

# РИТЕЙЛ НА ПОРОГЕ ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ

С НАСТУПЛЕНИЕМ КРИЗИСА, ВЫЗВАННОГО РАСПРОСТРАНЕНИЕМ COVID-19 И ОБВАЛОМ ЦЕН НА НЕФТЬ, ОДНИМ ИЗ НАИБОЛЕЕ ПОСТРАДАВШИХ СЕГМЕНТОВ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ ОКАЗАЛСЯ РИТЕЙЛ. ВЛИЯНИЕ НА НЕГО ОКАЗЫВАЮТ КАК СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ (ИЗМЕНЕНИЕ ТОВАРОБОРОТА, РОСТ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ И СНИЖЕНИЕ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ), ТАК И ВНУТРИОТРАСЛЕВЫЕ ЯВЛЕНИЯ, ВО МНОГОМ ФОРМИРУЮЩИЕ ЕГО ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПОРТРЕТ. ЯНА КУЗЬМИНА

Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований компании JLL, обращает внимание на закономерность, согласно которой между началом экономического кризиса и падением ввода торговых центров, как правило, существует разрыв: спад приходится на третий год после начала кризиса. Это объясняется тем, что остановка проектов, находящихся в достаточно высокой степени готовности на момент начала экономического спада, нецелесообразна. В 2020 и 2021 годах такие объекты будут оперативно достраиваться, их завершение поддержит объем нового предложения на высоком уровне в среднесрочной перспективе. Скорее всего, спад ввода ТЦ наступит в 2022 году.

Изменение доли свободных площадей в торговых центрах, напротив, происходит практически сразу. Так, в столице с наступлением кризиса вакантность повышается сразу на 2–3 п. п., потом, в течение года-полугода колеблется вокруг него. Затем по прошествии примерно двух лет с начала кризиса, в момент уменьшения объемов ввода новых объектов, доля свободных площадей начинает снижаться.

«В основном увеличение доли свободных площадей произойдет в наименее успешных объектах. Хорошие торговые центры с продуманной концепцией и профессиональной управляющей компанией будут подвержены увеличению вакантности не так ощутимо. В сравнении со среднерыночной ситуацией реакция прайм-объектов на кризисные условия будет минимальной», — говорит господин Фадеев.

Он полагает, что если ограничения, введенные в связи с пандемией, будут сняты летом, то доля свободных площадей по итогам 2020 года достигнет 8–10% в Москве и 9–10% в Петербурге. Для ключевых ТЦ столицы вакантность вырастет с текущих 1,2% до 3–4%.



НЕРЕАЛИЗОВАННЫЕ В ВЕСЕННИЙ СЕЗОН ТОВАРЫ ПОДТОЛКНУТ FASHION-РИТЕЙЛЕРОВ СЕГМЕНТА ВЫШЕ СРЕДНЕГО ОБРАТИТЬ БОЛЕЕ ПРИСТАЛЬНОЕ ВНИМАНИЕ НА ФОРМАТ АУТЛЕТ-ЦЕНТРОВ, ЧТОБЫ ВСЕ РАСПРОДАТЬ

Высокая степень готовности заявленных на 2020 год объектов позволяет предположить, что большая часть из них все же откроется к концу текущего года. В Москве на 2020 год заявлено 306 тыс. кв. м, 75 тыс. из которых уже введены — в составе торгового центра в парке развлечений «Остров мечты» и торгового центра «Столица» в Новой Москве. В Петербурге

анонсирован ввод 47 тыс. кв. м, но вероятность переноса сроков открытия очень высока, говорят в JLL.

Неизбежными последствиями кризиса также являются прекращение деятельности и уход с рынка некоторых брендов, оптимизация сетей офлайн-магазинов и уменьшение их количества. Кроме того, снижение доходов населения приведет к

вынужденному изменению потребительских предпочтений в сторону более бюджетных брендов и к более сдержанному потреблению.

Текущий кризис обнажит необходимость реконцепции устаревших объектов и стимулирует переосмысление роли торгового центра в принципе. Вследствие того, что офлайн-магазины будут все больше играть роль пунктов выдачи онлайн-заказов, ритейлеры будут внимательно анализировать, насколько их магазины удобны и функциональны с точки зрения выдачи интернет-заказов.

Временное закрытие физических точек продаж повлечет за собой ускоренные изменения в принципах работы многих ритейлеров в будущем, прогнозирует господин Фадеев. Нереализованные в весенний сезон товары подтолкнут fashion-ритейлеров сегмента выше среднего обратить более пристальное внимание на формат аутлет-центров, чтобы распродать товар, не реализованный за время простоя, а также начать развивать это перспективное направление. Стоит отметить, что на 2019–2020 годы пришлось бурное развитие аутлетов в столицах: до конца текущего года в Москве ожидаются два новых проекта, а в Петербурге — третья очередь уже существующего.

Еще одним «эффектом пандемии» является форсированное развитие и внедрение там, где ее не было, онлайн-торговли, а также усовершенствование и расширение каналов взаимодействия брендов с потребителями. «Несмотря на то, что онлайн в ближайшее время не заменит традиционный шопинг, текущий кризис дает значительный толчок в сторону омниканальности и принятия онлайн-канала наравне с офлайном, как ритейлерами, так и потребителями. Наличие развернутой инфраструктуры для оперативного выполнения онлайн-заказов станет одним из решающих факторов роста для игроков рынка», — заключает господин Фадеев. ■

## 32 → КОНСТАНТИН СТОРОЖЕВ, генеральный директор Valo Service:

— Предложений и программ, разработанных властями, у нас достаточно много. Но особенность исполнения этих программ в том, что любая помощь реализуется по принципу «презюмции виновности». Так, например, поддержка туристических и гостиничных объектов определяется через основной код ОКВЭД, а не по факту участия в индустрии гостеприимства. Не тот код — значит «не положено». От Российской гильдии управляющих и девелоперов мы передали наши предложения в

правительство о возможности указывать в заявках на помощь дополнительные коды ОКВЭД.

## ОРАЗ ДУРДЫЕВ, директор по правовым вопросам и корпоративным отношениям AB InBev Efes:

— К числу приоритетных мер помощи пивоваренной отрасли относятся снижение акцизной ставки на пиво и пивные напитки крепостью до 8,6% с 22 до 21 рубля на литр и ее заморозка на этом уровне на 2021–2022 годы; введение временного моратория (сроком до двух лет) на уве-

личение ставки действующих налогов; введение налоговых каникул, которые обеспечат временную отсрочку выплат по налогу на прибыль, НДС, страховых взносов на то время, пока распространение в России COVID-19 не прекратится и ситуация не стабилизируется.

## ЛИЛИЯ ФЕДУЛИНА, директор по продукту Podelu.ru:

— Помимо срочных беспроцентных займов, МСБ помогла бы компенсация выплат по аренде и коммунальных платежей: такая мера успешно сработала во Франции

и Великобритании. Эффективно было бы заменить платежные отсрочки на полное освобождение от налогов на весь срок карантина, как, например, сделала Грузия для туристической индустрии. Хотелось бы, чтобы этим могли воспользоваться бизнесы, не попавшие в список пострадавших отраслей, но которые понесли не меньше убытков. Наконец, мы выступаем за отмену строгих ограничительных мер: проверки и штрафы за увольнение сотрудников в период пандемии могут потопить малый бизнес, которому и так нелегко. Полезнее было бы ввести программы переобучения для тех, кто потерял работу. ■

## ПРЯМАЯ РЕЧЬ