

Автор: **Наталья МАРТЫНОВА**

Оправившись после **первых потрясений** конца 2008–начала 2009 года, эксперты рынка недвижимости отметили, что **в наименьшей мере** от кризиса, похоже, **пострадали** рынок городской жилой недвижимости экономкласса и **рынок стрит-ритейла**. Это и понятно: что бы ни случилось, вечными **остаются потребности людей** в жилье, еде, одежде. Сегодня уже очевидно, что рынок жилой недвижимости, пусть и не очень уверенно, но пошел вверх. А как насчет **стрит-ритейла**?

# СТРИТ-РЕТЕЙЛ: ГОЛУБЫЕ ФИШКИ коммерческой недвижимости



**Н**аблюдается ли рост в столичном стрит-ритейле? А если наблюдается, то чем объясняется рост, каковы его особенности в сравнении с предыдущими периодами роста? И потянет ли он за собой, как и когда, остальные сегменты рынка коммерческой недвижимости?

### » «ДА» И «НЕТ» НЕ ГОВОРИТЬ

Первый же комментарий одного из экспертов оказался негативным и довольно жестким: «В настоящее время, по сравнению с I кварталом 2010 года, роста в сегменте стрит-ритейла не наблюдается. Арендные ставки держатся примерно на одном уровне. В торговых коридорах происходит обычная ротация арендаторов. Торговые помещения, обладающие выгодной локацией, пользуются активным спросом со стороны арендаторов. И наоборот, собственники помещений, обладающих невыгодным месторасположением, испытывают проблемы с привлечением арендаторов. Можно также отметить, что повышение деловой активности на рынке торговой недвижимости нехарактерно для летнего периода».

«Сейчас мы наблюдаем повышение спроса на торговые объекты и увеличение активности некоторых категорий арендаторов, — отмечает **Дмитрий Хечумов, исполнительный директор компании Core Group.** — Однако, на наш взгляд, стоит говорить не о ро-

ки аренды пошли вниз. Сейчас ситуация стабилизируется и объясняется это тем, что общая экономическая ситуация выправляется. Рынок труда, так или иначе, воспрял. Люди вновь получают деньги, которые нужно куда-то тратить. Соответственно, растут и обороты ритейла».

Тем не менее, по мнению эксперта, особенностью нынешнего подъема является его плавность: «Многие участники рынка говорят, что это еще не конец кризиса, что кризис еще не миновал, а как следствие остаются сомнения и ставки растут не так стремительно, как в 2006–2007 годах». И, как следует из вышесказанного, речь идет о достаточно ликвидных объектах.

Столь же осторожно настроена директор по развитию отдела торговых площадей **Jones Lang LaSalle Анна Савенко:** «Сегодняшний рост, вернее стабилизация, объясняется общим оживлением на рынке торговой недвижимости, определением места Москвы в приоритетных планах развития. Если давать общее определение ситуации на рынке стрит-ритейла: ставки стали более реалистичными, и рынок стал более понятным».

### » ОСТОРОЖНАЯ ОСТОРОЖНОСТЬ

Не склонны трубить в фанфары и другие эксперты, отмечая, однако, явные признаки оживления сегмента. «Рост цен на торговую недвижимость объ-

**В настоящее время, по сравнению с I кварталом 2010 года, роста в сегменте стрит-ритейла не наблюдается. Арендные ставки держатся примерно на одном уровне**

сте, а о некоей нормализации уровня арендных ставок и постепенном возвращении к докризисному уровню. Наиболее активны в сегменте стрит-ритейла операторы общественного питания: кафе, рестораны быстрого обслуживания, а также банки».

**Директор по развитию компании ROSS Group Илья Афраимович** начал «за здравие»: «Можно сказать, что в последнее время рынок стрит-ритейла задышал с новой силой. В принципе помещения с отдельным входом всегда были востребованы, но, как и во всех прочих сегментах рынка, с кризисом пришли вакантные площади, став-

яется активным развитием компаний и нехваткой хороших предложений на рынке. Именно хороших, интересных известным брендам, — считает **консультант отдела торговой недвижимости Cushman & Wakefield Олег Смертов.** — Многие из брендов, в том числе иностранные, достаточно хорошо чувствуют себя после кризиса и начали активный поиск площадок для открытия новых магазинов, кафе и ресторанов, банков, аптек. Большинство лучших помещений заняли в период кризиса, соответственно, оставшая часть игроков попали в конкурентную борьбу за место «под солнцем».



## МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА



Надежда ЕНИНА

начальник Управления продвижения проектов  
«Велес Капитал Девелопмент»

Спрос на торговые помещения был, есть и будет. Торговля – вечный двигатель, который дает стабильный доход удачливым коммерсантам в любое время. Кризиса для торговли не существует. Судите сами, обороты продуктовых сетей в экономически нестабильные времена предсказуемо росли (покупатели вспомнили, что еду можно готовить, и она не растет полуфабрикатами или шедеврами ресторанных поваров). Региональные сети не упускают шансов развиваться в центр (и правильно делают), а федералы выходят на региональные рынки. Неопытные участники также не отстают: благоразумно воспользовавшись подвернувшемся в кризис случаем, они радостно кидаются открывать кафе и магазины, а заразившись пессимизмом мудрых аналитиков, копирующих самые мрачные прогнозы друг друга и без устали твердящих о падениях ставок и массовом освобождении площадей, управляющие компании с готовностью сдают свои площади всем желающим. На самом деле спрос не изменился и по-прежнему высок на качество концепций, на талант менеджмента, стоящего у руля ТЦ и на... безальтернативность. Приведу так любимые читателями примеры всего вышеперечисленного: банально, но факт – «Европейскому» (предмету зависти большинства УК) отдаю без раздумий пальму первенства в выверенности концепций. Это подтверждается тем, что (потрясающе!!!) его беззастенчиво копируют, и это тоже работает. Реставрированный ТЦ «Россия» в центре Воронежа приобрел столь узнаваемые черты популярного московского объекта и заслужил любовь горожан. ТРЦ «Московский проспект» и «Град» – продукты талантливого руководителя и прирожденного девелопера Хамина Е. Н. Я работала с этим человеком и могу с уверенностью сказать, что харизма управляющего может иметь невероятную созидающую силу (вы пробовали заманить «Ашан» в регионы? Попробуйте, и поймете меня). Примером безальтернативности может стать ТРЦ «Парк» в Красногорске. Единственный объект на весь город, которому привлеченный консультант не спешил давать лестные характеристики. Однако посетителям и арендаторам, к счастью, нет дела до мнений раскрученных в прессе «экспертов» со звучной цветочной фамилией. Одни стабильно, ежемесячно бьют рекорды посещаемости, а другие с готовностью встают в очереди листов ожидания.

Ну, и немного цифр. За последние полгода количество обращений с запросами на качественные площади в Московской области (МО) выросло на 23%. Стоит учитывать, что на это время приходился летний период с аномальной жарой. Осенью ожидается увеличение показателей до 40%. Далее по ситуации: ставки аренды стабильны и демонстрируют рост. Уровень средней ставки аренды в ТЦ МО до кризиса без учета якоря составлял около \$1100. Объясняется это низким уровнем предложения (зачастую в городах такие ТЦ – единственные). Сейчас эта цифра может спокойно балансировать на грани \$1200-1500. На нашем объекте уровень ставок с середины 2009 года вырос на 18%. Коэффициент заполнения стабильно не падал ниже 95%. Последний год он равен 100%. Арендаторы перестали притворяться «умирающими лебедями» и даже демонстрируют признаки благополучия и намерения развивать бизнес. Они вкладывают деньги в реконструкцию и ремонты, увеличивают рекламные бюджеты. Арендодатели вздохнули свободнее и уже не боятся массового опустения площадей. Спросом пользуется то, что в принципе им всегда и пользовалось – иконы концептуальных решений, новые безальтернативные нестоличные центры от 30 тыс. м<sup>2</sup> (мы говорим о хорошем брокеридже, для которого не жалеют денег на создания целого отдела). Смеем предположить, что в ближайшее время арендаторы будут более избирательны, отдавая предпочтения объектам, в которых изначально заложены плюсы на будущее – multifunctionality, хорошая развлекательная составляющая.

По моему опыту, недвижимость, к большому счастью и великому горю одновременно, в жилом и коммерческом сегментах «продает» себя сама. Успешность объекта складывается из множества факторов. На нее практически невозможно повлиять. Если в жилой недвижимости велика роль цены, то в коммерческой недвижимости успех брокериджа – это 30% переговоров и 70% концепции. Хотите, чтобы я начала занудно перечислять стандартные приемы продвижения или удивила ну-хау? Рассказала бы вам о стратегиях и тактиках?.. Не буду. Конечно, мы все это используем. Но, в конечном счете, на результат все равно влияет то, как подумал вначале (от уже привлеченных арендаторов до царящей в центре атмосферы) и как поговорил в конце (человеческий фактор велик везде).

Пару слов о наших новых объектах. «Велес Капитал Девелопмент» именно сейчас ведет строительство нового объекта в Красногорске. Вторая очередь функционирующего ТРЦ «Парк», которая будет объединена в единый комплекс (34 тыс. м<sup>2</sup>). Наши изменения кардинальны. Чувствуем себя революционерами. Реконцепция всего от архитектуры до наполнения и направления пешеходных потоков. Все подчинено потребностям населения (жители Красногорска очень патристичны и конкретны в своих предпочтениях – «хотим кинотеатр и много развлечений»). А мы, в свою очередь, сделаем все, чтобы он появился. Мы также понимаем, что поток посетителей имеющегося 12-тысячного центра нужно расширять за счет привлечения жителей других районов и, если получится, Москвы. ■

«Оживление рынка подтверждают и риэлторы, и собственники помещений. В данный момент даже компаниям, которые уже арендуют помещения, нужно уметь отстоять свое место, так как ставка, по которой они арендовали раньше, может в разы вырасти благодаря спросу, что не даст возможности для дальнейшей окупаемости и рентабельности проекта», — резюмирует Олег Смертов.

**Ольга Павлик, руководитель отдела исследований и аналитики Praedium Oncor International**, готова признать, что после периода спада деловой активности, отмечавшегося во время кризиса, спрос в сегменте стрит-ритейл возвращается на докризисный уровень: «Рост в данном сегменте происходит быстрее, чем в других секторах рынка коммерческой недвижимости. Уровень цен продажи и ставок аренды в отдельных случаях достиг докризисных отметок. Но острый дефицит ощущается лишь в отношении объектов с наиболее удачным местоположением в проходных зонах».

«О росте, который наблюдался до кризиса 2008 года, цены на недвижимость росли непомерными темпами, говорить не приходится, — считает **руководитель департамента торговой недвижимости Paul's Yard Мила Моралес**. — Сегодняшний рост в сегменте стрит-ритейл оправдан сокращением предложения на рынке и стабильным спросом на данный формат со стороны как арендаторов, так и покупателей. Но, в отличие от докризисного периода, когда с рынка сметали все подряд, сегодня клиенты более требовательны и разборчивы в выборе помещений. Поэтому возрос срок экспозиции для менее ликвидных объектов, либо очень дорогих. Тоже происходит и в динамике цен продаж и ставок аренды».

### »» ТОРГ ВПЛОТЬ ДО ДВУКРАТНОГО

Однако базу для серьезного роста рынок, похоже, набрал. «Торговая недвижимость является наименее рискованным активом, способным при грамотном управлении давать стабильную прибыль, — говорит **директор по маркетингу и продажам башни «Меркурий Сити» Ирина Стрижова**. — Именно поэтому сегмент торговой недвижимости, и стрит-ритейл в частности, пострадал от кризисных явлений меньше всего. Поэтому на него, а не на офисную недвижимость,

обращено сегодня пристальное внимание инвесторов». Рост внимания к этому сегменту, по мнению Стрижовой, обусловлен следующими факторами: реализация отложенного спроса, выход на российский рынок западных ретейлеров, активизация ранее замороженных проектов, выход на рынок бывших игровых операторов (ранее занимавшие помещения под игровые автоматы и казино), возвращение крупных торговых сетей в регионы. Среди особенностей ситуации эксперт отмечает рост разницы между стоимостью м<sup>2</sup> в местах высокой проходимости и менее людных торговых коридорах: «Спрос по-прежнему превышает предложение, при этом в ТЦ пустует около 15% площадей. Срок экспозиции помещений значительно сократился: если раньше объект в среднем сдавался за два-три месяца, то теперь найти арендатора можно и в течение двух недель».

«По итогам прошедшего периода можно говорить о том, что рынок стрит-ритейла постепенно возвращается к докризисным показателям и скоро вновь станет «рынком продавца». Об этом говорит и тот факт, что уже сейчас владельцы торговых помещений начали перезаключать арендные договоры по докризисным ставкам», — от-

мечает Ирина Стрижова один из важнейших признаков роста.

«Стрит-ритейл был и остается самым востребованным форматом на рынке коммерческой недвижимости, — развивает тему директор департамента коммерческой недвижимости компании Penny Lane Realty Алексей Могила. — И действительно, на фоне общей стагнации рынка в некоторых районах уже идет рост. Чаще всего это основные торговые коридоры (улицы Тверская, Петровка, Кузнецкий Мост, Столешников) и небольшие помещения у метро от 100 до 300 м<sup>2</sup>. Данная тенденция объясняется тем, что помещения стрит-ритейла используются не только корпоративными структурами, но и частными лицами».

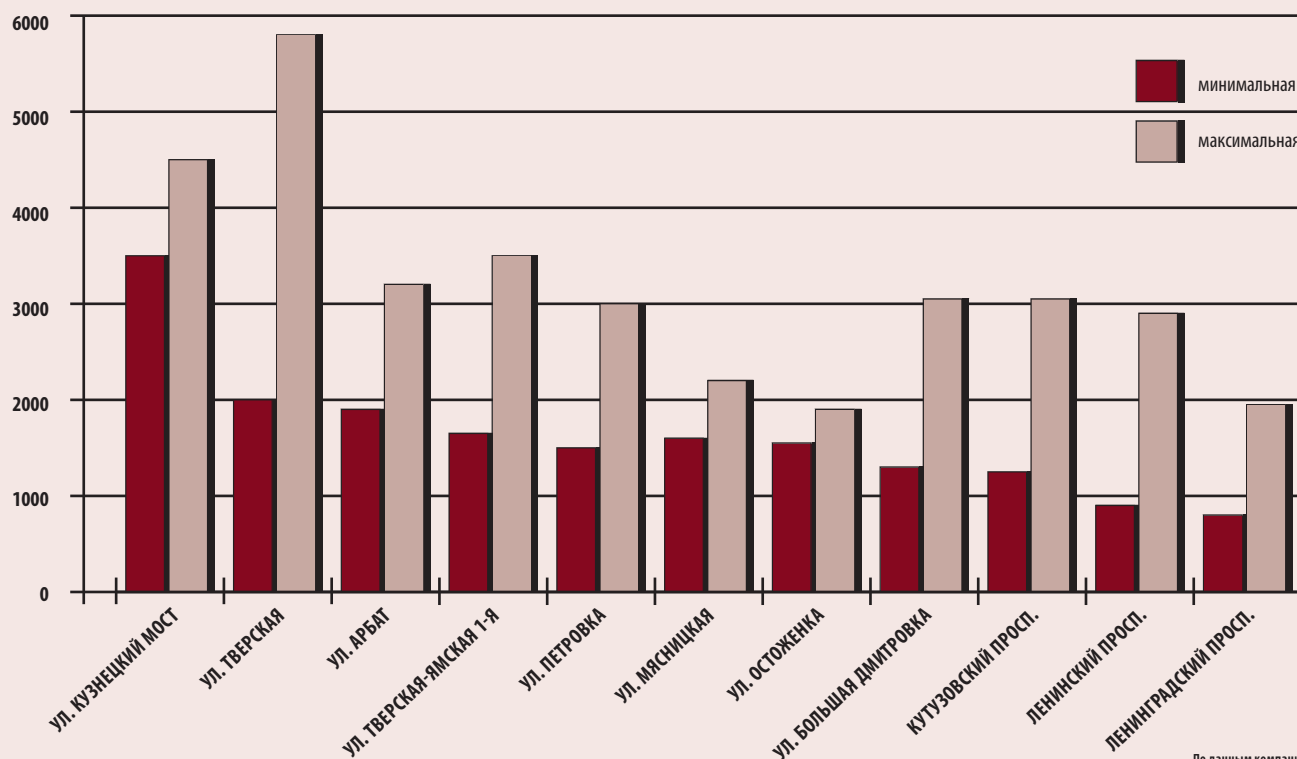
Эксперт сообщил, что в компании отметили следующую особенность: сегодня владельцы объектов розничной торговли все чаще предлагают арендаторам, у которых близится срок окончания договора аренды, вернуться к докризисному уровню арендных ставок. То есть платить больше в среднем на 20%. И если они получают отказ, то уведомляют арендатора о том, что будут искать ему замену. С начала 2010 года доля договоров, перезаключенных по инициативе

собственника, составляет 15% общего количества договоров аренды. За действительно стоящие помещения нередко идет торг вверх. В некоторых случаях он может доходить и до двукратного роста.

### » АДРЕСА, ПРОЦЕНТЫ, СТАВКИ

Итак, сегодняшний рост присущ только наиболее востребованным помещениям. «Нарасхват, как всегда, объекты в топовых коридорах города: Тверская, Арбат, Кузнецкий Мост, Петровка, Покровка, Дмитровка, начало Кутузовского и Ленинского проспектов, — говорит Мила Моралес. — Наиболее востребованы на покупку объекты до \$5 млн, в аренде, в зависимости от назначения, от \$500 до 1,8 тыс. за м<sup>2</sup> в год». «Достаточно активный рост арендных ставок, по сравнению с предыдущими периодами и наблюдаемый с IV квартала 2009 года, по основным торговым коридорам Москвы объясняется ограниченностью предложения качественных торговых помещений в центре города, — продолжает тему Дмитрий Хечумов. — Здесь можно выделить традиционно популярные Тверскую улицу, Кузнецкий Мост, Арбат, 1-ю Тверскую-Ямскую, Петровку. Наиболее высокие запрашиваемые

ДИАПАЗОН ЗАПРАШИВАЕМЫХ АРЕНДНЫХ СТАВОК ПО ОСНОВНЫМ ТОРГОВЫМ КОРИДОРАМ, \$/м<sup>2</sup>/год, ЗА 1 ПОЛУГОДИЕ 2010 г.



По данным компании CORE GROUP

ставки в первой половине этого года были в столице зафиксированы на Тверской улице».

«Докризисный рост цен на стрит-ритейл, особенно это касается помещений в топовых локациях в центре, был обусловлен практически полным отсутствием предложения, — возвращается к истории вопроса директор департамента торговой недвижимости консалтинговой компании RRG Андрей Панфилов. — Крайняя привлекательность подобных объектов для арендаторов в силу рекламной составляющей, а также ограниченность помещений как ресурса вообще — все-таки в Москве одна Тверская и один Столешников переулок — привела к тому, что предложения о продаже или аренде топового стрит-ритейла были единичными и цена могла быть практически любая».

Если в 2009 году помещения появлялись на рынке, то сейчас снова можно говорить о приближающемся дефиците. Примером может служить район Красной Пресни, в котором

практически отсутствует предложение, как по продаже, так и по аренде помещений, при этом отмечаются высокий спрос на данный район и минимальная ротация арендаторов в течение нескольких лет. В кризис снижение ставок аренды для помещений стрит-ритейла составило 30–40%. Теперь, после периода стабилизации во второй половине 2009 года, в топовых локациях у топовых магазинов наблюдается уверенный рост. Уровень вакантных площадей минимален и составляет в среднем около 5–7%.

«Основные торговые коридоры остались прежними: Тверская, Петровка, Чистопрудный, Большая Дмитровка, Новый Арбат, Кузнецкий Мост, Пятницкая, Садовое, — перечисляет Андрей Панфилов. — Столешников, Третьяковский проезд, отчасти Тверская, уже сформировались как торговые коридоры магазинов luxury уровня. Кроме того, самые «торговые» места располагаются и около станций метро, в первую очередь возле таких,

как «Охотный ряд», «Театральная», «Чистые пруды», «Пушкинская», «Чеховская», «Тверская», «Китай-Город», «Лубянка», «Кузнецкий мост».

## » ИГРА В ПАРОВОЗИКИ

Потянет ли стрит-ритейл за собой остальные сегменты коммерческой недвижимости? Мнения экспертов расходятся диаметрально. «Не потянет, — категоричен Алексей Могила, — так как стрит-ритейл с другими сегментами коммерческой недвижимости практически не связан. Ритейл — это самостоятельная единица, здесь высокая динамика, высокий спрос, а все остальное — это корпоративные отношения, в которых нет такой спешки».

«Прямой зависимости нет, восстановление остальных сегментов коммерческой недвижимости идет параллельно рынку стрит-ритейл, — замечает Мила Моралес. — Улучшение общеэкономической ситуации в стране и мире дало толчок к положительным тенденциям в недвижимости. Однако, в отличие от стрит-ритейла, это восстановление продвигается более медленными темпами за счет наличия большего количества предложения на рынке».



«Естественно, общее оживление положительно скажется на общей динамике, однако, прямой связи нет, — говорит Анна Савенко. — Изменения в остальных сегментах коммерческой недвижимости можно будет наблюдать после окончания кризиса и стабилизации в мировой экономике».

«Нельзя говорить, что сегмент стрит-ритейла потянет за собой другие сегменты, — согласен с коллегами Илья Афраимович. — Правильнее сказать, что во всех сегментах есть рост и его основная причина — увеличение продаж, увеличение покупательской активности. Сегодня и в торговых центрах, и на «стрите» есть сделки. Торговые помещения заполняются, диалог идет. Будем надеяться и на дальнейшую положительную динамику».

Ольга Павлик отмечает события, не давая им оценку: «Вслед за сегментом стрит-ритейла другие сектора также начинают демонстрировать позитивную динамику: расширяющимся торговым сетям требуется больше складов и офисов. Уже в IV квартале 2009 года отмечено увеличение активности со стороны потенциальных арендаторов в офисном и складском сегменте. Данный тренд получил продолжение и в первой половине 2010 года».

Той же тактики придерживается Олег Смертов: «Эксперты нашей компании отмечают восстановление рынка складской недвижимости. Рынок офисной недвижимости только сейчас начинает реагировать на положительную динамику в экономике». Ирина Стрижова также склонна ограничиться описанием ситуации в других сегментах коммерческой недвижимости: «Экономическая ситуация постепенно стабилизируется, что сказывается и на офисном сег-

ГОРОДА С САМЫМИ ВЫСОКИМИ СТАВКАМИ АРЕНДЫ НА ОСНОВНЫХ ТОРГОВЫХ УЛИЦАХ		
Город, улица	Ставка (\$/м <sup>2</sup> /год)	Изменение за год (%)
Париж — Елисейские Поля	13 513	2,04
Нью-Йорк — Пятая авеню	13 450	-10,71
Гонконг — Рассел стрит	12 970	1,3
Лондон — Бонд стрит	12 634	51,66
Милан — Виа Монтенаполеоне	10 000	-1,33
Сидней — Питт стрит молл	8272	71,43
Цюрих — Банхофштрассе	7830	18,57
Лондон — Оксфорд стрит	7743	27,69
Рим — центр города	6756	-3,85
Нью-Йорк — Мэдисон стрит	6348	-21,33
Москва — Тверская улица	4000	6,67
Киев — Крещатик улица	2400	11,11

По данным компании Colliers International

менте рынка. Уже в I квартале текущего года было арендовано в два раза больше офисных помещений, чем за аналогичный период в прошлом году. Но, несмотря на кажущееся оживление, предложение на офисном рынке по-прежнему превышает спрос, что связано с вводом новых коммерческих объектов. К следующему году можно будет ожидать рост ставок в районе 10%, но на докризисный уровень цены вернутся еще не скоро».

И только Андрей Панфилов категоричен «со знаком плюс». Правда, и он ограничивает сферу влияния стрит-ритейла смежными областями: «Стрит-ритейл не зря называют «голубыми фишками» коммерческой недвижимости». Это наиболее ликвидный и быстро восстанавливающийся сегмент рынка недвижимости. Поэтому именно он как нельзя лучше подходит на роль «локомотива» по выводу торгового сегмента и всей коммерческой недвижимости из кризиса. Поглощение рынком

помещений стрит-ритейла волей-неволей приведет к тому, что арендаторам придется обратить внимание на другие торговые площади. А цены, которые уже растут в этом сегменте, естественно, рано или поздно «потянут» за собой и остальные». «Во втором полугодии 2010 года, — уверен эксперт, — сегмент стрит-ритейла также будет ощущать дефицит качественных помещений в топовых местах по адекватной стоимости. Если макроэкономические факторы будут улучшаться, то осенью 2010 года, скорее всего, мы увидим рост арендных ставок на помещения в сегменте стрит-ритейла на уровне 2–5%».

«Другое дело, — оговаривается Андрей Панфилов, — что все это справедливо, когда речь идет о качественных помещениях в хороших локациях. Неудачно расположенные объекты стрит-ритейла так же, как и неуспешные ТЦ, вряд ли в ближайшее время будут востребованы. Кризис нелицеприятно указал на ошибки». ■

ДИАПАЗОН ЗАПРАШИВАЕМЫХ АРЕНДНЫХ СТАВОК ПО ОСНОВНЫМ ТОРГОВЫМ КОРИДОРАМ, \$/м<sup>2</sup>/год, 2008–2010 гг.

ТОРГОВЫЙ КОРИДОР	II полугодие 2008 г.	I полугодие 2009 г.	II полугодие 2009 г.	I полугодие 2010 г.
Ул. Кузнецкий Мост	1800-4500	1400-2100	1500-3000	3500-4500
Ул. Тверская	1600-6500	1000-3400	1400-4000	2000-5800
Ул. Арбат	1600-3100	1600-2500	1600-3000	1900-3300
Ул. Тверская-Ямская 1-я	1100-2000	900-1800	1200-2000	1600-3300
Ул. Петровка	2000-4900	1200-3000	1400-3000	1500-3000
Ул. Мясницкая	2000-3200	1000-1500	1200-2000	1500-2200
Ул. Остоженка	2000-3500	1100-1650	1200-1650	1500-1900
Ул. Большая Дмитровка	1400-3500	1450-3350	1500-3200	1300-3100
Кутузовский просп.	1600-3500	1000-3100	1200-3100	1200-3100
Ленинский просп.	1500-2500	750-1600	800-2400	850-2800
Ленинградский просп.	1000-2150	950-2000	750-2000	750-2000

По данным компании CORE GROUP