

Kommersant

Москва, 28 августа 2019 года. В списке рисков, с которыми сталкиваются девелоперы, есть и законодательные инициативы чиновников всех уровней, заявил член совета директоров S-Holding **Алексей Шепель** во время бизнес-бранча «Коммерческая недвижимость: перезагрузка», организованного ИД «Коммерсантъ». По его словам, спонтанное принятие в некоторых регионах тех же градостроительных планов застройки участков не позволяет девелоперам применять долгосрочное планирование.

Среди вызовов, с которыми сталкиваются компании, работающие в том числе в сегменте коммерческой недвижимости, - изменение парадигмы основных партнеров девелоперов. Так, появление e-commerce хотя пока и не стало доминирующим фактором в развитии российского ритейла, как основного клиента девелоперов логистической недвижимости, но уже заставляет пересматривать подход к новым проектам. «Благодаря этому эволюционирует и цепочка поставок, - отметил в своем выступлении **исполнительный директор Radius Group Захар Вальков**. - Если в 1980-е годы все заговорили о глобализации, которая позволила производить товары в других странах с низкой себестоимостью, то в 1990-е годы уже появилась такая вещь как широкое разнообразие, диверсификация, новые модели различных товаров, кастомизация. В 2000-е годы появляется такой феномен как данные и автоматизация, быстрая доставка и инновационный транспорт. Это не могло не коснуться и девелоперов, которые должны были адаптировать свои продукты под новые запросы рынка».

В свою очередь, ритейлеры сталкиваются с серьезными вызовами, которые их вынуждают адаптировать свои модели. Сейчас в повестке у розничных сетей – снижение покупательской способности, наблюдаемое на протяжении нескольких лет. «По этой причине в России динамика розничной торговли находится на довольно низком уровне, - **заявил руководитель по исследованиям рынка «Ашан» Виталий Серпенинов**. - Мы попытались разобраться, в чем причина подобного явления. Мы подсчитали объем полученных ипотечных кредитов и то, сколько денег остается у домохозяйств после всех выплат по кредитам и услугам ЖКХ. Во многих регионах семьи, где работают оба супруга, после всех выплат на покупку продуктов питания и товаров первой необходимости остается, 10-15 тыс. руб.». По словам Виталия Серпенинова, в ходе опроса потребителей «Ашан» выяснил, что в некоторых случаях покупатели в целях экономии переходили на покупку

товаров собственных марок ритейлеров, что позволяло им откладывать средства на досрочное погашение ипотеки. Конечно же, уточнил эксперт, речь идет о жителях тех регионах, где низкая стоимость жилья и соответственно невысокие платежи по ипотечным кредитам.

Изменение потребительского поведения из-за корреляции уровня доходов заметили и девелоперы торговых центров. «Сейчас торговые центры делают акцент на развлекательную составляющую. Этот тренд стал очевидным в последние годы, он будет доминирующим и в обозримом будущем», - считает **директор департамента маркетинга и пиара торгово-развлекательного центра «Ривьера» Максим Лысенков**. Сейчас основные тренды среди арендаторов торговых центров – ориентир на такие концепции, которые позволили бы внести эмоциональную окраску в жизнь потребителей, отметил **совладелец компании «Честная ферма», основатель и совладелец гастрономической улицы StrEat Максим Попов**. Сети общественного питания действительно адаптируют свои концепции как для заведений, которые располагаются в фуд-кортах традиционных торговых центров, так и для фуд-маркетов и фуд-холлов – новых форматов на рынке, ставшими популярными в основном у потребителей в Москве, добавил **генеральный директор сети «Теремок» Михаил Гончаров**.

Между тем, традиционным торговым центрам придется уже в ближайшем будущем столкнуться с заметной конкуренцией с проектами альтернативных форматов. Так, по словам **Евгении Осиповой, директора проекта ADG Group**, ориентир на эмоциональную составляющую сейчас доминирует и в таких проектах, которые реализует ее группа. Такие концепции предполагают появление новых сегментов, как, например, рор-ур-пространства, что позволяет найти выход к покупателям стартап-проектам в ритейле. Еще одним новым трендом на рынке торговой недвижимости стала sharing economy, считает **Александра Чиркаева, руководитель направления аренды торговых помещений CBRE**. «Недавно стало известно о создании коворкинга для работы бьюти-мастеров, что может стать интересным форматом привычных для нас парикмахерских и салонов красоты», - полагает эксперт. По прогнозам, такие проекты в ближайшие годы будут появляться во всех крупных российских городах.