

ТОРГОВЛЯ ДЕМОНСТРИРУЕТ ОЖИВЛЕНИЕ

ПО ДАННЫМ МЕЖДУНАРОДНОЙ
КОНСАЛТИНГОВОЙ КОМПАНИИ COLLIERS,
В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ 2021 ГОДА УРОВЕНЬ
ВАКАНТНОСТИ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА СНИЗИЛСЯ НА 0,2 П. П.
И СОСТАВИЛ 4,9%. В ТО ЖЕ ВРЕМЯ
ТРАФИК В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ СТАЛ
АКТИВНЕЕ ВОССТАНАВЛИВАТЬСЯ НА ФОНЕ
ЧАСТИЧНОГО СНЯТИЯ КОРОНАВИРУСНЫХ
ОГРАНИЧЕНИЙ. ДЕНИС КОЖИН

По данным Colliers, в первом квартале 2021 года средний уровень вакантности в торговых центрах Санкт-Петербурга снизился с 5,1 до 4,9%. При этом доля свободных помещений в наиболее качественных торговых центрах составила 2,2% (-0,2 п. п. за квартал). Динамика уровня вакантности говорит о росте активности арендаторов. Так, в первом квартале наибольшее количество открытий наблюдалось в сегменте одежды и обуви — 48% точек от общего количества сделок в первом квартале. Например, были открыты магазины Nelly Hansen в ТРЦ «Мега Дыбенко», Gloria Jeans в ТРК «Лето». Готовится к открытию польский бренд Medicines в ТРЦ «Галерея».

Второе место по количеству открытий занимают магазины техники и электроники (10%). Сеть Yamaguchi открыла три магазина в ТК «Невский центр», ТРЦ «Галерея», ТРК «Гранд Каньон». Также наращивала свое присутствие сеть юве-

лирных украшений Sokolov, открывшая точки в ТРЦ «Мега Дыбенко» и ТК «Невский центр».

Среди новых брендов, вышедших на рынок Петербурга в первом квартале 2021 года, можно отметить шоурум одежды от Павла Воли и Ляйсан Утяшевой «Volja Wear» в ТК «Невский центр» и магазин «Первый мебельный» в ТРК «Питер Радуга».

Работа торговых центров в начале 2021 года продолжалась с сохранением коронавирусных ограничений. С 30 января 2021 года были введены некоторые послабления: была возобновлена работа музеев, выставок, театров и ледовых катков в торговых центрах. Предельная заполняемость залов в кинотеатрах была увеличена с 25 до 50%. Наконец, с 12 февраля были открыты фуд-корты при условии заполняемости в 75%. На фоне послабления коронавирусных ограничений начал восстанавливаться уровень посещаемости торговых центров. По дан-



ДЛЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ ПО-ПРЕЖНЕМУ ВАЖНО ПОДДЕРЖИВАТЬ АКТУАЛЬНОСТЬ КОНЦЕПЦИИ, ВОВРЕМЯ ВНОСИТЬ ИЗМЕНЕНИЯ, КОТОРЫЕ ПОЗВОЛЯТ ДАТЬ НОВЫЙ ИМПУЛЬС ОБЪЕКТАМ С ЦЕЛЬЮ СОХРАНЕНИЯ ВОСТРЕБОВАННОСТИ У СВОЕГО ПОСЕТИТЕЛЯ

ным Watcom, трафик торговых центров постепенно приближается к допандемийному уровню. Так, если посещаемость ТЦ по итогам четвертого квартала 2020 года была на 30% ниже показателя за аналогичный период 2019 года, то уже в первом квартале 2021 года трафик составил 83,5% от обычного уровня первого квартала 2019 года.

По данным Colliers, до конца 2021 года планируется открыть два торговых центра общей площадью 27 тыс. кв. м — это четвертая очередь ТРК «Заневский каскад» и ТК «Солнечный город» (был введен в апреле 2021 года).

«Для торговых центров по-прежнему важно поддерживать актуальность концепции, вовремя вносить изменения, которые позволяют дать новый импульс объектам с целью сохранения востребованности у своего посетителя, а также привлечения нового трафика. Предложение качественных торговых центров ограничено, и оставаться конкуренто-

способными можно только за счет проведения необходимых и правильных преобразований. Один из ярких примеров обновления — реконцепция легендарного «Дома мод», где происходит глобальная перезагрузка объекта. Так, в 2019 году открыл свои двери бренд Uniqlo впервые в формате стрит-ритейла в России. А в 2020 году состоялась сделка с компанией IRIDATOGroup, которая на нескольких этажах представит модное fashion-пространство городского значения, где будут собраны лимитированные линейки более 50 мировых брендов streetwear & lifestyle и лучшие коллекции российских дизайнеров. Это значимая сделка для всего российского рынка ритейла: Colliers как брокер получила «золотой кирпич» на премии CRE Moscow Awards 2021 за лучшую сделку аренды в сегменте торговой недвижимости в России», — комментирует Ирина Царькова, директор департамента торговой недвижимости Colliers. ■

22 → Новая реальность заставила под другим углом взглянуть на свой продукт, продумать новые опции в проектах: отдельные зоны для каждого члена семьи, домашний офис.

Удаленная работа стала новым интересным опытом. Например, регулярные видеоконференции — это инструмент, который мы активно использовали в период самоизоляции и который точно останется с нами и в дальнейшем. Отсутствие личного, живого контакта с коллегами стало сложностью, но приучило более четко и структурированно планировать каждую коммуникацию, ведь уже нельзя было на бегу что-то спросить, встретившись в коридоре. Звонки и электронные письма стали еще более значимыми, продуманными.

ДЕНИС РЕШАНОВ,
основатель и управляющий директор GigAnt:

— В период пандемии на удаленке я понял, что на созвонах полностью теря-

ется возможность составить о человеке впечатление и воспринимать его адекватно. Этой осенью я встретил вживую человека, с которым не раз общался на созвонах с весны, и оказалось, что это очень спортивный человек ростом под два метра. Я вообще по-другому его себе представлял, и я растерялся, у меня было ощущение, что я общаюсь с кем-то другим.

МАРСЕЛЬ АХМЕТШИН,
генеральный директор
агентства недвижимости Homeway:

— Прошел год с момента начала пандемии, и можно обратить внимание на следующие уроки. У многих наблюдалось снижение доходов, и по этой причине начались неприятности. Банки в большинстве случаев не пошли навстречу заемщикам, даже на находящихся в карантине людей оказывалось давление за несвоевременные платежи по кредитам. Те же, кто воспользовался предложенными кани-

кулами, попали в список ненадежных заемщиков. Широко освещавшаяся в СМИ позиция правительства о необходимости отсрочки платежей по коммунальным услугам и электроэнергии не была услышана. Так, «Мосэнергосбыт» регулярно требовал не только погашения образовавшейся в период локдауна задолженности, но и предоплату за предстоящий период, грозя отключением. Главный урок пандемии: надеяться можно только на себя и своих близких, жить нужно по средствам, не брать деньги в долг, иметь подушку безопасности на черные дни.

ПАВЕЛ ГУЗЕНКО,
генеральный директор SamruZ:

— Главный урок пандемии заключается в том, что в плане Б тоже должен быть план Б. Иными словами, в первую очередь пострадали те компании, которые не принимали новые решения при развивающихся технологиях и возможностях. Урок, на мой взгляд, именно в том, чтобы

не ограничивать свое дело, а развивать его — это окупается и приносит прибыль в конечном итоге. Те, кто мыслил нестандартно, оказались готовы, остальным не повезло.

ОЛЬГА ПИВЕНЬ,
сооснователь конференции ЦИПР:

— Пандемия коронавируса для многих компаний стала Chief Digital Officer, которого все ждали, но никак не решались нанять. Она поставила бизнес и государственные институты перед необходимостью автоматизировать рабочие процессы и перевести ряд процессов на удаленку. Фактически все оказались в ситуации, когда необходимая технологическая база для цифровой трансформации была уже сформирована ранее, но ее внедрение откладывалось в связи с неочевидностью плюсов данного формата.

Если прежде компании лишь производили красивые лозунги, посвящен-

ПРЯМАЯ РЕЧЬ