



**Вячеслав Холопов,**  
региональный директор, руководитель отдела складских и промышленных помещений компании JLL

# РИТЕЙЛЕР НА СКЛАДСКОМ РЫНКЕ В 2017 ГОДУ: ТОРГ ЗДЕСЬ УМЕСТЕН?

Кризисные явления последних лет негативно отразились на финансах большинства россиян: покупательная способность имеющих в семьях денег, как и в кризис 2008–2009 гг., снизилась, сильно пострадал средний класс, растущие аппетиты которого в тучные годы ускоряли рост ВВП за счет активного потребительского кредитования и большого объема покупок. Последние три года были по-настоящему непростыми для покупателей, пытающихся и сэкономить, и отложить на черный день, если появятся свободные деньги.

Такое поведение, несомненно, не радует представителей торговых компаний, на долю которых выпала непростая задача – обеспечить максимальную оборачиваемость на съеживающемся рынке, продолжить рост и развитие, сочетая замещение резко выросших в цене иностранных товаров в том числе российской продукцией, оптимизацию собственных арендных контрактов и повсеместное снижение затрат, включая логистические. Интересно, что многим торговым сетям удалось не только адаптироваться к текущим условиям, но и продолжить активное развитие как в продажах, так и в логистике.

## Торговое «окно возможностей»

Ритейлеры активно использовали возможности снижения затрат, проводя регулярные переговоры с собственниками занимаемых помещений. Так, валютные контракты во многих торгово-развлекательных центрах (ТРЦ) были заменены

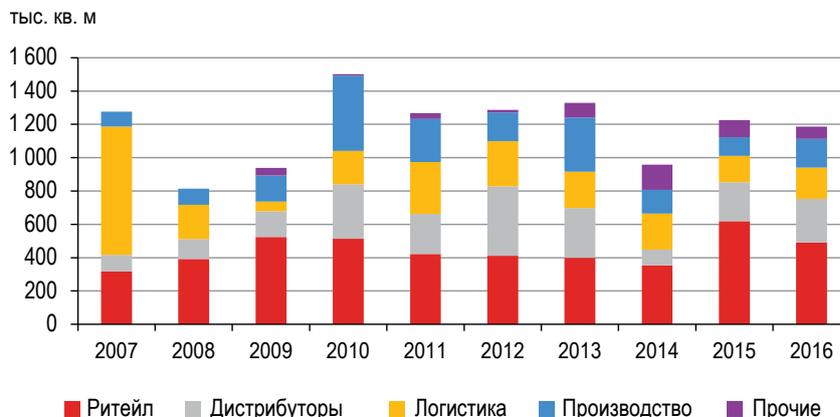
на рублевые, а для якорных арендаторов стало нормой предлагать процент от ежемесячного оборота вместо фиксированной платы. Складской сегмент отозвался переходом на рубли и снизил ставки аренды для больших арендаторов. Быть крупным и мощным в кризисные периоды оказалось выгодно: восприняв трудные времена как возможность для развития, торговые сети начали двигаться в регионы из Москвы и приходиться в столицу из других городов страны.

Несмотря на значительный ввод, в 2016 г. вакантность в московских торговых центрах снизилась на 0,8 п.п. и, похоже, что в следующем году увеличение заполняемости ТРЦ продолжится. Часть торговых марок покинули Россию, но на их место пришли новые: так, в 2016 г. ушли три бренда, но пришли больше 45 новых. В одежде и обуви дорогие коллекции заменялись доступными, сужался ассортимент или отшивались новые коллекции специально для непростого рынка. В электронике

и бытовой технике покупателю были представлены более дешевые бренды, в том числе китайские, которые, как оказалось, вполне могут удовлетворить массовый спрос. В продуктах питания продовольственные санкции заставили искать новых поставщиков как в России, так и за рубежом. Битва крупнейших торговых сетей России за покупателя продолжилась.

Россия – огромная страна, и неудивительно, что без эффективной логистики торговля невозможна. Обслуживание клиентов в срок, поддержание необходимых товарных запасов, обеспечение широкого ассортимента требует использования современных логистических центров по всей стране: пристальное внимание к складам – важной части успешного бизнеса в ритейле – было ожидаемо.

Договориться с собственником об изменении ставок аренды в складском сегменте попробовали многие клиенты по аналогии с ситуацией в торговых центрах. Получилось не у всех: складской девелопмент, креп-



Структура спроса на складском рынке Московского региона

Источник: JLL

ко зажатый в тиски кредитных договоров, ограничен в возможностях по снижению ставок в существующих договорах. В отдельных случаях вместо положительного результата удалось достичь лишь ухудшения отношений с собственником, и сейчас консультанты зачастую выступают в переговорах еще и как психологи.

Для удержания арендаторов собственники логистических проектов, где это возможно, временно предоставляли скидки или снижали ставки аренды, а также были готовы рассмотреть контракты со сроком аренды в два-три года против ранее предлагавшихся пяти и более лет. Арендаторам в переговорах также помогло наличие существенного объема свободных помещений: в течение прошлого года мы регистрировали рекордную за всю историю складского рынка Московской области вакантность – 1,7 млн м<sup>2</sup>.

Выбор складских помещений по-прежнему обширен: на начало 2017 г. в Московском регионе не занято порядка 1,5 млн м<sup>2</sup>, а чистая ставка аренды на современный склад класса А варьирует в диапазоне 3 500–4 000 руб. за м<sup>2</sup> в год. Интересно, что централизация логистики в нашей стране вокруг Москвы (здесь построено около 60% всех современных складских комплексов) сыграла прежде всего против собственников московских проектов; при том, что в процентном отношении объем вакантных площадей в столице и регионах схож, в абсолютных значениях они разнятся более чем существенно. Если в Москве это 1,5 млн м<sup>2</sup> пустых современных складов, в Санкт-Петербурге – около 200 тыс. м<sup>2</sup>, то в Екатеринбурге, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Казани свободные площади исчисляются десятками тысяч квадратов, и для эффективного развития логисти-

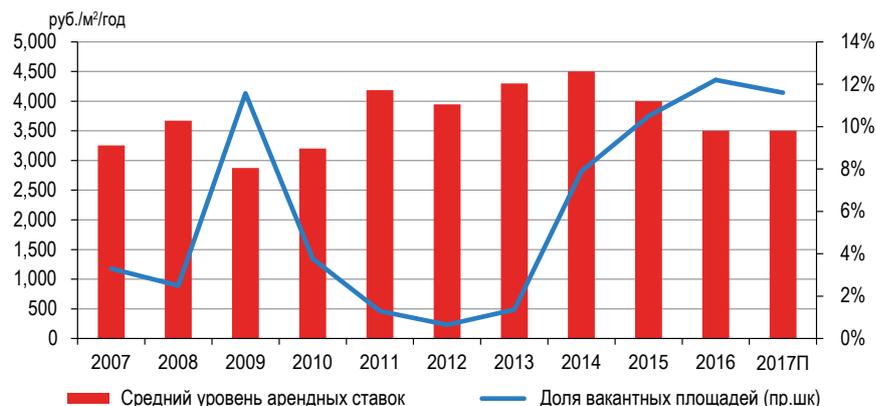
“ Для удержания арендаторов собственники логистических проектов, где это возможно, временно предоставляли скидки или снижали ставки аренды, а также были готовы рассмотреть контракты со сроком аренды в два-три года против ранее предлагавшихся пяти и более лет.

ческих цепочек торговым операторам нужно учитывать этот фактор: подходящие помещения можно найти не в каждом городе страны. В результате в иных крупных региональных городах предпосылок для существенного снижения ставок нет, и в ряде случаев ставки аренды в регионах могут превышать московские.

#### Складские рекорды ритейла

В 2015 г. 15 крупнейших сделок на складском рынке составили половину общего объема (около 670 тыс. м<sup>2</sup>) реализованного спроса по всей стране; 13 из 15 из этих сде-

лок – это аренда и покупка крупных складских зданий ритейлерами, большей частью в Московском регионе. В 2016 г. 15 крупнейших сделок общей площадью 652 тыс. м<sup>2</sup> составили свыше 40% от общего объема спроса, и девять из них – это представители ритейла и дистрибуции. Крупнейшие сделки последних трех лет – это приобретения крупнейших торговых операторов: в 2014 г. контракт на строительство и продажу склада площадью 108 тыс. м<sup>2</sup> был заключен компанией «Leroy Merlin», в 2015 г. 120 тыс. м<sup>2</sup> действующего складского объекта приобрела «adidas Group», а в 2016 г. контракт на строительство склада



Баланс рынка качественных складских помещений Московского региона

Источник: JLL



“ Несмотря на рост онлайн-оборотов и давние прогнозы, что e-commerce заменит собой привычные торговые точки, наблюдается развитие интернет-проектов у крупных игроков «офлайн-поля», которые в дальнейшем обслуживают и онлайн-, и офлайн-покупателей...

площадью 138 тыс. м<sup>2</sup> заключила компания «Auchan».

Вообще, если говорить о рекордах на рынке логистической недвижимости, то чаще всего мы обязательно столкнемся с названиями тех или иных торговых операторов и дистрибуторов. Так, крупнейшая сделка за всю историю российского рынка складской недвижимости – это упомянутое выше строительство под ключ распределительного центра для компании «Auchan» в логистическом парке «Южные Врата» в Московском регионе. Этот мультитемпературный комплекс станет крупнейшим в России построенным для одной компании.

Сделки по аренде помещений в 2016 г. заключали и такие компании, как «Castorama» и «Hoff», а лидерами по общему количеству сделок компании стали «X5 Retail Group» и «Эльдорадо», активно развивающие сеть складов в России. Из 47 сделок с участием ритейла четыре закрыла «X5 Retail Group», шесть – «Эльдорадо». Самостоятельно занимающаяся развитием собственной сети логис-

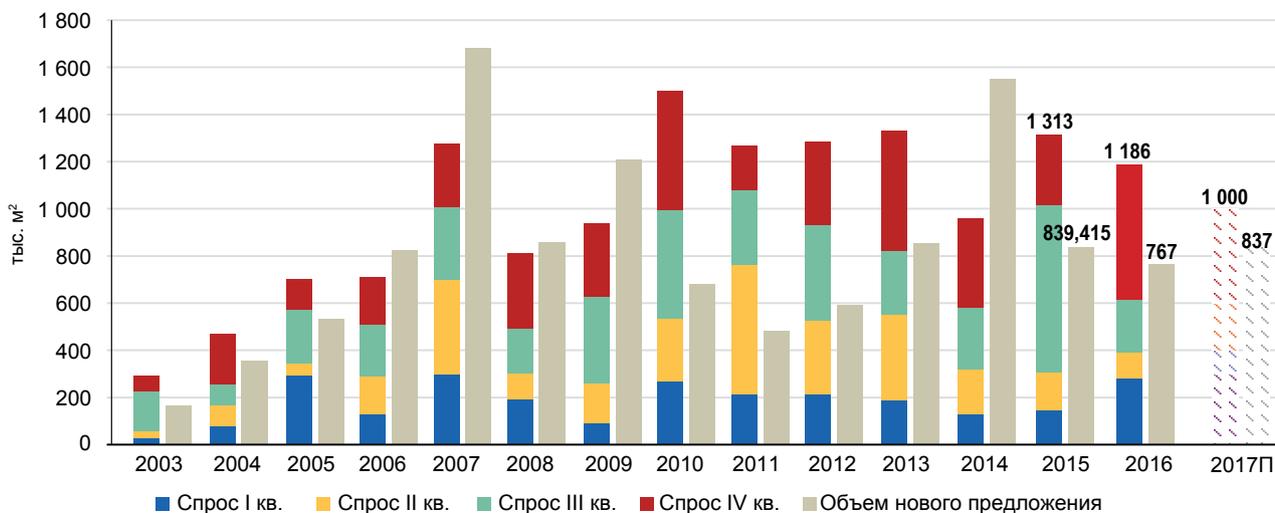
тических центров компания «Магнит» владеет уже порядка 1,3 млн м<sup>2</sup> современной складской недвижимости и является третьим крупнейшим в России собственником складов, отставая по объему владения только от сети логистических комплексов, принадлежащих фонду «Raven Russia» (порядка 1,7 млн м<sup>2</sup> построенных зданий), и сети логопарков (около 1,8 млн м<sup>2</sup>), принадлежащих компании «Сафмар».

Онлайн-ритейлеры в рекордных темпах на нашем рынке пока встречаются нечасто. Несмотря на рост онлайн-оборотов и давние прогнозы, что e-commerce заменит собой привычные торговые точки, наблюдается развитие интернет-проектов у крупных игроков «офлайн-поля», которые в дальнейшем обслуживают и онлайн-, и офлайн-покупателей с одних и тех же складских площадей, а в некоторых случаях (например, «Азбука Вкуса») экспериментируют и со сбросом товара с магазинных полок в ближайших к клиенту торговых точках.

Лично меня подобная активность торговых сетей, конечно же, раду-

ет (ведь среди перечисленных есть и наши сделки), но в то же время смущает малое количество названий и брендов: только крупнейшие торговые операторы продолжают развитие логистических проектов. Невысокая доля сделок у логистических операторов (порядка 19% по сравнению с 63% у торговых сетей и дистрибуторов в последние три года) показывает, что большинство компаний предпочитают самостоятельно реализовывать свои логистические проекты. Также и у производственных компаний объем поглощения не так высок, как хотелось бы: если посмотреть на экономику страны через призму складского рынка, получается, что мы активно продаем, но не так активно производим.

Большие сделки в складском сегменте с участием торговых компаний ожидаются и в текущем году. Рынок предлагает одни из лучших условий для аренды или приобретения современных складских помещений. Несмотря на разнообразие предложений, время для лучших сделок постепенно уходит, а для ритейл-операторов, для которых наличие максимально эффективной логистики является одним из ключевых пунктов снижения затрат, столь важным в конкурентной борьбе, важно не ошибиться с принятием решений. Несмотря на внешнюю похожесть складов, каждой из торговых и дистрибуторских компаний требуется уникальное решение, и мы будем рады помочь найти наилучший вариант для каждой из них.



Ввод площадей и объем новых сделок на рынке складов Московского региона

Источник: JLL