

КОНЪЮНКТУРА

РИТЕЙЛ

«Все присели»

В новых условиях арендаторам и арендодателям придётся договариваться

Оксана Клиничская

Покупатели изменят свои приоритеты: более дорогое товару они предпочтут более дешёвый, но не менее качественный, полагают эксперты. Аналитики и представители крупных пермских торговых центров в рамках дискуссии «Пермский рынок коммерческой недвижимости — 2015: условия и особенности развития в новом экономическом климате» обсудили перспективы развития ритейла в 2015 году.

Суровый климат

В PAN City Group ожидают, что кризис будет затяжным. «Чётко ощущают кризис в Екатеринбурге. В Перми осознанного понимания нет», — сообщила руководитель отдела маркетинга и консалтинга PAN City Group Юлия Цепенникова. В пользу относительного благополучия в Перми свидетельствует статистика. По итогам 2014 года товарооборот в Перми составил 102%, то есть произошёл рост спроса.

Цепенникова заметила, что нынешний кризис отличается от предыдущего, 2008 года, тем, что при наличии общих составляющих — падении ВВП, кризисе ликвидности, низких ценах на нефть — появился профицит предложения торговой и офисной недвижимости. В Перми это выражено не так ярко, но в Москве он уже проявил себя. Это обусловлено рекордным вводом в столице торговых площадей — 600 тыс. кв. м в 2014 году.

Пермь является единственным городом-миллионником в России, где нет ни одного торгового центра суперрегионального масштаба площадью 100 тыс. кв. м. В 2014 году введено 105 тыс. кв. м коммерческой недвижимости, из них для аренды пригодно 80 тыс. кв. м. Строится 120 тыс. кв. м, но в торговых центрах микrorайонного или регионального масштаба. Ни один из возводимых ТЦ не тендует на межрегиональный уровень.

В отличие от предыдущих кризисов, которые были международными, этот кризис — национальный. Он возник в силу объективных причин — геополитики, политики, макроэкономики, добавляет директор УК «Столица» Константин Копытов. «Мы как арендодатели становимся заложниками событий, на которые не можем повлиять. У нас пассивная тактика реагирования на текущие события — это тренд сегодняшнего и будущего дня, мы вынуждены только смотреть и реагировать», — опечален он.

«Климат будет достаточно суровый — инфляция, девальвация, снижение арендных ставок», — прогнозирует заместитель генерального директора



по коммерческой недвижимости PAN City Group Игорь Голубев. По его мнению, больше всего пострадают два вида недвижимости: офисная и торговая. «В Москве рынок очень сильно изменился и меняется еженедельно. Ощущение, что мимо нас не пройдёт. Okажемся там же», — пессимистичен Голубев.

«Ключевое отличие: кризис будет более продолжительным, и позже наступит период восстановления, о котором

снованные хорошими результатами торговли. Потом начались первые тревожные звонки, а именно, плавное снижение посещений. В январе 2015 года покупателей пришло на 5–7% меньше по отношению к аналогичному периоду 2014 года. «Мы теряем посетителей. Приняли решение переходить в формат фиксированной ставки — на минимальный процент с оборота», — рассказывает Копытов. В начале 2014 года были опти-

Нам надо пережить, сейчас говорить о том, что будет, рано, потребитель пре-бывает в состоянии шока».

Дорогое — не значит хорошее

Представители управляющих компаний считают, что внимание покупателей нужно переключать на сегмент товаров класса «средний».

При современных технологиях принцип «цена-качество» не работает, уверяет топ-менеджер РИАЛа. «Иногда ты более качественный товар можешь получить по более низкой цене. Это бывает с продуктами питания и с одеждой: всё шьётся в Китае», — говорит Медведева.

На центральной улице Милана наблюдается постоянный тренд: закрываются дорогие бутики, открываются Twin Set, Banana Republic, и они занимают центральные места. «Потребители начинают понимать, что дорогое — не значит качественное, а дешёвое — не значит некачественное. Не стоит переплачивать за бренд и одеваться дорого. Чем быстрее потребитель перестроится, тем легче перенесёт ситуацию», — делится Марина Медведева.

«Каждый покупатель должен понимать, что такое бюджет. Надо менять психологию», — поддерживает её Голубев.

С рынка уходят форматы «средний класс» и «средний плюс», заметил Константин Копытов. «Он зарождается, его давят сапогом, он снова пытается вырасти. Во всём мире средний класс является фундаментом. У нас фундамент — масс-маркет», — опечален топ-менеджер «Столицы».

Сокращаются спонтанные покупки, покупатель стал более избирательным, подтверждает Жданова. По её словам, сейчас появился тренд, которого не было прежде: арендаторы практически сразу принимают решение о закрытии, не ждут положительных изменений, как во вре-

Рынок аренды коммерческой недвижимости в Перми ждёт коррекция. Она может составить 15%. Особенно это касается длинных контрактов и долларовых ставок

можно будет говорить во второй половине 2016 года», — прогнозирует Юлия Цепенникова. По её мнению, восстановление займёт от 15 до 21 месяца. Начало кризиса пришлось на середину 2014 года.

Шоковое состояние

Снижение покупательской активности наблюдалось весь 2014 год, отметила директор УК «ЭКС» Елена Жданова. «Я бы не сказала, что кризис 2008–2009 годов закончился. Мы сейчас пожинаем его плоды, ушли в более глубокую fazu», — считает она. Обороты у арендаторов снизились на 5–10%, есть случаи падения на 30%, это зависит от самого арендатора.

УК «ЭКС» подготовила три сценария возможного развития ситуации в 2015–2017 годах. Например, сценарий №3 — это ситуация коллапса, «ниже дна». «Учитывая цены на продукты в магазинах, не исключено, что появится вариант №4, когда все и всё будут выращивать на своих огородах», — безрадостна топ-менеджер.

У УК «Столица» до 1 квартала 2014 года были позитивные ожидания, обо-

мистичный настрой и хороший лист ожидания, но сейчас он сократился на 50%.

Более оптимистично настроена финансовый директор группы компаний «РИАЛ» Марина Медведева.

«Выручка за 2013 год намного выше показателя 2008 года, поэтому сказать, что мы не вышли из кризиса, я не могу, — заявила Медведева. Так, в сентябре 2014 года был резкий спад объёмов продаж (30–50%), связанный с резким снижением курса рубля по отношению к доллару и евро. Спад и сейчас продолжается у некоторых арендаторов, у других, напротив, продажи растут, в частности у недорогих российских марок.

Она отметила, что существуют торговые месяцы, например декабрь, и неторговые — январь. «Люди сидят без денег после праздников», — напомнила Медведева.

«Мы приучили наших людей потреблять, и разом они от этого не откажутся: будут сокращать свои издержки, начнут переходить от более дорогих продуктов к более дешёвым, но потреблять не перестанут, — уверена Медведева. —