрівка»
WEILL	Сегмент преміум класу	ТРЦ Gulliver

Джерело: CBRE Ukraine

Графік 2: Пропозиція торгових площ у Києві



лш - ліва шкала; пш - права шкала
П-прогноз
Джерело: CBRE Ukraine

Таблиця 2: Торгові центри заплановані на 2П2019 – 2021

ЗАПЛАНОВАНА ДАТА ВВЕДЕННЯ В ЕКСПЛУАТАЦІЮ	GLA, КВ.М	ДЕВЕЛОПЕР
1П 2019	23 200	
Oasis	13 200	Megaline
Smart Plaza Obolon	10 000	A Development
2П 2019	200 400	
April Mall (2-га черга)	45 700	Kyivproekt Development
Blockbuster Mall (1-ша черга)	100 000	Mandarin Plaza/Megaline
River Mall	54 700	Vilna Ukraine
2020	393 000	
Respublika	135 000	K.A.N. Development
Ocean Mall	100 000	Megaline
Retroville	80 700	Stolitsa Group
Rive Gauche (2-га черга)	50 000	CEETRUS
White Lines	27 000	A Development
2021	86 000	
Lukianivka Mall	47 000	Arricano Real Estate
Sky Mall (3-тя черга)	39 000	Prizma Beta
Проект	1 153 000	
Kyiv Mall	58 000	Dilais
Lesnaya Mall	220 000	Mandarin Plaza
Blockbuster Mall (2-га черга)	75 000	Mandarin Plaza/Megaline
Pobeda Mall	350 000	Mandarin Plaza
«Подром»	450 000	Mandarin Plaza

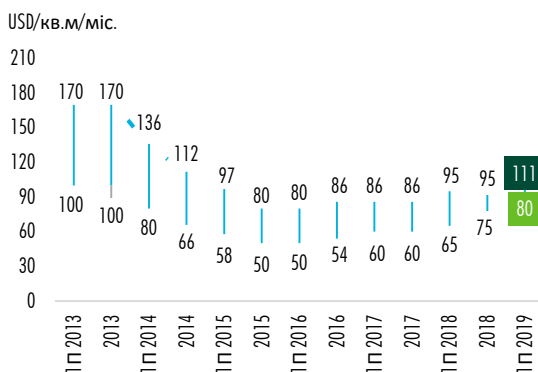
Джерело: CBRE Ukraine

З урахуванням виходу на ринок об'єктів, які зараз знаходяться на стадії будівництва, загальна конкурентна пропозиція торгової нерухомості зростає до 1,33 млн кв.м у 2П 2019, а у 2020 до 1,72 млн кв.м, при умові, що буде введено більшу частину запланованих об'єктів.

ВАКАНТНІСТЬ ТА ОРЕНДНІ СТАВКИ

Середня вакантність на ринку знизилася до 2,7% (-0,3 пп з початку року) як наслідок обмеженого обсягу нової пропозиції в 1П 2019 року. Поряд із суттєвим попитом на об'єкти із кращим розташуванням, вакантність в таких об'єктах знизилася та становила близько 1%. Враховуючи те, що ринок знаходиться в стані очікування нової пропозиції, орендодавці кращих торгових центрів підвищували декларовані ставки на ті приміщення, що ще залишилися вакантними. У результаті, ставка на кращі приміщення зросла до \$80-\$111/кв.м/місяць (+6,6% для нижньої межі та +16,8% для верхньої межі з початку року). Ставки в інших торгових центрах знаходилися в діапазоні \$44-63/кв.м/місяць (+5% з початку року).

Графік 3: Базові орендні ставки в Києві на найкращі торгові приміщення

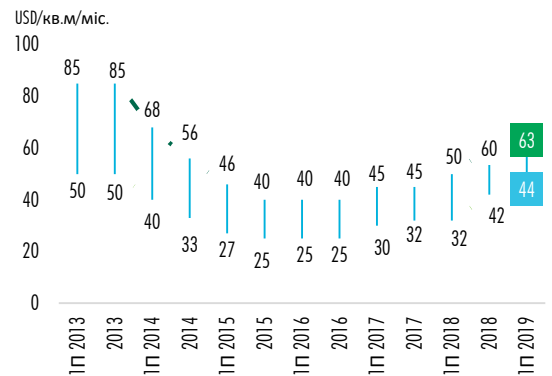


Джерело: CBRE Ukraine

КАФЕ ТА РЕСТОРАНИ

У секторі кафе та ресторанів основними гравцями виступають як локальні, так і міжнародні компанії. «Арома Кава» є однією з найбільших мереж еспресо-барів (більше 200 місць продажу в 20 містах України), а Pizza Celentano є найпоширенішою мережею ресторанів формату casual dining в Україні (більше 100 ресторанів у 54 містах України). Окрім традиційного розвитку в торгових центрах, нові проекти офісних центрів та багатофункціональних будівель все більше передбачають концепції для зони сегменту Кафе та ресторанів шляхом забезпечення вільних площ для розташування еспресо-барів та ресторанів у лоббі. Додатково, у Києві набуває популярності реалізація концепції фуд-холів на прикладі реалізації даної концепції в проекті реконструкції колишнього заводу «Арсенал» у центрі столиці. Нові 2 000 кв.м стануть місцем розташування багатьох ресторанів, барів та кафе у відреставрованій історичній будівлі міста, що заплановані до відкриття в 3 кварталі 2019 року. Ще два подібних фуд- холи, які наразі плануються до

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



Джерело: CBRE Ukraine

Графік 3: Найбільші мережі кафе та ресторанів на українському ринку

Мережа кафе/ресторанів	Материнська компанія	Концепція	Загальна к-ть об'єктів в Україні	Походження	Країна походження
«Арома Кава»	Арома Кава	Еспресо-бар	200+	Локальна	Україна
Pizza Celentano	Fast Food Systems	Піццерія	100+	Локальна	Україна
McDonalds	McDonalds Corporation	Фаст-фуд	80+	Міжнародна	США
Domino's Pizza	Domino's Pizza Inc.	Піццерія	43	Міжнародна	США
Пузата Хата	Пузата Хата	Українська кухня	37	Локальна	Україна
Сушия	USG Holding	Японська кухня	37	Локальна	Україна
Мафія	Мафія	Японська/італійська кухня	25	Локальна	Україна
KFC	Yum! Brands	Фаст-фуд	20	Міжнародна	США
Картопляна Хата	Fast Food Systems	Фаст-фуд	17+	Локальна	Україна
Coffee Life	Coffee Life	Еспресо-бар	17	Локальна	Україна
Печена Картопля	Печена Картопля	Фаст-фуд	16	Локальна	Україна
Salateira	Salateira	Ресторани здорового харчування	16	Міжнародна	Україна
Львівські плячки	«IFEST»	Кафе/пекарня	12	Локальна	Україна

Джерело: CBRE Ukraine

відкриття в Києві, є проектом GoodWine на вул. Межигірській та проектом Smart Holding на Троїцькій площі. Обидва фуд-холи очікуються до виходу на ринок у найближчому майбутньому.

РЕГІОНИ

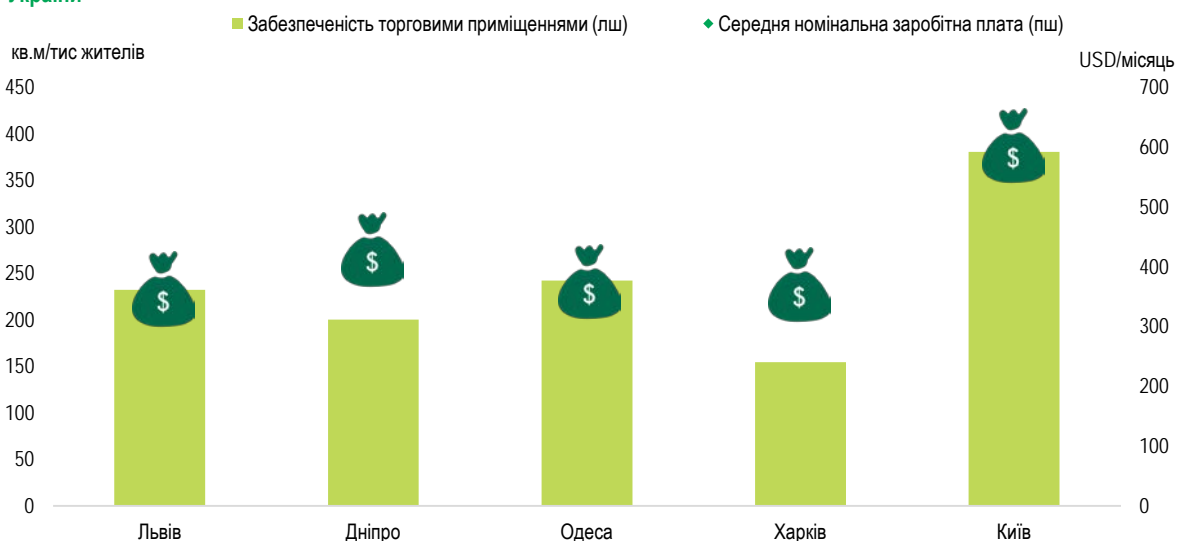
Роздрібний товарообіг у регіонах зріс +17% р/р як наслідок укріплення національної валюти та зростання наявного доходу. У 1П 2019 року сегмент продуктового ритейлу продовжив зростання на фоні відкриття значної кількості нових магазинів, а також оптимізації та удосконалення існуючих. Зокрема, «АТБ» відкрили 35 нових та здійснили реконструкцію 16 супермаркетів. У результаті загальна кількість магазинів мережі зросла до 1 015 наприкінці червня 2019 року (+7% р/р). Ритейлер планує надалі розширюватися в регіонах шляхом відкриття 100, а також завершення реконструкції 50 супермаркетів до кінця року. Varus відкрив 3 нових магазини в Дніпрі, Кривому Розі та Запоріжжі. У той же час, ритейлери продовжували розвивати нові формати магазинів. Так, Novus та Auchan відкривають супермаркети меншого розміру у форматі Express-магазинів в обласних центрах. «Сільпо» дотримується стратегії відкриття супермаркетів, націлених на окремі ринки, реалізуючи концепцію різного дизайну, такого як Wild West, Post Office, Hippie, Jazz тощо. Також ринок продуктового ритейлу поповнився відкриттям магазину Eurospar (SPAR Retail Group) у Вінниці. На противагу загальній тенденції, «Фуршет» планує закрити всі регіональні супермаркети та фокусуватися тільки на ринку Києва, оскільки зайняти сильну позицію на регіональному ринку

протягом кількох років присутності в регіонах мережа не змогла. У 1П 2019 року пропозиція нових торгових центрів у регіонах склала 29 000 кв.м, включаючи ТРЦ «Спартак» (23 000 кв.м) у Львові, а також ТЦ «Панорама» («Гармата») площею 6 000 кв.м у Запоріжжі. Серед об'єктів, що заплановані до виходу на ринок у регіонах у 2П 2019, слід назвати 2-гу чергу ТЦ «Орнава» (25 000 кв.м), а також ТРЦ Ternopil Mall (50 000 кв.м) у Тернополі. Крім того, була завершена реконструкція деяких об'єктів, включаючи ТРЦ Dafi (16 000 кв.м) та ТРЦ Most City (25 000 кв.м) у Дніпрі. Також очікується у 2020 році завершення будівництві ТРЦ Alexander Plaza (41 000 кв.м) в Запоріжжі, а також ТРЦ «Нікольський» (52 000 кв.м) у Харкові. Тим часом, обмеженість якісних приміщень на ринку торгової нерухомості призводить до зростання орендних ставок у великих містах, а забезпеченість якісними торговими приміщеннями на 1 000 жителів залишилася майже на тому ж рівні, що й у 1П 2018. Так, у Дніпрі вона склала 200 кв.м, у Харкові – 155 кв.м, проте дещо зросла в Одесі – 250 кв.м, порівнюючи з 220 кв.м. у 1П 2018, а також у Львові – 230 кв.м, порівнюючи з 200 у 1П 2018 року.

ІНВЕСТИЦІЇ

Лише одна інвестиційна угода була укладена на ринку торгової нерухомості у 1П 2019 року, а саме купівля компанією Dragon Capital ТРЦ Smart Plaza Obolon (15 000 кв.м) у Києві. Для порівняння, в 1П 2018 року обсяг інвестиційних угод у секторі торгової нерухомості був представлений єдиною угодою з придбання ТРЦ Victoria Gardens (48 230 кв.м) компанією Dragon Capital у Львові. Крім того, у 1П 2019 року ТРЦ Respublika (135 000 кв.м)

Графік 5: Забезпеченість якісними торговими площами та доходи населення у найбільших регіональних містах України



лш -ліва шкала; пш- права шкала
Джерело: CBRE Ukraine

Таблиця 4: Торгові центри в регіонах на стадії девелопменту, заплановані на 2П2019 – 2020

ЗАПЛАНОВАНА ДАТА ВВЕДЕННЯ В ЕКСПЛУАТАЦІЮ	GLA, КВ.М	МІСТО	ДЕВЕЛОПЕР
1П 2019 - Введено в експлуатацію	29 000		
Спартак	23 000	Львів	Lvivbudmaks-invest
Панорама	6 000	Запоріжжя	Локальний девелопер
2019	88 000		
APPOLO (2-га черга)	13 000	Дніпро	UMK
Ornava (2-га черга)	25 000	Тернопіль	Rodyna Invest
Ternopil Mall	50 000	Тернопіль	Локальний девелопер
2019 (Реконструкція)	41 000		
Dafi	16 000	Дніпро	Dafi
Most City	25 000	Дніпро	Alef Estate
2020	93 000		
Alexander Plaza	41 000	Запоріжжя	Alexander Group
Nikolskiy	52 000	Харків	Budhouse Group
Проект	269 000		
Ostriv (2-га черга)	18 000	Одеса	OTD
Riviera Shopping City (3-тя черга)	5 000	Одеса	Argo Real Estate Opportunities Fund
Fabrika 2	57 000	Запоріжжя	Budhouse Group
Les Vignes (1-ша черга)	17 000	Одеса	CEETRUS
Торгово-розважальний центр	100 000	Запоріжжя	DELTA Ukraine
Yessa	39 000	Одеса	Budhouse Group

Джерело: CBRE Ukraine

був об'єктом угоди Soltex Capital з метою подальшого девелопменту після «замороження» проекту будівництва у 2014 році за декілька місяців до запланованої дати введення в експлуатацію. Ставка капіталізації на кращі об'єкти в секторі торгової нерухомості залишилася на рівні 11,75% з прогнозом зниження до кінця року.

ПРОГНОЗ

Поки міжнародні ритейлери та власники брендів знаходяться в стані очікування покращення ситуації на ринку на фоні зростання національної економіки, зацікавленість в нових об'єктах Києва зберігатиметься у середньостроковій перспективі. Проте, введення нових торгових центрів супер-регіонального формату неминує створити додаткові виклики на ринку ритейлу Києва. По-перше, такі великі проекти вплинуть на конкурентоспроможність існуючих ТРЦ. Зокрема, вихід на ринок 1-ої черги ТРЦ Blockbuster Mall у 2П 2019 році може дещо переорієнтувати потоки споживачів у напрямку нових торгових центрів від тих, що функціонують на ринку зараз та ділять між собою спільну зону охоплення споживачів. По-друге, конкурентоспроможність великих, супер-регіональних центрів у Києві повинна витримати натиск з боку нововведених об'єктів

протягом кількох років. Враховуючи те, що те, що досвід покупок в цілому переходить від формату великого торгового центру у бік маленького екрану смартфона, великі ТРЦ все більше конкурують за час та гаманець споживача багатьма новими способами. Значна за розміром зона розваг та відпочинку є ключовою для залучення нових та збереження існуючих покупців протягом суттєвого проміжку часу для великих ТРЦ, оскільки е-commerce та локальні сусідні центри не здатні її запропонувати. Крім того, труднощі з заїздом та виїздом, проблема залучення якісних міжнародних брендів, а також велика доступна зона розваг та відпочинку й надалі перевірятиме конкурентоспроможність таких об'єктів, з яких наразі один вже функціонує, один запланований до виходу в найближчий термін, один знаходиться в статусі активного будівництва, один – «заморожений» та ще, щонайменше, три, які знаходяться на стадії реалізації, що у підсумку передбачає близько 1,5 млн кв.м нової пропозиції. У разі введення всіх із запланованих великих торгових центрів у короткий термін, на ринку сформується надлишок пропозиції торгової нерухомості. Тим часом, як орендодавці, так і ритейлери продовжують впроваджувати нові концепції та змінювати формати для того, щоб залишитися конкурентоспроможними.

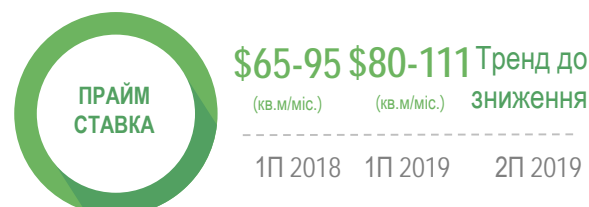
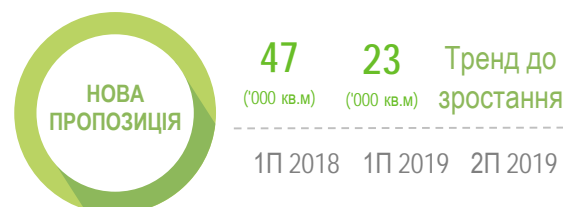
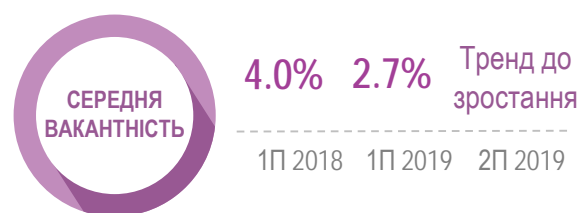
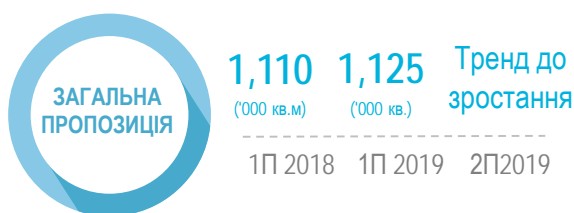
Поряд із стрімким розвитком e-commerce, провідні ритейлери запускають он-лайн магазини. Зокрема, Inditex Group розпочинає он-лайн продажі в Україні у вересні після успішного запуску сервісу в Європі, Африці, а також Південній Америці. Розширення асортименту товарів є іншим трендом в секторі ритейлу, який у результаті призводить до зростання площ магазинів *fashion*-ритейлерів та зменшення розміру магазинів інших гравців ринку, переважно в сегменті товарів для дому та електроніки, фактично перетворюючи їх у центри e-commerce. Крім того, очікується, що сектор Кафе та ресторанів в Україні буде надалі змінюватися під впливом виходу на ринок багатофункціональних об'єктів, що проектується з урахуванням значної площі під розташування кав'ярень та ресторанів, а також традиційних фуд-кортів, зокрема.

Таблиця 5: Основні бренди у торгових центрах, що потенційно вийдуть на ринок у 2П 2019

БРЕНД	КАТЕГОРІЯ	ЛОКАЦІЯ
Kipling	Спеціалізований сегмент	Blockbuster Mall
Carter's	Спеціалізований сегмент	n/a
Home&You	Універмаги та товари для дому	n/a
The North Face	Спеціалізований сегмент	River Mall
Eataly	Кафе та ресторани	n/a
AVVA	Сегмент середнього класу	Blockbuster Mall
FLO	Спеціалізований сегмент	n/a

Джерело: CBRE Ukraine

Основні показники ринку та прогноз на 2П 2019



КОНТАКТИ

Для більш детальної інформації щодо огляду ринку звертайтеся до:

Сергій Сергієнко
Керуючий партнер
e: sergiy.sergiyenko@cbre-expandia.com

Радомір Цуркан
Керуючий партнер
e: radomyr.tsurkan@cbre-expandia.com

Діана Старунчак
Керівник відділу маркетингу та досліджень
e: diana.starunchak@cbre-expandia.com

Інна Астапова
Головний аналітик
e: inna.astapova@cbre-expandia.com

СЛІДКУЙТЕ ЗА НАШИМИ НОВИНАМИ:



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 відбувалася 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.



DISCLAIMER 2019 CBRE

Представлений огляд ринку ґрунтується на даних та інформації, отриманих, на нашу думку, із достовірних джерел. Ми не ставимо під сумнів їх достовірність, але оскільки не перевірили особисто, ми не можемо гарантувати їх точність і достовірність. Незалежна перевірка точності та повноти такої інформації може бути здійснена клієнтом на його розсуд. Будь-які думки, припущення та прогнози використовуються як приклад і не відображають в повній мірі поточну ситуацію на ринку чи його поведінку в майбутньому. Даний огляд ринку представлений виключно для використання клієнтів ТОВ «ЕКСПАНДІА», що є частиною афілійованої мережі CBRE. Інформація, що міститься в даному огляді, не може бути використана без попереднього письмового дозволу з боку ТОВ «ЕКСПАНДІА», що є частиною афілійованої мережі CBRE.
© Copyright в 2019 ТОВ «ЕКСПАНДІА» | Афілійована мережа CBRE