

ЛЮКСОВЫЙ СЕГМЕНТ АДАПТИРУЕТСЯ

ПЕТЕРБУРГ ЗАМЕТНО ОТСТАЕТ ОТ СТОЛИЦЫ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПРЕМИАЛЬНЫХ МАГАЗИНОВ, А ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В ГОРОДЕ И ВО ВСЕ ЕДИНИЦЫ. ОПЕРАТОРЫ БОЛЬШЕ ТЯГОТЕЮТ К СТРИТ-РИТЕЙЛУ. ОЖИДАНИЯ РОСТА LUXURY-СЕГМЕНТА ЭКСПЕРТЫ СВЯЗЫВАЮТ С ПЕРЕЕЗДОМ В ПЕТЕРБУРГ СТРУКТУР «ГАЗПРОМА».

РОМАН МАСЛЕННИКОВ

Рынок торговых центров с операторами верхнего ценового сегмента в Петербурге сравнительно невелик, например, по сравнению с Москвой. При этом значимая часть операторов сегмента luxury размещает свои салоны во встроенных помещениях в центре города — на Большой Конюшенной, Невском, Большом проспекте Петроградской стороны, а заметную часть этого рынка занял универмаг ДЛТ. «При этом премиальный сегмент более расположен к размещению в торговых центрах, но не обязательно специализированных — ряд магазинов данного сегмента сконцентрирован на первом этаже в ТРЦ „Галерея“, который в целом охватывает совершенно разные рыночные сегменты, но по праву считается главным торговым центром города», — говорит Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg.

Как говорят аналитики, создание торгового центра специально и исключительно для операторов сегмента luxury или premium — достаточно сложная задача, в силу означенных особенностей рынка. Для создания такого торгового центра требуется не только правильная локация и выверенная концепция, но также и последующее грамотное управление.

Николай Вечер, вице-президент GVA Sawyer, рассуждает: «Элитный центр торгует брендами премиального сегмента. В таком понимании элитный ТЦ в городе один — это ДЛТ. С 2012 года он принадлежит московской группе Mercury, специализирующейся на торговле товарами в сегменте luxury. Торговый центр „У Красного моста“ тоже старается позиционироваться как элитный. До реконструкции ДЛТ на звание элитного торгового центра претендовал „Гранд Палас“ на Невском, но к настоящему времени он морально устарел и его посещаемость туристами и горожанами находится на низком уровне».

Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге, считает, что к элитным торговым центрам (то есть тем, что направлены на аудиторию с высоким достатком) можно отнести два крупных торговых объекта — «ЦУМ Санкт-Петербург» (ДЛТ) и «У Красного моста», а также небольшой «Невский, 152». «Этот рынок в городе развивается, но очень невысокими темпами; в среднесрочной перспективе новые объекты этой категории в Петербурге не появятся. В то же время можно ожидать, что переезд „Газпрома“ в дальнейшем выступит драйвером спроса на подобные проекты», — прогнозирует эксперт.

Господин Вечер считает, что элитных торговых центров и не может быть много, так как премиальные бренды не слишком стремятся в комплексы, для их формата предпочтительно размещение в стрит-ритейле премиальной локации. Он полагает, что премиальные комплексы должны строиться в формате торговых улочек, что



ДЛТ ОСТАЕТСЯ ЕДИНСТВЕННЫМ В ГОРОДЕ «ЭЛИТНЫМ» ТОРГОВЫМ ЦЕНТРОМ, ТОРГУЮЩИМ ТОЛЬКО БРЕНДАМИ ПРЕМИАЛЬНОГО СЕГМЕНТА

сейчас характерно скорее для формата аутлет-центров. «Сейчас аутлет в Пулковом и ДЛТ плохо себя чувствуют, а если их взаимно поменять местами — ДЛТ в помещении аутлет-центра, а аутлет-центр перенести на Большую Конюшенную, то, скорее всего, их посещаемость значительно бы выросла», — строит предположения эксперт.

Михаил Ривлин, руководитель проекта Art View House (девелопер «Охта Групп»), с коллегой согласен: «Настоящий de luxe — это не торговые комплексы, de luxe всегда был и остается закрытым. Бренды этого класса предпочитают отдельные помещения, чтобы обеспечить избранным клиентам максимальный комфорт и единение. Тенденция de luxe — в локации: клиентам удобно, когда бутик находится в торговых коридорах, среди которых Невский проспект и Большая Конюшенная, Большой проспект Петроградской стороны», — рассуждает эксперт.

Господин Ривлин считает, что элитные торговые комплексы переживают период адаптации к новым условиям рынка. «Яркий пример тому — ДЛТ, переориентировавшийся на постоянно растущий поток туристов с Востока», — говорит он.

Следует отметить, что ушедший год стал одним из самых сложных периодов для рынка торговой недвижимости Петербурга, по причине минимального объема строительства торговых центров. Девелоперы стараются оптимизировать площади уже существующих торговых центров, а не начинать новое строительство. При этом, по данным российского филиала Colliers International, ключевыми тенденциями рынка торговой недвижимости в 2016 году стали возобновление активного развития fashion-ритейлеров, прекращение падения операционных показателей большинства торговых центров, а также продолжение оптимизации бизнес-процессов собственниками существующих объектов.

В 2016 году в Петербурге было открыто два крупных торговых центра: комплекс «Охта Молл» (GLA 78 тыс. кв. м) и вторая очередь ТЦ «Порт Находка» (GLA 10,9 тыс. кв. м).

По данным Colliers International, общее предложение классических торговых центров по итогам 2016 года составило 2,76 млн кв. м. Таким образом, обеспеченность торговыми площадями в Петербурге достигла 527 кв. м на 1000 жителей.

Вероника Лежнева, директор департамента исследований компании «Colliers International Россия», приводит следующие данные: «Московский район традиционно является лидером среди городских районов Санкт-Петербурга по обеспеченности торговыми площадями в классических торговых центрах, на тысячу жителей приходится 1069 кв. м. Замыкают тройку лидеров Центральный и Приморский районы». По ее словам, невысока обеспеченность торговыми площадями в Красносельском и Василеостровском районах города — 205 и 130 кв. м на 1000 человек соответственно. «Стоит отметить, что в этих районах города активно ведется жилищное строительство. В перспективе ситуация с торговой недвижимостью в Василеостровском районе может улучшиться, на намывных территориях выделен участок под ТРЦ. К тому же транспортная доступность района в связи с открытием центрального участка ЗСД значительно улучшилась. В Красносельском районе ситуация с торговой недвижимостью с точки зрения обеспеченности торговыми площадями в перспективе также станет лучше. Компания IKEA Centres Russia приобрела земельный участок, расположенный между Красносельским шоссе и КАД, вблизи микрорайона „Новоселье“, под строительство нового торгового центра „Мега“ с магазином IKEA», — говорит госпожа Лежнева.

Как отмечают эксперты, девелоперская активность на сегодняшний день сконцентрирована преимущественно в области перепрофилирования действующих торговых центров с целью привлечения новой целевой аудитории. «Реконцепция и реновация ТЦ, зачастую без закрытия объектов на период проведения работ, становится тем „окном возможностей“, которое девелоперы открывают для себя в попытке улучшить экономику проектов», — говорит Вероника Лежнева. По ее словам, примеров на рынке уже немало: продолжается реформатирование ТЦ «Капитолий» у станции метро «Пионерская» в дисконт-центр; Fort Group перезапустила ТРК «Южный Полюс», частично реконструировав объект; произошла реконцепция торгового центра Prisma на Выборгском шоссе в ТЦ «Китай-город» (часть объекта представляет собой ярмарку китайских товаров); компания «Адамант» реконструировала входные группы ТЦ «Невский» (первая