

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА



*Алексей Панфилов,
президент ФПК «
Гарант-инвест»*

Районные ТЦ однозначно пострадали меньше, чем крупные, более того: сегодня их можно разделять на две подотрасли — крупные моллы и районные торговые центры. Я бы даже подчеркнул, что не просто районные, а прежде всего ТЦ, которые находятся на транспортных узлах и рядом с жильем — такие торговые центры выиграли однозначно.

Подтвердить это просто: в крупных моллах фактически в каждом — кинотеатр, который всю жизнь был якорем, связанным с ресторанами, с боулингом, игровыми автоматами и прочим. Кинотеатры на ближайшие годы остались без Голливуда, и это означает, что теперь это не якорь, а беда бедой, поскольку наш кинематограф вряд ли сможет обеспечить трафик. В районные ТЦ кинотеатры не помещаются. Слава богу, что у «Гарант-инвест» их никогда не было, и якорные функции выполнялись супермаркетом и общественным питанием. Это первый тезис.

Второй — то, что крупный молл делал ставку, конечно же, на одежду. У нас 28 профилей — ювелирные магазины, спорт, супермаркет и так далее, — и мы давно считаем профиль одежды самым рискованным, слабым, и очень активно занимаемся заменой этого профиля на другие. Активный поиск начался после 2014 года, когда начали говорить про импортозамещение. И вот по-прежнему, честно скажем, одежду в российских брендах нормально не шьют. Даже обувь есть, а вот одежду не делают! Поэтому в данном направлении мы полностью зависим от импорта — это во-первых. Во-вторых, каждый кризис, начиная с 2008 года, какие-то иностранные бренды одежды от нас уходили. И в этот кризис так же.

Мы давно уже замещаем одежду на другие профили, например, в прошлом году, как чувствовали, мы Reserved заменили на DDX Фитнес — новый цифровой фитнес, и получили +35% с метра помещения по арендному доходу. Заменяем одежду на общественное питание, на кафе и рестораны. В ТК «Галерея Аэропорт» у нас на первом этаже был зарубежный бренд, который в 2008 году ушел из России, и у нас там ресторан «Джонджоли» — и это намного лучше, чем одежда.

Второй фактор, почему «районники» безопаснее, такой. «Галерея Аэропорт» — 12 000 м², 70 лотов для аренды, и вообще можно без магазинов одежды прожить. Пусть будет обувь, нижнее бельё, купальники, но без одежды! Крупные ТЦ так не могут. Вспомним Inditex, который брал по 10 000 метров и более под разными брендами, и подобные ему компании. Они сегодня не платят ничего. Рядом с ними сидели маленькие арендаторы, которые паразитировали на этом трафике. И вот сейчас смотришь: в ТЦ темный этаж, магазины одежды закрыты, и какие-то маленькие отдельные магазинчики еще пытаются выжить, а по этажу уже никто не ходит. В районных ТЦ такого в принципе нет и быть не может.

В крупных моллах примерно от 300 до 500 лотов для аренды. То есть тебе нужно туда засадить в среднем 400 арендаторов. А районные ТЦ — это от 20 до 120, в крайнем случае до 150, но в среднем 70–100 лотов для аренды на один объект. И тут неважно, какой профиль. Ритейлеров, у которых сегодня есть еще желание и возможности развивать свою сеть и открывать новые точки, на всю Москву всего около 100. Поэтому 100 арендаторов еще как-то можно найти. А если у тебя 300–400–500 помещений, то физически нет такого количества ритейлеров.

Сейчас мы наблюдаем миграцию посетителей из крупных ТЦ в районные, а также миграцию арендаторов. Вот эти маленькие магазинчики, размером до 150 м², переезжают сегодня в районные центры, а посетителей стало очень много, мы вернулись к доковидным показателям. У нас в ресторанах полная посадка, даже столиков порой не хватает — давно такого не было. Да, средний чек увеличился из-за инфляции, но частота посещаемости увеличилась колоссально.

Теперь мы усиливаем функцию питания (там полное импортозамещение) и функцию услуг. Не поедешь же ты в «Мегу» сдать вещи в химчистку — «Мега» не для этого. А в районном ТЦ нужна химчистка, туристическое агентство, Копирка, салоны красоты, загара, медицинские и косметические услуги. Стратегией развития услуг и общественного питания мы занимались всегда, а теперь ее просто удваиваем или утраиваем.