

24 → Среди вновь прибывших региональных игроков на рынке можно отметить следующие: „Медведь“, Green, „Маяк“, „Мята“, LikeMarket, „Вкустер“. Нарастают свое присутствие в регионе „Магнит“, „Лента“, „Реаль“, „Перекресток“, „Вкусвилл“. Так, в третьем квартале супермаркет „Маяк“ арендовал 4000 кв. м в ТЦ „Капитолий Outlet“», — рассказала госпожа Волобуева. Она говорит, что спрос потребителей сместился в нишу бюджетных товаров, в связи с чем продовольственные сети начали увеличивать объемы производства товаров под собственными брендами. Доля таких товаров в средне-статистической потребительской корзине в регионе в третьем квартале практически удвоилась.

«Алкогольные сети выходят к собственникам с предложениями зафиксировать арендную ставку 1000 рублей за квадратный метр на десять лет без индексации. Те собственники, чье финансовое поло-

жение устойчиво, на такие условия, конечно, не пойдут. Но те, кто закредитован, соглашаются. Думаю, что у алкогольных сетей образуется хороший задел на семь-восемь лет вперед», — рассуждает господин Ступников.

Постепенно восстанавливается сегмент предприятий общественного питания (29% от общего числа сделок в третьем квартале). Многие предприятия, вынужденные закрыться на период локдауна, вновь возвращаются на рынок и открывают свои двери для посетителей. «Невзирая на негативную динамику реальных располагаемых доходов населения, в регионе развивается общепит не только класса масс-маркет (пекарни, кофейни, кулинарии), но и концептуальные рестораны и гастробары, ориентированные на более состоятельную публику (прирост примерно равномерный в обоих ценовых сегментах). Особую нишу в сегменте общепита занимают фуд-холлы, предлагаю-

щие в одном пространстве все возможное многообразие гастрономических изысков. Многие торгово-развлекательные центры интенсивно эксплуатируют концепцию создания на своих площадях гастрономических пространств с целью увеличения потребительского трафика. Одной из самых крупных сделок в данном сегменте стала аренда 2678 кв. м в ТЦ „Невский центр“ холдингом Ginza Project под организацию фуд-холла на 20 cornerов», — рассказала госпожа Волобуева.

В третьем квартале существенно возрос спрос на товары индустрии красоты и личной гигиены, что поддерживает сети косметическо-парфюмерного сегмента и позволяет им держаться на плаву и не сокращать свое присутствие на рынке.

«Самым ожидаемым событием на рынке должно стать открытие крупнейшего в Европе мебельного центра „Кубатура“, заявленное на 30 сентября 2020 года. Новых проектов сопоставимого масштаба город

не видел уже много лет», — говорит госпожа Волобуева. Однако в итоге открытие центра было перенесено на 2021 год.

«Думаю, что стагнация продолжится до конца года. Мы увидим волну банкротств среди небольших предприятий и сокращение крупных торговых сетей. Сейчас все сети, которые не могли во время карантина развиваться качественно, поскольку были исчерпаны „подкожные“ запасы, направят оставшиеся деньги на качество, а не на количество, то есть на улучшение сервиса. Сети фитнеса вкладываются не в новые клубы, а в модернизацию тех, что были. И посещаемость у них достаточно высокая, хотя докризисного уровня достигла не у всех. Многие пойдут сейчас по этому пути — улучшения сервиса, качества, удержания клиента. Остановка в развитии сетей связана с тем, что денежные запасы закончились, а кредитоваться мало кто рискует», — резюмирует господин Ступников. ■

ЗАКРЫТЫЙ КОРИДОР

ЦЕНТРАЛЬНЫЕ ТОРГОВЫЕ КОРИДОРЫ ГОРОДА ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛИ ЕСТЕСТВЕННЫЙ ПРИРОСТ ОБЪЕМА ВАКАНТНЫХ ПЛОЩАДЕЙ ПО ИТОГАМ ТРЕТЬЕГО КВАРТАЛА. НА НЕВСКОМ ПРОСПЕКТЕ ПУСТУЕТ ПОЧТИ 15% ПОМЕЩЕНИЙ СТРИТ-РИТЕЙЛА, А НА САДОВОЙ УЛИЦЕ ЭТОТ ПОКАЗАТЕЛЬ ПРЕВЫСИЛ 17%. ЮЛИЯ МАЙОВЕР



УВЕЛИЧЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ПУСТУЮЩИХ ПОМЕЩЕНИЙ, А ТАКЖЕ СРОКОВ ИХ ЭКСПОЗИЦИИ ПРИВЕЛО К СНИЖЕНИЮ АРЕНДНЫХ СТАВОК

Наталья Киреева, руководитель отдела исследований компании JLL в Петербурге, подсчитала, что за девять месяцев текущего года вакантность на основных торговых коридорах Северной столицы увеличилась на 4,4 п. п. и достигла показателя 12,9%. При этом на некоторых улицах показатели выше. Например, на Невском проспекте пустует 14,9% помещений, а на Садовой улице — 17,5%.

С начала 2020 года на главных торговых коридорах Северной столицы закрылось 308 магазинов, кафе и ресторанов, что на 5% меньше, чем за аналогичный период 2019 года. Но открылось всего 203 новых заведения, а доля пустующих помещений стабильно растет. Особенностью кризисного периода стало появление нетипичных для конкретной улицы форматов торговли. Помимо новых аптек, на Невском проспекте появился магазин товаров для дома — IKEA, а также музей-магазин Yandex. На улице Рубинштейна, которая считается главной ресторанной локацией, открылся ювелирный магазин Avgvst.

Увеличение количества пустующих помещений, а также сроков их экспозиции привело к снижению арендных ставок. Например, на Невском проспекте еще в июне 2020 года запрашиваемые ставки находились в диапазоне 7,5–13 тыс. рублей за квадратный метр в месяц, включая НДС, а уже в конце сентября они снизились до 7–11 тыс. рублей за квадратный метр, рассказали в JLL.

Доля свободных площадей на Большом проспекте Петроградской стороны

достигла рекордно высоких значений в середине лета, а затем началось снижение. В конце сентября 2020 года пустует 12,2% помещений, что на 2 п. п. меньше июньских значений, но в два раза выше, чем в сентябре 2019 года. «Среди открытых, которые произошли с начала 2020 года, можно отметить B&C for Junior, Status Boutique, Mint, To be Blossom, Maje, Sandro, „Армию России“. Голландский бренд одежды Suitsupply так и не открылся на Большом проспекте П.С., 61, и помещение снова вакантно», — рассказала госпожа Киреева.

При этом увеличилась верхняя граница диапазона ставок по Большому проспекту П.С. с 4000 до 4500 рублей за квадратный метр в месяц, включая НДС. Этому способствовали открытие здесь ряда новых престижных брендов и увеличение привлекательности этой локации.

НАЧАЛОСЬ ВСЕ РАНЬШЕ Алена Волобуева, руководитель отдела исследований рынка Maris в ассоциации с CBRE, говорит, что тренд на рост объема вакантных площадей в торговых зонах Невского проспекта и Большого проспекта Петроградской стороны начался задолго до пандемии. Таким образом, в результате ограничительных мер в данных локациях тенденция лишь укрепилась.

Максимальные показатели вакансий помещений (в диапазоне 19–20%) отмечаются на торговых коридорах 6-й линии Васильевского острова и Большого проспекта П.С., в зонах станции метро «Спор-

тивная» до Введенской улицы и на Каменноостровском проспекте до набережной реки Карповки.

Наиболее пострадавшим сегментом стал общепит всех ценовых категорий: на 5% сократилось общее число ресторанов, баров и кафе, включая фастфуд. Таким образом, общая доля помещений, занимаемых предприятиями общественного питания, в центральных торговых коридорах города снизилась на 1% и опустилась ниже отметки 2018 года.

Наибольшее число заведений закрылось на Невском проспекте. При этом все они располагались в зоне «канал Грибоедова — площадь Восстания» (чистая убыль — семь предприятий). По четыре ресторана и кафе после снятия ограничительных мер недосчитались Большой проспект Петроградской стороны и 6–7-я линии Васильевского острова. При этом на Большом проспекте после пандемии открылись три новых точки, на Васильевском острове операторы сменили три заведения, а одно помещение занял арендатор другой сферы деятельности (оптика).

В главной «барной зоне» города, невзирая ни на какие ограничительные меры, наблюдается рост — два заведения, одно до пандемии и одно после. Зона Конюшенной улицы потеряла одно заведение, а три помещения сменили арендаторов на операторов той же сферы, подсчитали в Maris.

Вторым наиболее пострадавшим сегментом, главным образом в результате

прекращения международного сообщения, стали, конечно, представители сувенирной продукции. Главной зоной дислокации сегмента являлся, несомненно, Невский проспект — основной туристический маршрут города. Число торговых точек с сувенирной продукцией сократилось на восемь, хотя до этого периода они демонстрировали в течение пяти лет устойчивую ежегодную положительную динамику вплоть до конца февраля 2020 года.

НЕМОДНЫЙ FASHION Ритейлеры fashion-индустрии сокращают свое присутствие в формате стрит-ритейла с 2018 года (–2% — снижение доли сегмента на торговых коридорах города). В период пандемии в наибольшей степени сократилось присутствие fashion-ритейлеров в торговой зоне Большой Конюшенной улицы (чистая убыль — два магазина). Зоны Большого проспекта П.С., улицы Рубинштейна и Васильевского острова потеряли по одному объекту. С другой стороны, торговые анклавы Невского проспекта и Садовой улицы пополнили свои ряды за этот период — каждый по одной торговой точке fashion-сегмента (чистый прирост, без учета ротации).

«Максимальное сокращение присутствия fashion-операторов на основных торговых улицах Петербурга произошло еще до начала ограничительных мер, введенных с целью предотвращения распространения пандемии», — рассказала госпожа Волобуева. → 28