ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА,
РЕДАКТОР SOCIAL REPORT
«ЛИЦА ГОРОДА»

ЛЮБИМЧИКИ МАСС

С 2012 года, когда мы отказались от включения в рейтинг цитируемости чиновников, победителями его становились аналитики. Нынешний выпуск не будет исключением.

Неудивительно, что аналитики более открыты СМИ — в противовес ньюсмейкерам, которые непосредственно являются источниками новостей, их комментарии менее эмоциональны и часто строятся на статистике, что уменьшает возможность негативных последствий публикации для них лично. Кроме того, аналитика — один из основных продуктов их бизнеса, и постоянное присутствие этих имен в первых строчках подобных рейтингов служит только доказательством профессионализма данных экспертов.

Удивительно другое — нынешнее исследование показало практически безграничное доверие журналистов к мнению этих людей. Победитель рейтинга цитировался в течение года 253 раза. Это превышает количество рабочих дней в 2013 году при пятидневной рабочей неделе. Больше всего Михаила Бурмистрова, генерального директора «Infoline-Аналитика», любят «Ведомости». Журналисты ИД «Коммерсантъ» в два раза реже обращаются к эксперту, хотя для них он также остается тем, чье мнение интересует их больше, чем другие. «Любимчиком» «Делового Петербурга» является генеральный директор группы компаний «Унисто Петросталь» Арсений Васильев. В связи с закрытием петербургской редакции «РБК Daily» мы были вынуждены искать замену четвертому печатному СМИ, выпускающемуся в Петербурге. Им стал деловой аналитический журнал «Эксперт Северо-Запад» со своим «старшим братом» — еженедельником «Эксперт». В 2013 году эти издания чаще всего обращались за комментариями к председателю совета директоров АРИН Андрею Тетышу, заместителю генерального директора института территориального планирования «Урбаника» Антону Финогенову и исполнительному директору ООО «Феникс» (компания — инвестор порта Бронка) Алексею Шуклецову.

По общему показателю, помимо абсолютного победителя Михаила Бурмистрова, наиболее открытыми для СМИ были директор аналитического агентства Telecom Daily Денис Кусков и директор агентства «Auto-Dealer-СПб» Михаил Чаплыгин — в исследуемых изданиях было опубликовано почти по сотне комментариев каждого из них.

ГРАФИКА НА ОБЛОЖКЕ: АРСЕНИЙ БЛИНОВ

НЕОНОВЫЕ КОРИДОРЫ

САМОЙ ДОРОГОЙ УЛИЦЕЙ В СЕГМЕНТЕ СТРИТ-РИТЕЙЛА ПЕТЕРБУРГА БЫЛ И ОСТАЕТСЯ НЕВСКИЙ ПРОСПЕКТ — СТОИМОСТЬ АРЕНДЫ ОДНОГО КВАДРАТНОГО МЕТРА ЗДЕСЬ МОЖЕТ ДОХОДИТЬ ДО 12,5 ТЫС. РУБЛЕЙ В МЕСЯЦ. ПРИ ЭТОМ УЧАСТНИКИ РЫНКА ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ЕСЛИ РАНЬШЕ МНОГИЕ РИТЕЙЛЕРЫ ОТКАЗЫВАЛИСЬ ОТ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ТОЧКИ НА ПРЕМИАЛЬНЫХ УЛИЦАХ ГОРОДА РАДИ ИМИДЖА, ТО СЕЙЧАС СИТУАЦИЯ СТАНОВИТСЯ ДИАМЕТРАЛЬНО ПРОТИВОПОЛОЖНОЙ. ЮЛИЯ ЧАЮН

Опрошенные SR специалисты рынка недвижимости составили список самых привлекательных магистралей Петербурга с точки зрения ритейлеров, банкиров и рестораторов.

По словам руководителя отдела исследований Knight Frank Russia & CIS Ольги Ясько, наиболее популярными для размещения премиальных магазинов были и остаются Невский проспект, Большая Конюшенная улица, Большой проспект П.С. «Магазины, рассчитанные на покупателей с доходами „средний“ и „средний плюс“, сосредоточены на таких улицах, как Каменноостровский проспект, 6-я и 7-я линии В.О., Средний проспект В.О., улица Рубинштейна, Московский, Владимирский, Ленинский, Гражданский проспекты, проспект Энгельса, Садовая улица и проспект Просвещения», — рассказывает она.

Как правило, помещения на премиальных торговых улицах предпочитают арендовать операторы, торгующие одеждой, обувью, аксессуарами, а также часовые и ювелирные салоны.

При этом госпожа Ясько отмечает, что для арендаторов аналогичных профилей, работающих в сегменте «средний» и «средний плюс», помещения формата стрит-ритейл сейчас утратили свою привлекательность: в большинстве случаев приоритетным для них остается развитие в торговых центрах. «В то же время формат встроенно-пристроенных помещений пользуется активным спросом со стороны операторов кафе и ресторанов, так как аренда подобных объектов позволяет создавать открытое рекламное пространство, работать в комфортном, независимом от часов работы торгового центра, режиме. Кроме того, это позволяет соответствовать требованиям потребителя, а не управляющей компании торгового центра, можно организовывать летние террасы», — поясняет Ольга Ясько.

Михаил Рожко, директор департамента брокериджа NAI Becar в Петербурге, добавляет к перечисленным улицам набережные реки Мойки и канала Грибоедова. «Что касается Крестовского острова, то эта зона является районом элитного жилья, но объектов стрит-ритейла там расположено не так много. В основном это медицинские центры, салоны красоты и аптеки, то есть те объекты, для которых не так важна высокая проходимость. Ставки на помещения формата стрит-ритейл на Крестовском острове, безусловно, высоки, но в среднем в два раза ниже, чем на помещения, расположенные на вышеназванных премиальных улицах города. Все дело в специфичности элитного жилого района, где хотят располагаться далеко не все арендаторы», — делится информацией господин Рожко.

Валерий Трушин, руководитель отдела консалтинга East Real, отмечает, что до кризиса операторы сегментов premium и luxury размещались на протяжении всего Невского проспекта, но во время кризиса большинство помещений заняли операторы общепита. «Во всех городах premium и luxury-операторы выбирают для размещения помещения в сложившихся торговых коридорах в центральных районах города. Центр, как правило, ценится за сочетание фактора престижа и сосредоточения деловых, туристических и пешеходных маршрутов. К тому же центр является местом притяжения для проведения досуга в большинстве городов мира», — говорит он.

В последнее время отмечается повышенный спрос на помещения, находящиеся на Большой Конюшенной улице. При этом открытие ДЛТ только усилило привлекательность данной локации для арендаторов этого сегмента.

Эксперты говорят, что сегодня большинство брендов премиального сегмента не видят необходимости в открытии нескольких магазинов в городе в силу ограниченного спроса, поэтому пока сложившиеся торговые коридоры будут справляться с ротацией и приходом новых арендаторов.

В ПОГОНЕ ЗА МОСКВОЙ Следует отметить, что в настоящее время в Петербурге премиальный стрит-ритейл представлен в ограниченном объеме.

Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований Colliers International в Санкт-Петербурге, утверждает, что причин тому несколько. «Это и вымывание части премиальных арендаторов или сокращение числа площадок во время кризиса 2008–2009 годов, и открытие ДЛТ и, как следствие, появление серьезного конкурента для магазинов премиальных брендов, представленных в формате стрит-ритейл. Кроме того, низкий по сравнению с той же Москвой уровень спроса на премиальные бренды, а также концентрация оставшихся премиальных брендов в нескольких небольших локациях. Такими локациями остаются Большая Конюшенная улица, а также Большой проспект Петроградской стороны. Последний в нынешнее время может похвастаться премиальными магазинами преимущественно в той части, которая расположена ближе к Каменноостровскому проспекту», — говорит она.

Если говорить о Петроградской стороне, то попасть сюда, как считают специалисты, премиальному бренду сравнительно несложно: сейчас там можно увидеть магазины с витринными окнами, предлагаемые в аренду. Однако высокие ставки и низкая проходимость в сочетании с частичной потерей имиджа Большого проспекта как некоего «центра» премиальной моды привели к существенному снижению спроса со стороны ритейлеров.

«Что же касается Большой Конюшенной улицы, то и здесь есть одно-два места, предлагаемых в аренду, однако состояние помещений таково, что капитальные вложения в ремонт становятся крайне существенными для потенциальных арендаторов. Однако пример покупки помещения брендом Prada и открытие бутика Prada в этом году демонстрирует, что у Большой Конюшенной есть потенциал для того, чтобы стать если не петербургским Столешниковым переулком, то хотя бы отчасти приблизиться к нему», — рассказывает госпожа Лежнева.

КРИТЕРИИ ВЫБОРА На рынке Петербурга наиболее важным параметром привлекательности объекта стрит-ритейла является его конструктив: платежеспособных арендаторов привлекают помещения открытой планировки, желательно в один уровень, то есть без подвалов и антресолей, с хорошей «протяженной» витриной и достаточной высотой потолков. «Ликвидных помещений в центральных торговых коридорах Петербурга ограниченное количество. Для сегмента стрит-ритейла характерны такие недостатки, как отсутствие качественной витрины, невозможность внутренней перепланировки помещения, а также строгие требования к сохранению исторических элементов фасадов большинства зданий», — рассказывает госпожа Ясько.

К числу важных критериев привлекательности нужно отнести близость метро, уровень проходимости и наличие парковки, поскольку в магазины чаще всего клиенты приезжают на собственных автомобилях.

Как правило, говорит господин Рожко, у собственников с такими объектами проблем и простоев нет, однако из-за наличия обременений по отдельным объектам, расположенным в историческом центре, собственники готовы идти на уступки.

ТОНКАЯ КОММЕРЧЕСКАЯ ГРАНЬ При этом потенциальным арендаторам не так-то просто попасть на облюбованную улицу. Многое тут зависит от совпадения нескольких факторов: если параметры помещения и запрашиваемая цена аренды отвечают требованиям различных опе-