СТРИТ-РИТЕЙЛ МЕНЯЕТ ПРОФИЛЬ

ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД СТАВКИ АРЕНДЫ НА ПОМЕЩЕНИЯ СТРИТ-РИТЕЙЛА СНИЗИЛИСЬ НА 5–30% В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЛОКАЦИИ И ЛИКВИДНОСТИ ПОМЕЩЕНИЙ. ПРИ ЭТОМ ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ ТЕНДЕНЦИЮ НА «ВЫРАВНИВАНИЕ» ЦЕН НА ОБЪЕКТЫ В ОДНОЙ ЛОКАЦИИ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

На фоне сложной экономической конъюнктуры и ослабления рубля розничная торговля в РФ в целом и в Петербурге в частности находится под давлением. По данным ГК «Финам», хуже всего обстояла ситуация в сегменте непродовольственного стрит-ритейла. Финансовый аналитик ГК «Финам» Тимур Нигматуллин отмечает, что основные риски для сектора заключаются в том, что с учетом ослабления рубля «чистые импортеры» (продавцы импортной одежды, обуви, электроники) вынуждены повышать розничные цены в рублевом выражении. «Поскольку платежеспособный спрос населения и так снижен из-за негативной экономической конъюнктуры, падение продаж из-за роста цен становится значительным. На этом фоне ритейлеры вынуждены уже сейчас проводить реструктуризацию задолженности и реорганизацию, активно закрывая убыточные магазины и меняя бизнес-процессы», — говорит эксперт.

По его оценкам, вакантность площадей в плохо проходимых районах сейчас почти удвоилась и превышает 25–35%. «У арендодателей в районах и торговых центрах с хорошим трафиком вакантность практически не изменилась по сравнению с прошлым годом. Тем не менее это не касается так называемых имиджевых площадей, которые в любом случае генерируют убытки — спрос на них снизился в несколько раз. Цены в рублях в среднем упали на 5–10%», — говорит господин Нигматуллин.

Ольга Аткачис, руководитель департамента street retail компании Colliers International в Санкт-Петербурге, оценивает объемы падения ставок еще более значительно: по ее оценкам, в некоторых локациях падение достигло 30%.

По данным «БФА-Девелопмент», цена встроенных помещений колеблется от 90 до 140 тыс. рублей за квадратный метр. Обычно цена встроек на начальном этапе продажи завышена на 20–30%. Но за время торга продавцы снижают цены до актуального уровня. «По итогам 2015 года ротация арендаторов встроенных помещений Петербурга осталась на уровне 20%. Кроме того, арендаторы проявляют интерес к ближайшим районам Ленобласти на границе с городом в больших жилых массивах», — говорит маркетолог-аналитик ЗАО «БФА-Девелопмент» Екатерина Беляева.

«В течение этого года мы не ждем роста ставок по всем магистралям, а в самых дорогих локациях собственники помещений могут пойти на снижение ставок», — прогнозирует господа Аткачис.

Мария Парфененко, генеральный директор инвестиционно-управляющей компании Steit, при этом отмечает, что если раньше существовал достаточно большой ценовой разброс на арендуемые помещения формата стрит-ритейл (были дорогие объекты в очень популярных местах, средние и дешевые), то тенденция последнего полугодия — усреднение цены аренды. «Еще одна заметная тенденция состоит в том, что если раньше арендодателям удавалось сдавать помещения качества „ниже среднего“ благодаря высокому спросу на недвижимость, то сейчас такие объекты пустуют. Помещения с явными недостатками и не в самых лучших местах (одним словом, „неликвидные“) сейчас совершенно не востребованы. Чаще всего среди арендаторов пользуются спросом помещения выше среднего уровня у станций метро в спальных районах. Центральные районы города, которые раньше были более востребованными, в последнее время „проседают“, следствием чего мы видим большое количество баннеров на пустующих помещениях», — говорит госпожа Парфененко.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

БУТИКИ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ВЫНУЖДЕНЫ МЕНЯТЬ СВОЮ ПОЛИТИКУ

Госпожа Аткачис указывает на то, что в некоторых центральных торговых коридорах наблюдается локальный рост ставок аренды. «В частности, ряд fashion-брендов, несмотря на общее неоднозначное положение данного профиля, проявляет интерес к бутиковой зоне на Староневском проспекте, а также к Большой Конюшенной улице. При этом в менее востребованных локациях (например, на Лиговском проспекте, в зоне Адмиралтейского района между набережной Фонтанки и Обводным каналом) наблюдалась коррекция ставок в сторону снижения», — говорит госпожа Аткачис.

Госпожа Парфененко отмечает, что переизбыток свободных помещений можно наблюдать в новых районах на границе города и области и в ближайших пригородах в недавно построенных жилых кварталах, которые только начинают заселяться. Коммерческих помещений в таких домах, как правило, достаточно много, в целом жилых комплексов сейчас сдается и строится большое количество, а заселены они еще мало. «Поэтому на этих территориях ощущается переизбыток свободных помещений. Дефицит можно наблюдать, наоборот, в местах большого скопления народа, особенно где ограничены возможности нового строительства, например, у станций метрополитена и на перекрестках оживленных магистралей», — говорит госпожа Парфененко.

В начале 2015 года наблюдалось закрытие торговых точек ряда крупных операторов в центральных коридорах Петербурга. Освобождающиеся помещения на Невском проспекте привлекли внимание к данной локации операторов общественного питания (как уже существующих на петербургском рынке, так и московских и иностранных компаний), fashion-ритейлеров, а также сувенирных магазинов. По данным Colliers, кроме Невского проспекта, спросом пользовались Московский проспект и основные торговые магистрали спальных районов (Ленинский проспект и проспект Просвещения). Интерес операторов снижен к таким зонам, как Лиговский, Загородный, Литейный проспекты и Васильевский остров.

Основными арендаторами помещений стрит-ритейла остались заведения общепита, а также сетевые продуктовые ритейлеры — сеть «Магнит», X5 Retail Group («Пятерочка», «Карусель», «Перекресток»), «Дикси» и местные игроки, например, «Реалъ-Свежие продукты», «Полушка», Spar. Также появилось новые арендаторы — цветочные магазины и алкомаркеты. «За 2015 год на петербургском рынке появилось около 50 алкомаркетов. Не исключено, что это связано с вынужденным отказом петербуржцев от посещения баров и переходом на потребление алкоголя дома», — говорит Екатерина Беляева

По словам госпожи Аткачис, в стрит-ритейле популярны метражи разных форматов (50–150, 200–350, 500–3000 кв. м). «С учетом сегодняшней непростой рыночной ситуации наиболее интересными считаются объекты, которые рассчитаны не только на жителей квартала или района, где расположена торговая точка, но и на проходящий или проезжающий мимо потребительский поток», — говорит эксперт.

Мария Парфененко придерживается несколько иной точки зрения по поводу площадей наиболее востребованных помещений. «В первом полугодии 2016 года сильно сегментировался спрос по площадям: востребованы либо форматные объекты под продуктовые магазины площадью 400–600 кв. м, либо небольшие форматы площадью 50–100 кв. м. Помещения стрит-ритейла площадью в диапазоне 150–300 кв. м — наиболее сложный сегмент для сдачи в аренду в настоящее время», — считает она.

Госпожа Беляева приводит иные данные: «Если говорить о востребованности площадей, то больше всего (до 50% от общего объема) сделок приходится на встроенные помещения площадью 50–100 кв. м, которые подходят для аптек, булочных, небольших продовольственных магазинов у дома и кофеен. Около 20% продаж — это помещения до 50 кв. м, 10% — встройки по 200–250 кв. м. А вот сделки по помещениям в 400–500 кв. м, которые подходят для крупных супермаркетов, — редкость». ■