# ЦЕНТРАЛЬНЫЕ КОРИДОРЫ СОКРАЩАЮТ ВАКАНСИЮ

## В ТРЕТЬЕМ КВАРТАЛЕ 2022 ОБЪЕМ ВАКАНТНЫХ ПЛОЩАДЕЙ НА ЦЕНТРАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ КОРИДОРАХ ГОРОДА СНИЗИЛСЯ НА 0,8 П. П. И ДОСТИГ УРОВНЯ 8,1%. АННА ЗАЙЦЕВА

По данным Maris, сокращение вакансии наблюдалось на Большом проспекте П.С. (–1,9 п. п.), Большой Конюшенной улице (–2,6 п. п.), улице Белинского (–4,5 п. п.), торговой зоне Сенной площади (–8,3 п. п.) и Литейном проспекте от Невского до улицы Белинского (–10,4 п. п.). Стабильную заполненность арендаторами демонстрировали торговые зоны улицы Рубинштейна и 7-й линии В.О.

На главном торговом коридоре города — Невском проспекте — число пустующих торговых площадей незначительно увеличилось на 1 п. п., главный образом за счет существенного роста вакансии (+1,6 п. п.) в так называемой зоне Старо-Невского проспекта (от станции метро «Площадь Восстания» до станции «Площадь Александра Невского»). Средний уровень вакансии в торговой зоне Невского проспекта составляет 11,4%.

Основными направлениями развития street retail на центральных торговых коридорах являются торговля и заведения общественного питания. В структуре арендаторов наибольшую долю занимают арендаторы сферы торговли — около 47%, на сферу общественного питания приходится 34%, на предприятия сферы услуг — 9%.

В третьем квартале 2022 года максимальное число закрытий на центральных торговых коридорах города приходилось на предприятия общественного питания (35%), fashion-операторов (26%), ритейлеров FMCG-сектора (7%). Активно сокращают свое присутствие операторы drogerie-сегмента (7% от общего числа закрытий в третьем квартале, хотя исторически данный показатель не превышал 4%). Магазины косметики и парфюмерии также полностью приостановили свое развитие на центральных торговых коридорах города наряду с представителями ювелирных сетей и предприятий сферы услуг.

По числу новых открытий на центральных торговых коридорах города лидировали предприятия общественного питания (62%) и операторы fashion-индустрии (14%). В третьем квартале в центральной торговой зоне открылось в два раза больше кафе и ресторанов, чем закрылось. Представители FMCG-сектора сократили темпы поглощения помещений формата стрит-ритейл в центральной зоне в третьем квартале (4% в валовом объеме открытий против 10,5% во втором квартале).

Наибольшее число закрывшихся и новых точек общественного питания в третьем квартале было зафиксировано в торговой зоне Невского проспекта. Количество fashion-операторов, представленных на главной торговой магистрали города, напротив, сократилось в третьем квартале (закрылись четыре торговые точки, открылись лишь две). Зона Большого проспекта П.С. в третьем квартале пополнилась представителями fashion-индустрии (одно закрытие, два новых открытия) и заведениями общепита (одно закрытие, три открытия).

Объем сделок в сегменте торговых помещений формата стрит-ритейл в третьем квартале 2022 был сопоставим с показателем аналогичного периода 2021 года. На рынке наблюдалось традиционное снижение уровня деловой активности относительно второго квартала 2022: число закрытий сократилось на 6,5%, число открытий — на 12,3%.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

**ОСНОВНЫМИ НАПРАВЛЕНИЯМИ РАЗВИТИЯ STREET RETAIL НА ЦЕНТРАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ КОРИДОРАХ ЯВЛЯЮТСЯ ТОРГОВЛЯ И ЗАВЕДЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

В целом по итогам девяти месяцев 2022 года число открывшихся предприятий превысило число закрывшихся на 11,7%. Уровень ротации арендаторов в анализируемый период был несколько ниже показателей января — сентября прошлого года: 4% против 5,1% годом ранее. Максимальная активность арендаторов в третьем квартале 2022 года наблюдалась в зонах 6-й линии В.О. и улицы Восстания в части от Некрасова до Кирочной.

Показатель ротации арендаторов на Невском проспекте в третьем квартале был в два раза ниже уровня второго квартала, что свидетельствует о сохранении уровня запрашиваемых ставок аренды и увеличении срока экспозиции освобождающихся торговых помещений. ■

# ПОЛТОРЫ СОТНИ БРЕНДОВ ОСТАЛИСЬ В РОССИИ

## В СТРАНЕ ПО ИТОГАМ ТРЕХ КВАРТАЛОВ 2022 ГОДА ПРОДОЛЖАЕТ РАБОТУ БОЛЕЕ 150 ЗАРУБЕЖНЫХ БРЕНДОВ. НАИБОЛЬШАЯ ДОЛЯ ПРИХОДИТСЯ НА БРЕНДЫ ИЗ США. ДЕНИС КОЖИН

Консалтинговая компания NF Group подсчитала количество международных брендов, работающих на территории России. В исследование вошли 152 зарубежных ритейлера, продолживших деятельность в составе качественных торговых центров в 2022 году. Лидерами по количеству представленных в России брендов являются такие страны, как США — 22,4%, Италия — 15,1%, Франция — 10,5%, Турция — 9,9% и Германия — 9,9%. Наименьшая доля приходится на Казахстан, Финляндию, Южную Корею и другие.

Наибольшее количество операторов сконцентрировано в fashion-сегменте (59,9%), за ним следует общественное питание (9,9%), бытовая техника и электроника — 5,3%. На бренды, специализирующиеся на торговле парфюмерией и косметикой, аксессуарами и сувенирами, суммарно приходится всего около 6% ритейлеров.

По объему занимаемой магазинами площади также лидирует категория fashion (31,4%). За ней следуют продукты питания (20,6%), DYI (18,7%) и универмаги (12,5%). Наименьшие доли по площади занимают категории «Подарки и сувениры» (0,04%), «Ювелирные изделия» (0,2%), а также «Услуги» (0,2%).

Иностранные бренды в составе классических ТЦ в основном представлены в ценовом сегменте «средний» (46,7%) и «средний плюс» (22,4%), а на «премиум» приходится всего 1,3%. Это объясняется доступом к качественным материалам, а также стремлению к реализации стратегии массового экономного производства.

Несмотря на текущую ситуацию, некоторые международные ритейлеры продолжают выходить на российский рынок и увеличивать здесь свое присутствие:

В ТРЦ «Гринвич» в Екатеринбурге открылся турецкий fashion-бренд Perspective, который имеет уже пять магазинов в российских ТЦ. Ритейлер вышел на рынок весной 2022 года. В ТРЦ «Галерея Краснодар» открылся магазин с китайским брендом одежды Li-Ning. В ТЦ «Центральный» в Чите открылся спортивный магазин китайского бренда ANTA Sports, который также дебютировал в России в 2022 году. Бренд ANTA Sports был официальным экипировочным партнером Зимних Олимпийских игр 2022 года.

В Москве также открываются точки различных зарубежных брендов. Например, в ТРЦ «Афимолл» появился магазин нижнего белья Tezenis (Италия), планируется открытие бренда Alex YVN (Армения). В ТРЦ «Саларис» открылся магазин Abricot, созданный международной командой из России, Франции и Италии. В ТРЦ «Атриум» и «Авиапарк» появились корнеры японского бренда инновационных девайсов для кожи L&L Skin. Также в ТРЦ «Океания» открылась первая кофейня сети Coffee Boom из Казахстана и Узбекистана. О дальнейших планах своего развития заявляли многие другие бренды.

С февраля 2022 года более 180 иностранных компаний ограничили свою деятельность в России, более 15 из них объявили о планах покинуть рынок. Однако на текущий момент все больше иностранных компаний желают сохранить свое присутствие в России, а некоторые из них продолжают расширять и диверсифицировать свой бизнес на территории страны. Пока поток громких уходов ритейлеров с рынка замедляется. А 17 операторов вернулось в Россию под новым именем, отмечают в NF Group.

До конца года на российский рынок планируют выйти турецкие сети общественного питания — бренды формата фаст-фуд Chitir Chicken и Yesen Burger, ресторан Little Kitchen, который запланировал открыть три точки, и сеть кофеен Arabica. В настоящее время переговоры о расширении присутствия в стране и наращивании объемов продаж ведут многие другие бренды из Турции, в том числе — крупные производители одежды adL, Mudo, LTB, Twist и Ipekyol. Кроме того, выход на российский рынок сейчас обсуждают операторы из Казахстана, Белоруссии и Италии. Также в ближайшее время планируется выход армянского бренда Alex YVN.

Евгения Хакбердиева, региональный директор департамента торговой недвижимости NF Group, отмечает: «С уходом ряда международных брендов российские ритейлеры и игроки из Казахстана, Белоруссии, Турции и Италии смогут занять большую часть освободившихся площадей. Обеспечить это позволит дробление крупных помещений на более мелкие для моно-бутиков, на которые уже наблюдается значительный спрос. Крупные сетевые ритейлеры ориентируются на создание новых форматов (Lime, Melon Fashion Group, „Снежная королева“, Gloria Jeans, „Аскона“ и другие), а небольшие компании планируют осваивать мультибрендовые дизайнерские пространства и универмаги, поскольку при сравнительно меньших затратах и эффективном продвижении эти форматы обеспечивают более высокий трафик, чем в монобутиках. Кроме того, в этом случае местные власти могут оказывать поддержку локальным производителям, обеспечивая их льготными площадкам в торговых центрах для реализации продукции». ■

### МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ, ПРОДОЛЖИВШИЕ РАЗВИТИЕ В РОССИИ

| № | БРЕНД | СТРАНА | ПРОФИЛЬ | ЛОКАЦИЯ |
|---|---|---|---|---|
| 1 | PERSPECTIVE* | ТУРЦИЯ | ОДЕЖДА И ОБУВЬ | ТРЦ «ГРИНВИЧ» (ЕКАТЕРИНБУРГ) |
| 2 | MAVI | ТУРЦИЯ | ОДЕЖДА И ОБУВЬ | ТРЦ «СЕМЬЯ» (УФА), ТРЦ «СПЕШИLOVE» (ПЕРМЬ) |
| 3 | TRUSSARDI | ИТАЛИЯ | ОДЕЖДА И ОБУВЬ | ТРЦ «КРИСТАЛЛ» (ТЮМЕНЬ) |
| 4 | ARYA HOME | ТУРЦИЯ | ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА | ТРЦ «СПЕШИLOVE» |
| 5 | MARC O'POLO | ГЕРМАНИЯ | ОДЕЖДА И ОБУВЬ | ТРК «РОДНИК» (ЧЕЛЯБИНСК), ТРЦ «ФАНТАСТИКА» (НИЖНИЙ НОВГОРОД) |
| 6 | ABRICOT** | ФРАНЦИЯ | ОДЕЖДА И ОБУВЬ | ТРЦ «САЛАРИС» (МОСКВА) |
| 7 | LI-NING* | КИТАЙ | СПОРТИВНАЯ ОДЕЖДА | ТРЦ «ГАЛЕРЕЯ КРАСНОДАР» (КРАСНОДАР) |
| 8 | TEZENIS | ИТАЛИЯ | НИЖНЕЕ БЕЛЬЕ | ТРЦ «АФИМОЛЛ» (МОСКВА) |
| 9 | ALEX YVN | АРМЕНИЯ | ОДЕЖДА И ОБУВЬ | ТРЦ «АФИМОЛЛ» (МОСКВА) |
| 10 | UNITED COLORS OF BENETTON | ИТАЛИЯ | ОДЕЖДА И ОБУВЬ | ТЦ «КРИСТАЛЛ» (ТЮМЕНЬ) |
| 11 | ANTA SPORTS* | КИТАЙ | СПОРТИВНАЯ ОДЕЖДА | ТЦ «ЦЕНТРАЛЬНЫЙ» (ЧИТА) |
| 12 | UFC GYM | США | ДОСУГ | ТЦ VIVALDI PLAZA (СУРГУТ) |
| 13 | FISSMAN | ДАНИЯ | ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА | ТК «НЕВСКИЙ ЦЕНТР» (САНКТ-ПЕТЕРБУРГ) |
| 14 | COFFEE BOOM* | КАЗАХСТАН | ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ | ТРЦ «ОКЕАНИЯ» (МОСКВА) |
| 15 | ENZA HOME | ТУРЦИЯ | ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА | ЦИ «МАГНИТ» (ЧЕЛЯБИНСК), ТЦ «БЛАГОДАТНЫЙ» (БЕЛГОРОД), ВОРОНЕЖ (ПЛАН) |

* ВЫШЛИ НА РЫНОК В 2022 ГОДУ
** БРЕНД СОЗДАН МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМАНДОЙ ИЗ РОССИИ, ФРАНЦИИ И ИТАЛИИ В 2018 ГОДУ ВО ФРАНЦИИ
ИСТОЧНИК: NF GROUP RESEARCH (EX. KNIGHT FRANK RESEARCH)