

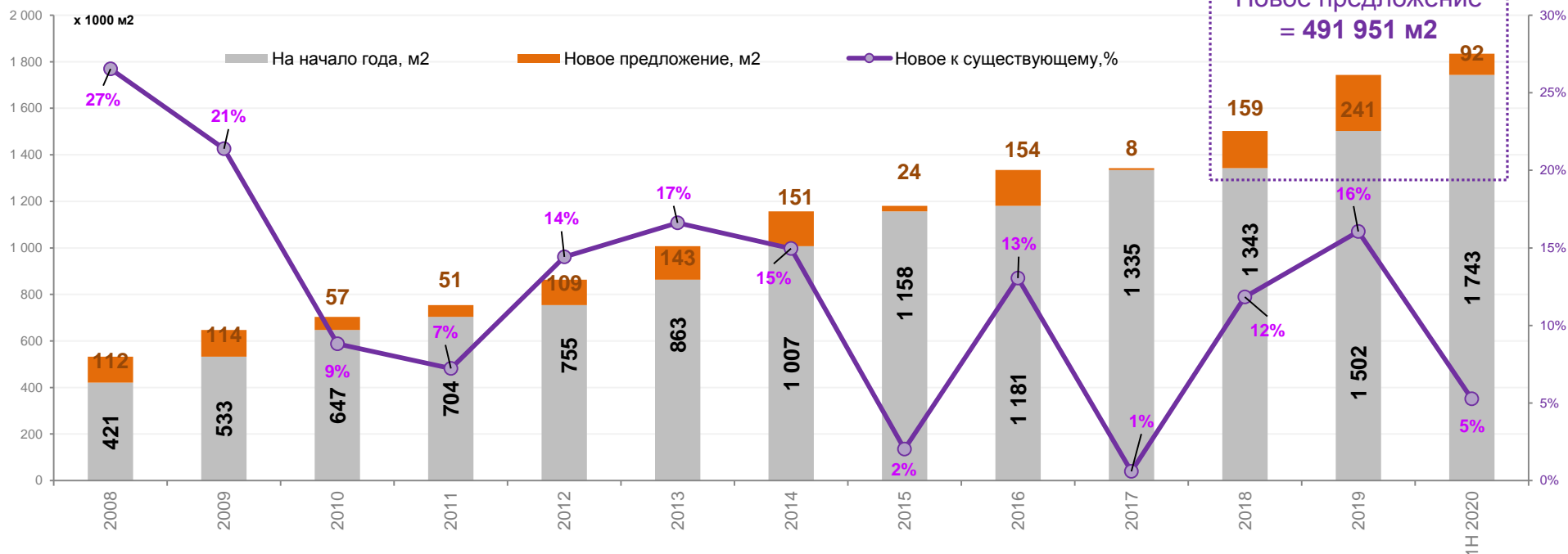


Ukrainian Trade Guild
UTG

КАРАНТИН В УКРАИНЕ: ПЕРВЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ И ПРОГНОЗЫ

Май 2020

Совокупное предложение торговых площадей г.Киева в динамике 2008-2020, м2, %



Выводы:

- Рост конкурентных угроз.** За последние два с половиной года в столице введены в эксплуатацию новые ТЦ суммарной арендуемой площадью = **491 951 м2**. В 2020 открылся ТРЦ «**Reroville**» (GLA = 91 864 м2), в 2019 - ТЦ «**Smart Plaza Obolon**» (GLA = 11 765 м2), «**Оазис**» (GLA = 7 800 м2), «**Cherry Mall**» (GLA = 12 000 м2), «**River Mall**» (GLA = 62 200 м2), «**Blockbuster Mall**» (GLA = 135 000 м2), «**Аракс**» (GLA = 10 000 м2). После комплексной реконструкции перезапущен ТРЦ «**Караван OUTLET**» (GLA = 45 300 м2). В 2018 году - «**Auchan Rive gauche**» (GLA = 20000 м2), «**Smart Plaza Politech**» (15 000 м2), «**MegaMarket Нивки**» (22 000 м2), «**ЕУРОПАРК**» (GLA = 12 000 м2); «**Retail Park Петровка**» (28 2070 м2), «**Эпицентр**» на Бандеры, 11 (GLA = 56 000 м2), «**Good Life**» (GLA = 7 500 м2), расширен ТЦ «**Городок**» (до GLA = 36 500 м2).
- Рост насыщенности и концентрации.** По уровню насыщенности торговыми площадями на 1000 жителей **Киев** [619,9 м2] **обогнал главные торговые столицы СНГ** – Москву [575,1 м2], Санкт-Петербург [570,8 м2] и ряд **городов Восточной Европы**.

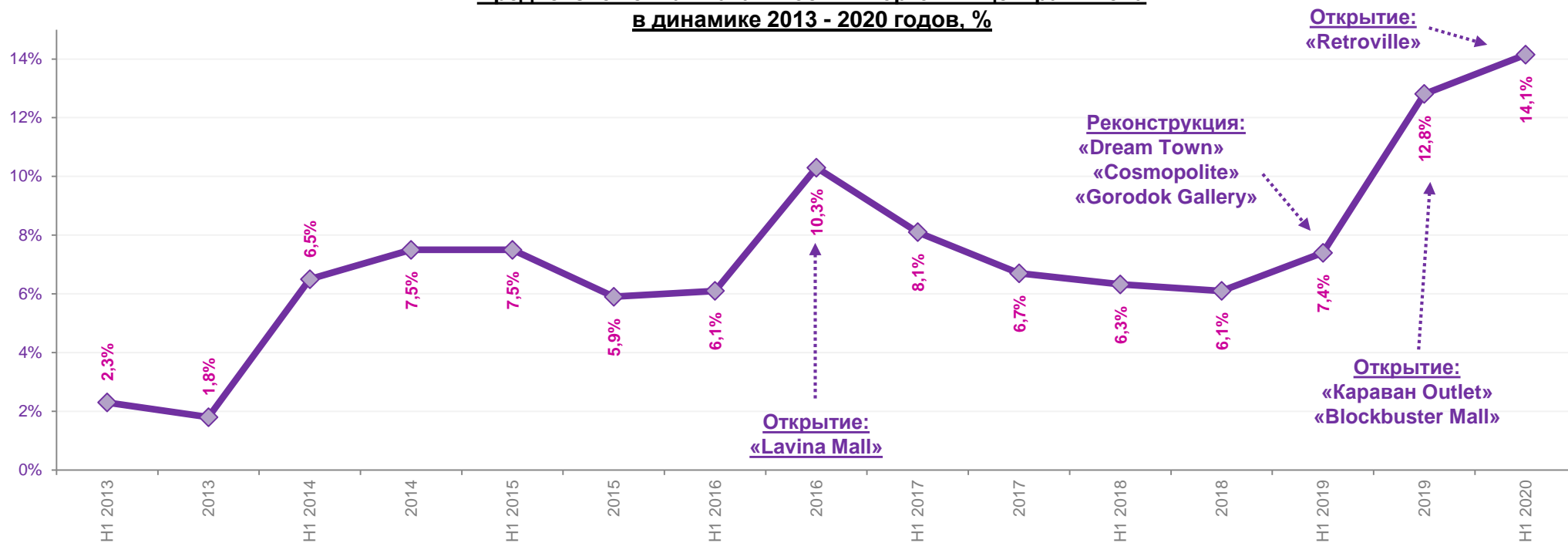
**Прогноз товарооборота генерируемого жителями Киева, дефицит
неохваченного спроса и потенциал торговых площадей**

Показатель	Значение
Население города, чел (на 1 марта 2020)	2 966 996 чел.
Средний размер семьи, чел	2,62 чел.
Количество семей, шт.	1 132 441 семьи
Зарботная плата на человека, грн / мес (1 марта 2020)	17 990 грн.
Среднесемейный доход, грн / мес (в 2019*)	15 486 грн.
Доходы в "конвертах", грн / мес	7 196 грн.
Совокупный семейный доход, грн / мес	19 280 грн.
Доля потребительских расходов, %	62,2%
Оборот торговой сети г.Киева, грн / мес	13,580 млрд.грн.
Вклад в РТО жителей пригорода, грн / мес	2,187 млрд.грн.
РТО с 1 м2 галереи, \$	\$300
Курс НБУ на 01/05/2020, УАН за \$1	26,9714 грн.
РТО генерируемый 1 м2 галереи, грн	8 091 грн.
Потенциал торговых площадей, м2	1 948 745 м2
Текущий объем предложения, м2	1 835 036 м2
Заявленный объем перспективного предложения на 2020 - 2022 годы, м2	472 392 м2
Текущий потенциал неохваченного спроса, м2	113 709 м2
Перспективный потенциал неохваченного спроса, м2	-358 683 м2

Выводы:

- С учетом текущего уровня доходов населения **платежеспособный спрос** способен обеспечить успешное функционирование для **1 948 745 м2** арендуемых торговых площадей, тогда как на июнь 2020 функционируют **1 835 036 м2**, а **дефицит помещений** составляет **113 709 м2**;
- На 2020 – 2022 **задекларированы к открытию** ТРЦ «Ocean Mall» (GLA = 110 000 м2), «Respublika» (135 000 м2), «Лукьяновка» (47 052 м2), «White Lines» (28 000 м2), «New Ray» (34 500 м2), «April Mall» (36 500 м2), «NOVUS E40» (10 000 м2), «Балийский» (13 500 м2), «Lake Mall» (50 000 м2) и другие арендуемой площадью **472 392 м2**;
- Запуск в эксплуатацию задекларированных проектов приведет к **образованию профицита торговых площадей**, повлечет перераспределение потребительских потоков между объектами, дальнейший рост вакантности и коррекцию ставок аренды в сторону снижения, особенно в морально устаревших объектах с серьезными концептуальными недостатками и новых объектах, не успевших наработать лояльность покупателей;
- Вынужденная модернизация / редевелопмент / реконцепция** - девелоперы уже приступили к комплексной модернизации торговых центров («Караван», «Метроград», «ЦУМ», «Глобус», «Квадрат Лукьяновка», «Космополит», «Городок», «Магеллан», «Мармелад», «Dream Town», «Silver Breeze», «InSilver»), а ряд владельцев - запланировали масштабные изменения.

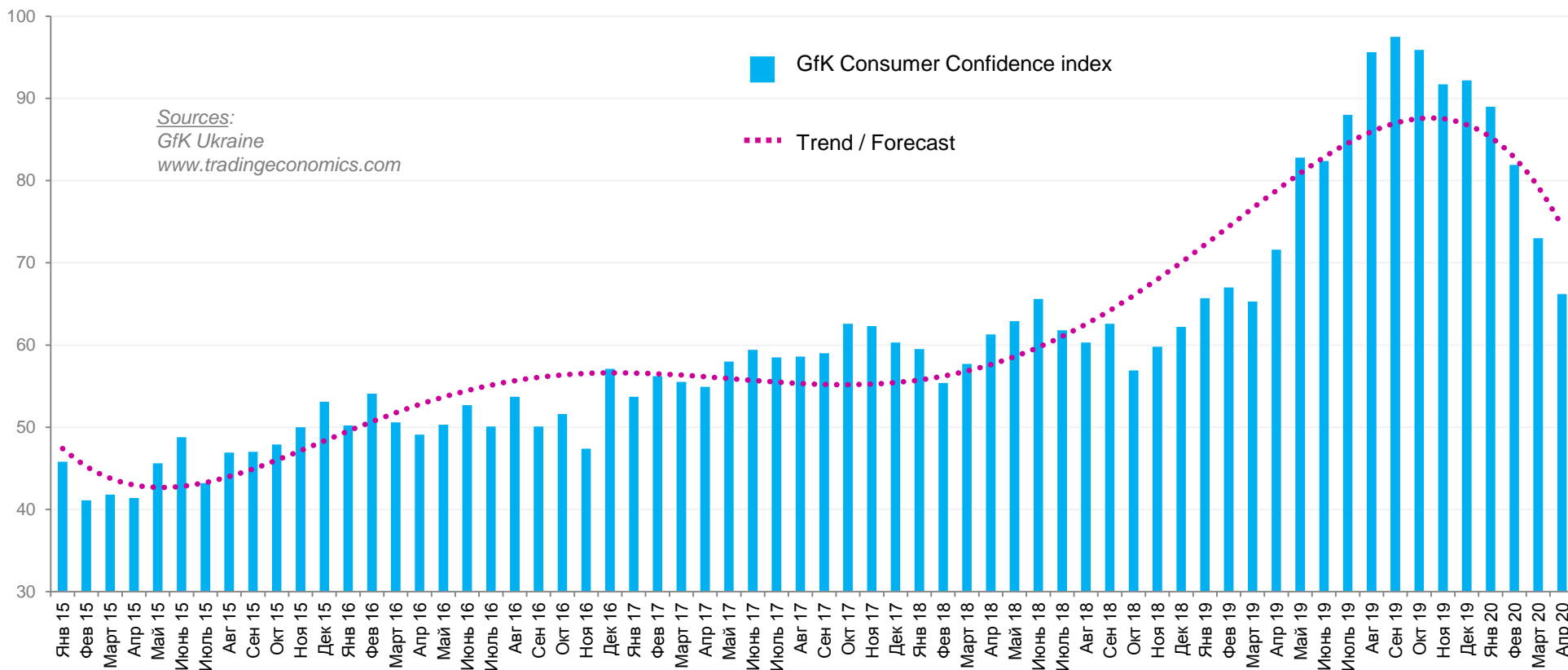
**Средневзвешенная вакантность в торговых центрах Киева
в динамике 2013 - 2020 годов, %**



Выводы:

- **Приближение первичного насыщения рынка** – открытие любого крупноформатного торгового центра на фоне ограниченного ассортимента активных ритейлеров ощутимо влияет на показатель среднерыночной вакантности, затрудняет привлечение арендаторов;
- **Сокращение ассортимента представленных сетевых торговых операторов** - отсутствие приемлемого объема продаж на протяжении шести последних месяцев (нетипично теплая для Украины бесснежная зима парализовала спрос на теплые товары и сократила осенне-зимние вытормы ритейлеров, спровоцировала заметные убытки) при неизбежных накладных расходах по содержанию сети магазинов (оплата труда персонала, налоговые отчисления, затоваривание) усугубилось эпидемией коронавируса, вынужденным карантином и закрытием магазинов большинства товарных групп;
- **Пересмотр планов развития** – полная остановка экспансии, критический анализ новых объектов и избирательная позиция для открытия, сдержанные прогнозы на обозримую перспективу;
- **Изменение форматов** – оптимизация ассортимента, уменьшение формата магазинов, их размера и площади.
- **Расторжение договоров аренды** – оптимизация расходной части, сокращение количества действующих магазинов,

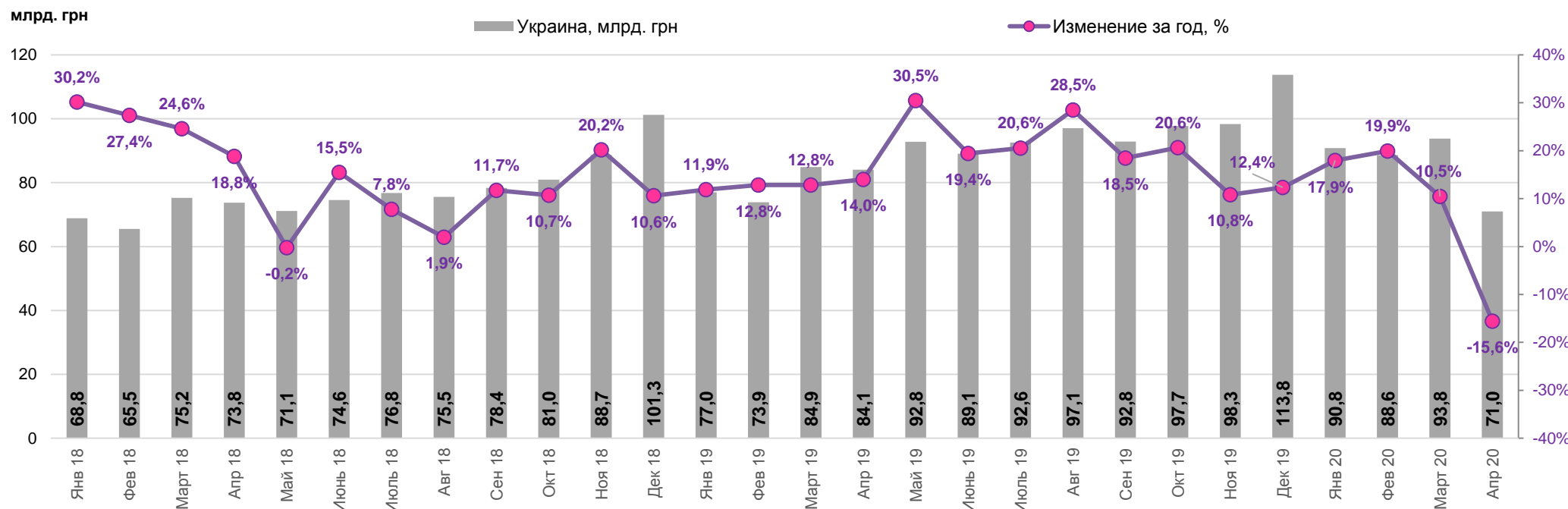
Consumer Confidence index in Ukraine (GfK data)



Выводы:

- Ежегодный рост услуг ЖКХ, девальвация гривны, инфляция, невысокие зарплаты населения, падение реальных доходов в динамике **сдерживают покупательную способность** и уровень потребительских настроений в Украине;
- Планетарная эпидемия коронавируса и введение вынужденного карантина остановили положительную динамику 2018-2019 годов – рост безработицы и резкое снижение доходов заставляют потребителей отказываться от приобретения товаров без необходимости – **уровень потребительских настроений стремительно снижается** (на 31,3 пункта за последние 7 месяцев).

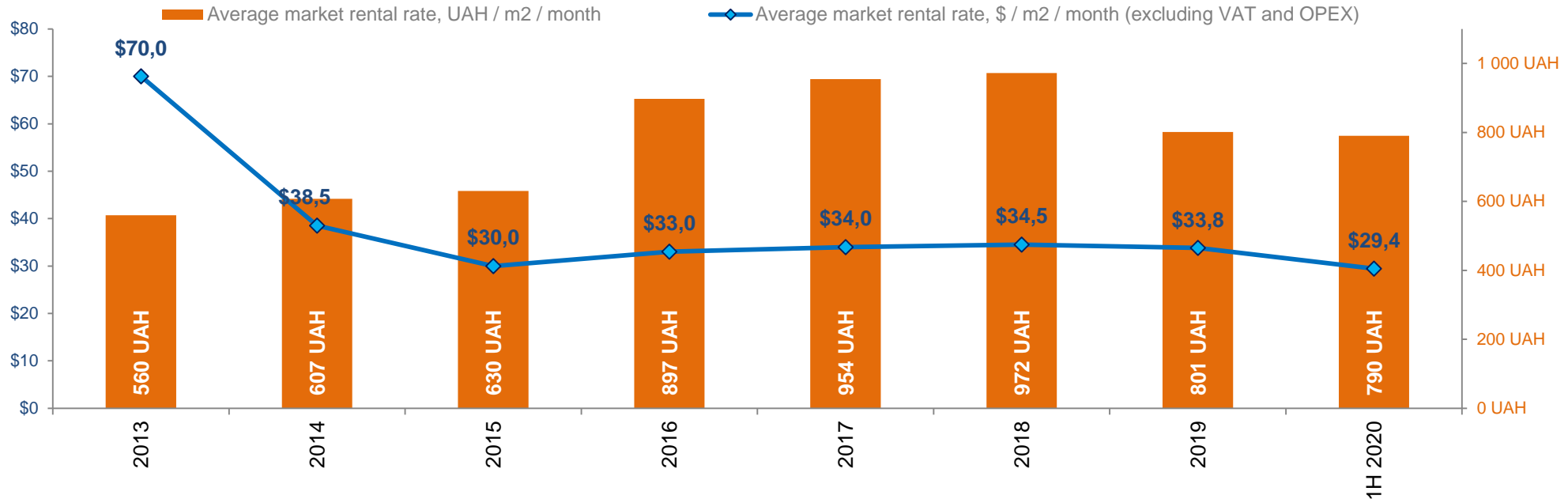
Динамика оборота розничной торговли Украины в разрезе месяцев



Выводы:

- **Недостаточные выторги ритейлеров даже для компенсации операционных расходов** – вынужденное закрытие большинства магазинов (кроме ограниченного ассортимента жизненно необходимых товарных групп) привело к драматическому снижению объема товарооборота в марте-мае 2020 года;
- **Неопределенное возобновление работы операторов развлечений** – ограничения по работе общественных пространств и допустимому количеству присутствующих людей в одном месте создают препятствия для операторов развлечений (кинотеатры, боулинги, ДРЦ);
- **Ограниченная работа заведений общественного питания** – смягчение карантина подразумевает обслуживание клиентов исключительно на летних площадках и террасах, ограничивает использование имеющихся площадей и посадочных мест;
- **Сложность возвращения покупателей в торговые галереи** - снижение уровня доходов, падение потребительских настроений;
- **Рост лояльности к совершению покупок онлайн** - привлечение новых, более возрастных потребителей (в возрасте 50-60 лет), расширение спроса на товары, которые прежде не были особенно востребованы в сети;
- **Новый виток развития украинских товаропроизводителей** - в связи со временным закрытием сообщения с иностранными государствами, дороговизной импорта на фоне девальвации.

Фиксированные арендные ставки на помещения галереи моды площадью 50-200 м2 в действующих ТРЦ г.Киева (\$/м2/мес без учета НДС, ОПЕХ, КП, % от РТО)



Выводы:

- **Снижение РТО на 1 м2 и маржи доходности ритейлеров** – значительный рост конкурентного предложения за последние годы приводит к снижению среднесуточной посещаемости отдельных объектов и уменьшению общего товарооборота ТЦ и ТРЦ;
- **Снижение ставок аренды и показателей экономической эффективности.** В марте-мае 2020 ритейлерами массово направлены письма в администрации и управляющие компании о пересмотре суммы арендных платежей на время вынужденного карантина, **предоставлении индивидуальных скидок** в размере 10-50% в зависимости от конкретной товарной группы оператора или даже полного отказа от оплаты за занимаемые помещения (за исключением ОПЕХ). Ряд УК пошли навстречу арендаторам и на май **среднее** снижение ставок по рынку составило **12-15%**;
- **Влияние эпидемии коронавируса и карантина** – внесение **изменений** в действующие и новые **договора аренды** (усложнение статей и распределение ответственности на время вынужденных будущих форс-мажоров), дальнейшее **предоставление скидок на 25-30%** сопоставимо с темпами восстановления товарооборота (предварительно на 6 месяцев до конца 3 квартала 2020).

- 1 **Высококонкурентный рынок и образование профицита торговых площадей.** За 2,5 года введены в эксплуатацию **491951** торговых м², что превратило Киев в лидера по насыщенности торговой недвижимостью среди городов СНГ и Восточной Европы;
- 2 **Стремительное снижение потребительских настроений, сложность возвращения покупателей в торговые галереи** - эпидемия коронавируса планетарного масштаба, массовые сокращения, потеря работы и доходов у населения, рост безработицы заставляют потребителей занимать выжидательную позицию, отказываться от приобретения товаров без необходимости;
- 3 **Снижение среднесуточной посещаемости в торговых центрах.** Рост конкурентного предложения на фоне условно постоянной численности населения влечет перераспределение потребительских потоков между торговыми объектами.
- 4 **Падение РТО на 1 м² и маржи доходности ритейлеров.** Спад посещаемости, сокращение доходов населения, инфляция, девальвация, приводят к падению выторгов в торговых объектах и на каждый арендуемый м² в частности;
- 5 **Временное закрытие сообщения с иностранными государствами,** сложность логистики при доставке новых коллекций, дороговизна импорта на фоне девальвации;
- 6 **Дальнейшее сокращение количества сетей национального масштаба** - отсутствие приемлемого объема продаж на протяжении шести последних месяцев при неизбежных накладных расходах по содержанию сети магазинов (арендные платежи, оплата труда персонала, налоговые отчисления, затоваривание), вынужденный карантин и закрытие магазинов большинства товарных групп приведут к банкротству и прекращению работы некоторых операторов;

- 6
 - **Рост вакантности.** Пересмотр планов развития, полная остановка экспансии, оптимизация ассортимента, изменение форматов, уменьшение занимаемой площади, снижение расходной части - расторжение договоров аренды, сокращение числа действующих магазинов: средневзвешенная вакантность достигла рекордного значения в 14,8%;
- 7
 - **Неопределенное возобновление работы операторов развлечений** – ограничения по допустимому количеству людей в общественных местах создают препятствия для развлечений (кинотеатры, боулинги, ДРЦ). **Ограничения заведений общественного питания** – обслуживание клиентов исключительно на летних площадках и террасах, ограничивает использование имеющихся площадей и посадочных мест;
- 8
 - **Снижение ставок аренды и показателей экономической эффективности.** Ритейлеры массово написали письма в УК о предоставлении индивидуальных скидок в размере 10-50% в зависимости от товарной группы. Стремительно усугубляется работа морально устаревших, теряющих популярность объектов с концептуальными недостатками, а также новых, не успевших наработать устойчивую посещаемость и лояльность покупателей;
 - **Влияние эпидемии коронавируса и карантина** – внесение изменений в договоры аренды (распределение ответственности на время вынужденных будущих форс-мажоров), дальнейшее предоставление скидок на 25-30% сопоставимое с темпами восстановления товарооборота (предварительно на 6 месяцев до конца 3 квартала 2020).
- 9
 - **Вынужденная модернизация / редевелопмент / специализация / реконцепция** – собственники торговых центров («Караван», «Метроград», «ЦУМ», «Глобус», «Квадрат Лукьяновка», «Космополит», «Городок», «Магеллан», «Мармелад», «Dream Town», «Сириус», «Silver Breeze», «InSilver») уже приступили к комплексной модернизации, а ряд владельцев - запланировали масштабные изменения.
- 10
 - **Вынужденная модернизация / редевелопмент / специализация / реконцепция** – собственники торговых центров («Караван», «Метроград», «ЦУМ», «Глобус», «Квадрат Лукьяновка», «Космополит», «Городок», «Магеллан», «Мармелад», «Dream Town», «Сириус», «Silver Breeze», «InSilver») уже приступили к комплексной модернизации, а ряд владельцев - запланировали масштабные изменения.