

С | R | e

Коммерческая
Недвижимость

№16 (373)

(2) Сентябрь 2020

www.cre.ru



Вальдемар
Вайсс:

«Немецкие специалисты бьют тревогу. Центры городов умирают!!! Немцы больше не хотят ходить по магазинам!!! Правда ли это или очередная выдумка желтой прессы?»

Со дна не стучали!

8

Оценка:
«Неудовлет-
ворительно»

Цифры и факты

36

Сколько стоит
прогибаться под
изменчивый
мир

Тренд

12

Тема номера

48

Приключения
электроников

Ритейл

24
сентября

ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ
КОММЕРЧЕСКОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ

Hyatt Regency Moscow



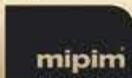
**NOTHING
WILL STOP US
AS LONG WE ARE
TOGETHER!**



Генеральный партнер:



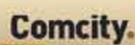
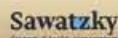
Партнеры:



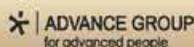
Спонсор:



Спонсоры номинации:



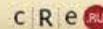
Спонсоры номинации:



Независимый консультант:



При поддержке:





Так ли страшен черт, как его малюют? Право слово, этот вопрос впору присовокупить к двум извечным русским вопросам – кто виноват и что делать? Уж казалось бы, сколько страшилок мы наслушались в последние месяцы об ужасных последствиях пандемии, которые вот-вот обрушатся на отрасль. Реальные же итоги коронакризиса пока не так резонансны, как обсуждения их, утверждают наши эксперты в теме номера. «Со дна еще не стучали!» – констатируем и мы вслед за ними. К этому кризису большинство компаний на рынке недвижимости все-таки подошли более осознанно, у них уже был опыт кризисов 2008 и 2014 годов. Да что там говорить, если в I полугодии 2020 года объем инвестиций на рынке недвижимости составил 122 млрд руб., что на 29% превосходит показатель первой половины прошлого года. Но относительное благополучие касается коммерческой, да и жилой недвижимости в целом. Что касается отдельных сегментов отрасли, то здесь ситуация гораздо печальнее. Ритейл демонстрирует устойчивый тренд на падение. Красноречивее всяких слов об этом говорит сухая статистика.

Многим казалось, что определенным костылем розницы послужит е-торговля, тем более, что у нее-то дела обстоят как нельзя лучше. По данным АКИТ, онлайн-торговля впервые превысила 10% оборота ритейла в РФ. Однако для того, чтобы спасти весь ритейл, е-commerce еще не дорос. Об этом – рубрика «Цифры и факты». Впрочем, в бедственном положении ритейла, а особенно street-ритейла, опять же не только пандемия виновата. Покупатель ищет разнообразия, которого торговля ему не дает. И это беда не только России. О том, как в Германии решают проблему пустых торговых улиц, вы можете узнать, ознакомившись с колонкой главы российского филиала Munitor gruppe.

А вот что точно оставил нам в наследство коронавирус, так это ужесточившиеся редакции КоАП и УК РФ. И вот это та самая новая реальность, в которой нам предстоит жить и работать сегодня и завтра. Хотел было закончить эту колонку словами «Приятного чтения», да осекся... Полезного чтения!

Михаил Аносов,
главный редактор CRE
m.anosov@presskom.net

16 (373) 16-30.09.2020

Над номером работали

Главный редактор: Михаил Аносов
Литературный редактор: Елена Селиверстова
Корреспонденты: Екатерина Реуцкая, Павел Назаркин
Перевод: Игорь Поспехин
Дизайнер-верстальщик: Ольга Чакмак
Дизайн обложки: Алексей Важенин
Отдел производства: Алексей Кошелев
Разработка дизайн-макета: lineup.design
Фотография на обложке: архив CRE

ИЗДАТЕЛЬ ООО «ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ ИМПРЕСС МЕДИА» ПО ЛИЦЕНЗИИ УЧРЕДИТЕЛЯ ООО «ПРЕССКОМ»

Информация о распространении

Commercial Real Estate/«Коммерческая Недвижимость»
Учредитель – ООО «Пресском»
Издатель – ООО «ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ ИМПРЕСС МЕДИА»
Выход в свет – 16.09.2020
Свободная цена

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.
Перепечатка материалов журнала разрешается с обязательной ссылкой на CRE
и автора публикации. Воспроизведение в сети интернет должно сопровождаться,
кроме того, активной гиперссылкой на сайт издания www.cre.ru.
Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати,
телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-65673.

Адрес издательства

117105, Москва, Новоданиловская наб., 4
Телефон: +7 (499) 490 04 79
E-mail: info@cre.ru, www.cre.ru



Скачайте приложение



Для iOS



Для Android

По вопросам подписки:
Podpiska@impressmedia.ru

По вопросам размещения
рекламы:
Алена Мужикян
Лидия Лутовинова
salecre@impressmedia.ru

+7 (499) 490-04-79

Журнал Commercial Real Estate/«Коммерческая Недвижимость» можно найти более чем в 200 бизнес-центрах классов А и В Москвы и Санкт-Петербурга, в крупных агентствах недвижимости, а также в девелоперских и управляющих компаниях, банках и финансовых компаниях, в инвестиционных, консалтинговых, инжиниринговых, сервисных и логистических компаниях. Мы распространяем наше издание на всех крупных профильных выставках и мероприятиях Москвы и Санкт-Петербурга. Оформить подписку на наше издание Вы можете непосредственно в офисе нашей компании. Телефон: +7 (499) 490-04-79. E-mail: podpiska@impressmedia.ru. А также через подписные агентства: ОАО «Агентство «Роспечать», ЗАО «Прессинформ» (Санкт-Петербург), ООО «Урал-Пресс», «Агентство Деловая Пресса» (Тольятти).

Электронная почта

Для пресс-релизов: news@cre.ru
Размещение рекламы: salecre@impressmedia.ru
Для подписчиков: podpiska@impressmedia.ru

МОСКВА-ЦЕНТР



60 мин
50 км

МКАД



20 мин
30 км

ЦКАД



0 км

Индустриальный парк
Южные Врата

**В РАДИУСЕ
ВАШЕГО
БИЗНЕСА**



+7 495 662 55 50

142050, Московская область, г. Домодедово, микрорайон Белые Столбы, вл. 104

www.radiusrussia.com

Реклама



Содержание

08

Цифры и факты



Оценка:
«Неудовлетворительно»

Потери ритейла от эпидемиологических мер исчисляются миллиардами и триллионами.

36

Тренд

Сколько стоит прогибаться под изменчивый мир

Заполняемость офисов после пандемии зависит от их класса, но легкой жизни не обещано никому. По оценкам Международной организации труда, даже в развитых странах только 27% занятых в экономике смогут полноценно работать дистанционно. Однако пандемия коронавируса и ее последствия продолжают влиять на рынок офисной недвижимости.



12

Тема номера

Со дна не стучали

Коронакризис уже сейчас называется одним из самых тяжелых кризисов последних двадцати лет. По прогнозам Oxford Economics, снижение ВВП в России в 2020 году составит порядка 5%, к концу 2020 года уровень безработицы повысится на 1,5 п. п. по сравнению с 2019-м и составит около 6,0%.



26

Cover Story

No Knock From the Bottom

The corona crisis is already now referred to as one of the heaviest blows in 20 recent years. Oxford Economics forecasts Russia's GDP to drop by about 5% towards the end of 2020, the unemployment rate rising 1.5 p.p. against 2019 to nearly 6.0%.

48

Ритейл

Приключения электроников

По данным Ассоциации компаний интернет-торговли, за первые 6 месяцев 2020 года российский рынок продемонстрировал рекордные онлайн-продажи – 1 трлн 400 млрд руб. Это – около 10% от всех офлайн-продаж в стране.



58

Мнение



Торговые коридоры должны вести в светлое будущее

Уличная розница и стрит-ритейл – названия вроде бы отличаются, но как много общего прослеживается в их нынешнем существовании, особенно в свете последних подарков высокосного 20-го. Одинаковые проблемы и задачи сегодняшнего дня в любой точке мира. То, что происходит и происходило в Германии, возможно, уже стало актуальным для России. А что в Германии?

60

Законодательство

Побочные эффекты

«Последствия» пандемии в виде штрафов и уголовной ответственности останутся с нами надолго

В Российской Федерации «благодаря» COVID-19 оформилась нормативно-правовая база, регулирующая отношения государства, граждан и бизнеса в условиях активной борьбы с пандемиями.

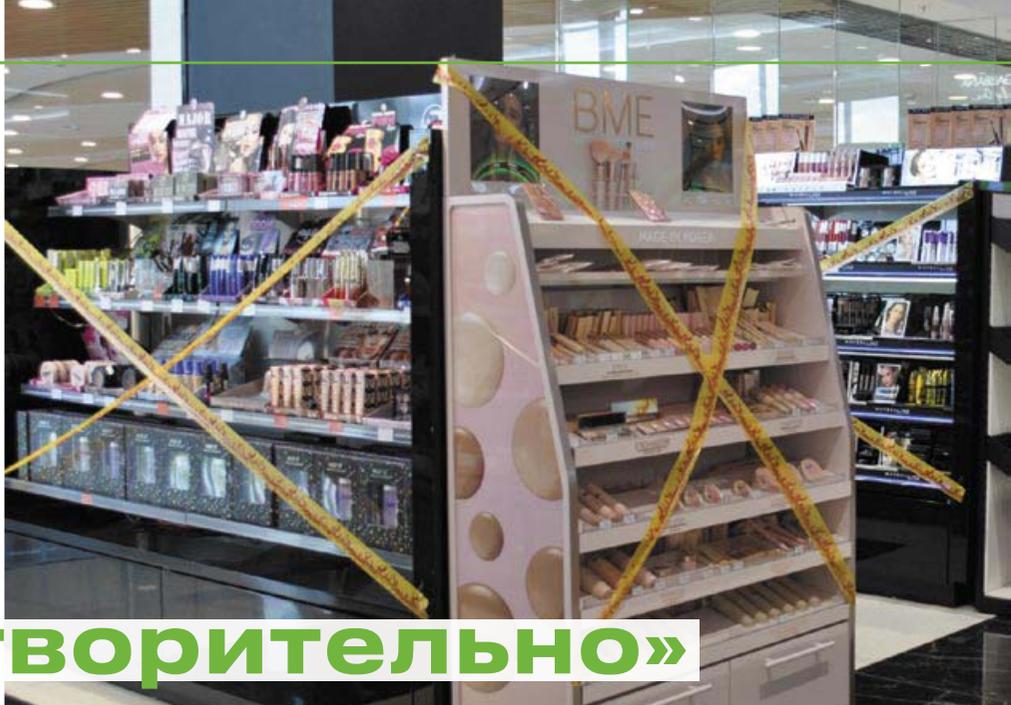


68

Барометр

Цифры и факты

Оценка: «Неудовлетворительно»



Потери ритейла от эпидемиологических мер исчисляются миллиардами и триллионами.

Текст: Инна Ким
Фото: Архив CRE

Так, продуктовый сектор только на создании повышенных запасов товаров ежедневного спроса с коротким сроком годности (а их рост, по данным АКОРТ, составил от 3 до 16 раз) потерял 1 млрд руб. Обеспечение сотрудников средствами индивидуальной защиты и регулярная дезинфекция помещений во время пандемии, согласно уточненным данным по итогам апреля-мая, также влетела ритейлерам в копеечку – 2,1 млрд руб. в месяц. Эксперты прогнозируют, что суммарные затраты по году только на санитарные цели составят более 7,3 млрд. И еще порядка 25 млрд потерь добавится к расходам по итогам года в счет дополнительных поставок для удовлетворения спроса в марте-мае, дополнительных расходов на персонал (компенсации, премиальные выплаты и т. д.) и на сохранение нулевой наценки на товары первой необходимости, на что ритейлеры, напомним, пошли по доброй воле. Если же учесть дополнительные логистические расходы в марте-мае (+3,5 млрд руб.), большие списания скоропортящихся товаров, которые так и не нашли своих покупателей (+4,5 млрд), дополнительную финансовую нагрузку по кредитам (+0,4 млрд за каждый месяц ограничительных мер), то картинка представляется более чем грустной.

Еще более печальная ситуация – у непродовольственных ритейлеров. Суммарные потери здесь выражаются суммой в 6,08 трлн руб.

Оборот розничной торговли максимально сократился в апреле текущего года (на пике ограничительных мер) на 23,4% (по сравнению с периодом прошлого года) – до 2,1 трлн руб. (FOOD – 9,3%, NON-FOOD – 36,7%). В июле 2020 показатели товарооборота улучшились, но все еще оставались «в красной зоне» по сравнению с аналогичным периодом 2019.

Падение в отрасли, в том числе, привело к существенному снижению ВВП. По итогам II квартала 2020 года он сократился на 8,5% год к году. По прогнозам ЦБ, суммарное сокращение ВВП в 2020 году составит 4,5–5,5%.

Несмотря на очевидный рост e-commerce, затраты, которые понесли торговые предприятия в период пандемии, не компенсируются продажами через онлайн-каналы. Круп-

98%

Таково общее падение продаж товаров легкой промышленности у компаний – членов АКОРТ с 28.03.2020 по 01.06.2020 г.



Доля торговых сетей и e-commerce в общем товарообороте, 2020



34,2 %



10 %

Источник: Росстат, Data Insight

Крупнейшие торговые сети составляют лишь 3,2% от общего числа торговых предприятий страны, но обеспечивают при этом треть всего товарооборота. Таким образом, издержки, которые несут торговые сети, сказываются на состоянии всей отрасли.

В июле средний чек продолжил снижаться. Эта тенденция наблюдается на протяжении 3 последних месяцев. По отношению к июню 2020 года в июле средний чек сократился на 6 рублей (-1,0%), достигнув уровня в 588 рублей. За год размер среднего чека, наоборот, значительно вырос: по сравнению с июлем прошлого года чек прибавил 42 рубля, или 7,7%. Драйвером сокращения среднего чека в ЦФО стала Москва, где эффект от восстановления спроса практически исчерпал себя.

Трафик торговых объектов в Москве к концу августа 2020 года держался на уровне 80% от показателей аналогичного периода прошлого года, в Санкт-Петербурге – 70% от уровня прошлого года. В целом по стране сокращение трафика составило около 30% от показателей прошлого года.

И причины этого – вовсе не COVID-19. Проблема, пусть и усиленная пандемией, кроется в другом. Потребители вообще стали экономить на товарах и услугах. Что вполне объяснимо. По данным ФСГС, реальные располагаемые доходы населения вновь существенно снизились – на 3,7% в I полугодии 2020.

Так, сервис «СберДанные» зафиксировал увеличение расходов потребителей на товары и услуги с 17 по 23 августа, прирост достиг +1,9% г/г. Траты на непродовольственные товары в конце августа увеличились на 12,4% г/г., на продовольствие – на 3,6% г/г. Расходы потребителей в сфере услуг пока не достигают показателей прошлого года, однако увеличились на 3,2% по сравнению с началом августа 2020 года.

Сокращение платежеспособного спроса, законодательные ограничения негативно сказываются на торговле в целом. О чем свидетельствует тенденция к уменьшению торговых объектов. За последние три года их количество сократилось на 26%. На середину июля 2020 в стране действует на 62% торговых точек меньше, чем в начале пандемии в марте. На конец

Доли предприятий по типам торговли, 2020

→ **3,2%**

Крупнейшие сети

→ **3,5%**

Онлайн-ритейл

→ **93,3%**

Остальные торговые предприятия

Источник: Росстат, Национальная ассоциация дистанционной торговли

17,47
трлн руб.

составил товарооборот непродовольственной розницы в 2019 году по данным Росстата.

В текущем году, по оценкам экспертов, ожидается снижение до 65% от показателей прошлого года.

Food-index

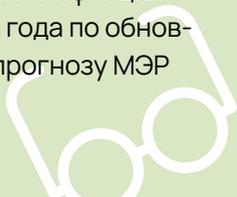
	2019						2020						
	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
Общие расходы, тыс. руб.	66,9	70,1	65,9	71,6	70,8	79,6	60,5	60,5	65,4	56,8	57,6	58,3	61,9
Расходы на питание, тыс. руб	21,1	20,5	20,6	21,7	22,9	27,4	20,9	20,6	23,8	26,0	23,9	21,1	20,9
Food-index, %	31,5	29,3	31,2	30,3	32,4	34,4	34,5	34,0	36,4	45,9	41,6	36,1	33,8

2019 года более 172 000 торговых предприятий, а это в большинстве своем малый и средний бизнес, находились в стадии «угасания».

Ритейл «съезживается на глазах», что рикошетом больно бьет по 7,2 тыс. отечественным поставщиков продуктов питания, 1,4 тыс. поставщиков непродовольственных товаров, 4 тыс. поставщиков услуг и оборудования для магазинов.

3,5%

Таких показателей не превысит инфляция по итогам года по обновленному прогнозу МЭР



Все они, как и сама торговля, страдают от отсутствия господдержки, рынок не получает средства для поддержки потребительского спроса. Эксперты призывают принять федеральный закон, устанавливающий системообразующие правила финансовой поддержки населения. Предлагаемый большинством специалистов размер

адресной продовольственной помощи населению из федерального бюджета – 10 тыс. руб. в год на 1 чел., с ежемесячными выплатами. В этом случае

суммарное поступление средств на продовольственный рынок составит более 319 млрд руб. ежегодно. А прирост ВВП в этом случае ожидается в интервале от 510 млрд руб. до 605 млрд руб. То есть на каждый рубль «вертолетных» денег государство получит 1,6–1,9 руб. Но власть пока этих призывов не слышит.

Кроме того, отрасль опасается, что законодатель начнет вновь ужесточать правила игры на рынке. По крайней мере, информация о планах внести изменения в «Закон о торговле» стала известна ряду ритейлеров. Последние призывают не допустить внесения поправок в Закон о торговле, предусматривающих усиление госрегулирования в части цен и торговых наценок, правил выкладки товаров, проведения распродаж и промоакций, времени работы и расположения торговых точек и т. д. Госрегулирование в торговле, а уж тем более на фоне падения, может привести к печальным результатам. Как это случилось с последними (будем надеяться) поправками в Закон о торговле, ограничившими ретро-бонус суммой в 5% от цены товара. Эффект от нововведений, как свидетельствует оценка фактического воздействия, выражается в сокращении на 13% объектов торговли, сокращении поставщиков крупных торговых сетей на 10%, росте недобросовестной конкуренции.

Количество организаций торговли по годам



1 460 021

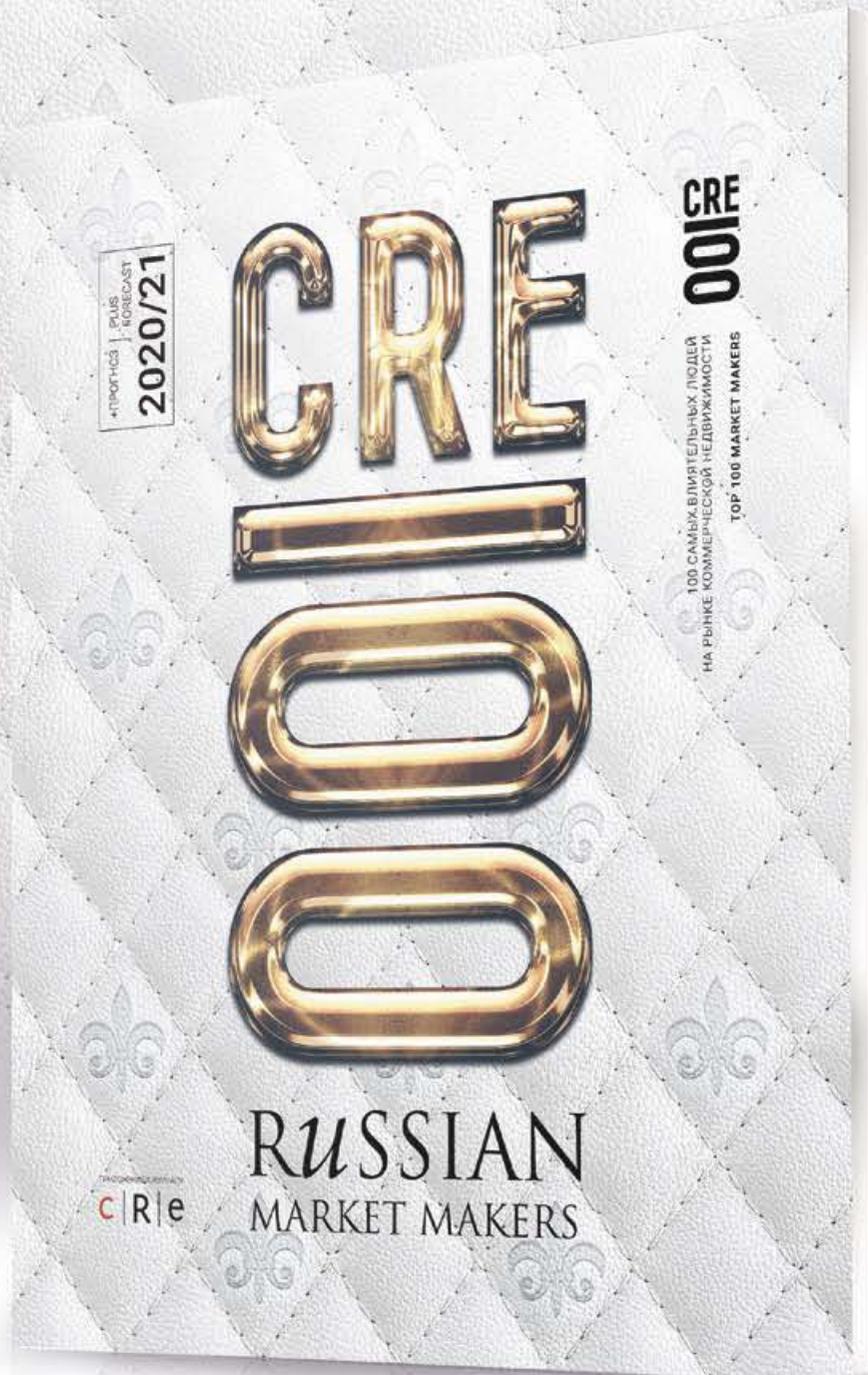


1 250 916



1 081 487

Источник: Росстат, оператор онлайн-касс «Эвотор»



Реклама

TOP 100 - THE MOST INFLUENTIAL PEOPLE OF THE INDUSTRY

Для приобретения издания свяжитесь с редакцией по телефону :
8 (499) 490 04 79 E-mail: podpiska@impressmedia.ru

Со дна не стучали

Коронакризис уже сейчас называется одним из самых тяжелых кризисов последних двадцати лет. По прогнозам Oxford Economics, снижение ВВП в России в 2020 году составит порядка 5%, к концу 2020 года уровень безработицы повысится на 1,5 п. п. по сравнению с 2019-м и составит около 6,0%. Реальные располагаемые доходы населения же, по данным института «Центр развития» НИУ ВШЭ, могут снизиться на 8,2%.

Текст: Влад Лория
Фото: Архив CRE

Ограничительные меры во время пандемии привели к снижению активности в реальном секторе экономики, а также обвалу цен на нефть, начавшемуся вследствие падения потребления и отсутствия договоренностей ключевых нефтедобывающих стран по объемам добычи, перечисляют негативные последствия

в JLL. Годовые темпы падения реального ВВП России в 2020 году составят от 4,5% до 6,3% по сравнению с ростом в 2019 году (+1,3%), что будет сопоставимо с падением экономики в кризис 2008–2009 годов, резюмирует **Микаэл Казарян**, член совета директоров, руководитель группы по инвестициям компании JLL.

Впрочем, если в предыдущие кризисы ЦБ РФ ужесточал монетарную политику, то сейчас (по крайней мере в краткосрочной перспективе) ключевая ставка в целях поддержки экономики снижается. За счет этого для проектов в коммерческой недвижимости банки могут предоставлять достаточно дешевое финансирование. В первую очередь речь идет о приобретении инвестиционных активов с готовым арендным потоком. Девелоперские проекты вследствие рисков незаполнения чуть менее привлекательны, но и в этом сегменте стоимость финансирования существенно уменьшилась. В итоге уже в 2021 году ВВП может продемонстрировать рост 2,5%, прогнозирует **Мargarита Кабалкина**, заместитель директора, отдел исследований рынка CBRE. Правда, в абсолютном выражении реальный объем ВВП вернется к уровню 2019-го не раньше 2022 года.

Восстановление потребления же к докризисному уровню на фоне сокращения реальных располагаемых доходов и возросшей безработицы произойдет не ранее второй половины 2021 года, полагают в CBRE. По оценкам Росстата, реальные располагаемые доходы населения в апреле-июне снизились на 8% г./г., что уже привело к перераспределению трат и сокращению расходов. Индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, во II квартале 2020 года, по сравнению с I кварталом 2020 года, снизился на 19 п. п. и составил -30%. За последние 5 лет самое низкое значение индекса (-32%) было отмечено в I квартале 2015 года, указывают в CBRE.

Снижение потребительской уверенности наблюдается в большинстве стран мира, и, по словам Микаэла Казаряна, реальное изменение темпов роста товарооборота, например, прогнозировать пока сложно. «Но стоит отметить, что к этому

кризису большинство компаний на рынке недвижимости все-таки подошли более осознанно, у них уже был опыт кризисов 2008 и 2014 годов, – размышляет **Николай Казанский**, управляющий партнер Colliers International. – Проекты, которые испытывали трудности и до кризиса, оказались в наиболее уязвимой ситуации, а сильные и качественные ожидаемо вышли с наименьшими потерями. Основное достижение же этого кризиса в том, что стороны научились договариваться и поняли, что только вместе они смогут добиться результата, который был бы выгоден для всех. Также следует отметить возросшую роль общественных объединений – коронакризис показал, что объединенный голос бизнеса слышен лучше, чем инициативы с мест, и в этом смысле улучшилось качество коммуникации между бизнес-сообществом и органами власти».

Впрочем, **Тимур Переверзев**, инвестиционный директор UFG Wealth Management, вообще не склонен пока называть пандемию и ее итоги экономическим кризисом. «Негативные последствия вызваны результатом первичного шока и приостановкой деловой активности, – поясняет г-н Переверзев. – Оценивать пока рано, поскольку нет данных за III квартал, которые как раз и должны показать всю глубину падения рынков: I квартал был не показателен, так как многие сделки перенесли из прошлого года, а II квартал практически полностью прошел в условиях карантина». Но, разумеется, рынок недвижимости любой страны оказался не готов к беспрецедентной в современной истории и полной остановке деловой активности и изоляции стран друг от друга, продолжает эксперт. По его словам, по отношению к системе экономических отношений кризис является все-таки внешним и сможет запустить полноценный циклический кризис только в случае, если сбудутся



Микаэл Казарян,
JLL



Мargarита Кабалкина,
CBRE



Тимур Переверзев,
UFG Wealth
Management



самые негативные сценарии. А именно – стабилизация ситуации только в 2023 году и возвращение к уровню доходности до пандемии лишь в 2024 году.

Пока же, несмотря на негативные макроэкономические прогнозы на 2020 год, экономика выстояла, считает Тимур Переверзев – в том числе, из-за своевременных мер со стороны государства, низкого уровня процентных ставок и меньшей степени за кредитованности, чем это было в том же 2008-м. Наибольший урон был нанесен малому и среднему бизнесу, но в структуре экономики РФ он занимает лишь около 10–15% ВВП, указывает эксперт – в то время,

как в западных странах 50–60%. «Однако стало очевидно, что объекты недвижимости разных сегментов обладают разной же чувствительностью к ситуации, – продолжает Тимур Переверзев. – Отели, общепит и развлечения, коливинги и торговые центры в итоге наиболее пострадали от пандемии, а наименее чувствительными оказались жилье, логистика, дата-центры. В остальном же пандемия не изменила трендов в сегментах недвижимости, а лишь усилила их. Ну и наиболее значительным и долгоиграющим изменением на всех рынках стало увеличение вклада интенсивного управления объектами в росте стоимости недвижимости, так как эра компрессии ставок капитализации, длившаяся в мире более 30 лет, возможно, подходит к концу».

Итоги коронакризиса пока вообще не так резонансны, как обсуждения их, соглашается **Наталья Круглова**, независимый эксперт. «Что интересно, именно в наиболее пострадавший от пандемии сегмент ресторанов и развлечений был «вытолкнут» в качестве мелкого предпринимателя менеджер в предыдущий кризис, – размышляет г-жа Круглова. – Но этот кризис снова заставит его вернуться в офис – главное, чтобы там были рабочие места. Снижение же ставок по депозитам принесло много свободной ликвидности на рынок недвижимости, сегмент жилья практически



Анна Данченко,

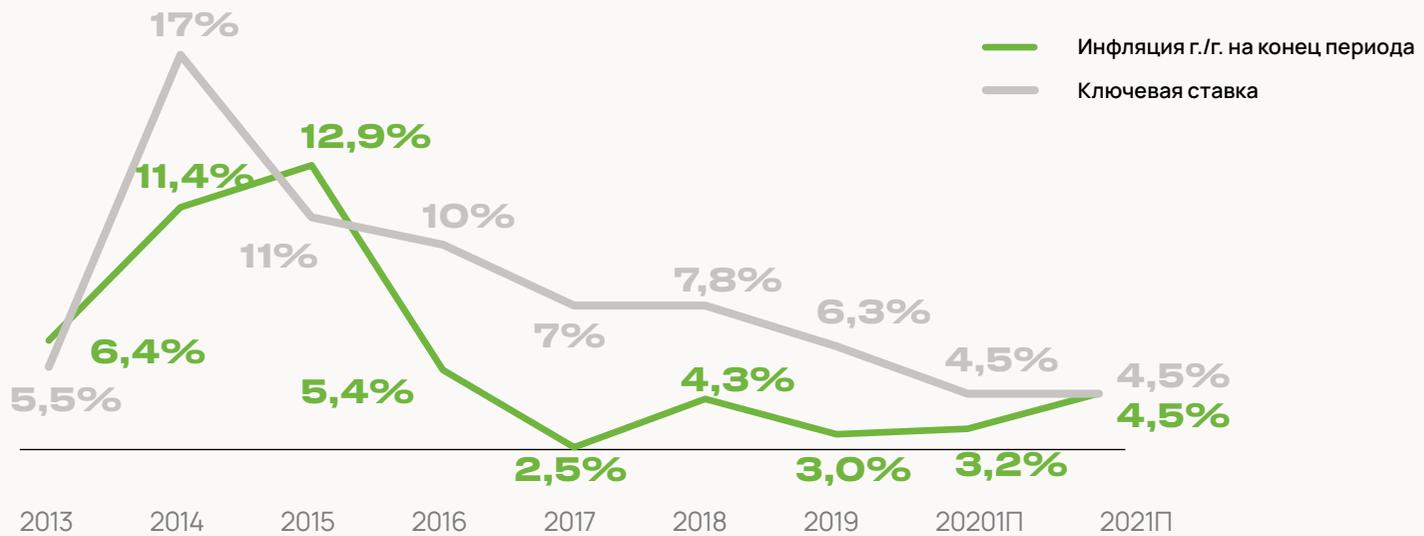
директор, руководитель группы консалтинга в сфере недвижимости, PwC в России



– Восстановление рынка недвижимости будет напрямую зависеть от возможной «второй волны» эпидемии. В случае повторной изоляции доходы населения упадут еще более существенно, и тогда длительная заморозка объектов строительства вкупе с запуском новых проектов может стать реальностью.

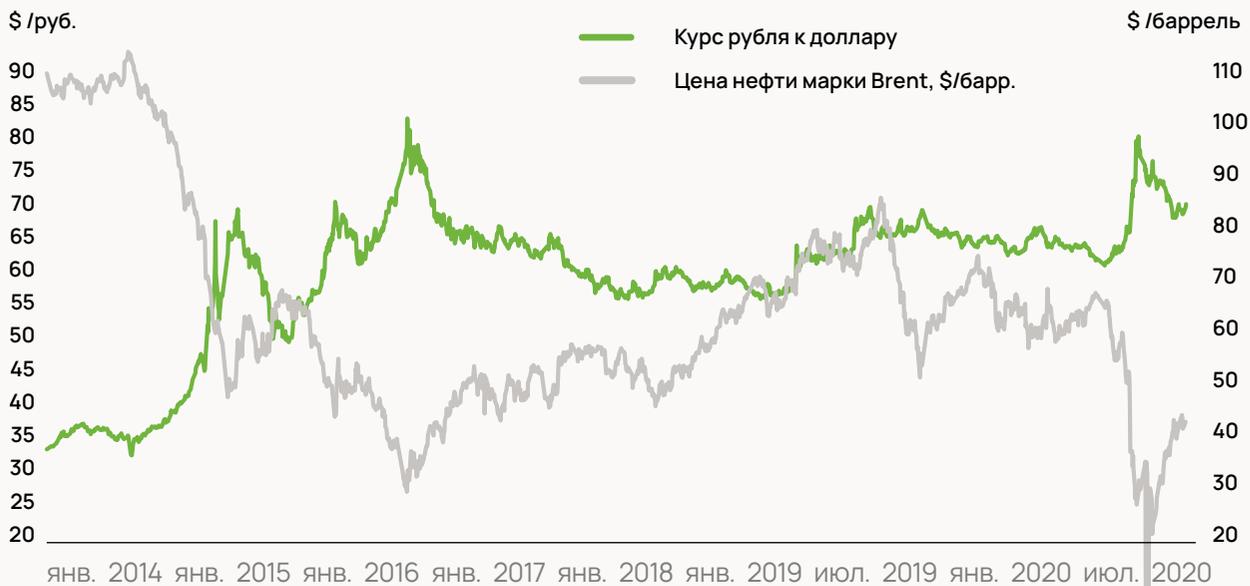
Что касается новшеств собственно в строительстве, мы ожидаем еще большего фокуса на здоровье и благополучии людей. Популярность может получить сертификация зданий по системам типа WELL, которая является продолжением системы сертификации зданий LEED, и имеет более ста показателей эффективности (воздух, питание, освещение, температура, материалы, звук) для создания благоприятных условий для повышения качества жизни и здоровья. Мы также полагаем, что многие компании в целом пересмотрят свое отношение к организации рабочего пространства и контролю за продуктивностью – ведь не секрет, что попытки перевести сотрудников на «удаленку» предпринимались и раньше, однако падение продуктивности не было оправдано экономией на аренде, потому многие компании вернулись в офисы (например IBM, Yahoo).

Динамика инфляции и ключевой ставки



Источник: ЦБ РФ, Oxford Economics

Динамика валютного курса и стоимости нефти марки Brent

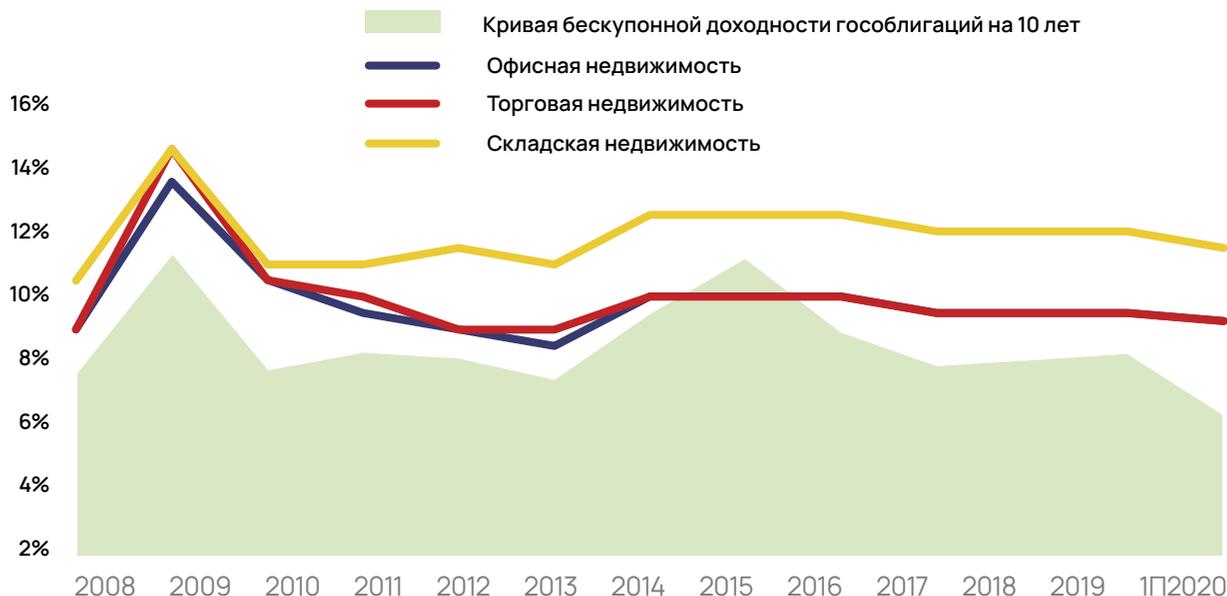


Источник: ЦБ РФ

не затронут падением, а в продажах проблемного имущества все 8 месяцев 2020 года – тренд на увеличение числа и сумм сделок. По моим оценкам, продажи активов на этом рынке достигают 50 млрд руб. по обороту за 2,5 квартала, что едва ли не больше всего объема capital markets за тот же период. Упомянутое выше же падение доходов населения все сегменты игроков пытаются демпфировать: где-то таким инструментом смягчения является ипотека,

где-то – снижение маржи продавца/поставщика, и всем, безусловно, помогло стимулировать потребление снижение ставок по депозитам – граждане понесли освобожденные деньги в реальные активы. Главный долгосрочный тренд – все равно про снижение уровней спроса, эту тенденцию не обмануть. Поэтому, с коронакризисом или без него, но мы все точно не становимся богаче».

Ставки капитализации и кривая бескупонной доходности гособлигаций на 10 лет



Источник: Colliers International, ЦБ РФ

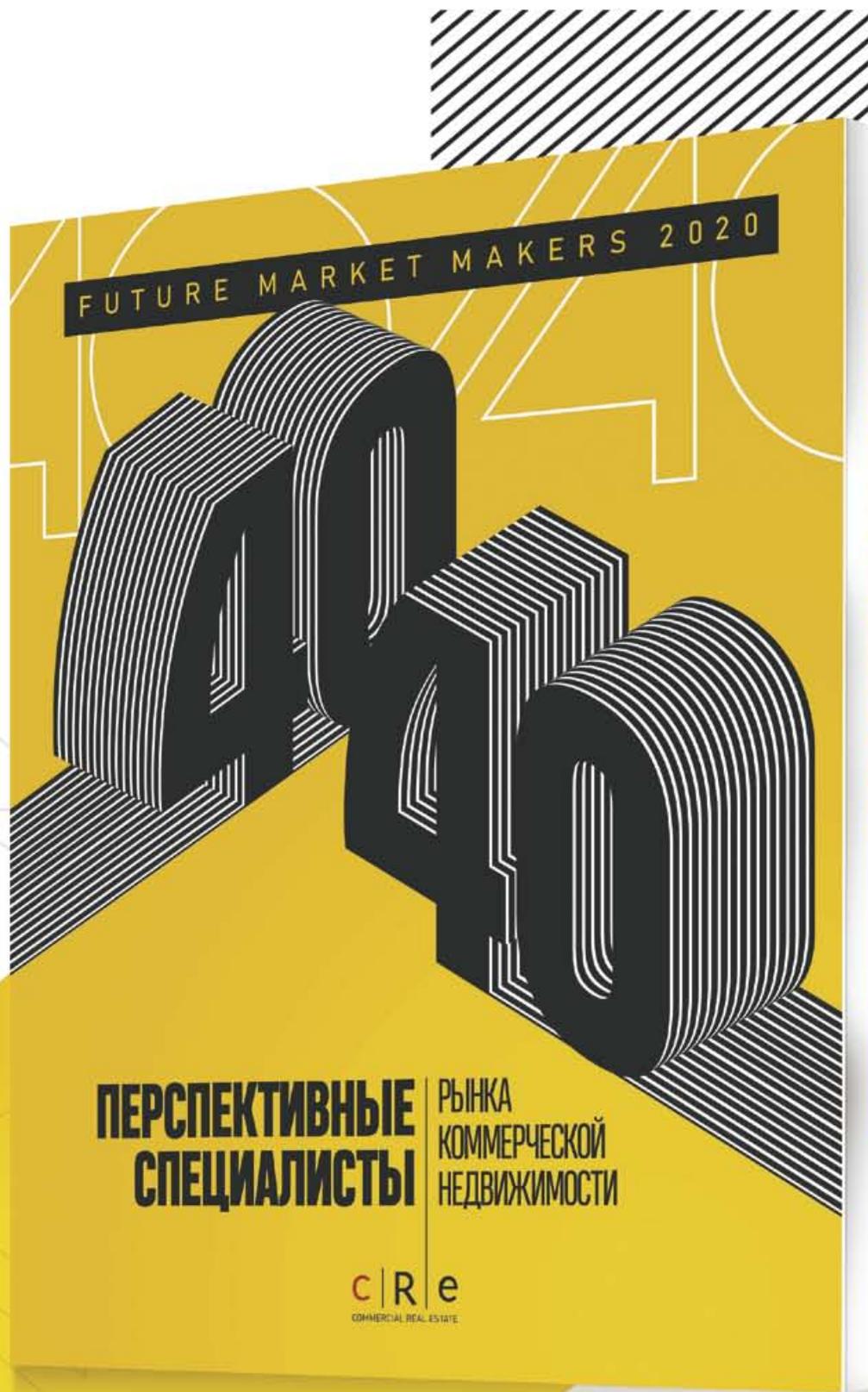
Русские, народные

По данным CBRE, в I полугодии 2020 года объем инвестиций на рынке недвижимости составил 122 млрд руб., что на 29% превосходит показатель первой половины прошлого года (94 млрд руб.). Положительная динамика объясняется прежде всего сильным I кварталом 2020 года, на который пандемия еще не оказала серьезного влияния. В начале года закрылись некоторые сделки, находящиеся на завершающей стадии в конце 2019 года.

Во II квартале наибольший объем инвестиций был направлен в жилой сегмент (порядка 31 млрд руб., или 54% от совокупного объема). Девелоперы активно приобретали площадки под жилое строительство как в Москве (сделки заключали ПИК, «Сбербанк инвестиции», Sminex, «Интеко», «Аквилон» и др.), так и в Санкт-Петербурге (участки покупали SetI Group, ГК «Легенда», Группа RBI, Группа ЛСР и др.). Также наблюдался спрос на офисную недвижимость. Доля этого сегмента во II квартале составила 37%, а по итогам 1 полугодия – 43%, сообщают в CBRE. Крупнейшей

сделкой же стало приобретение «Сбербанк управление активами» бизнес-центра Diamond Hall; кроме того, проходили сделки с конечными пользователями. Ограниченность доступного предложения офисной недвижимости продолжает оказывать влияние на объем инвестиций в эту сферу, резюмируют в компании.

Кроме того, во всем мире (и Россия – не исключение) – бум складской недвижимости. В I полугодии конверсия сделок была низкой, однако несколько крупных сделок, закрывшихся уже в III квартале, подтверждают тренд. Сегмент торговой недвижимости ожидаемо пострадал наиболее существенно, во II квартале объем вложений в торговые объекты составил менее 1 млрд руб. Его доля составила рекордно низкий 1% в объеме сделок за II квартал, и 9% по итогам полугодия на контрасте последних 3 лет, где его доля была порядка 30%, указывают в CBRE. «Мы видим стабильно высокий интерес со стороны инвесторов к объектам с повышенной доходностью, с возможностью дополнительного upside, – рассказывает Михаэл Казарян. – Кроме того, ряд иностранных компаний продолжают рассматривать качественные объекты для приобретения. Однако большинство заинтересованных будут ждать стабилизации ситуации. В то же время ряд крупных институциональных игроков рассматривают объекты для приобре-



- 40/40 — проект Издательского дома «Импресс Медиа», в который входят 40 лидеров рынка коммерческой недвижимости в возрасте до 40 лет.

КТО БУДЕТ ЛИДЕРАМИ РЫНКА В 2030 ГОДУ?

ИЩИТЕ ОТВЕТЫ В ПРОЕКТЕ 40/40

Для приобретения издания
свяжитесь с нами по телефону: +7 (499) 490-04-79
e-mail: podpiska@impressmedia.ru



Бизнес-центр Diamond Hall

тения в инвестиционные фонды с целью дальнейшей продажи паев розничным инвесторам. Вообще, еще одно из ключевых изменений пандемии – развитие рынка коллективных инвестиций: выход из депозитов в сторону альтернативных инвестиционных продуктов; поиск дистрессовых активов; повышение уровней capital rates (инвесторы применяют как минимум 1–2% дисконт к ставкам капитализации)».

В CBRE соглашаются: доля зарубежных вложений во II квартале продолжила снижаться, сократившись с 6% в I квартале до 1%. «Рынок недвижимости в РФ сейчас значительно уступает европейскому в целом и рынку Центральной и Восточной Европе – в частности, – вздыхает Тимур Переверзев.

– И традиционно доля инвестиций в недвижимость в России составляет менее 1% от европейского, а инвестиции – в основном внутренние или из стран Ближнего Востока». В свою очередь, Николай Казанский оценивает долю российских игроков в 85% от общего инвестиционного объема, а долю иностранных инвесторов соответственно в 15% или \$137 млн. По его словам, росту иностранных инвестиций по-прежнему препятствуют валютные и политические риски.

Банковское дело

Впрочем, минимальные значения по вакантности в офисном и складском сегментах уже привели к анонсу новых проектов со стороны девелоперов, сообщает Николай Казанский. И если в складском сегменте набирает тренд built-to-rent, то понижение Банком России ключевой ставки позволяет девелоперам рассчитывать на снижение стоимости заемного финансирования и планировать новые проекты в других сегментах рынка, а также способствует увеличению активности на российском инвестиционном рынке в принципе. «Снижение ключевой ставки удешевило кредиты, но банки по-прежнему неохотно кредитуют бизнес, предпочитая более надежные инструменты размещения ликвидности, – парирует Тимур Переверзев. – Ужесточились ковенанты финансирования, также многие банки отказываются от финансирования или рефинансирования девело-



Данила Литвинов,

заместитель
председателя правления
Банка ДОМ.РФ



– Банк ДОМ.РФ в период самоизоляции продолжал работать в штатном режиме. Мы оперативно внедряли цифровые технологии и сервисы, в кратчайшие сроки запустили ряд востребованных дистанционных продуктов и услуг. Так, в нашем банке дистанционно оформляются не только депозиты и потребительские кредиты, но и ипотека. С начала апреля банк начал проводить электронные ипотечные сделки, это помогло поддержать спрос на ипотечные продукты и оградить от лишнего взаимодействия с внешней средой. Мы в целом наблюдаем рост спроса на дистанционное обслуживание клиентов и уверены, что данная тенденция сохранится и в будущем.

В планах – дальнейшее увеличение объемов удаленно предоставляемых продуктов и сервисов. Благодаря слаженной работе подразделений, мы не ощутили каких-либо сложностей, связанных с введением ограничений. Банк продолжал работать без ущерба для текущей деятельности и результатов, часть сотрудников была переведена на удаленный формат, а в офисах – оперативно введены дополнительные меры профилактики вирусных заболеваний.



Реклама

ВСЕ ЦЕННОЕ СТОИТ ДЕНЕГ!

ПОДПИШИТЕСЬ НА ЖУРНАЛ С|R|E (ПЕЧАТНАЯ И PDF ВЕРСИЯ)
ОТ 600 РУБЛЕЙ ЗА ВЫПУСК

(499) **490 04 79**

e-mail: podpiska@impressmedia.ru

перских объектов (исключением является многоквартирное жилье), предпочитая иметь твердые залогов».

Ликвидность на рынке есть, но риски девелопмента высоки, и банки сейчас слишком осторожно рассматривают заемщиков, поддерживает Наталья Круглова. «Стараются придумать инструменты, как бы еще дать деньги “хорошим” заемщикам – поэтому развивают, наряду с проектным финансированием, бридж-кредитование и прочие продукты, расширяющие линейку предложения, – перечисляет г-жа Круглова. – Да, “у источника” деньги сейчас дешевы, но пока они проходят по длинной цепочке банковской системы и доходят до заемщика, их стоимость становится очень чувствительной. С учетом высоких проектных рисков привлечение денег становится доступным только игрокам с наработанной экспертизой, что делает рынок интересантов все более и более профессиональным».

В итоге наиболее серьезно пострадает инвестиционная активность в торговом и гостиничном секторах, прогнозируют в JLL. И если логистике, офисам и жилью на восстановление

потребуется, возможно, год и менее, то остальным секторам – до трех лет, резюмирует Тимур Переверзев. В JLL соглашаются, ожидая существенного роста доли свободных площадей во всех сегментах, за исключением складской недвижимости, где она останется на исторически низком уровне около 3–3,5% и в Москве, и в Петербурге. Кроме того, именно складские комплексы в качестве базового актива прекрасно подходят при формировании ЗПИФ для розничных инвесторов – по словам Микаэла Казаряна, многие банки и УК уже рассматривают приобретение высококачественных складских объектов для формирования ЗПИФ и последующей продажи паев в качестве инвестиционного инструмента с повышенной доходностью. «Раньше склады представлялись как раз наиболее рискованным с точки зрения долгосрочных инвестиций инструментом, – вспоминает г-н Казарян. – Но сейчас, на фоне пандемии и роста онлайн-торговли, спрос на склады сохраняется на высоком уровне, и перспективы его дальнейшего роста также достаточно уверенные».

В свою очередь, сегмент торговых центров продолжает сжиматься – инвесторы массово переориентировались на объекты с более стабильными денежными потоками. «И если когда-то скепсис по поводу крупных ТЦ был на рынке скорее маргинальной позицией, то сейчас



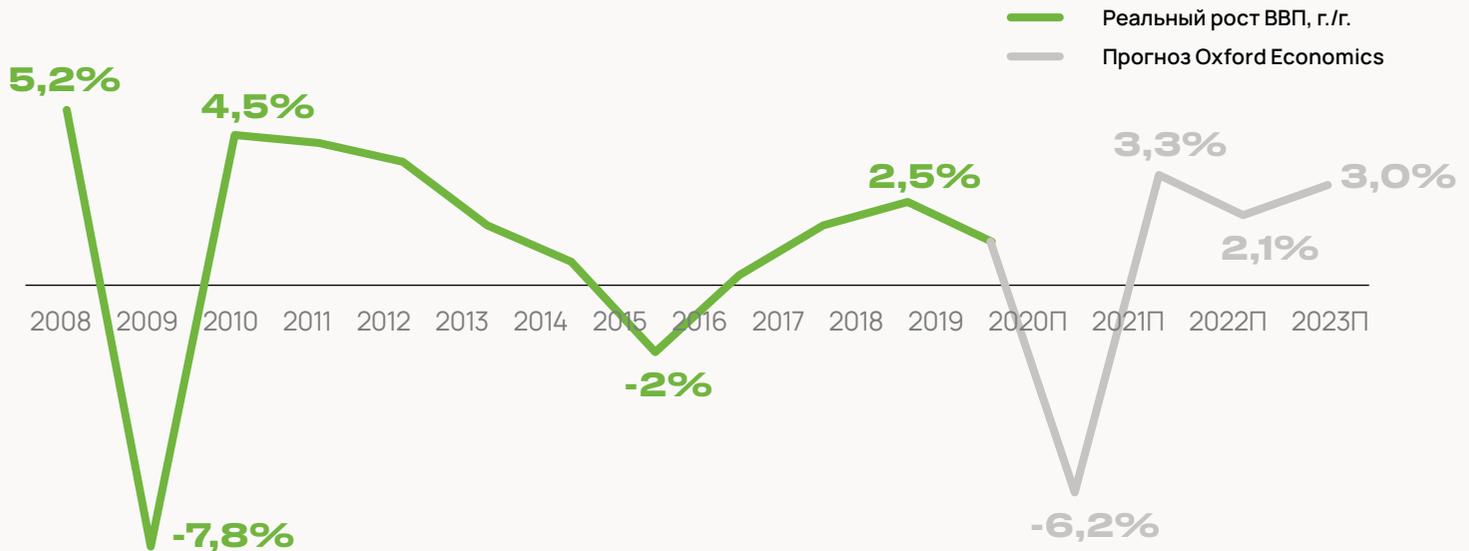
Ольга Широкова,

директор департамента консалтинга и аналитики Knight Frank



– Ожидаемое снижение стоимости фондирования после очередного снижения ключевой ставки ЦБ РФ до 4,25% может стать одним из факторов, поддерживающих рост объема инвестиционных сделок на рынке коммерческой недвижимости. Банки, несмотря на работу с проблемными клиентами в современных непростых условиях, готовы выдавать кредиты инвесторам. Однако фокус инвесторов пока сосредоточен на поиске специальных ситуаций, то есть объектов со скидкой, покупке объектов обанкротившихся предприятий и т. д. Также меняется традиционная структура спроса – интерес игроков к офисным и торговым объектам сместился на активы складской недвижимости, что объясняется более высокой устойчивостью сегмента в период пандемии. Сохраняется также интерес к площадкам под застройку проектов, по большей части, жилых. Доля же иностранных инвесторов в совокупном объеме инвестиционных вложений I полугодия 2020 года сократилась до 4% по сравнению с 21% в I полугодии 2019 года. Невысокая доля вложений в российский рынок недвижимости со стороны иностранных игроков сохранится в течение этого года; основную часть вложений в активы стоит ожидать от локальных игроков, которые знакомы с правилами рынка и чувствуют себя более уверенно в российских условиях.

Динамика и прогноз ВВП России



Источник: Росстат, Oxford Economics

даже институциональные игроки более аккуратно смотрят на эти активы», – резюмирует Наталья Круглова. Но, несмотря на то, что закредитованность населения остается высокой, а уровень доходов не растет уже более 5 лет, остается эффект отложенного спроса после карантина и эмоциональность поведения, вызванная неопределенностью будущих периодов, считает Тимур Переверзев. Наиболее активные в этом направлении игроки в итоге смогут минимизировать потери и даже заработать на кризисе общественной системы здравоохранения. В ближайшие месяцы вообще основной фактор, за которым надо наблюдать, – уменьшение объема или, наоборот, усиление ограничительных мер в зависимости от динамики заболеваемости и эффективности разрабатываемых вакцин, рекомендует Вячеслав Романов, исполнительный директор, старший аналитик Сбербанка. Кроме того, осенью 2020 года завершается период отсрочки по налогам и страховым взносам компаний и индивидуальных предпринимателей, доходы которых снизились в период кризиса на 10–20% (соответствует отсрочке до 6 месяцев). «Последствия кризиса для различных сегментов рынка недвижимости вообще объясняются не только особенностями влияния ограничительных мер, но и интенсивностью поддержки отраслей со стороны государства, – считает г-н Романов. – В наиболее острый период кризиса, например, проявилось различие между стратегиями поддержки коммерческой и жилой недвижимости. Довольно быстро начали действовать инструменты

кредитного стимулирования, а также послабления в части договорных обязательств для застройщиков жилья, тогда как в сегменте коммерческой недвижимости правительство ограничилось стандартным набором мер по отсрочке обязательных платежей, и только гостиницы были включены в перечень наиболее пострадавших отраслей».

Гостиницы вообще стали одной из немногих отраслей, остановивших деятельность в наиболее острую фазу борьбы с пандемией – снижение объема оборотов, по данным Сбербанка относительно обычного уровня достигало 88%. При этом к концу лета сегмент, ориентированный на отдых, оказался в уникальной ситуации отсутствия конкуренции со стороны зарубежья, что обеспечило довольно быстрое восстано-



ление турпотока. С другой стороны, объем бизнес-поездок остается на низком уровне, что негативно влияет на загрузку гостиниц в нетуристических регионах: Сибири и Урале. Но в среднем по стране к августу объем транзакций в гостиницах вернулся на нормальный уровень, а в некоторых регионах превысил его на 20% и более, сообщает Вячеслав Романов. Среди лидеров – Санкт-Петербург, Ярославская, Новгородская, Владимирская, Калужская, Саратовская, Тверская и Ленинградская области.

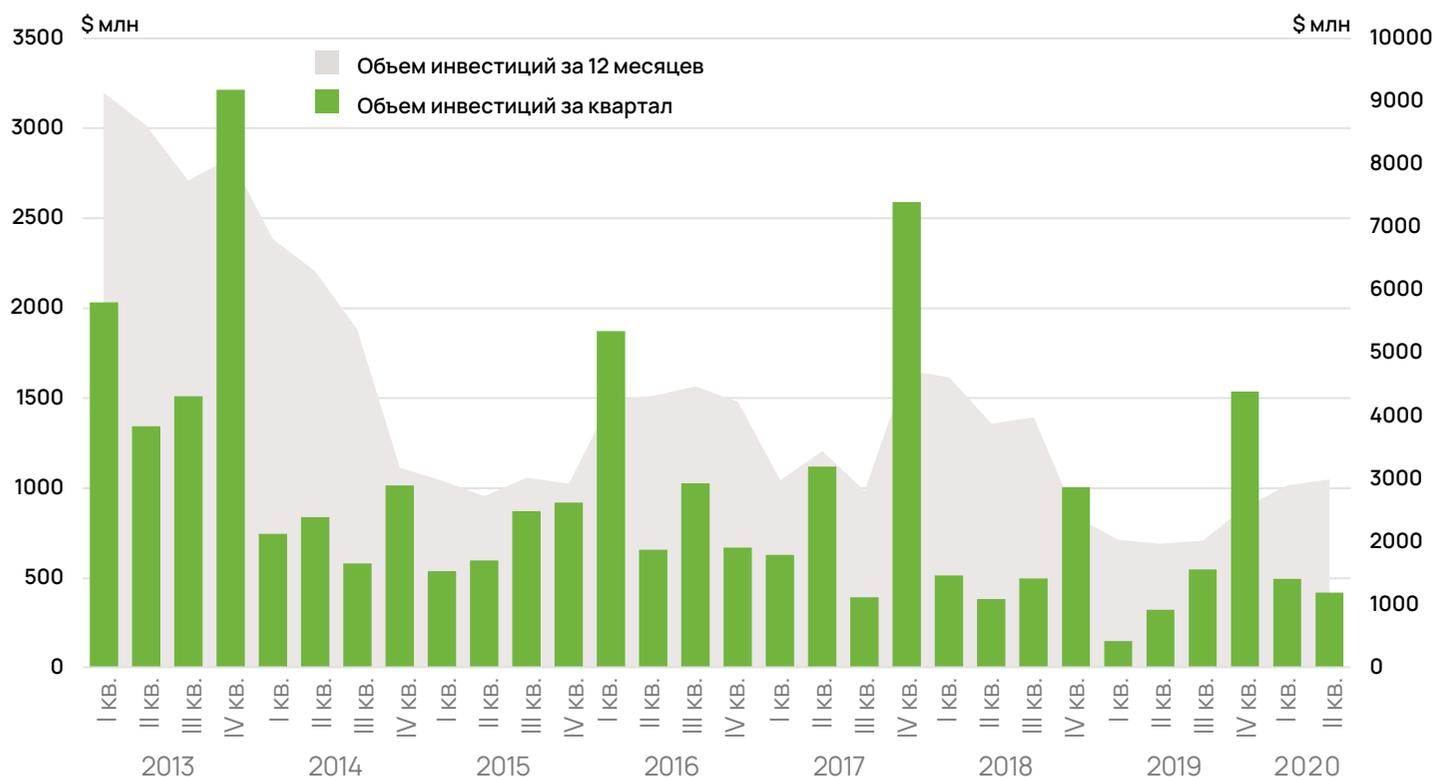
Глобальная сегментация

По словам Тимура Переверзева, в зависимости от того, какой из сценариев будет дальше иметь место, рынок ждет либо резкое восстановление в 2022 году (в позитивном варианте), либо полномасштабный системный экономический кризис (негативный сценарий) вплоть до 2024 года. Однако в любом случае падение

не будет столь болезненным, как во время 2008 года, прогнозирует эксперт.

Ключевое влияние на рынки будет оказывать и ускорение на фоне пандемии развития многих докризисных трендов. Глобальная трансформация потребительских привычек, например, угрожает тем же торговым центрам, указывает Вячеслав Романов. В частности, усиливающаяся конкуренция со стороны интернет-торговли и качественного street-retail на благоустроенных улицах и около дома потребует от операторов торговых центров пересмотра традиционных форматов и концепций позиционирования, а также изобретения новых способов привлечения платежеспособной аудитории. Учитывая опыт с остановкой деятельности на несколько месяцев, стороны при заключении договоров аренды теперь стремятся защитить свои позиции в случае возникновения новых чрезвычайных ситуаций, сообщают в CBRE. Собственники ТЦ стараются зафиксировать повышенный процент с товарооборота, арендаторы – предоставление скидок или возможность выхода из договора (break option)

Динамика объема инвестиций в коммерческую недвижимость



Источник: Colliers International

в случае, если деятельность арендатора невозможна по независящим от него причинам. В итоге прайм-ставка аренды в топовых и ключевых торговых центрах Москвы снизилась относительно значения за I квартал на 15% и составила 218 тыс. руб./кв. м/год и 72 тыс. руб./кв. м./год соответственно. Уровень

в III–IV кварталах до 10–12%. Восстановление же потребления к докризисному уровню ожидается не ранее 2021 г. При этом основной акцент трат будет смещен на приобретение товаров и услуг первой необходимости, а также товаров со скидками.

«На фоне же снижения доходов населения и ограничительных мер будут продолжаться изменения в потребительских предпочтениях: рациональное потребление, переключение на более демократичные бренды, выбор в пользу ТЦ/супермаркета в ближайшей доступности от дома. В итоге районный формат ТЦ будет и далее набирать популярность как у девелоперов, так и у потребителей. Однако в связи со спецификой рынка торговой недвижимости, а именно – привлечением и удержанием трафика, изоляционные ограничения будут еще долгое время влиять на режим функционирования объектов в негативном для доходной части ключе. Такое положение повлияет и на ввод ранее анонсированных к открытию в этом году объектов, в связи с чем возможен перенос сроков открытия на следующий год около 30–40% объектов.»

Ольга Широкова

вакантных площадей по итогам II квартала увеличился на 0,6 п. п. за счет открытия новых объектов, которые традиционно открываются частично заполненными арендаторами. И, несмотря на восстановление трафика и товарооборота в июле, девелоперы и торговые операторы находятся в ожидании финансовых результатов за август и сентябрь – для полноценной оценки динамики потребительского поведения.

По словам Николая Казанского, почти все торговые центры в той или иной степени столкнулись с ротацией арендаторов. В итоге на авансцену вышло профессиональное (или непрофессиональное) управление проектами: качественные, востребованные торговые центры могут подойти к концу года с нулевой вакансией, проведя за этот период ротацию лишь 10–15% арендаторов. В объектах же, которые испытывали сложности еще до ситуации с пандемией, показатель вакантности может увеличиться на 25–30%. При этом строительство большинства ТЦ, анонсированных к открытию в 2020–2021 гг., продолжается. По оценкам CBRE, объем ввода новых площадей, заявленных на 2020 г., сократится незначительно, на 10–15%, так что по итогам 2020 г. этот показатель может составить 360 тыс. кв. м. Основной рост уровня свободных площадей в ТЦ ожидается

Еще одним итогом коронакризиса для рынка торговой недвижимости и ритейла стали коллаборации игроков (зачастую даже прямых конкурентов), и другие, уже названные экспертами «неожиданными», решения. Так, фуд-ритейлеры «ВкусВилл», «Перекресток» и «Лента» объединились с ресторанами и кафе – на прилавках появилась готовая продукция из проектов «АндерСон», Novikov Group, Oisii, «Рецептор», «Шоколадница» и др. В свою очередь, в период вынужденной цифровизации многие непродуктивные ритейлеры начали осваивать продуктовые категории, вспоминает Николай Казанский – в ассортименте многих онлайн-



магазинов и маркетплейсов (к примеру, Lamoda, OZON, «Ситилинк» и «Позитроника») возникли или существенно были расширены линейки продуктов питания и хозяйственных товаров. Помимо этого, ритейлеры начали активно сотрудничать с другими категориями арендаторов, которые могут быть не взаимодополняющими. К примеру, розничная сеть DNS, один из крупнейших продавцов электроники и бытовой техники в России, объявила о соглашении с X5 Retail Group: дочерняя структура компании 5Post начала доставлять заказы из интернет-магазина DNS в собственные постаматы, расположенные в магазинах «Пятерочка». Некоторые ритейлеры начали организовывать доставку товаров прямо со складов, минуя магазины. В среднесрочной перспективе ожидается увеличение продаж напрямую со склада покупателя и появление новых решений для реализации этой модели продаж.

По прогнозам Николая Казанского, в ближайшем будущем большинство традиционных ритейлеров и операторов

общепита вообще будут активно рассматривать пути по снижению издержек, активно совмещая офлайн- и онлайн-продажи, и сотрудничать офлайн с другими ритейлерами – к примеру для деления одного крупного помещения вместе с другими арендаторами (в виде мелкой нарезки крупного помещения) или для размещения своей продукции на прилавках другого ритейлера. Выходя же в онлайн- и офлайн-торговлю с крупными и опытными игроками электронной коммерции и розничной торговли, большинство пострадавших ритейлеров и владельцев общепита получают возможность воспользоваться сформированной инфраструктурой логистических центров, центров обработки заказов, а также получить доступ к новым потребителям (не только в местах своего локального базирования, но и в целом по стране).

В свою очередь, основным следствием коронакризиса для рынка офисной недвижимости стало изменение ВВП, курса доллара и уровня безработицы, перечисляет Микаэл Казарян. Пандемия и всемирное «тестирование» удаленной работы сделали сегмент «более гибким», соглашается Николай Казанский.



Александр Морозов,
генеральный директор S.A. Ricci

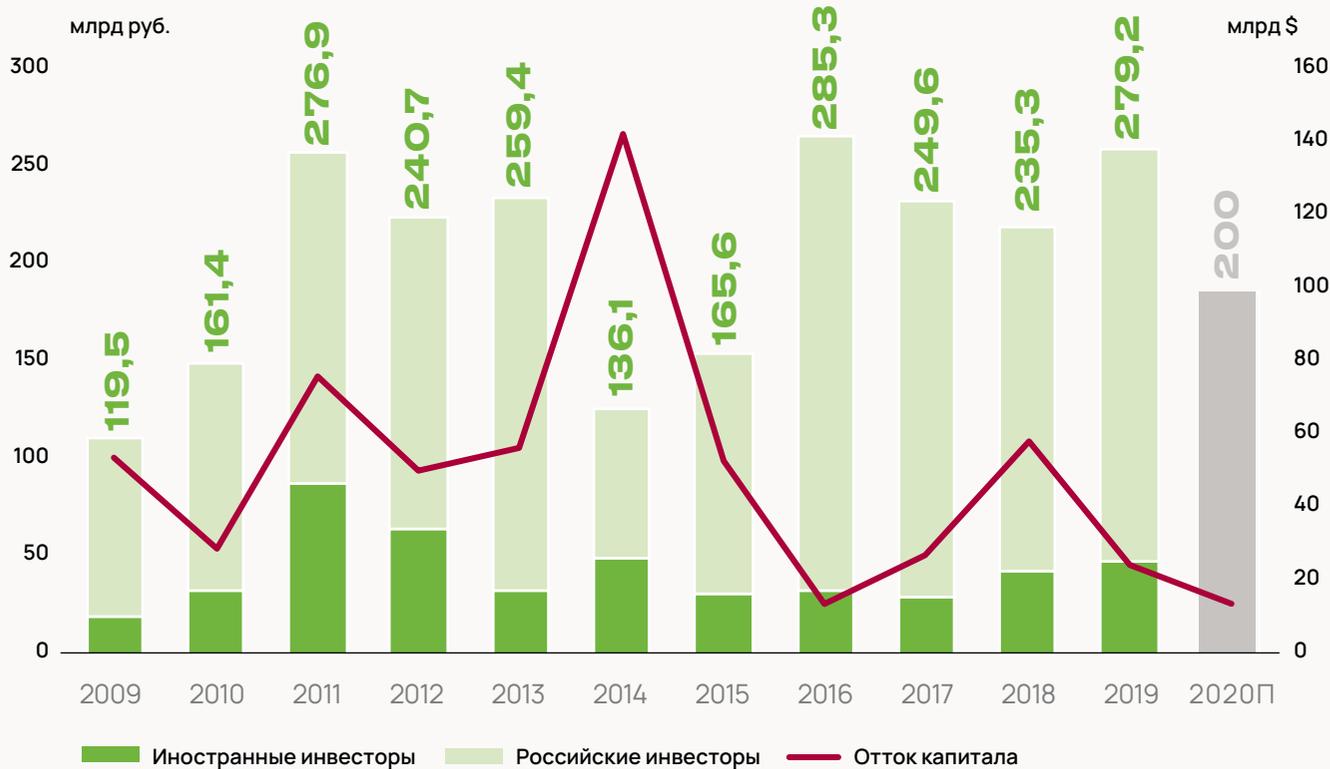


– Коронакризис и меры по борьбе с ним усугубили проблемы российской экономики. Спад уже составляет 9,5% во II квартале – по данным Минэка. За год же падение прогнозируется министерством на уровне 5% – если не случится «второй волны» или иных катаклизмов. Кроме того, министерство отличается оптимизмом, поэтому реальное падение может быть значительно выше.

Среди ключевых изменений для рынка недвижимости – обнищание населения, снижение платежеспособного спроса. В итоге более всего пострадал торговый сегмент, переживающий сейчас рост уровня вакантных площадей в ТЦ и стрит-ритейле, снижение товарооборотов и ставок аренды. Однако в целом доходы снижаются у всех. Для многих компаний и руководителей остро стоит вопрос оптимизации расходов, но макроэкономическая «оптимизация», которая сказывается на доходах людей, лишь ускоряет маховик рецессии всей экономики. Впрочем, кризис – хорошее время для «входа» стратегических инвесторов. Другое дело, что круг «стратегических инвесторов» на сегодняшний день относительно узок. Для спекулятивно-оппортунистической недвижимости также привлекательна, но не вполне понятен горизонт планирования.

В условиях кризиса и заданной модели управления экономикой рынок ждут укрупнение и монополизация (крупные игроки будут поглощать или выдавливать мелких и средних), а также перераспределение собственности в пользу структурных игроков экономики и банков.

Динамика общего объема инвестиций в коммерческую недвижимость Москвы



Источник: Knight Frank

По его словам, после стабилизации ситуации корпорации, хотя и не будут массово переходить на удаленную работу, однако на основе полученного опыта могут скорректировать принципы организации работы в целом, оптимизировать ее и, таким образом, сделать бизнес более эффективным. Уже сейчас наблюдается увеличение предложения субаренды в офисном сегменте – некоторые компании начали оптимизировать занимаемое офисное пространство, что станет трендом на ближайшее время. По оценкам CBRE, рынок субаренды с конца марта увеличился почти в 2 раза – на 93%. Снижение требований к бизнес-центрам вследствие распространения удаленного и комбинированного режимов работы может привести к сокращению премии за класс и локацию, прогнозируют в Сбербанке. В итоге доля свободных площадей увеличилась на 0,6 п. п. за II квартал – до 10%, делится в CBRE. Этот показатель остается на относительно низком уровне. На изменение уровня средневзвешенных запрашиваемых ставок аренды во II квартале в большей степени влияли те помещения, которые выходили в этот период на рынок. Запрашиваемые же ставки аренды на офисные площади, которые уже были доступны

в начале года, практически не корректировались, тогда как часть площадей, которая освободилась во II квартале, экспонируется по ставкам, превышающим среднее значение в своем классе или субрынке. По итогам 2020 года в эксплуатацию будет введено порядка 300 000 кв. метров, объем арендованных и приобретенных офисных площадей снизится и составит порядка 1 млн. кв. м, а доля свободных площадей может увеличиться до 11%. При условии, что экономика все-таки достигнет «дна» в 2020 году, в 2021–2023 годах объем нового строительства восстановится и будет составлять порядка 500 000–700 000 кв. м ежегодно, полагают в CBRE. «Мы ожидаем, что во второй половине 2020 года рынок инвестиций в недвижимость будет постепенно восстанавливаться, инвесторы начнут активизироваться, – резюмирует Маргарита Кабалкина. – Но многое, конечно, будет зависеть от дальнейшей динамики распространения COVID-19 и рисков прихода «второй волны»». [cRe](#)

No Knock From the Bottom

The corona crisis is already now referred to as one of the heaviest blows in 20 recent years. Oxford Economics forecasts Russia's GDP to drop by about 5% towards the end of 2020, the unemployment rate rising 1.5 p.p. against 2019 to nearly 6.0%. The real disposable income may go down by 8.2% according to the Development Center think tank under the Higher School of Economics.

Text: Vlad Loria
Photo: CRE archive

Restrictive measures during the pandemic have slowed down the real sector and caused the oil prices to crumble in the wake of falling consumption and the lack of agreements between the key oil-producing countries regarding the production volumes, JLL

2,5%

As a result, already in 2021 GDP may grow by 2.5%

analysts list the negative consequences. The annual rates of Russia's real DGP reduction in 2020 will vary between 4.5% and 6.3% versus a 1.3% growth in 2019, which will be comparable with what we saw in 2008-2009, concludes **Mikael Kazaryan**, Board Member of JLL in charge of investments.

During the previous crises the Bank of Russia would stiffen its monetary policy, but now (at least over the short term) the key rate is sliding down, to give a boost to national economy. Due to this policy, banks can provide rather cheap financial resources for commercial real estate projects. The top priority is acquisition of investment assets generating a rental cash flow. Development projects are slightly less attractive because of the low occupancy risk, but in this segment the cost of financing

has notably decreased as well. As a result, already in 2021 GDP may grow by 2.5%, forecasts CBRE's **Margarita Kabalkina** in charge of market research. Yet in absolute terms the real GDP won't get back to the level of 2019 sooner than in 2022.

According to CBRE, consumption will get back to the pre-crisis level not sooner than in H2 2021 in the midst of disposable income contraction and growing unemployment. As estimated by Rosstat, in April-June the real disposable income sank by 8% year-on-year; hence redistribution of expenditures and cuts in spending. The consumer confidence index reflecting aggregate consumer expectations went down by 19 p. p. in 2Q 2020 against 1Q 2020 to -30%. In recent five years this index struck the bottom in 1Q 2015, according to CBRE, when it stood at -32%.

The consumer confidence has been sinking in most markets and Mr. Kazaryan thinks that for now it's hard to forecast a real change in the goods turnover rate. "It should be noted, though, that most real estate companies entered this crisis with wider opened eyes, tapping into their experience of 2008 and 2014," reflects **Nikolay Kazansky**, Managing Partner Colliers International.

"Most vulnerable are those projects that had already faced problems prior to the crisis, whereas strong and quality ones predictably suffered least losses. The main achievement of this crisis is that it made the key stakeholders come to terms and realize that only by joint effort they can have the work done and get favorable results. A more prominent role of public associations is also noteworthy: the corona crisis demonstrated that the consolidated voice of business is heard better than local initiatives and in this sense the quality of communication between the business community and authorities has improved."

Meanwhile **Timur Pereverzev**, Investment Director of UFG Wealth Management, has so far not been prone to see the pandemic and its results as an economic crisis. "Negative repercussions have been caused by the primary shock and the suspension of business activity," Mr. Pereverzev explains. "It's too early to estimate in the lack of data for the third quarter, which must show how deep the markets have fallen: the first quarter is not indicative, since many deals were pushed back to this time from last year, and in the second quarter the picture was marred by a continuous lockdown." No real estate market proved ready for an

unprecedented and full halt of business activity as well as isolation from other markets, the expert continues. He believes the crisis is external towards the system of economic relations and may launch a full-fledged cyclic crisis only in the event of most negative scenarios, namely the situation being stabilized only by 2023 and a return to profitability levels typical prior to the pandemic only in 2024.

To date, despite the negative macroeconomic forecasts for 2020, the economy stands fast, Pereverzev believes, because of timely measures taken by the government, low interest rates and lesser leverage as compared to 2008, among other reasons. The hardest blow has been dealt on small and medium-sized businesses, but in the structure of national economy they



Anna Danchenok,

Head of Real Estate Consulting, PwC Russia

– The real estate market recovery will directly depend on the potential “second wave” of the pandemic. In case of a repeated lockdown people’s income will dive much deeper and then prolonged freezing of construction projects along with the lack of new ones might become a frightening reality. As for novelties in construction per se, we expect a sharper focus on health and wellness. WELL certificates for buildings, which is an extension of LEED and has more than a hundred efficiency parameters (indoor air, catering, lighting, temperature, materials, sound), might grow in popularity, since it is aimed at creating favorable conditions for higher living and health standards. We also assume that many companies will revise their attitude towards the workspace organization and productivity control: it’s no secret that some attempts to switch to remote operations had been made earlier, but savings on rent could not justify the fall of productivity, and so many companies went back to offices (e.g. IBM, Yahoo).



account for only 10-15% of GDP, the expert argues, whereas in western markets their share reaches 50-60%. "Yet it has become obvious that real estate assets from different segments have different sensitivity to this situation," Pereverzev continues. "Hotels, catering and entertainment, co-living and shopping malls have been mostly affected by the pandemic whereas housing, logistics and data centers are relatively well off. Basically, rather than changing major trends in real estate segments, the pandemic

has only reinforced them. The most overarching and long-term change in all markets has been greater contribution of intensive property management to the growing value of real estate, since the era of capitalization rate compression that has lasted for more than 30 years the world over is probably coming to a close."

So far the corona crisis results are not nearly as resonant as their discussion, agrees **Natalya Kruglova**, an independent expert. "Interestingly enough, during the previous crisis the manager was "pushed" as a small entrepreneur into the segment of restaurants and entertainments that suffered most during the pandemic," Ms. Kruglova reflects. "But this crisis will force them back into office – the main thing is availability of workstations there. Lower interest rates on deposits have rolled out plenty of loose liquidity to the real estate market: the housing segment is actually unaffected and the sales of distressed assets have seen an upward trend in terms of the number and sums of transactions. In my estimations the sales of assets in this market are reaching 50bn rubles in terms of turnover for 2.5 quarters, which can be more than the entire volume of capital markets for the same period. Players in all segments try to dampen the above-mentioned income fall: in some instances this can be done through mortgage loans, in others – by lowering the seller/vendor's margin, and beyond any doubt lower interest rates on deposits

Danila Litvinov,

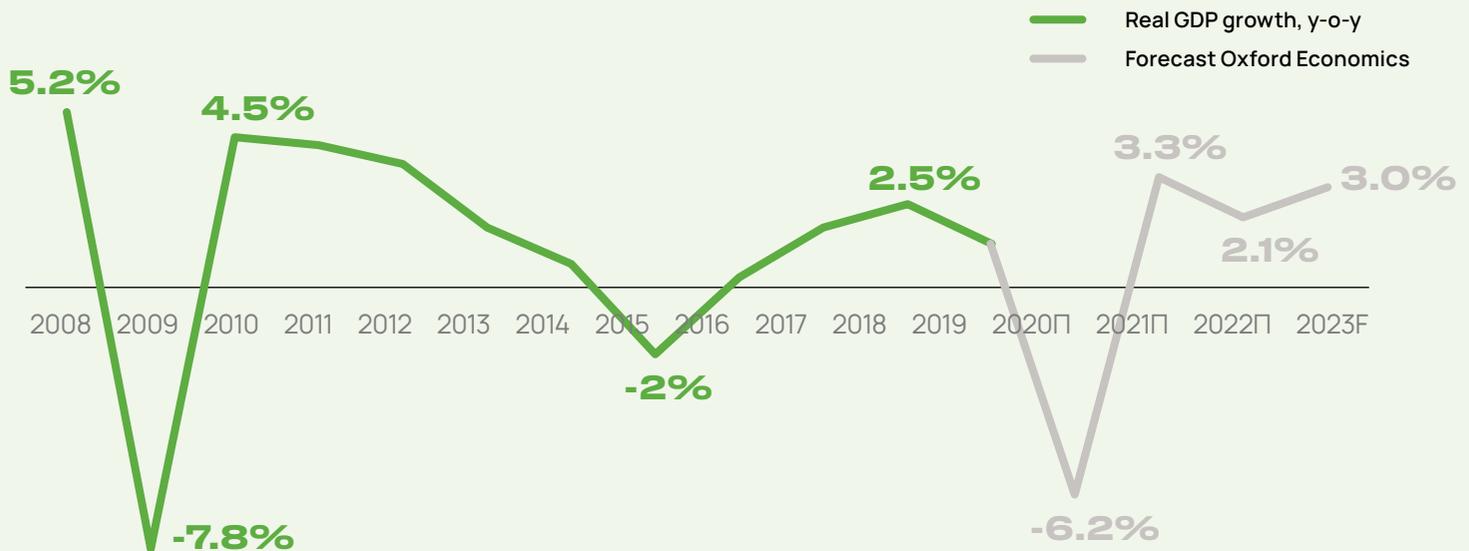
Deputy Board Chairman, DOM.RF Bank



– During the lockdown DOM.RF Bank went on working as usual: we implemented digital technologies and services in no time and also launched a number of remote products and services in high demand. Thus, not only deposits, but also consumer and mortgage loans are distantly formalized at our bank. Since early April the bank has been closing mortgage deals; this helped bolster the demand for mortgage products and ward off superfluous engagement with the outward environment. On the whole, we see a growing demand for distant client service and we are positive that the given trend will persist in the future. Our plan is to further increase the volume of remote services and products. Due to a concerted effort of our business units, we did not feel any problems related to the restrictions introduced. The latter did not detract from bank's performance and operational prowess, some of our employees were moved to remote work from their homes while in our offices we introduced extra virus-induced disease prevention measures.



Russia's GDP Dynamics and Forecast



Source: Rosstat, Oxford Economics

whipped up demand as citizens would rather invest their spare liquidity into real estate assets. The main long-term trend is about the demand contraction anyway. Corona crisis or not, we are not getting richer, no way.”

National specifics

According to CBRE, in H1 2020 investments in the real estate market amounted to 122bn rubles, up 29% year-on-year (from 94bn rubles). Positive dynamics can be explained above all by the strong 1Q 2020 that was not impacted by the pandemic. Some deals that were in concluding stages at the end of 2019 were closed at the turn of the year.

In the second quarter most investments were forwarded into the residential segment (ca. 31bn rubles or 54% of the total volume). Developers would actively buy sites for housing construction, both in Moscow (PIK, Sberbank Investments, Sminex, Inteco, Akvilon et al. completing transactions) and in St. Petersburg (where land was purchased by Setl Group, Legend Group, RBI Group, LSR Group and others). The demand for offices was also robust. The share of this segment in the second quarter came to 37% and 43% in H1, CBRE reports. The acquisition by Sberbank Asset Management of Diamond Hall BC was the biggest deal; transactions with end users were also stricken. The limited available supply of offices continues affecting the level of office investments, the company's experts conclude.

Furthermore, there's a worldwide boom of industrial real estate, Russia being no exception. In H1 the transaction conversion was low, but several major deals closed in 3Q corroborate the trend. Retail was stricken the heaviest blow, which could be expected: in 2Q investments in retail were below 1bn rubles in worth. The retail segment's share in total second-quarter transactions hit the record low of 1% and only 9% in H1, as contrasted to three recent years, when its share stood at about 30%, CBRE reports.

“We see consistently high interest of investors in high-yield assets and extra upside potential,” says Kazaryan. “What's more, a number of overseas companies are still eyeing quality assets for acquisition. Yet most of them will be waiting for stabilization. In the meantime some major institutional players consider acquisitions for investment funds for subsequent resale of shares to retail investors. One of the key pandemic-related changes is a robust growth of the mutual investment market: exiting deposits in favor of alternative investment products; search for distressed assets, rising levels of cap rates (investors apply at least a 1-2% discount to capitalization rates).”

In 2Q the share of foreign investments kept contracting, having fallen from 6% in 1Q to 1%. “The Russian real estate market is way inferior to the European market in general and to CEE markets in particular,” sighs Mr. Pereverzev. “Traditionally the share of real estate investments in Russia is less than 1% of those in Europe, and these are mainly domestic investments or investments coming from the Middle East.” In his turn, Mr. Kazansky estimates the share of Russian players at 85% in total investment volumes while the share of foreign investors – at 15% or \$137 million accordingly. In his words, currency-related and political risks are still hampering the growth of foreign investments.

Banking business

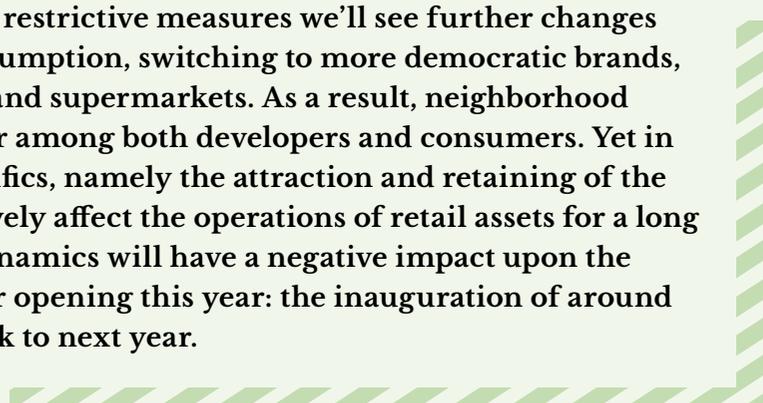
Meanwhile, minimum vacancy in the office and industrial segments has already triggered the announcement of new projects by developers, Kazansky informs. And while the built-to-rent trend is gathering momentum in the warehousing segment, the key rate reduction by the Bank of Russia allows developers to count on the lower cost of loans and to plan new projects in other market segments, also pepping up the Russian investment market in principle. “The key rate reduction has made loans cheaper; yet banks are still reluctant to open credit lines for businesses, giving preference to more reliable liquidity placement instruments,” Pereverzev objects. “Many banks have toughened the covenants of financing, giving up on the financing or refinancing of development projects (the only exception being multi-family housing) and giving preference to hard collaterals.”



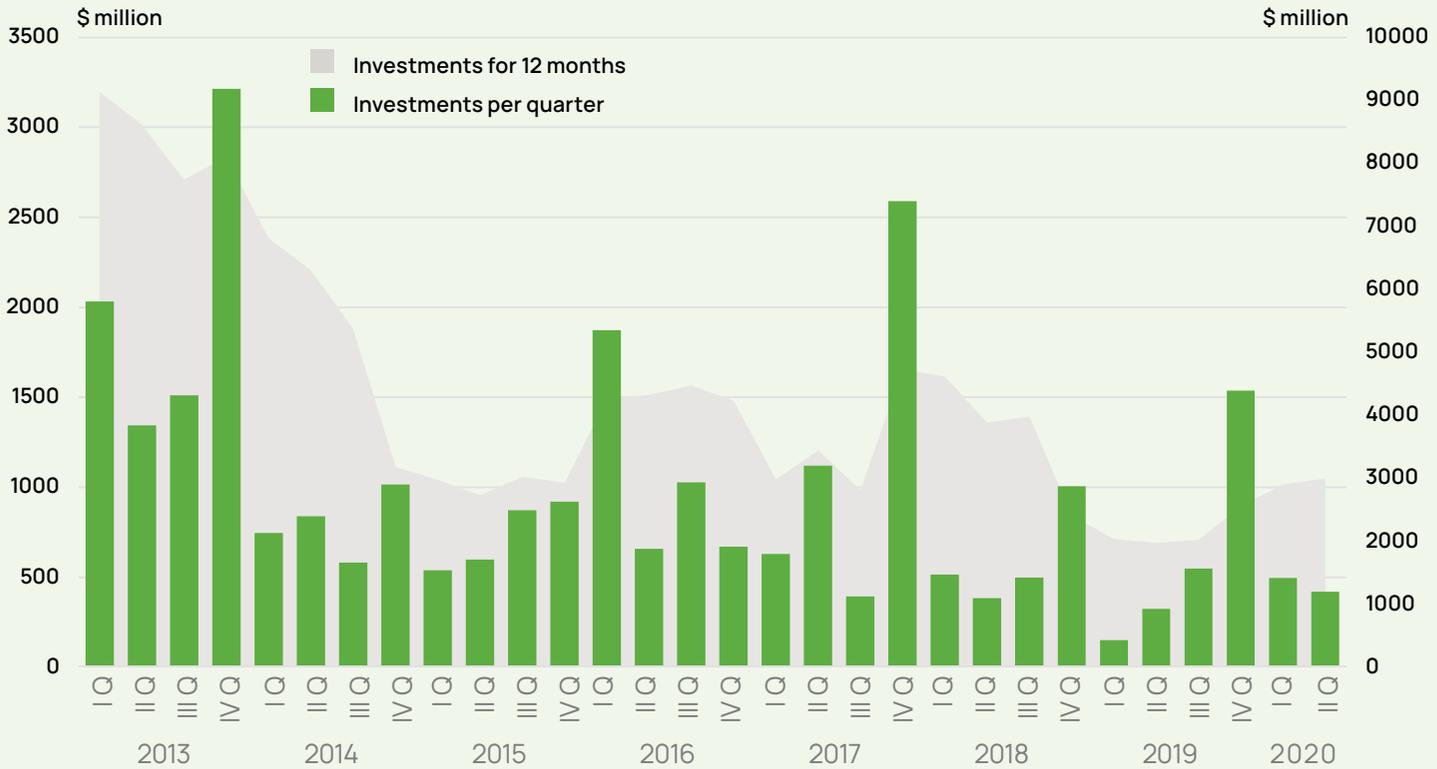
Olga Shirokova,

Director of Consulting and Analytics, Knight Frank

– **The expected reduction of funding costs after the next reduction of the key rate by the Bank of Russia to 4.25% could be one of the factors supporting the growing volume of investment transactions in the commercial real estate markets. Despite their dealings with bad loans in today’s challenging environment, banks are ready to provide loans for investors, though the latter have so far been focused on the quest of discounted assets, acquisition of bankrupt businesses, etc. The traditional breakdown of demand is also changing: the interest of players in office and retail assets has shifted towards industrial real estate assets, which can be explained by high resilience of this segment during the pandemic. The interest in residential project development land is also here. As for the share of foreign investors, in H1 2020 it went down to 4% versus 21% in H1 2019. The low share of foreign investments in the Russian real estate market will persist to the end of this year; the lion’s share of investments in assets should be expected from local players well familiar with the market rules and feeling greater confidence under Russian realities. In the midst of falling incomes and restrictive measures we’ll see further changes in consumer predilections: rational consumption, switching to more democratic brands, choosing in favor of convenience stores and supermarkets. As a result, neighborhood centers will be getting ever more popular among both developers and consumers. Yet in view of the retail real estate market specifics, namely the attraction and retaining of the traffic, lockdown restrictions will negatively affect the operations of retail assets for a long time, taking a toll on their yield. This dynamics will have a negative impact upon the earlier announced projects scheduled for opening this year: the inauguration of around 30-40% of all projects can be pushed back to next year.**



Commercial real estate investment dynamics



Source: Colliers International

Liquidity is available on the market, but development risks are high and banks are too cautious now in how they assess borrowers, Ms. Kruglova supports. “They try to come up with new instruments of lending more money to good borrowers; therefore they develop bridge lending and other products along with project financing, to widen their line-up,” lists Kruglova. “True, the source offers inexpensive money now, but while they come down a long banking chain before reaching the borrower, their value becomes quite appreciable. Given the high project risks, only players with advanced expertise can afford leverage, which makes the market more and more professional.”

As a result, the investment activity in retail and hotel segments will be mostly affected, JLL forecasts. And if the recovery will take under a year in logistics, office and hotel segments, others will need up to three years, Pereverzev recapitulates. JLL experts agree, anticipating a significant growth of vacancies in all segments with the exception of industrial real estate where it will remain at a historically low level of about 3.0-3.5% both in Moscow and St. Petersburg. Furthermore, it is warehousing schemes that are a perfect

fit as the basic asset in forming closed real estate investment funds (CREIFs) for retail investors: according to Kazaryan, many banks and MCs are already eyeing the acquisition of high-quality industrial assets to build their CREIFs as well as subsequent sale of shares as a high-yielding investment instrument. “Some time before warehouses were looked upon as the riskiest instrument for long-term investments,” Kazaryan recalls. “But now in the midst of the pandemic and booming online retail the demand for warehouses is at a consistently high level with sure prospects for further growth.”

In its turn, the segment of shopping centers keeps shrinking – investors en masse have turned their eyes to assets generating more stable cash flows. “And if at some point a skeptical attitude towards mammoth malls was more like a marginal perception on the market, now even institutional players are



more careful in how they look upon these assets,” Ms. Kruglova concludes. Despite the population being still overleveraged and their income stagnating for more than 5 years, we see the effect of deferred demand following the lockdown as well as emotional behavior

caused by future uncertainties, Pereverzev believes. So most active players will eventually minimize their losses and even earn on the crisis of the public health system. In the months to come the main factor to be watched is decreasing volumes or, on the contrary, stiffer restrictions depending on the morbidity dynamics and the efficiency of vaccines developed, recommends Vyacheslav Romanov, Executive Director and Senior Analyst at Sberbank. What’s more, in the fall of 2020 the period of fiscal respite and insurance payments for companies and individual entrepreneurs will be over, whereas their revenues fell by 10-20% during the crisis (corresponds with the deferral of up to 6 months). “The toll of the crisis on various real estate market segments is generally explained not only by the specific impact of restrictive measures, but also by the intensity of governmental support,” Mr. Romanov believes. “For instance, during the most acute period the difference between the strategies of backing residential and non-residential real estate was most apparent. Credit stimulation tools as well as the easing of contractual obligations for housing developers were a quick fix, while in the commercial real estate segment the government

Dynamics of Total Investments in Moscow’s Commercial Real Estate



Source: Knight Frank

limited its support to a standard set of obligatory payment deferral measures, hotels being the only segment included in the list of most affected industries.”

Hotels altogether became one of the few sectors to halt their activities during the most acute phase of fighting the pandemic – the reduction of turnover volumes relative to a usual level was as deep as 88%, according to Sberbank. For all that, by the end of summer the segment oriented towards recreation found itself in the unique situation of lacking competition from overseas resorts, which ensures a rather fast recovery of the tourist flow. On the other hand, the amount of business and MICE tours remains low, which negatively affects the hotel load in non-tourist regions: Siberia and the Urals. Yet by August the volume of transactions in hotels had got back to normal across the country, whereas in certain regions this level was exceeded by 20% and more, informs Romanov. Among the leaders is St. Petersburg, Yaroslavl, Novgorod, Vladimir, Kaluga, Saratov, Tver and Leningrad regions.

Global segmentation

According to Mr. Pereverzev, depending on which of the scenarios will prevail, the market will either experience a rapid recovery in 2022 (under a positive scenario) or a full-scale systemic economic crisis (under a negative turn of events) that may last till 2024. Anyway the fall won't be as painful as in 2008, the expert predicts. The acceleration of many pre-crisis trends in the midst of the pandemic will also have a crucial influence on the markets. Thus, global transformation of consumer habits is a threat to shopping centers, Mr. Romanov points out. In particular, stiffening competition from online retail and quality street retail on

retail routes and near housing clusters will require a revision of traditional formats and positioning concepts from SC operators as well as inventing new ways of luring solvent audience. Taking into account their experience of halting operations for several months, the sides of lease agreements now try to protect their interests in the event of new emergencies, according to CBRE.

Mall owners try to fix a higher turnover percentage while tenants want discounts or a break option in case of force majeure. This caused the prime rent in top-notch and key shopping malls of Moscow to drop by 15% in the first quarter down to 218 thou rubles/sqm/year and 72 thou rubles/sqm/year, respectively. The vacancy rate went up 0.6 p. p. in the second quarter due to the opening of new projects which are partly occupied by tenants at the time of their grand opening, as is the custom. Despite the recovery of traffic and turnover in July, developers and retail operators are waiting for the financial performance results in August and September to assess the real dynamics of consumer behavior.

According to Mr. Kazansky, almost all shopping centers face tenant rotation to a certain extent. This brings professional (or not quite professional) project management to the fore: quality shopping malls in demand may come to this year's end with zero vacancies, despite the rotation of only 10-15% of tenants. As for the projects that had faced problems even before the pandemic, vacancies may rise by 25-30%. In the meantime the construction of most retail projects scheduled for opening in 2020-2021 continues. As estimated by CBRE, commissioned new areas due to open in 2020 will insignificantly decrease by 10-15% so that at the end of 2020 this indicator may stand at 360 thou sq. m. The

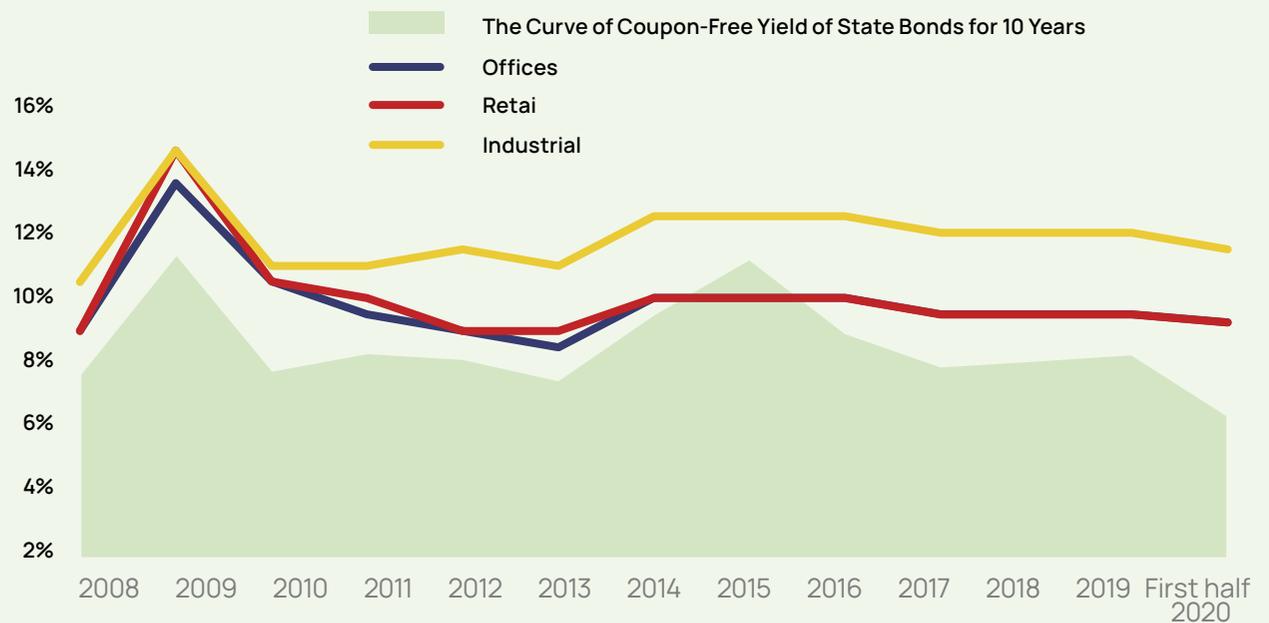


Nikolay Kazansky,
Colliers
International



Natalya Kruglova,
an independent
expert

Capitalization rates and the curve of coupon-free yield of state bonds for 10 years



Source: Colliers International, Bank of Russia

growth of vacant space in SCs will mainly fall to quarters 3 and 4 – up to 10-12%. The recovery of consumption to the pre-crisis level is not expected sooner than 2021. Even then the main focus in consumer spending will shift to FMCG and off-price goods.

Another result of corona crisis for the retail market is collaboration of competing players as well as other decisions already characterized as “unexpected” by experts. Thus food retailers VkusVille, Perekrestok and Lenta joined hands with restaurants and cafes, with finished foods from AnderSon, Novikov Group, Oisii, Receptor, Shokoladnitsa and other projects suddenly on display in their stores and counters. In their turn, during the forced digitization many nonfood retailers started mastering food categories, recalls Mr. Kazansky: the line-ups of foods and household goods were either added to or markedly enlarged in the assortment of many online stores and marketplaces (e.g. Lamoda, OZON, Citylink and Positronika). What’s more, retailers started active collab-

oration with other categories of tenants who may not be complementary. Thus, the retail chain DNS – one of the biggest in Russia vendors of electronics and home appliances – announced an agreement with X5 Retail Group, whereby its subsidiary 5Post began delivering orders from the DNS Internet shop to postamats stationed in Pyat-rochka stores. Some retailers took care of merchandise deliveries right from the warehouse bypassing brick-and-mortar stores. In the mid-term outlook we can expect an increase of direct sales from a customer’s warehouse.

Mr. Kazansky forecasts that in the months to come most traditional retailers and catering operators will start considering ways of cutting their costs by means of blending offline and online sales and launching offline collaboration with other retailers – they will start sharing large premises with other tenants or display their products on another retailer’s counters. Entering online and offline retail with large and experienced players of e-commerce and retail, most retailers and public catering owners who suffered most will have a chance to use the infrastructure of logistics centers, order handling centers and get access to new consumers (not only in places where they are based locally, but across the entire country as well).

The main aftermath of the corona crisis for the office market, according to Kazaryan, is a change of GDP, dollar exchange rate and the unemployment rate. The pandemic and worldwide testing of remote operations made this segment “more flexible”, Kazansky agrees. In his words, after the situation stabilizes, corporations, while not changing for remote operations en masse, might be able to adjust the principles of organizing their work in general, tapping into the experience they are gaining now, thus making their business more effective. Already now we see the burgeoning supply of sublease in the office segment as some companies start optimizing their office space; this will be a major trend in the years to come. As estimated by CBRE, the sublease market has nearly doubled since late March (a 93% growth). Lesser requirements to business centers due to widespread remote and combined operating modes may cause the reduction of class and location-related premiums, Sberbank forecasts. As a result, the share of vacant space has increased by 0.6 p. p. in 2Q to 10%, according to CBRE, although this indicator remains at a relatively low level. Changes in average asked rental rates in the second quarter were influenced to a large extent by those premises which hit the market during this period. The asked rent for the office space already available at the turn of the year was not adjusted, whereas some spaces that vacated in the second quarter are offered at the rates higher than average in their class or submarket. During 2020 about 300 thou sq. m of office space will be commissioned; the amount of let and purchased office space will come down to around 1m square meters, while the vacancy rate may rise to 11%/. Provided the national economy hits the bottom

in 2020, the volume of new construction will recover in 2021-2023 to about 500-700 thou sq. m annually, according to CBRE. “We expect the real estate investment market to be gradually bouncing in the second half of 2020 as investors get stirred to higher activity,” Ms. Kabalkina concludes. “But a lot will surely depend on further dynamics of COVID-19 spread and the risk of the second wave rolling on. 

Aleksandr Morozov

CEO S.A. Ricci

– **The corona crisis and counter-measures exacerbated the problems of Russian economy. As reported by the Ministry of Economic Development, in the second quarter the decline stood at 9.5% and the year’s forecast from the same Ministry is a 5% decline unless the “second wave” or other cataclysms transpire. Furthermore, this Ministry is noted for its optimism, so the real collapse can be way deeper. Among the key changes for the real estate market is massive poverty and solvent demand sagging. The retail segment was crippled more than others and now we see vacancies grow in shopping malls and street retail while turnover and rental rates are going down. However, the income of all is ebbing. For many companies and their management optimizing the costs is an acute issue, but macro-economic “optimization” that takes its toll on people’s income is only speeding up the flywheel of national economic recession. While the crisis is a good time for strategic investors to enter the market, the circle of “strategic investors” is relatively narrow today. Real estate is also attractive for speculative and opportunistic investors, but the planning horizon is not quite clear. Under the crisis and a preset economic management model the national market will see further consolidation and monopolization (large players will take over small and medium-sized businesses or squeeze them from the market) as well as property redistribution in favor of structural players and banks.**

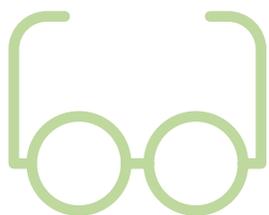


Тренд

Сколько стоит прогибаться под изменчивый мир

Заполняемость офисов после пандемии зависит от их класса, но легкой жизни не обещано никому

Текст: Максим Барабаш
Фото: Архив CRE



По оценкам Международной организации труда, даже в развитых странах только 27% занятых в экономике смогут полноценно работать дистанционно. Однако пандемия коронавируса и ее последствия продолжают влиять на рынок офисной недвижимости, рынок труда и смежные бизнесы – эксперты называют эти изменения самыми масштабными и драматичными в новейшей истории России.

Во II квартале 2020 года доля соискателей, указавших в резюме удаленный график работы, выросла в 1,5 раза по сравнению с I кварталом. Парал-

лельно выросло количество вакансий со свободным графиком – таких предложений стало на 39% больше. «Многие сотрудники с опаской относятся

к посещению офисов, зачастую предпочитая оставаться на удаленном режиме работы, – размышляет **Ольга Широкова**, директор департамента консалтинга и аналитики Knight Frank. – Однако, несмотря на это, большинство компаний либо уже вывели, либо планируют выводить от 50% штата и более в относительно привычный режим работы. Зачастую устанавливаются графики посещения, чтобы не переполнять офис. И да, люди в принципе стали осторожнее относиться к поездке в офис и к нахождению там».

В ожидании второй волны?

По данным исследования Cognizant Center for the Future of Work, при переводе на «удаленку» компании могут сэкономить около 11 тысяч долларов в год на каждого сотрудника, сократив расходы на аренду помещений, отопление, мебель, оргтехнику. В итоге многие «цифровые слоны» бизнеса, например, Twitter, уже приняли решение о том, что даже после завершения пандемии сотрудники могут продолжать работать удаленно, при этом получив около 1 тысячи долларов на обустройство домашнего рабочего места.

В России офисный рынок пока живет под девизом «все сложно»: треть ждут «второй волны» и совмещают удаленный режим с офисным, треть – работают исключительно на «удаленке» и вообще не планируют возвращаться в офисы раньше 2021 года и еще треть работают, как раньше. «Больше всего повезло компаниям, которые уже были готовы к удаленному формату работы, – резюмирует **Дарья Канева**, заместитель директора департамента управления активами и инвестициями Becar Asset Management. – Тем, что и раньше переводили часть сотруд-

ников на «удаленку» и в коворкинги, причем не только проектные группы. Это не только IT-компании, но и те, у которых в принципе был более гибкий подход к функционалу сотрудников, например, «Северсталь» и Microsoft в Казани, Сбербанк. Те же, для кого работа на «удаленке» стала совершенно новым опытом, вышли из этой истории с разными результатами. Все же работа и домашний быт должны быть разделены, и работа из дома не очень хорошо называется как на первом, так и на втором». Однако в **Becar Asset Management** прогнозируют, что «как минимум 15%» так и останутся на «удаленке».

«Если мы говорим о том, что офисы порядка двух месяцев пустовали, а сейчас еще не все сотрудники вернулись на рабочие места, то изменения, конечно, беспрецедентные, – констатирует **Валерий Трушин**, руководитель отдела исследований и консалтинга IPG.Estate. – Но надо подчеркнуть, что эта история с пустыми и полупустыми офисами имеет все-таки временный характер. Поэтапное возвращение в офисы началось еще в мае. Конечно, есть компании, в большинстве своем представляющие IT-сегмент, которые вообще перенесли возвращение в офис на начало 2021 года. Но массово бизнес не отказывается от офисов. По нашим прогнозам, если удастся избежать очередного локдауна, то 90% рабочих мест будут заполнены уже в I квартале 2021 года. Оставшиеся 10% останутся работать в удаленном режиме, – это сотрудники, чей рабочий процесс вообще не привязан к офисному пространству».

Впрочем, в IPG. Estate отмечают, что «эти вернувшиеся в офисы 90%, конечно, будут работать немного иначе», а тенденции к гибкому подходу в части планирования рабочего пространства усилятся. Последнее



Дарья Канева
Becar Asset
Management



Екатерина Ньюман
Q1 Group



Александр Ошурко
Praedium



Константин Пырешев
RD Management

означает, что многие компании продолжают активно внедрять и использовать системы, позволяющие анализировать время и необходимость использования рабочего места. Такая аналитика позволит оптимизировать пространства, сократив их количество и/или заменив стационарное рабочее место хот-десками.

Модуль – будущее офисов

Как уже не раз говорилось, пандемия лишь усилила и ускорила тенденции, которые зарождались на рынке раньше, правда, не выбирая теперь отдельных сегментов – «айтишники», «нефтегаз», банки, перечисляет Валерий Трушин. Подстраиваться под пандемийные условия пришлось всем, кто вообще хотел сохранить бизнес. «Современный рынок труда (вне зависимости от сферы бизнеса) предполагает наличие разных типов сотрудников, деятельность которых требует разного отношения как к организации рабочих процессов, так и к организации офисных пространств, – указывает Валерий Трушин. – Мы, например, выделили четыре типа таких специалистов: резиденты, навигаторы, кооператоры и ремоутеры».

Кстати

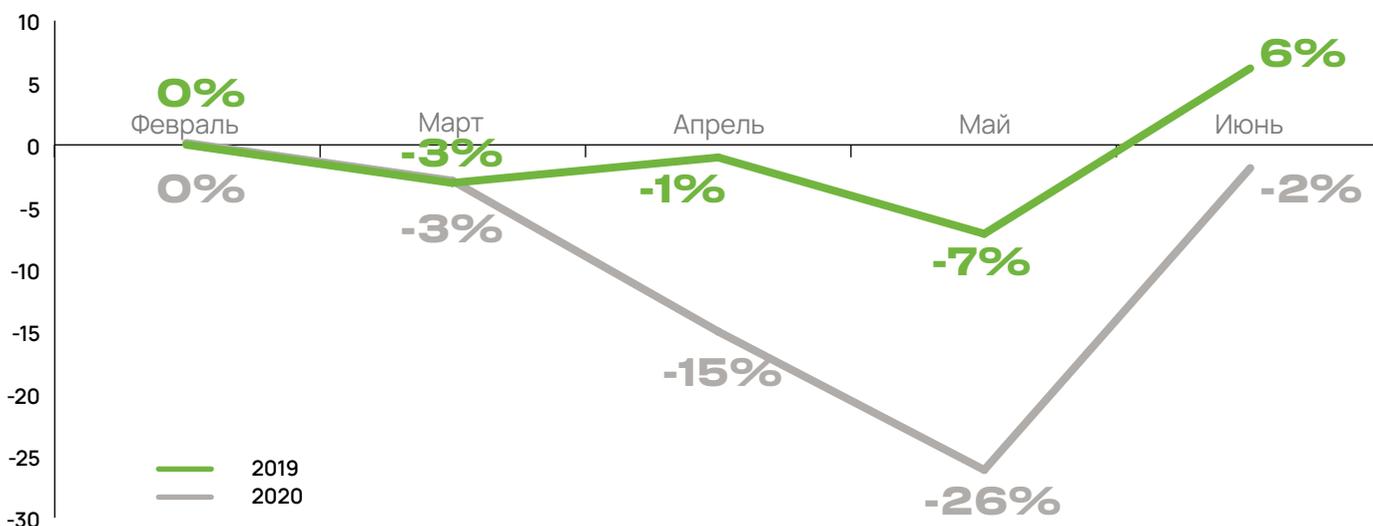
До конца года произойдет значительная корректировка общерыночных показателей. В первую очередь речь идет о предложении – в Москве может быть введено еще 140–150 тыс. кв. м (GLA) качественных офисов против ранее запланированных 320–330 тыс. кв. м. Объем ввода по итогам года может стать одним из самых низких – около 250 тыс. кв. м (GLA). Меньше было только в 2018 году, когда на рынок вышло только около 100 тыс. кв. м новых офисов.

В целом до конца года спрос будет зависеть как от макроэкономических показателей, так и от договороспособности сторон. Но в любом случае всем игрокам стоит готовиться к падению.

Источник: Becar Asset management

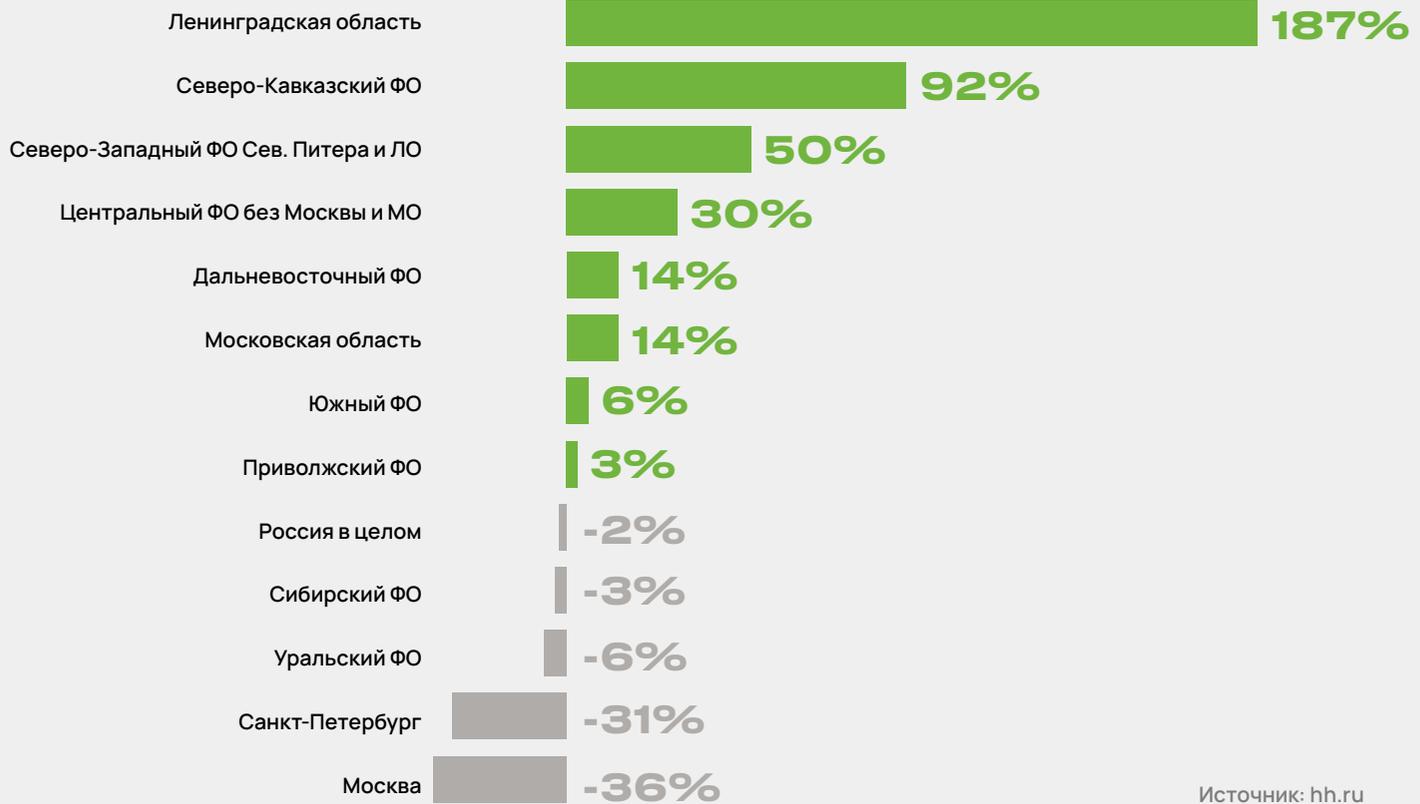
Резиденты 90% рабочего дня проводят за рабочим местом, поясняет Валерий Трушин. Им важны наличие фиксированного места, обособленность от коллег, возможность сосредоточиться и необходимость сохранения конфиденциальности информации. К этой группе в компании относят экономистов, бухгалтеров, юристов, аналитиков, HR, руководи-

Динамика вакансий в России в 2019 и 2020 (за 0 приняты показатели февраля)



Источник: hh.ru

Динамика вакансий по субъектам России в июне 2020 по сравнению с февралем 2020



телей высшего звена. Навигаторы – сотрудники, которые примерно 50% времени проводит вне офиса: встречи, переговоры, сделки, налаживание контактов, продажи. Однако им важно наличие возможности работать в офисе как индивидуально (ведение отчетности, подготовка документов и т.д.), так и в группе (обсуждение вопросов, сделок, участие команды в работе). К этой группе относятся консультанты, агенты, менеджеры по продаже, развитию. Кооператоры – сотрудники, которые примерно 30–50% рабочего дня проводят на рабочем месте, а остальное время посвящают групповой работе с руководителями, подчиненными – также могут работать и за пределами офиса. В этой группе – руководители отдельных направлений и департаментов, операционные, административные директора. Ну и ремоутеры – официально устроенные сотрудники компании, которые проводят в офисе не более 10% рабочего времени, в остальном работают удаленно (дома, на даче, в коворкинге, в другом городе или стране). В офисе они появляются для командной работы, обсуждения, проведения

общих совещаний. Этой категории специалистов вообще не нужно рабочее место, уточняет Валерий Трушин: дизайнеры, маркетологи, SMM-специалисты, IT-специалисты и т.д.



Все эти группы требуют принципиально разного подхода к офисным пространствам: одним важно наличие рабочих мест, другим – нужны лишь зоны для переговоров, командной работы, зоны отдыха. **Екатерина Ньюман**, партнер Q1 Group, соглашается: концепция гибких офисов и agile-пространств стала еще более востребованной, а формат «одна рабочая станция для двух-трех сотрудников» в некоторых сегментах доминирует уже сейчас. Особенно актуальной становится модульность офисов: возможность легко трансформировать помещение, соблюдать безопасную дистанцию между рабочими местами или отделить одно помещение от другого исходя из задач команды. Также вполне предсказуемо, что место open space займут кулуарные рабочие зоны, где еще и детально проработаны сценарии перемещения сотрудников, прогнозирует г-жа Ньюман.

Классовая борьба

Собственники офисной недвижимости изначально чувствовали себя достаточно уверенно, ведь у многих заключены долгосрочные договоры аренды с арендаторами, к которым, как правило, неприменимо условие форс-мажора, указывают в российском

подразделении PwC. Тем не менее одни офисные арендаторы уже начали оптимизировать свои площади, а другие – задумались об этом и планируют реализовать переезд или сокращение площадей в краткосрочной перспективе, что может привести к росту предложения субаренды и ротации арендаторов. Впрочем, в компании не ожидают, что эти планы существенно повлияют на рынок в среднесрочной перспективе – с одной стороны, в Москве уже давно назрел дефицит качественного предложения, с другой – рост вакансии позволит менее плотно разместиться компаниям, которые сегодня «ютятся» в недостаточно комфортных условиях.

Учитывая, что ряд игроков все-таки остались в режиме «удаленки» на период сентября, ряд – до конца года, **Александр Ошурко**, управляющий партнер компании Praedium, сообщает: в крупных офисах сейчас пустует 50% помещений (в классе А). В классе В «оживленность» выше, но также есть пустующие площади. В классе С офисы, по его словам, заполнены практически полностью. Однако в целом пандемия особенно сильно ударила как раз по классу С, где основной арендатор – компании, относящиеся к сегменту малого и среднего бизнеса, парирует Валерий Трушин. «Все наши портфельные объекты вернулись к докарантинной загрузке, сотрудники вышли в офис на полную рабочую неделю, – рассказывает **Константин Пыресев**, генеральный директор



Виктор Заглумин,

партнер Bright Rich | CORFAC International

– Несмотря на прогнозы ярых любителей работать, не вылезая из пижамы, повального перехода на «удаленку» не случилось. При этом нельзя и сказать, что все вернулось на круги своя и что даже «первая волна» закончилась. Многие крупные компании до сих пор работают в удаленном режиме. Особенно это характерно для гибких компаний с развитой CRM-системой и практикой активного использования облачных хранилищ. Однако более консервативные сегменты – энергетическая отрасль или некоторые представители финансового сектора, бизнес-процессы которых требуют очного присутствия в офисах, вернулись в них, как только это стало возможным. Что касается осени, то могу сказать, что никто никаких прогнозов сейчас не делает. Бизнес замер в ожидании – условно – «второй волны» (хотя по факту, как я отметил, и первая еще не завершилась) и того, как в этом случае поведет себя правительство. Пока же очевидно, что меры по борьбе с коронавирусом никуда не денутся. Безусловно, осенний сезон принесет нам обострение и ковида, и сезонного гриппа, хотя бы потому, что из-за начала учебного года ситуация с социальным дистанцированием ухудшится. Как именно эти факторы повлияют на общую ситуацию на рынке, прогнозировать сложно.

Динамика объема нового предложения, новых сделок и доли свободных площадей в сегменте офисной недвижимости



Источник: CBRE

RD Management. – Мы наблюдаем высокий спрос на услуги управляющей компании, поступает большое количество предложений принять участие в тендерах; сформировался эффект отложенного спроса, когда проекты, запланированные на начало года, стартовали летом».

По прогнозам Дарьи Каневой, «самая надежная» ситуация до конца года сохранится в офисах классов А и В+, где арендные договоры непросто разорвать из-за максимальной жесткости условий. В классе С будет наблюдаться более серьезный пересмотр условий, однако насколько – пока сказать сложно. К концу карантина рынок увидел коррекцию, которая, однако, не выглядит существенной – ставки аренды менялись в пределах 1%, вакансия – росла в среднем на 1,2 п. п. К середине года средний уровень вакантности увеличился на 1,2 п. п. до 9,6%, подсчитывает Дарья Канева. Больше всего, на 1,5 п. п., до 9,1%, она увеличилась в классе В+, меньше всего – на 0,6 п. п., до 8% – в классе С. Максимальное количество офисных площадей – 12,3% – действительно пустует в классе А. «Нам известно, что как минимум несколько крупных корпораций, например, ПИК, Raiffeisen и Deloitte, намерены оптимизировать свои офисные траты, – сообщает Дарья Канева. – Эти компании решили либо

сократить свой штат, либо арендовать офис меньше и дешевле, передав в субаренду текущий. Именно поэтому реальный уровень вакантности мы сможем узнать только к концу года, когда станет понятно, в каком состоянии находится большинство игроков». «Весной мы проводили опрос среди арендаторов, и тогда никто не планировал сдавать площади в субаренду, все заморозили активность, – делится, в свою очередь, Александр Ошурко. – Но вот в сентябре мы видим, что многие компании сдают часть офиса или офисы целиком в субаренду, поскольку сотрудники просто находятся дома».

Расчет на падение, которого нет

По словам Александра Ошурко, в итоге в классе А изменения действительно пока не очень заметны: условия договоров жесткие, есть определенные обязательства арендаторов, поэтому «легко и просто» снизить ставки не получилось. В классе В эти процессы проходили проще: многие арендодатели дали скидки до 50% от текущей арендной ставки,

а также возможность арендаторам сдавать офис в субаренду или сократить площади.

В IPG. Estate сообщают, что в Санкт-Петербурге на конец первого полугодия 2020 средний уровень запрашиваемых ставок аренды на офисные помещения класса А тоже существенно не изменился и находится на уровне 1 700 рублей за кв. м в месяц, включая НДС и КУ. Средний уровень ставок аренды на офисные помещения классов В/В+ также не претерпел серьезных изменений и находится на уровне 1 230 рублей за кв. м в месяц, включая НДС и КУ. Ставки аренды по уже заключенным договорам аренды корректируются переговорным процессом, однако предоставляемые скидки либо арендные каникулы касаются только 1–2 месяцев. В условиях всей длитель-

ности договора аренды такая коррекция ставки не превышает 2%.

В краткосрочной перспективе фокус петербургских арендаторов переместится с заключения договоров новой аренды на договоры продления и пересогласования текущих условий, указывает **Регина Волошенко**, руководитель отдела по работе с владельцами офисных помещений компании JLL в Петербурге. Многие крупные арендаторы продолжают активные переговоры с собственниками – с тем, чтобы вернуть лишние площади, которые появились из-за перевода части сотрудников на удаленную работу, и отказываются от планов расширения офисов в 2021–2022 году. Однако массовую миграцию арендаторов в поисках лучшей локации пока сдерживают высокие арендные ставки. А те падать никак не желают. Например, ряд арендаторов не прочь были бы воспользоваться ситуацией, рассчитывая,

Крупные гибкие офисные пространства в Петербурге

«Практик» на Гороховой (строится)*

Количество рабочих мест 796



«Практик» на Малоохтинском (строится)*

Количество рабочих мест 620



«Ясная Поляна»

Количество рабочих мест 620



Avenue Page

Количество рабочих мест 525



GrowUp

Количество рабочих мест 220



«Практик» на ВО

Количество рабочих мест 201



* – Используются фото сети коворкингов «Практик».

Источник: JLL

что цены упадут, как это было в 2009 году, и переехать из класса В в класс А. Но вряд ли такое же сильное падение ставок возможно в текущих реалиях, полагают в JLL.

Кроме того, к осени некоторые девелоперы скорректировали сроки ввода строящихся объектов коммерческой недвижимости и приостановили некоторые проекты до стабилизации ситуации. По данным JLL, на стадии строительства только в Петербурге находится 92 тыс. кв. м офисной недвижимости, ввод которых запланирован до конца 2020 года. Из них всего лишь 44 тыс. кв. м – это спекулятивные проекты. В итоге рост вакантных площадей, который начался с весны, будет для города не таким значительным, как в предыдущие кризисы. Тем не менее новые бизнес-центры столкнутся с увеличенными сроками экспозиции и все-таки вынуждены будут пересматривать коммерческие условия.

Не гнется, не ломается

Пока же эксперты прогнозируют более чем 50% рост рынка для коворкингов, сообщает Константин Пыресев. Формат доказал свою востребованность и в будущем может занять 15–20% рынка всех качественных офисов классов А и В, соглашается Александр Ошурко. «В условиях пандемии многие

Кстати

По данным опроса, проведенного в мае, у 45% работодателей уменьшилась численность персонала, у 40% она осталась неизменной, и у 14% – увеличилась. Еще 36% планировали сокращение численности в ближайшие полгода, 35% планировали увеличение и 18% не ожидали никаких изменений. Более чем у половины опрошенных (56%) уменьшился фонд оплаты труда, у 34% он не изменился, а увеличился только у 10%. Дальнейшее его урезание планировали 28% опрошенных работодателей, увеличение – 23%, не планировали менять его – 27%.

Источник: hh.ru

компании выяснили, что их сотрудники могут эффективно работать удаленно, – размышляет **Евгений Овчинников**, исполнительный директор сети сервисных офисов Business Club от Capital Group. – Однако три месяца после отмены локдауна демонстрируют тенденцию к возвращению к привычному укладу офисной жизни компаний. Командная работа и социа-



Магда Кмита,

партнер бюро
Blank Architects

– *Рынок недвижимости достаточно инертен, поэтому изменения на нем происходят медленно, что справедливо для всех сегментов. Нельзя однозначно утверждать, что пандемия радикально изменит функционал и парадигму офисной недвижимости, но определенные коррективы, безусловно, этот фактор уже внес. Так, многие компании приняли решение сократить объемы занимаемых офисных помещений, а также переформатировать рассадку сотрудников с учетом актуальных норм. Все это изменяет планировочные решения в офисах: увеличивает дистанцию между рабочими местами и приводит к отказу от классических open-спейсов в пользу изолированных рабочих зон для проектных команд или департаментов. Возврат к кабинетной системе – слишком дорогостоящий, поэтому более эффективны гибкие и менее дорогие концепции: перегородки, диваны с шумоизоляционными высокими спинками, а также использование изолированных кабин для одиночной работы. Такие решения уже применяются в гибких офисных пространствах, коворкингах – в том числе, поэтому многие небольшие компании могут предпочесть готовые решения вместо переоборудования классических офисов. Также возможен рост интереса к формату бизнес-парков с собственной территорией. В таких проектах есть возможность для организации неформальных рабочих мест на благоустроенной зеленой территории.*



лизация – это также одна из важнейших функций, которую выполняют офисы. И даже при всех высокотехнологичных возможностях удаленной работы мотивация, повышение уровней лояльности и вовлеченности, а также развитие корпоративной культуры среди сотрудников намного эффективнее в формате офисов. В итоге мы фиксируем высокий интерес к коворкингам, тем более что наш главный продукт – это SaaS: Spase as a Service (офис под ключ), а многие бизнесы пришли к тому, что не стоит глобально инвестировать в офис, нести капитальные затраты в текущих условиях. Выгоднее и эффективнее арендовать и пользоваться высокотехнологичным современным дизайнерским готовым офисом. Расходы, таким образом, присутствуют только операционные – в виде арендных платежей. При этом клиент получает полный сервис по управлению офисом на высоком уровне».

Михаил Коноплев, генеральный директор WeWork в России и Восточной Европе, подтверждает эту тенденцию: и до пандемии компании смотрели на WeWork как на решение с гибкими соглашениями, краткосрочной арендой, возможностью быстро масштабировать количество рабочих мест. «Эти качества сейчас стали еще важнее для компаний, столкнувшихся с беспрецедентными вызовами, которые сейчас хотят перемен в отношениях с офисными арендодателями, – указывает г-н Коноплев. – Для

работодателей пандемия вообще стала отдельным вызовом – по мере снятия карантинных ограничений и возвращения сотрудников в офис им необходимо обеспечить команды безопасным пространством для продуктивной совместной работы. В Москве наш портфель резидентов всегда был разнообразным, в том числе это – предприниматели, стартапы и значительное количество крупных корпоративных клиентов. Но сейчас мы отмечаем особенный рост спроса со стороны корпораций – на них приходится 45% нашего глобального портфеля резидентов, а в Москве – 80%».

Показательно, что, по данным исследования WeWork в Нью-Йорке, 76% опрошенных офисных сотрудников также считают офис необходимым для командной работы и инноваций. «Мы слышим то же самое от наших резидентов в Москве – людям не хватает возможности пообщаться с коллегами при личной встрече, обсудить идеи за чашкой кофе, – говорит Михаил Коноплев. – И мы потратили несколько месяцев на адаптацию наших помещений к новым правилам социального дистанцирования и повышенной санобработки».

В свою очередь, в JLL только в Санкт-Петербурге прогнозируют прирост гибких офисных пространств в 2020 году на 100%. С начала 2020 года прирост уже составил 37% – 1 022 рабочих места в 8 новых проектах. К концу года объем предложения может удвоиться по сравнению с 2019 годом. Самые крупные объекты анонсированы к открытию осенью – «Практик» на Гороховой улице (796 рабочих мест) и на Малоохтинском проспекте (620 рабочих мест). Из новых трендов – собственники бизнес-центров открывают на части своих площадей коворкинги и управляют ими самостоятельно, иногда – с привлечением внешнего оператора или покупки франшизы. Как и в Москве, изменения происходят и в структуре арендаторов. Если еще год назад основной спрос на гибкие офисные пространства в Петербурге формировали индивидуальные клиенты – фрилансеры и начинающие индивидуальные предприниматели, то сейчас сегментом активно интересуется и «большой бизнес». Растущий спрос привел к корректировке коммерческих условий – за 8 месяцев 2020 года арендные ставки на гибкие офисные пространства в Петербурге

В июне самая высокая конкуренция на рынке труда сложилась в сферах:

- искусство, развлечения, массмедиа – hh.индекс **15,6**;
- высший менеджмент – hh.индекс **14,9**;
- начало карьеры, студенты – hh.индекс **13,2**;
- административный персонал – hh.индекс **11,7**;
- юристы – hh.индекс **9,8**;
- бухгалтерия, финансы предприятия – hh.индекс **8,9**.

выросли в среднем на 12%. При этом в небольших коворкингах изменений не произошло, а в сервисных и гибридных офисах увеличилась в первую очередь стоимость аренды отдельного офиса и фиксированных рабочих мест. Дальнейшее развитие рынка гибких офисных пространств в Петербурге будет происходить в нескольких направлениях, рассказывают в JLL. С одной стороны, продолжают появляться новые небольшие классические коворкинги, ориентированные на фрилансеров и начинающих предпринимателей, для которых важна не только коммерческая составляющая проекта, но и сама атмосфера сотрудничества и общения. С другой стороны, опыт Москвы показывает, что большой объем потенциального спроса со стороны крупных корпоративных клиентов будет подогревать появление новых проектов. В итоге произойдет дальнейшее перераспределение спроса в сторону гибридных офисных пространств. Большая часть гибких офисов продолжит развиваться в центральной части города, в локациях, близких к метро и основным транспортным магистралям, но постепенно происходит частичная децентрализация и появление коворкингов в спальных районах города, в новых проектах жилых домов и апартаментов. «Ну и особенно пристальное внимание к инженерии будет теперь именно в коворкингах, – резюмирует Екатерина Ньюман. – И это не только очистка воздуха, но и увлажнение и дополнительная дезинфекция (ионизация). Ранее эти опции считались особой привилегией, но теперь

будут внедряться гораздо чаще. Кроме того, станут массово использоваться бесконтактные системы в местах общего пользования: автоматические двери, автоматизированные раковины и бесконтактные кнопки смыва в санузлах».

Едим дома

Для магазинов, ресторанов и кафе, химчисток и салонов красоты в БЦ и МФК ситуация была «более кризисной»: многие заведения в итоге закрылись, вздыхает Александр Ошурко. Часть свободных помещений вышла не только на рынок аренды, но и на рынок продажи: сейчас эксперты видят предложения, ранее не экспонировавшиеся. «Сначала объекты офисной инфраструктуры были закрыты в период карантина, а потом сократился трафик посещения из-за перевода некоторых сотрудников офисов на удаленную работу, – уточняет Константин Пыресеv. – Сегодня операторы «оживают», они открылись в БЦ, но не в полном объеме: соблюдается социальная дистанция, уменьшилось число посадочных мест. Загрузка таких заведений сейчас составляет порядка 70%, но она постепенно увеличивается с возвращением же сотрудников в офисы и началом деловой активности».

Смежные и «заточенные» на офисный мир бизнесы потерпели миллиардные убытки в большинстве стран. Так, по данным vc.ru, только в США вокруг офисной жизни и офисных



Цифры

Уровень вакансии на рынке качественной офисной недвижимости Москвы по сравнению с началом года вырос на 38,5%. Объем свободных площадей, по данным на 1 июля 2020, составляет 1 866 775 кв. м. Наиболее весомый прирост за первое полугодие отмечен в классе В – 73,8%. Это связано прежде всего с оптимизацией площадей и ротацией текущих арендаторов. Стоимость квадратного метра в аренде за первое полугодие уменьшилась. В классе А размер средневзвешенной арендной ставки, по данным на 1 июля, составляет 26 480 руб./кв.м/год triple net, это на 1,5% ниже показателя, актуального на начало года (26 890 руб./кв.м/год triple net). В классе В+ ставка снизилась на 2,7%, 16 750 руб. против 17 210 руб. на начало года. Ощутимее всего арендная ставка упала в классе В – на 9,2%. По данным на 1 июля, этот показатель составляет 12 480 руб./кв.м/год triple net.

Вакансия на рынке петербургской офисной недвижимости за первое полугодие увеличилась на 41%. Общий объем свободных площадей, по данным на 1 июля, составляет 368 970 кв. м. Наибольший прирост зафиксирован также в В-классе – 76,3%. Объем вакантных площадей здесь составляет 140 145 кв. м. Арендная ставка в петербургской офисной недвижимости А-класса по итогам первого полугодия несколько упала – на 1,5%. По данным на 1 июля, этот показатель составляет 1 910 руб./кв.м/мес. (с учетом НДС, ОПЕХ, КУ). В классах В+ и В стоимость «квадрата» выросла на 3,1% и 4,8% соответственно. Средний размер ставки здесь равен 1 320 руб. в классе В+ и 1 090 руб. в классе В (с учетом НДС, ОПЕХ, КУ).

Источник: Bright Rich | CORFAC International

сотрудников были сосредоточены бизнесы стоимостью \$1 трлн со 100 млн рабочих мест. Работу в итоге уже теряют те, кто «кормит, одевает, перевозит, развлекает людей, пока

они находятся вне дома», сообщает экономист Массачусетского технологического института David H. Autor. В Нью-Йорке до конца года может закрыться до трети предприятий малого бизнеса – аптеки, спортзалы, химчистки, флористы, кофейни, производители офисной техники, гостиницы и авиакомпании. Один только Starbucks прогнозирует падение выручки на \$2 млрд – из-за того, что утренние покупатели теперь сидят дома, а не ходят в кофейни перед приходом в офис. Из-за карантинных потерь «продался» классический бренд одежды Brooks Brothers; для авиакомпаний ударом стало сокращение или полное отсутствие командировок, на которые приходилось до 70% авиаперевозок. David H. Autor резюмирует: проблема настолько велика, что ставит под угрозу экономику городов – пандемия и всемирный переход на «удаленку» могут принести экономический и культурный упадок. Уже сейчас, по данным опроса «Национальной лиги городов», 90% городов США ожидают снижение доходов к 2021 году как минимум на 13% – в основном из-за падения налогов с продаж товаров и услуг офисным сотрудникам. В The Marker напоминают: PMorgan Chase, Ford, Twitter и другие компании продолжают заявлять о долгосрочной или постоянной работе из дома.

В свою очередь, Скотт Бакстер, генеральный директор Kontoor Brands (бренды Wrangler и Lee) убежден, что после карантина офисный дресс-код станет менее официальным, и от этого выиграют





соответствующие бизнесы – сотрудники привыкли работать в удобной одежде в течение дня. По его словам, в то время как для миллионов людей по всему миру их дома превратились в офисы, футболки и джинсы придут и в офлайн-новый деловой мир. «В период карантина и вынужденного пребывания и работы дома акценты в гардеробе естественно переместились на одежду, которая соответствует стилю жизни в домашнем «заточении», – соглашается **Анна Лебсак-Клейманс**, генеральный директор Fashion Consulting Group. По словам г-жи Лебсак-Клейманс, статистика спроса во время карантина вообще была наиболее наглядна через структуру покупок крупных маркетплейсов. Так, в первый месяц карантина в апреле на маркетплейсе Lamoda наиболее активным спросом пользовалась удобная спортивная одежда, трикотаж, который можно носить дома, особенно футболки, джемперы и худи, домашняя одежда и белье, спортивная обувь, удобная для жизни в домах за городом. Затем к этому набору стали добавляться элементы офисного гардероба, необходимые для дистанционной работы. По данным Wildberries, по сравнению с аналогичным периодом в апреле, онлайн-продажи блузок подскочили на 88%, рубашек –

на 85%, мужских пиджаков – на 64%, женских жакетов – на 69%, костюмов – на 50%, брюк – на 32%. Был очевиден и опережающий рост топов, элементов одежды, которые видны в окне монитора при проведении дистанционных встреч. Тогда же вырос спрос и на «вневременные» деловые аксессуары, которые часто используют в качестве подарков – продажи ремней в итоге поднялись на 65%, портфелей на 60%, галстуков – на 26%.

Однако продажи первой недели в открытых «реальных» магазинах в Москве оставались практически в два раза ниже показателей продаж, с которыми магазины входили в карантин. По прогнозам Fashion Consulting Group, оборот fashion-рынка России в 2020 году при лучшем сценарии может упасть на 25–40%. Другие игроки оценивают падение только в сегменте офисной одежды в 50–60%. По данным «Платформа ОФД» (выборка показателей с 900 тыс. кассовых аппаратов) средний чек при покупке одежды за май 2020 в сравнении с маем 2019 уменьшился на 30%. В «Эвотор» посчитали, что в целом в России выручка магазинов одежды была в мае этого года ниже на 69%, обуви – на 67%, ювелирных магазинов – на 61%, оптики – на 60%. «Можно предположить, что в итоге желание отделить “social look” от домашнего стиля приведет к росту спроса на более яркую, индивидуальную и менее утилитарную одежду, – констатирует г-жа Лебсак-Клейманс. – После долгой вынужденной изоляции люди будут стремиться найти повод для встреч и праздников. И в этом тренде есть, например, большие возможности для локальных дизайнеров, так как оригинальная дизайнерская одежда по разумным ценам, которая еще и производится ограниченными тиражами, будет пользоваться повышенным спросом». **cRe**



**Регина
Волошенко**
JLL в Петербурге



**Михаил
Коноплев**
WeWork в России
и Восточной Европе



**Анна Лебсак-
Клейманс**
Fashion Consulting
Group

Приключения электроников

Текст: Влад Лория
Фото: Архив CRE



По данным Ассоциации компаний интернет-торговли, за первые 6 месяцев 2020 года российский рынок продемонстрировал рекордные онлайн-продажи – 1 трлн 400 млрд руб. Это около 10% от всех офлайн-продаж в стране. Впрочем, даже после снятия ограничений e-commerce остается самым интересным для игроков сегментом: в интернет за время пандемии пришли даже те клиенты, которые раньше не покупали там никогда и ничего.

По данным исследования CBRE, проведенного во время режима самоизоляции, 68% респондентов увеличили покупки продуктов питания и товаров первой необходимости в интернет-магазинах. Менее половины участников исследования совершали онлайн-покупки в сегментах одежды и обуви, косметики и парфюмерии,

детских товаров, бытовой техники и электроники, товаров для дома и ремонта (от 25% до 46% в зависимости от категории товара). «Конечно, 100% перехода за товарами повседневного спроса в онлайн не произошло, однако последствия пандемии точно усилили развитие онлайн-направления продуктового ритейла», – указывает

Василий Григорьев, заместитель директора, отдел исследований рынка CBRE.

По данным Statista, рост рынка e-grocery в 2020 году составит 20,8%, в то время как остальные категории продемонстрируют все-таки более низкие темпы. «Пандемия не просто привела в онлайн стихийных покупателей, она способствовала формированию привычки делать в этом канале постоянные покупки, и поведение наших клиентов во II квартале 2020 года доказывает, что отказываться от онлайн-шопинга люди не собираются и дальше», – резюмирует **Даниил Федоров**, CFO Ozon. По данным компании, в апреле-мае число новых покупателей Ozon выросло на 84% к 2019 году; после открытия же офлайн-точек каждый четвертый «весенний» новый клиент сделал повторный заказ, каждый седьмой – два заказа или более. Оборот от продаж товаров и услуг Ozon (gross merchandise value, или GMV) за вычетом возвратов по итогам II квартала 2020-го вырос на 188% к аналогичному периоду прошлого года и составил 45,8 млрд рублей с НДС. Показатель GMV в первом полугодии составил 77,4 млрд рублей – на 152% больше, чем годом ранее. Во II квартале 2020 доля GMV от продаж товаров-селлеров впервые превысила 50% от общего оборота компании (июнь).

В Ozon перечисляют другие ключевые тренды постпандемного рынка: например, перенос «рутинных» покупок в онлайн – в каждом втором «летнем» заказе «весенних» новых покупателей есть товары повседневного спроса. «Ограничивая социальные контакты, россияне в период пандемии перевели в интернет покупки товаров повседневного спроса – речь, прежде всего, идет о продуктах питания, детских и зоотоварах, бытовой химии и средствах гигиены, которые весной встречались в каждом втором

заказе на Ozon, – делится **Мария Заикина**, заместитель генерального директора по связям с индустрией Ozon. – В апреле мы доставили 2,2 миллиона заказов с товарами повседневного спроса – в 2,7 раза больше, чем в прошлом году. Помимо товаров повседневного спроса, пользователи также приобретали все необходимое для поддержания привычного образа жизни в самоизоляции – от товаров для мелкого ремонта и фитнеса в домашних условиях до аппаратов для сушки гель-лака».

Еще один тренд – рост корзины онлайн-покупок: клиенты объединяют в заказах разные категории товаров и в принципе покупают больше, чем прежде. В связи с этим темп роста абсолютного числа заказов Ozon во II квартале до 14,6 млн (+132%) несколько ниже, чем темп роста оборота. Наблюдался и рост в регионах за счет экспансии логистической инфраструктуры: самыми быстрорастущими городами во II квартале в итоге стали Новосибирск (+293%), Воронеж (+250%) и Краснодар (+235%); региональные продажи формируют уже более 55% оборота Ozon. Ну и главное – рост числа повторных покупок: по словам экспертов компании, перенося рутинные покупки в онлайн, клиенты чаще интересуются дополнительными продуктами с тем, чтобы получить больше выгоды. Так, в июне в топ самых популярных товаров вошла Ozon.Card с кэшбэком, и к концу II квартала суммарно было выдано 175 тысяч карт.

Игра в классику

Однако, исключая лавинообразный рост интереса к онлайн-покупкам, последствия коронавируса отразились негативно и на самой индустрии e-commerce, считает Василий Григорьев: серьезный удар по цепочкам поставок, снижение спроса на значительное количество



Даниил Федоров
Ozon



Андрей Романенко
«Эвотор»



Александр Яковлев
NP Group



Эмиль Оруджлу
D'S Damat в России

Кстати

Самыми востребованными магазинами посткарантинного лета стали продуктовые, хозяйственные и садовые центры. «В плюсе» оказались не только гипермаркеты, но и магазины шаговой доступности. Средний чек в магазинах «у дома» вырос по сравнению с аналогичным периодом прошлого года с 585 до 830 рублей.

Покупка продуктов питания всегда – основная статья расходов, ежегодно россияне тратят на еду треть своего бюджета. Однако лето 2020 года побило все рекорды. Так, за три летних месяца доля расходов по данной категории выросла до 38% по сравнению с 30% в прошлом году. Рост затронул не только продуктовые магазины, но также магазины дачной тематики: строительные рынки и садовые центры. Средний «дачный» чек за рассматриваемый период составил 3300 рублей, что на 17% больше, чем за аналогичный период прошлого года (2805 рублей).

Источник: СДМ-Банк

категорий товаров, сохранение спроса преимущественно на жизненно важные категории (товары для дома, средства гигиены), продукты питания, снижение покупательской способности населения.

К экспоненциальному росту продаж в конце марта-начале апреля не был готов никто, соглашается **Андрей Романенко**, генеральный директор ИТ-компании «Эвотор». Этот факт привел к сбоям в логистике и проблемам с клиентским сервисом. Но особенно сложно пришлось «классическим» ритейлерам, которым пришлось входить в «новый цифровой мир» в авральном режиме. «Увеличить штат сотрудников, перестроить бизнес-процессы, оптимизировать логистику, найти новых партнеров и расширить каналы онлайн-продаж (выйти на новые маркетплейсы и т.д.), – перечисляет Андрей Романенко. – Мы работаем в основном с малым и средним бизнесом – это продуктовые магазины “у дома”, магазины одежды и обуви, цветочные лавки, небольшие кафе, химчистки, спортклубы, автосервисы. И, по данным опроса, который мы проводили в апреле среди 2000 клиентов, оказалось, что 80% из них работают исключительно в офлайне, полноценный интернет-магазин есть только у 6% предпринимателей, у 5% – интернет-витрина, а у 9% – лишь сайт-визитка. Во время локдауна, когда магазины непродовольственной торговли были закрыты, предприниматели наконец задумались о необходимости других каналов продаж, начали развивать дистанционные продажи по телефону, и как следующий этап –



**Михаил
Догадин,**

вице-президент
по закупкам и развитию
компании «Связной»

– С 1 июня по 9 августа россияне купили 6,7 млн смартфонов на общую сумму 115 млрд рублей, из которых на онлайн-продажи пришлось 1,8 млн смартфонов и 39,2 млрд рублей, что больше в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 93% в штуках и на 126% в деньгах. Доля интернет-продаж составила 27,3% в штуках, в то время как в пиковый период пандемии в апреле-мае она составляла 34%. Сейчас сохраняется достаточно высокая доля продаж смартфонов онлайн, что связано с изменением потребительского поведения после длительного периода самоизоляции. Несмотря на возможность свободно посещать магазины, часть потребителей остались в интернете. Покупатели оценили все преимущества интернет-покупок и шаги ритейлеров для развития этого канала продаж. Так, например, «Связной» за последние несколько месяцев расширил способы получения товаров за счет подключения сети поставщиков, запустил проекты, которые позволяют клиентам получать товары из интернет-магазина в течение часа.



Константин Бондаренко,

заместитель
генерального
директора
BMJ-logistics

– «Классическому» ритейлу пришлось полностью уйти в интернет, у кого-то это получилось лучше, у кого-то – хуже. Невозможно создать полноценный онлайн-магазин за один день, поэтому многие компании реализовывали продажи через все доступные каналы: Instagram, VK. В этот период были сложности с доставкой товара до клиента, многие небольшие компании смогли решить эту задачу, а вот крупным игрокам она давалась сложнее. Чем больше ассортимент, тем сложнее открыть собственный онлайн-магазин, поэтому ритейлеры во время пандемии начали продавать товары через маркетплейсы. В итоге на логистическом рынке резко вырос спрос на фулфилмент. Наша компания много лет оказывает эту услугу как в России, так и в странах Европы, а с закрытием точек продаж и переходом в онлайн большого количества ритейлеров мы зафиксировали существенный рост клиентов по данному направлению. Вообще, надежных логистических операторов, способных взять на себя весь комплекс услуг для онлайн-магазина, не так много. Попытка сделать все самостоятельно – это основная проблема; иногда все же стоит довериться компаниям, которые годами оказывают необходимые услуги и уже наладили все процессы.

через собственный интернет-магазин. Но в целом этот сектор пока остается преимущественно офлайн-овым. Для локальных магазинов, которые привыкли делать оборот за счет транзитного трафика (то есть людей, которые проходят мимо), интернет-торговля – это сложный процесс с непонятной эффективностью. Технологические изменения в традиционном, несете-вом ритейле неизбежны, но они только начинаются».

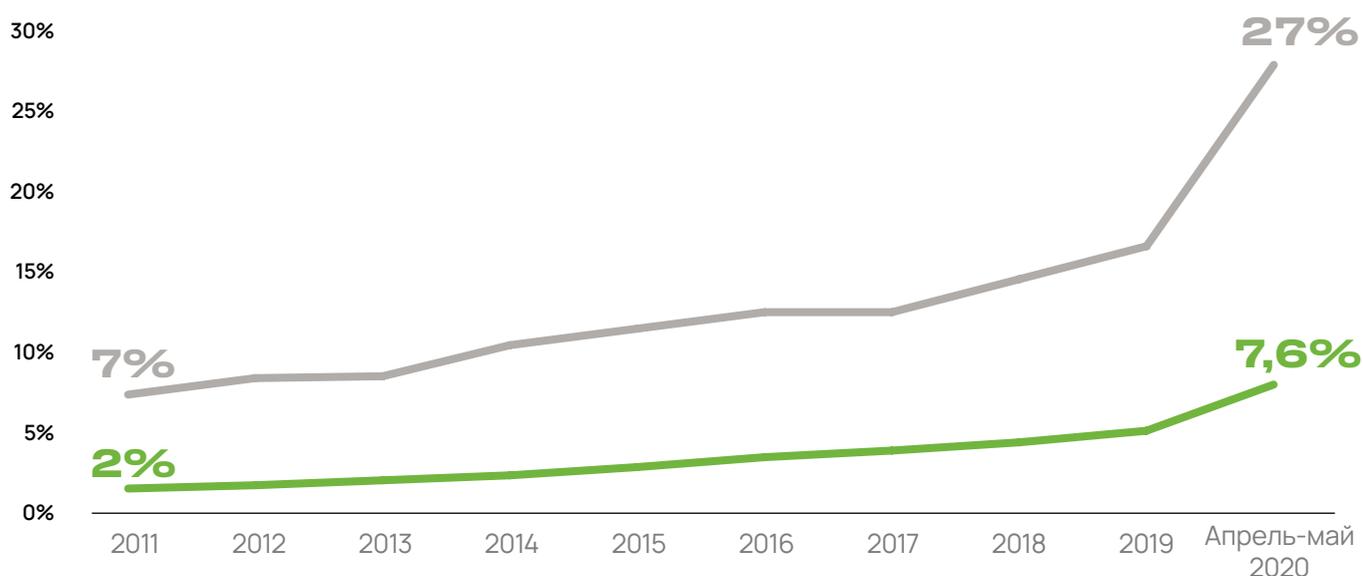
Для кого-то из игроков критично развивать полноценную онлайн-торговлю, а кому-то даже сейчас достаточно быть «просто онлайн» и принимать заказы для дальнейшей обработки и завершения покупки в офлайне, поддерживает **Александр Яковлев**, коммерческий директор NP Group. Эффективность такого формата доказали, например, арендаторы районных ТЦ, расположенных в шаговой доступности от жилых домов. «У каждого из них есть свои постоянные покупатели – жители района, – поясняет эксперт. – В период ограничений торговли многие из них стали работать на доставку, а также формировать заказы «на вынос», что позволило сохранить покупателей и не потерять доход от продаж».

До недавнего времени доля онлайн-продаж у большинства «классических» ритейлеров действительно составляла всего несколько процентов. Но во время пандемии онлайн-продажи, например, сети мага-

зинов «Кант» выросли в 7 раз, а совокупная выручка компании в июне благодаря онлайн-у превысила прошлогоднюю на 85%. Рынок доставки продуктов вырос за время пандемии в 4–5 раз; X5 в итоге стала крупнейшим онлайн-ритейлером в сегменте e-grocery, а доставку продуктов запустил даже «Магнит», который до последнего сомневался в перспективе этого направления. «Те, у кого онлайн-продажи уже были налажены, смогли не только сохранить объемы выручки, но и существенно их увеличить, – соглашается Александр Яковлев. – Онлайн-продажи М. Видео, Эльдорадо выросли на 100% к прошлому году и в целом увеличились на 13%



Доли онлайн-торговли в России и США



Источник: Cushman&Wakefield

к прошлому году. Многие стали использовать партнерские пункты доставки, что стало дополнительным стимулом к сохранению продаж в период самоизоляции и ограничения в передвижениях».

В полном люксе

На онлайн-торговлю обратили внимание даже те ритейлеры, которые до этого не слишком уделяли внимание сегменту или вообще принципиально в него не выходили, резюмирует **Евгения Хакбердиева**, директор департамента торговой недвижимости Knight Frank. В этом смысле наиболее показательна история игроков премиум- и люкс-брендов.

Традиционно потребители премиального сегмента предпочитали делать покупки офлайн (72% опрошенных, согласно исследованию Nielsen «Изменение потребительского благосостояния», 2019 г.), но пандемия и здесь внесла свои коррективы. В итоге премиальные и люксовые бренды не только активно осваивают формат онлайн-торговли, но стараются привнести в онлайн некую «премиальность» в смысле сервиса. Так, проект Gucci Live предоставляет возможность взаимодействовать с личным консультантом в режиме реального времени. Более востребованными со стороны производителей и потребителей люкса стали и специализированные маркетплейсы. Например, Alibaba запустил аутлет с товарами люксовых брендов Luxury Soho, а люксовые вещи от независимых дизайнеров представлены на новой платформе Amazon – Common Threads: Vogue x Amazon Fashion, перечисляет г-жа Хакбердиева. Свой первый дисконт именно в онлайн открыл и Stockmann. «Пандемия поставила нас всех в условия, когда пользоваться интернет-заказами пришлось даже самым скептически настроенным к онлайн потребителям, – соглашается **Эмиль Оруджлу**, генеральный директор мужского fashion-бренда D'S Damat в России. – Покупатели остались с e-commerce «с глазу на глаз» и были просто вынуждены совершать покупки с маркетплейсов. Но тут нужно помнить

Кстати

Мировая интернет-торговля значительно увеличилась в объемах благодаря огромным инвестициям, сделанным ранее в инфраструктуру и городскую логистику.

Источник: Cushman&Wakefield

и о том, что с каждым годом «классическому» ритейлу было все сложнее и сложнее в принципе «бороться» с онлайн, особенно это касается мегаполисов. Быстрый ритм жизни делает онлайн более простым, удобным и быстрым решением для покупок. Во время пандемии и после него этот тренд усилился, и в крупных городах ритейлерам стоит его принять как данность».

Пандемия стала прекрасным индикатором всех трендов в торговле, которые раньше ритейлеры могли игнорировать и/или откладывать на потом, поддерживает **Иван Шахин**, генеральный директор брендов s.Oliver Shoes и Jana в России. По его словам, связка offline&online стала как никогда актуальной, даже жизненно необходимой для компаний. «В период пандемии покупатели, которые никогда не пользовались онлайн-сервисами, начали ими пользоваться и получили положительный опыт, а это означает, что их покупательское поведение уже изменилось и никогда не будет прежним, – указывает г-н Шахин. – И это – несколько миллионов покупателей в России. Покупатели же, которые уже пользовались онлайн-каналами, просто расширили список категорий для покупки онлайн. Если ранее они заказывали, например, только еду/бытовую технику, то теперь

Кстати

Доля онлайн-платежей при заказе продуктов к августу 2020 года выросла в три раза относительно марта и составила 39%. При этом на торговый эквайринг (оплата картой курьеру) приходится 48% платежей, а наличные используют в 13% случаев. Причина резкого роста оплаты онлайн – популярность бесконтактной доставки на фоне пандемии. В феврале 2020 доля пользователей igoods, которые предпочитали платить онлайн, составляла 13%. В начале режима самоизоляции количество онлайн-платежей увеличилось до 14%, к апрелю эта цифра выросла до 29%, к маю – до 39%. Летом доля онлайн платежей была стабильна и по состоянию на конец августа составляет 39%. В августе через онлайн-эквайринг прошло более 40000 платежей на общую сумму свыше 155 млн рублей.

Источник: igoods



Александр Лозовский,

директор розничной сети «Ситилинк»

– В период ограничений большинство клиентов классического ретейла вынужденно попробовали онлайн-шопинг. Это стало драйвером развития e-commerce в мире, в том числе в России. Пандемия способствовала выходу классической розницы в дистанционные каналы взаимодействия с покупателями. Для многих потребителей, которые ранее так же были приверженцами классической полочной розницы, онлайн-покупки так и останутся предпочтительным видом шопинга. Маркетплейсы же помогли адаптироваться в новых реалиях компаниям, которые ранее не вели свой бизнес в онлайн, и получили большое количество новых клиентов и поставщиков на своих площадках.

Существенное влияние пандемия оказала на логистику и складской рынок. В регионах, например, обнаружился дефицит качественных складских помещений класса В+ и выше. Это послужило стимулом к строительству и запуску большого количества хабов крупных онлайн-игроков. Такие примеры можно наблюдать в Казани, Ростове-на-Дону, Новосибирске, Екатеринбурге и на Дальнем Востоке. Также существенно увеличилась нагрузка на «последней миле». В период ограничений более чем в два раза выросла доля доставки, сейчас она вернулась к значениям до пандемии, но общий объем продаж через онлайн-каналы все еще показывает высокий рост.



это коснулось категорий, которые требуют примерки и непосредственного физического участия в процессе покупки (одежда, обувь, белье)».

В итоге в розничном бизнесе произошла подмена ключевой характеристики успешности торговой точки с «локации» на «удобную логистику», резюмирует г-н Шахин. Ценность локации торговой точки теряется с появ-

лением сверхбыстрой доставки из интернет-магазина прямо домой к покупателю или в удобный для него пункт выдачи рядом с домом (pickup points), поясняет эксперт – это быстрее, удобнее, а ассортимент значительно шире. Для офлайн-форматов, в свою очередь, особенно важным становится предоставление «дополнительного покупательского опыта» при посещении ТЦ и магазинов – того, что они не смогут получить онлайн.

Таким образом, по оценкам Ивана Шахина, сейчас на fashion-рынке распределение offline к online-каналам – примерно 70% на 30%; доля offline будет медленно снижаться, но основной канал продаж на протяжении ближайших 10 лет все равно будет offline. По его словам, продажи s.Oliver Shoes, например, в онлайн-канале ежегодно прирастают на 15–20%, а с января по май 2020 года увеличились на +24% по отношению к прошлому году. «Но важно отметить, что в России основными онлайн-покупателями все-таки остаются жители больших городов, – напоминает Иван Шахин. – В небольших городах, в регионах, где отсутствуют развлечения в том объеме, в которых они присутствуют



Григорий Кунис,

управляющий
и сооснователь сервиса
доставки продуктов
igooods



– По нашим прогнозам, к концу года выручка igooods достигнет 12 млрд рублей, что в 4,5 раза превышает прошлогодний показатель. За первое полугодие сервис доставил более 915 заказов на сумму 4,1 млрд рублей, что означает рост в 3,4 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Диджитализация потребовала инвестиций от компаний, которые ранее не развивали это направление. После восстановления эпидемиологической ситуации игроки, которые нашли новый канал продаж, в любом случае останутся в выигрыше. Выход в онлайн – мировая тенденция, которая и без влияния пандемии уже скоро затронула бы российские рынки. Осенью в Петербурге, например, планирует запуститься московский сервис доставки продуктов «Утконос». Его приход привлечет дополнительную аудиторию, что положительно для рынка в целом. Конкуренция среди сервисов доставки сейчас высока, так что столичному игроку придется инвестировать в продвижение и обеспечить такой уровень сервиса, к которому привыкли петербургские пользователи. Крупные компании вроде «Сбермаркета» и Mail.ru так же вливают дополнительные инвестиции в свои проекты по доставке продуктов и еды. Недавно объявлено, что маркетплейс Aliexpress теперь будет доставлять продукты совместно с сервисом «Самокат». Для маркетплейсов это общая тенденция – они вообще стремятся стать хабом, где можно купить все виды товаров.

Кейс

Мужчины во время и после пандемии начали покупать практичную и повседневную одежду: футболки, шорты, casual-брюки и рубашки. Спрос на «расслабленные» образы повысился на 25%. В итоге мы начали выпускать более практичные и инновационные предметы гардероба. К примеру, в производство запущены суперлегкие пиджаки, которые весят всего 150 граммов, а также костюмы из немнущейся ткани; пояс на брюках стал мягкий, а вместо ремней – шнурки. Кроме того, в ассортименте можно встретить водонепроницаемые костюмы и рубашки.

Источник: D'S Damat

в крупных городах, поход в магазин – это своего рода "праздник", развлечение для населения, и они непременно продолжают посещать ТЦ, когда это станет "безопасно".

В свою очередь, многие операторы – например, работающие в сегменте ниже среднего, не выходят в онлайн даже после пандемии, понимая, что ситуации с карантином – скорее, «разовое событие». «Их товары большим спросом пользуются именно при продажах офлайн – Familia, Offprice и т. п.», – перечисляет Евгения Хакбердиева.

Такие логичные

В новых реалиях присутствие онлайн – уже не только собственно «присутствие», но качество и скорость предоставления услуг, отмечает **Евгения Сафонова**, аналитик департамента исследований и аналитики Cushman & Wakefield. Например, Ozon, тестирующий бесконтактную доставку до двери еще до пандемии, сообщал о значительном росте популярности данного сервиса даже после самоизоляции. Также ритейлер запустил бесконтактную оплату товаров с автоматическим списанием средств после получения доставки.



«Если в прошлом году таргетом для "последней мили" была доставка в день заказа, то теперь нужны сервисы, которые доставляют заказы в течение часа и даже 15 минут», – резюмирует Андрей Романенко.

В итоге М. Видео, Decathlon и «ВкусВилл» запустили экспресс-доставку товаров с помощью такси. Последний еще и начал продажи через крупнейшие агрегаторы «Яндекс.Еда» и Delivery Club. Крупнейшие агрегаторы и маркетплейсы вообще показали существенный рост количества поставщиков. Это произошло не только за счет того, что многие офлайн-операторы, которые не были представлены онлайн до пандемии, начали реализацию товаров через маркетплейсы, но и за счет расширения каналов

Динамика выхода новых международных брендов на российский рынок



Источник: Colliers International

Кстати

Еще один яркий пандемный тренд – бум бесконтактности во всем. Так, KFC запустил в Москве первый ресторан без касс и персонала, «Азбука вкуса» совместно со Сбербанком – магазин без продавцов. Вероятно, в ближайшее время все больше ритейлеров будут открывать магазины подобных форматов – это может быть интересно не только с точки зрения противодействия пандемии, но и с точки зрения оптимизации собственных расходов.

Источник: Knight Frank

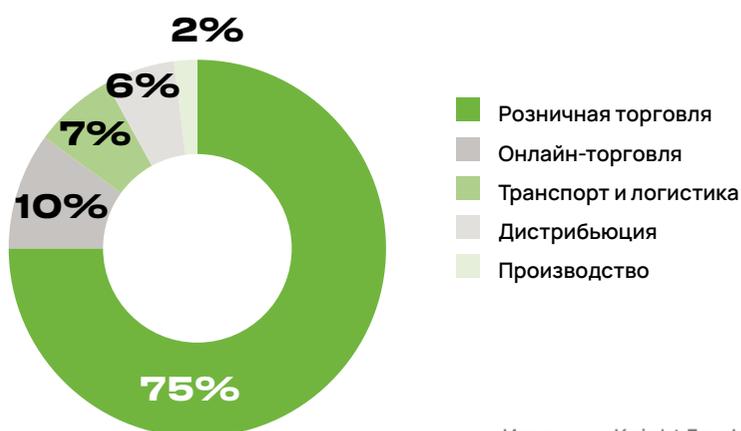
продаж уже существующих онлайн-игроков и их выхода на маркетплейсы. Число новых поставщиков Wildberries, например, в апреле выросло в 7 раз, а в первые две недели мая – в 11 раз по сравнению с аналогичными периодами прошлого года (всего в мае количество поставщиков увеличилось с 30 тыс. до 35 тыс.). «Во II квартале 2020 доля оборота от продаж товаров-селлеров впервые превысила 50% от общего оборота компании, – соглашается Мария Заикина. – Маркетплейсы в условиях

пандемии стали оптимальным решением, поскольку дают возможность бизнесу не только поддерживать продажи, но и масштабировать их за счет трафика, логистических мощностей и инфраструктуры. Весной число компаний МСБ на нашем маркетплейсе удвоилось относительно среднемесячного значения 2020 года. Всего на Ozon активно продают более 13 000 компаний, и порядка 40% из них – представители малого и среднего бизнеса».

Объемы загруженности основных маркетплейсов дошли до такого максимального уровня, что во время пандемии были сложности с отгрузками, и увеличились сроки приемки товаров на их склады, вспоминает Эмиль Оруджлу. В итоге спрос на складские помещения со стороны операторов интернет-торговли продолжит расти, а также будет стимулировать дальнейшее развитие городской логистики, прогнозируют в Cushman&Wakefield. В конце августа была запущена первая очередь распределительного центра Wildberries в Татарстане на 50 тыс. кв. м, а в июле «Все инструменты.ру» и PNK Group заключили соглашение о строительстве склада на 182 тыс. кв. м. По оценкам CBRE, ритейлеры только за 1 П 2020 взяли на 33% больше площадей в сравнении с 1 П 2019. Учитывая крупные сделки этого сегмента, анонсированные в июле текущего года, можно ожидать, что по итогам года доля e-commerce в спросе составит порядка 30–35%.

Константин Фомиченко, департамент индустри-

Распределение сделок в регионах России в зависимости от типа арендатора/покупателя по итогам 8 месяцев 2020 г.



Источник: Knight Frank

Распределение сделок по профилю арендаторов/покупателей в Московском регионе по предварительным итогам 9 месяцев 2020 года

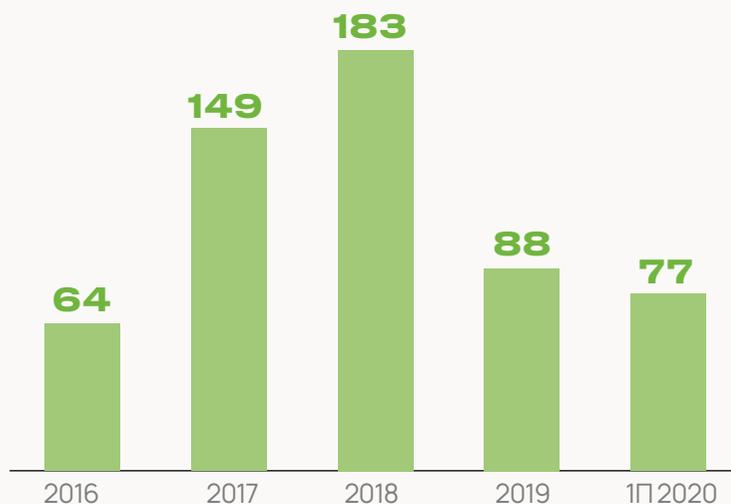


Источник: Knight Frank

альной и складской недвижимости, Knight Frank, в свою очередь, оценивает общий объем сделок от online-ритейла по итогам I полугодия 2020 года в 24% от общего объема в Московском регионе, что является наибольшим показателем с 2017 года. В ближайшие 4 года основные операторы online-торговли планируют увеличить складские мощности более чем на 5 млн кв. м, указывает эксперт. Ожидается, что в перспективе следующих лет игроки рынка e-commerce расширят и региональное присутствие, в том числе – за счет ввода логистических мощностей в регионах России.

Пока же в сегменте логистики продолжается усиление конкуренции за счет развития маркетплейсов, которые теперь конкурируют как с фулфилмент-операторами, так и со службами доставки, сообщает г-н Фомиченко. Таким образом, перспективы фулфилмент-операторов и служб доставки в будущем во многом зависят от появления новых игроков, решивших полагаться на собственные силы, а не на подключение к существующим игрокам. «Фулфилмент становится по-настоящему популярным, – соглашается **Елена Шутюк**, генеральный директор федеральной логистической компании IML. – Увеличение количества заказов показало интернет-магазинам необходимость оптимизации процессов комплектации и упаковки: в пик пандемии срок отгрузки у некоторых игроков ведь увеличился на 1–2 дня. Комплексная логистика же снижает риски нарушения сроков подготовки и доставки заказов. Еще один

Общая площадь сделок с участием онлайн-ритейлеров на складском рынке Московской области, тыс. кв. м



Источник: CBRE

плюс фулфилмента – увеличение логистических мощностей “на лету” и экономия на неиспользуемых площадях. В общем, если раньше многие партнеры рассматривали только услугу доставки, сейчас спрос на комплексную логистику вырос в 2–3 раза и продолжает набирать популярность. Увеличился спрос и на кассовое обслуживание, особенно на безналичный способ. Среди других новых запросов – онлайн-оплата через сайт логистической службы». «В начале года Ozon объявил о переходе к работе по модели логистической платформы, – рассказывает Мария Заикина. – Это значит, что мы привлекаем к доставке на последней миле большое количество партнеров, прежде всего индивидуальных предпринимателей и самозанятых. Сейчас они доставляют уже более 95% заказов. Такая модель позволяет быстро и гибко масштабировать ресурсы доставки, что особенно актуально в периоды пикового спроса – в частности, со стартом режима самоизоляции число заказов выросло в несколько раз, при этом 95 заказов из 100 мы доставляли вовремя. Кроме того, работа по модели платформы позволяет быстро запустить курьерскую доставку даже в небольших городах». **cRe**





Текст: Вальдемар Вайсс
Фото: предоставлены автором

Торговые коридоры должны вести в светлое будущее



**Вальдемар
Вайсс,**
глава российского
филиала
Munitor gruppe

Какие похожие имена и какие разные судьбы – старая избитая шутка поменяла свои полюсы. Уличная розница и стрит-ритейл – названия вроде бы отличаются, но как много общего прослеживается в их нынешнем существовании, особенно в свете последних подарков високосного 20-го. Одинаковые проблемы и задачи сегодняшнего дня в любой точке мира. То, что происходит и происходило в Германии, возможно, уже стало актуальным для России. А что в Германии?

Немецкие специалисты бьют тревогу. Центры городов умирают!!! Немцы больше не хотят ходить по магазинам!!! Правда ли это или очередная выдумка желтой прессы! На фотографии – город Люнебург, обычный коронавирусный день. Пустынные улицы, отсутствие туристов и местных

шопоголиков. Однако поствирусная реальность мало отличается от того, что происходило несколько месяцев назад.

Кризис в уличной розничной торговле во многих городах вызван не только и не столько пандемией

и актуален не только для Германии. Явление это не сиюминутное, о чем нам напоминают незабвенные Ильф и Петров: «В уездном городе N было так много парикмахерских заведений и бюро похоронных процессий, что, казалось, жители города рождаются лишь затем, чтобы побриться, постричься, освежить голову вежеталем и сразу же умереть» («12 стульев»).

Скукотища! Так вот же одна из причин, та же, что опустошила торговые центры. Отсутствие разнообразия операторов – именно это в центре города гасит желание и задор совершать забеги по магазинам, накатив предварительно чашку кофею. Ну нет загадки в женщине-торговле, одни и те же витрины вызывают тревожные рефлексии как у буржуазии, так и у пролетариев. Индивидуальность и уникальность могли бы стать живительным источником для уставших от одних и тех же витрин и ограниченного предложения самаритян.

Стрит-ритейл в городских районах Германии переживает очевидно не лучшие времена. Первоначально двери магазинов были закрыты на несколько недель из-за мер по сдерживанию пандемии. Теперь, даже после того, как магазины открылись, в центрах некоторых городов зияет пустота. Многие ритейлеры, в том числе Galeria Karstadt Kaufhof, уже объявили о закрытии филиалов.

Центры немецких городов слишком «на одно лицо». Россия, за небольшим исключением, также подвержена этому недугу. Города, не управляемые должным образом, терпят стрит-ритейловское бедствие. Сам был свидетелем, как белым медведем в теплую погоду ревел представитель мэрии Сургута, огорченный тем, что все арендаторы муниципального стрита сбежали под крыши двух огромных ТЦ. Ну и покупатели этого далеко не самого теплого города, устав морозить сопли, потянулись за ними, оставив город без арендаторов и денежного потока.

Мы снова в Германии, по данным исследования, проведенного Институтом исследований розничной торговли (IFH), около 60 000 человек дали центральным городам Германии оценку 3 с плюсом. Маловато будет. В России пока такого исследования никто не проводил, думаю, что это хорошая задача для исследователей из РАНХиГС или для Союза Торговых Центров. Они узнают для себя много интересного.

Потребители ожидают, что посещение центра города станет впечатлением, сочетающим культуру, еду и шопинг. А что же они находят? Заглянем, например, в Штутгарт. На улице Кенигштрассе, протяженностью всего-то 1,2 км, мы найдем аж три магазина H&M. А три магазина модной группы Desigual покупатели могут посетить, пройдя расстояние менее двух километров.

Перспектива полюбоваться несколькими филиалами одного и того же оператора в ходе одной прогулки делают такую привлекательной только для мастеров-любителей количественной фотографии из Поднебесной, иногда кажется, что у них перехватывает дыхание от многоэтажек в Химках, так старательно они фотографируются на парковке местной «Меги». Не говоря уже про то, что большая часть исконно русских сувениров производится в Китае, для того, чтобы китайцы же их купили в России, как воспоминание о северном соседе. Но сейчас их временно с нами нет, ритейл может повернуться лицом к своим, родным... но проблема: небольшие и уникальные операторы-стартапы да и не только они, обычно не могут позволить себе ужасающую арендную плату в центре города...

Муниципалитеты обычно имеют прямое влияние на разнообразие в центральной части города только в том случае, если они владеют недвижимостью в востребованных местах, до сих пор это было редкостью.

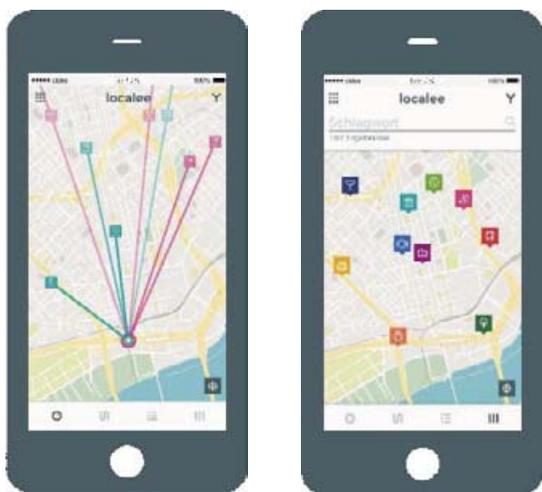
Больше, чем что-либо иное, сейчас необходимы четкие концепции для спасения торговых коридоров и уличной розницы в городах. Федеральный министр экономики Германии Питер Альтмайер (ХДС), опираясь на положительные примеры, делает ставку прежде всего на оцифровку всех городских процессов. Это должно укрепить позиции ритейлеров и сделать покупки в центре города более привлекательными для потребителей. В начале сентября П. Альтмайер пригласил всех участников рынка «поговорить об экономических возможностях оцифровки для городских районов, розничной торговли и общественного питания».



Одна из политических партий Бундестага потребовала выделить 500 млн евро для внутреннего городского фонда, чтобы помочь муниципалитетам разработать новые привлекательные концепции центров городов.

Продвинутые муниципалитеты сами ищут и находят решения навалившихся на них проблем: цифровизация процессов, маркетинг, зонирование, сбалансированный tenant-mix операторов, конкурентная среда, активное взаимодействие с малым бизнесом, особенно с туристическими компаниями и экскурсоводами в городе, создание уникальности с их помощью. В некоторых случаях, как в Дуйсбурге, местные власти рекомендуют определенные маршруты экскурсий, специально разработанные для того, чтобы помочь стрит-ритейлу, и обеспечить равную посещаемость городских улиц и районов.

Что сделал Дуйсбург? В городе проводится более 30 мероприятий общегородского масштаба плюс три раза в неделю открыт фермерский рынок. Кроме обычных городских сервисов (чистота, парковка, эвенты и т.д.), город помогает реализовывать собственникам вакантные



помещения, активно занимается внутригородской навигацией, мотивирует операторов уличной розницы, местами размещая для усиления акцентов цветочные клумбы и городские скульптуры. Для поддержания порядка создана должность квартального хаусмайстера, старосты (он должен реагировать на пожелания операторов в техническом обеспечении, обеспечении чистоты улиц, мест продаж). В городе художественно оформляются поверхности объектов инфраструктуры вплоть до электрощитовых. В рамках ревитализации центра города разрабатывается единая концепция вывесок и террасной мебели для уличных кафе.

Разработанное по заказу городских властей мобильное приложение для прямого общения с жителями и туристами содержит:

- 1) план общественного транспорта;
- 2) программу городских мероприятий;
- 3) месторасположение достопримечательностей для туристов, культурных и исторических сооружений;
- 4) адреса магазинов, отелей, гастрономии.

При этом одинаково активно продвигаются все городские территории.

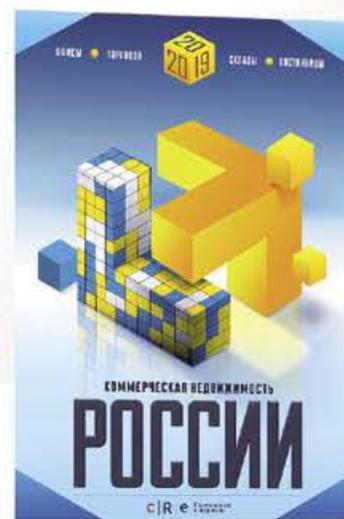
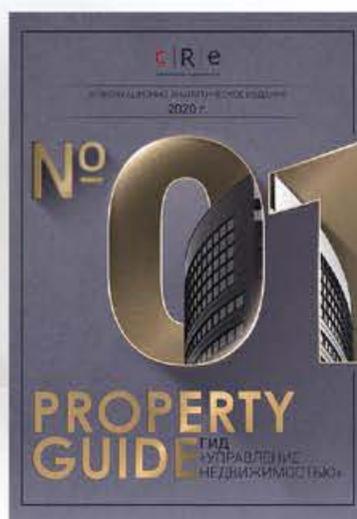
Уличная розница – это показательный сегмент рынка, своего рода термометр экономики, в некоторых случаях и странах – спиртометр. По изменениям, которые происходят в этой сфере бизнеса, можно четко определить тенденции развития экономики и общественные настроения внутри страны. Вывески на улицах, основных торговых коридорах, – как зеркало положения дел в коммерции. Кризисы, а теперь еще и пандемия влияют на состав и количество этих вывесок, то есть на структуру потребления и спроса, и на состав операторов.

Комфортные пешеходные зоны, удобная парковка, привлекательные фасады зданий, велодорожки, зелень, подсветка – это картина комфортного городского пространства, чем не пряник к чаю для жителей и гостей города?

Любите и развивайте свои города и своих чиновников. Удачные проекты должны послужить вдохновляющим фактором для всех и для каждого. Сделайте ваш город комфортным для проживания и привлекательным для странствующих граждан. 

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
IMPRESS MEDIA
представляет

ГИДЫ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ



Статистика

Тенденции

Прогнозы

Реклама

Для приобретения издания свяжитесь с нами по телефону:
8 (499) 490 04 79 E-mail: podpiska@impressmedia.ru

Побочные эффекты

«Последствия» пандемии в виде штрафов и уголовной ответственности останутся с нами надолго

В Российской Федерации «благодаря» COVID-19 оформилась нормативно-правовая база, регулирующая отношения государства, граждан и бизнеса в условиях активной борьбы с пандемиями. И эти законодательные новации, вероятно, останутся навсегда и будут применяться в новых случаях возникновения угрозы массовых заболеваний. Поэтому представляется важным в своей деятельности учитывать новые правила, ведь они, бесспорно, влияют на оценку рисков бизнеса, особенно работающего в сфере ритейла.

Текст: Андрей Тузов
Фото: Архив CRE



Андрей Тузов,
старший юрист
адвокатского бюро
«Егоров, Пугинский,
Афанасьев и партнеры»

Что новенького?

Очевидно, что возникновение любых эпидемиологических угроз будет заставлять ограничивать число социальных контактов, если это способствует распространению инфекционной угрозы. В российском законодательстве были проработаны вопросы применения режима повышенной готовности, при

объявлении которого региональные органы власти вправе ограничивать функционирование мест скопления людей (в том числе торговых точек, мест предоставления развлекательных услуг населению и т. д.), свободу передвижения (самоизоляция, которая не является карантинном) и т. д. Был уточнен список жизненно важных товаров, продажа которых не будет ограничиваться.

При этом в правоприменительной практике мы наблюдали некую развилку в установлении этих ограничений. В частности, с позиции федеральных органов власти было получено четкое указание: продажа товаров народного потребления при реализации товаров первой необходимости возможна. С другой стороны, отдельные регионы после отмены указа Президента России, которым устанавливались нерабочие дни, запрещали реализацию любых товаров, не включенных в перечень жизненно важных. Порой это приводило к парадоксальным ситуациям: в период активного прироста новых случаев заражения COVID-19 торговле разрешалось реализовывать товары народного потребления вместе с товарами первой необходимости, а когда ситуацию уже взяли под контроль, продавать что-либо, помимо товаров первой необходимости, запретили. Впрочем, надо признать, такой логикой руководствовались лишь отдельные субъекты страны.

Еще один урок пандемии: стало понятно, что в части введения ограничений ключевую роль отныне будут играть органы Роспотребнадзора. Именно они задают общую канву подлежащих установлению ограничений, решают вопросы их поэтапной отмены, исходя из эпидемиологической ситуации в конкретном регионе. Поэтому при возникновении любой ситуации особое внимание надо обращать на активности именно этого ведомства.

Региональные органы исполнительной власти во многом базировались на конкретизации объявленных Федерацией мер борьбы с распространением вируса, на постановлениях главных государственных санитарных врачей, но также проявляли дополнительную инициативу, придавая рекомендациям Роспотребнадзора обязательную силу либо дополняя вводимые ограничения новыми, что находило отражение в указах глав регионов (например, в Москве), постановлениях региональных правительств.

Отметим еще одну тенденцию, которая сформировалась в этом году – минимизация роли федерального Правительства и Президента, которые делегировали полномочия по принятию конкретных мер борьбы в регионы.

Наработанные в период пандемии нормативные акты, соответствующее распределение полномочий между

федеральным и региональными центрами, похоже, будут применяться и в будущем, и этот механизм будет реактивирован в случае повторного ухудшения эпидемиологической ситуации.

Административная ответственность

Конечно же, в период ограничений не обошлось и без серьезной переработки мер ответственности за нарушение предписаний и правил. Пандемия COVID-19 принесла новый состав в Кодекс об административных правонарушениях – статью 20.6.1 «Невыполнение правил поведения при чрезвычайной ситуации или угрозе ее возникновения», которая устанавливает меры ответственности за нарушение предписаний органов исполнительной власти, введенных в период повышенной готовности.

Также была серьезно ужесточена ответственность по статье 6.3, предусматривающей ответственность за нарушение предписаний и правил, установленных Роспотребнадзором. Главным сигналом для бизнеса от Государственной Думы РФ стало существенное повышение верхних пределов наказаний по этим составам. В частности, для юридических лиц штрафы достигают до 1 миллиона рублей и возможность приостановки деятельности на срок до 90 суток по судебному решению.

Судебная система, которая в апреле получила огромное количество материалов по этим статьям, выработывала единые подходы к квалификации, т. к. было не исключено двоякое толкование новых норм, что первое время вызвало непонимание, в каких ситуациях какую статью правильно применять. Однако к середине мая и этот вопрос был снят, когда Верховный Суд выпустил разъясняющий документ: нарушение требований Роспотребнадзора – статья 6.3 КоАП РФ (штрафы до 1 млн рублей на юридических лиц и приостановка деятельности до 90 суток); нарушение иных предписаний – ст. 20.6.1 КоАП РФ (штрафы от 100 до 300 тысяч рублей или до 1 млн рублей

и приостановка до 90 суток при причинении вреда здоровью человека).

Специфика административной ответственности отражается также и на том, что наказание назначается по каждому факту выявления нарушения, и гипотетически может сложиться ситуация, когда контрольно-надзорные ведомства могут ежедневно составлять протоколы и направлять их в суд на рассмотрение, что может приводить к неоднократному назначению наказания. В этой части судебная практика не дает нам ключ к пониманию временных границ допустимых нарушений, а также к четким критериям, которые служат для определения длящегося правонарушения. Таким образом, в качестве рекомендации можно предложить делать все, чтобы максимально оперативно устранять недостатки в соблюдении требований по противодействию распространению инфекции.

Чтите Уголовный кодекс

Также была ужесточена и уголовная ответственность. Состав преступления, предусмотренный статьей 236 Уголовного кодекса РФ, претерпел изменения в связи с COVID-2019. Так, сейчас уголовно-наказуемым считается не только нарушение санитарно-эпидемиологических требований (по сути – тех, что исходят от Роспотребнадзора), в результате которых произошли массовые заболевания, либо смерть человека, но и такие нарушения, в результате которых была создана лишь угроза массовых заболеваний. Статья была дополнена частью третьей, предусматривающей уголовную ответственность в случае



смерти двух и более лиц. Кроме того, данное преступление было «утяжелено» – если раньше максимальной санкцией было лишение свободы до двух лет, а в случае смерти одного человека – лишение свободы до пяти лет, то теперь в случае смерти двух и более лиц обвиняемому грозит до семи лет лишения свободы.

Оставив за скобками сложный анализ, стоит отметить, что как к уголовной, так и к административной ответственности в контексте противодействия распространению коронавирусной инфекции можно привлечь лицо, если в организации не обеспечиваются соответствующие требования и предписания Роспотребнадзора, и эти нарушения создают угрозу массовому заражению, либо привели к нему. А с учетом особенностей функционирования ритейла такие требования предусматривают необходимость:

- 1) термометрии работников предприятий (до начала смены, в течение смены, по ее окончанию) с изоляцией сотрудников с температурой тела выше 37 градусов, а еще лучше и термометрии (в том числе дистанционной) посетителей торговых точек с принятием мер при выявлении повышенной температуры тела посетителя;
- 2) создания условий, при которых возможно соблюдение социальной дистанции сотрудниками и посетителями в 1,5–2 метра. Стоит обратить внимание на рекомендации по расчету предельного числа посетителей и работников в торговых точках, в том числе при обеспечении дистанцирования посетителей, ожидающих входа в помещение торговой точки;
- 3) организации дезинфекции (рук и рабочих поверхностей), использование оборудования по обеззараживанию воздуха;
- 4) обеспечение сотрудников средствами индивидуальной защиты (маски, перчатки), монтаж в кассовых и других зонах, в которых происходит непосредственный контакт с посетителями, защитных экранов или обеспечение сотрудников индивидуальными защитными экранами.

Сравнивая административную и уголовную ответственность стоит отметить, что административная ответственность грозит самому юридическому лицу,

Ужесточение наказания по ст. 6.3 «Нарушение законодательства в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения» КоАП РФ

Было

Штраф за нарушение законодательства в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, выразившееся в нарушении действующих санитарных правил и гигиенических нормативов, невыполнении санитарно-гигиенических и противоэпидемических мероприятий:

- на должностных лиц – от 500 до 1000 руб.;
- на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, – от 500 до 1000 руб. или административное приостановление деятельности на срок до 90 суток;
- на юридических лиц – от 10 000 руб. до 20 000 руб. или административное приостановление деятельности на срок до 90 суток.

Стало

Штраф за нарушение законодательства в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, выразившееся в нарушении действующих санитарных правил и гигиенических нормативов, невыполнении санитарно-гигиенических и противоэпидемических мероприятий:

- на должностных лиц – от 500 до 1000 руб.;
- на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, – от 500 до 1000 руб. или административное приостановление деятельности на срок до 90 суток;
- на юридических лиц – от 10 000 руб. до 20 000 руб. или административное приостановление деятельности на срок до 90 суток.

За те же действия, совершенные в период режима чрезвычайной ситуации или при возникновении угрозы распространения заболевания

- на должностных лиц – от 50 000 руб. до 150 000 руб.;
- на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, – от 50 000 до 150 000 тыс руб или административное приостановление деятельности на срок до 90 суток;
- на юридических лиц – от 200 000 руб. до 500 000 руб или административное приостановление деятельности на срок до девяноста суток.

Те же действия (бездействие), совершенные в период ЧС и повлекшие причинение вреда здоровью или смерть человека

Штраф:

- на должностных лиц – от 300 000 руб. до 500 000 руб. или дисквалификацию на срок от года до трех лет;
- на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, – от 500 000 руб. до 1 000 000 руб. или административное приостановление деятельности на срок до девяноста суток; на юридических лиц 500 000 руб. до 1 000 000 руб или административное приостановление деятельности на срок до девяноста суток.

а вот уголовная – конкретному менеджеру компании, который в силу закона или должностного положения несет ответственность за обеспечение соблюдения санитарно-эпидемиологических правил. Если специальной должности в компании нет, то по умолчанию – это генеральный директор. Но даже, если специальный сотрудник и выделен (что рационально в ближайшие пару лет), то надо правильно оформить делегирование этого функционала.

Что проверить, чтобы снизить риски привлечения к ответственности?

В качестве рекомендаций по защите от возможных претензий хотелось бы дать несколько советов.

Во-первых, целесообразно, по крайней мере на период существования угрозы распространения

инфекции, определить сотрудника, ответственного за реализацию защитных мер. Для этого требуется оформить дополнительное соглашение о возложении на него функциональных обязанностей, соответствующую должностную инструкцию, приказ. Указанные документы должны гарантировать реальность исполнения им обязанностей, что можно сделать путем, например, возложения на сотрудника обязанности раз в неделю предоставлять отчет о принимаемых им мерах. Также было бы полезным обучить его на курсах повышения квалификации, выделить бюджет на реализацию конкретного плана мероприятий в организации (приобретение средств индивидуальной защиты, средств дезинфекции и так далее).

Ужесточение наказания по ст. 236 УК РФ

Было

Нарушение санитарно-эпидемиологических правил, повлекшее по неосторожности массовое заболевание или отравление людей

- штраф до 80 000 руб. или в размере заработной платы за период до 6 месяцев,
- либо лишение права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до 3 лет,
- либо обязательные работы на срок до 360 часов,
- либо исправительными работами на срок до одного года,
- либо ограничение свободы на срок до одного года

То же деяние, повлекшее по неосторожности смерть человека:

- обязательные работы на срок до 480 часов,
- либо исправительные работы на срок от 6 месяцев до 2 лет,
- либо принудительными работами на срок до 5 лет,
- либо лишение свободы на срок до 5 лет.

Стало

Нарушение санитарно-эпидемиологических правил, повлекшее по неосторожности массовое заболевание или отравление людей либо СОЗДАВШЕЕ УГРОЗУ наступления таких последствий

- штраф от 500 000 руб до 700 000 руб. или в размере заработной платы за период от одного года до восемнадцати месяцев,
- либо лишение права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до 3 лет,
- либо ограничение свободы на срок до 2 лет,
- либо принудительные работы на срок до 2 лет,
- либо лишение свободы на срок до 2 лет.

Нарушение санитарно-эпидемиологических правил, повлекшее по неосторожности смерть человека

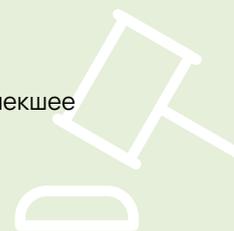
- штраф в размере от 1 000 000 руб. до 2 000 000 руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от 1 года до 3 лет,

либо ограничение свободы на срок от 2 до 4х лет,

- либо принудительные работы на срок от 3 до 5 лет,
- либо лишение свободы на срок от 3 до 5 лет

Нарушение санитарно-эпидемиологических правил, повлекшее по неосторожности смерть двух или более лиц

- принудительные работы на срок от 4 до 5 лет
- либо лишение свободы на срок от 5 до 7 лет.



Во-вторых, такой сотрудник должен иметь полномочия и понятную процедуру по отстранению работников с признаками ОРВИ и повышенной температурой.

Во-вторых, необходимо документировать реализацию мер защиты, а документы хранить не менее 5–7 лет. В частности, речь идет о журнале термометрии, первичных документах по приобретению, принятию на склад и списанию средств индивидуальной защиты и дезинфицирующих средств, вести журнал выдачи средств индивидуальной защиты. Помните, что все проверки начинаются как раз с изучения документов.



В-третьих, не помешает принять локальный акт, которым будут доступно и достоверно описана реализация обязательных мер защиты, а также бизнес-процесс, применяемый в конкретной компании. При этом данный документ должен отражать действительность, а с его содержанием должны быть ознакомлены все сотрудники под подпись.

Не стоит пренебрегать, казалось бы, излишним формализмом – когда проходит проверка и последующие возможные следственные действия часто возникают трудности именно с доказыванием того, что реально компания делала для минимизации рисков заражения, поскольку не всегда ее действия оформляются корректно.

Ограничения смягчили – можно расслабиться?

Не совсем. Все три приведенных состава остаются в тренде. Можно предположить, что работа в условиях ограничений – реальность ближайших нескольких лет. А потому соблюдение предписаний, требований и даже рекомендаций – залог спокойного будущего. Правда, при условии, если защитные меры принимались реально и об этом сохранились подтверждающие документы. 

mapic

The leading international retail property event to build the ultimate lifestyle destinations!



**2 shows
1 pass**
from only
€590*

mapic.com

17-19 November 2020
Palais des Festivals, Cannes, France

LeisurUp™

THE NEW GLOBAL LEISURE
EVENT TO BUILD UNIQUE, VIBRANT
AND LIVELY EXPERIENCES FOR
PLACES AND SPACES



leisurup.com

Join the leading industry players already registered:

CBRE, ECE, Five Guys, Gulli Parc, Ladurée, LE DUFF, Maisons du Monde, Multi Corporation, Nike, Pradera, Orange, Sonae Sierra, Uniqlo...

Discover the full list: www.mapic.com

*Retailers' pass rate. Please visit our website to discover our full range of offers.

Барометр

Розница через 5 лет сократится на треть

Согласно исследованию компании Accenture «Новая эра в привлечении клиентов», торговым компаниям, если они хотят остаться на плаву, придется перестроить взаимоотношения с клиентами. Пандемия привела к существенным перманентным сдвигам в поведении людей, что стимулирует бизнес переориентировать процессы на коммуникацию непосредственно с конечными потребителями их продуктов. Все эффективные ранее модели перестали работать, а происходящие в мире процессы должны стать катализатором трансформации компаний. Онлайн-продажи стали каналом сбыта «по умолчанию». Дифференцирующими факторами для успешного развития бизнеса в будущем будут интеллект, эмпатия и доверие.



Российские стройки испытывают дефицит рабочих



Регионы России испытывают дополнительную потребность в 100 тыс. рабочих на строительных площадках. Такие данные обнародовал замглавы Минстроя РФ

Никита Стасишин. Он подчеркнул, что в условиях пандемии в России был сформирован особый порядок приезда мигрантов в Россию для работы на стройках.

Платформа для распродажи неликвида

Для реализации непрофильного движимого имущества предприятий ГК Ростех запущена платформа «Польза». Через новый ресурс планируется реализация непрофильного имущества, неликвидов, складских остатков.

Мавзолей не снесут и не переосмыслят

Союз архитекторов России принял решение отменить конкурс на лучшую концепцию ре-использования мавзолея Ленина. Глава организации Николай Шумаков сообщил, что в ближайшие годы проведение конкурса не планируется.

Важно

Выпискам из ЕГРН дадут свободу

Скандальный законопроект, запрещающий перепродажу выписок из Единого государственного реестра недвижимости (ЕГРН) и ставящий под удар бизнес крупных онлайн-площадок по продаже недвижимости, может серьезно смягчиться в ходе второго чтения. Как сообщается на сайте Госдумы, профильный парламентский комитет принял к рассмотрению поправки, которыми многие спорные моменты проекта будут скорректированы.

Гибкие пространства не потребуют доплат

Международная сеть гибких пространств WeWork запускает программу All Access, которая позволит резидентам работать в любой локации WeWork в мире и в рамках одного города без дополнительных доплат.

«Главстрой Санкт-Петербург» проявляет самостоятельность

Компания «Главстрой Санкт-Петербург» изменила подход к управлению коммерческими площадями, расположенными в жилых комплексах застройщика. Если раньше девелопер продавал помещения, построенные в ЖК «Северная долина» и «Юнтолово», то теперь они будут предлагаться в аренду.

Есть миллиард!

ДОМ.РФ выплатил банкам возмещения на общую сумму почти 1,2 млрд рублей по программе субсидирования ставок по кредитам застройщикам до уровня не выше ключевой ставки до конца 2021 года.

Гибкие офисы наращивают объемы

Системный интегратор Сергея Мацоцкого (одного из основателей IT-холдинга IBS) – компания Rubytech арендовала 11 000 кв. м в технопарке «Калибр» у метро «Алексеевская». Компания станет якорным арендатором и займет 60% площади объекта. Консультантом сделки выступила компания ILM.

«Прованс» в Коммунарке

Компания MALLBROKER получила разрешение на строительство ТРЦ «Прованс» в г. Москве, Коммунарка, ул. Фитаревская, д.2.

Неважно



Происходит
что-то важное,
станьте его частью
сейчас

8000

СЕАНСОВ
В МЕСЯЦ

c|R|e

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ



Более полную
версию журнала
читайте в CRE APP

ДОСТУПНО В
Google Play



Download on the
App Store



Реклама

3+

АНАЛИТИЧЕСКИХ
МАТЕРИАЛОВ В ДЕНЬ

5+

PUSH УВЕДОМЛЕНИЙ
В ДЕНЬ

20+

НОВОСТЕЙ
В ДЕНЬ

700+

КОМПАНИЙ

800+

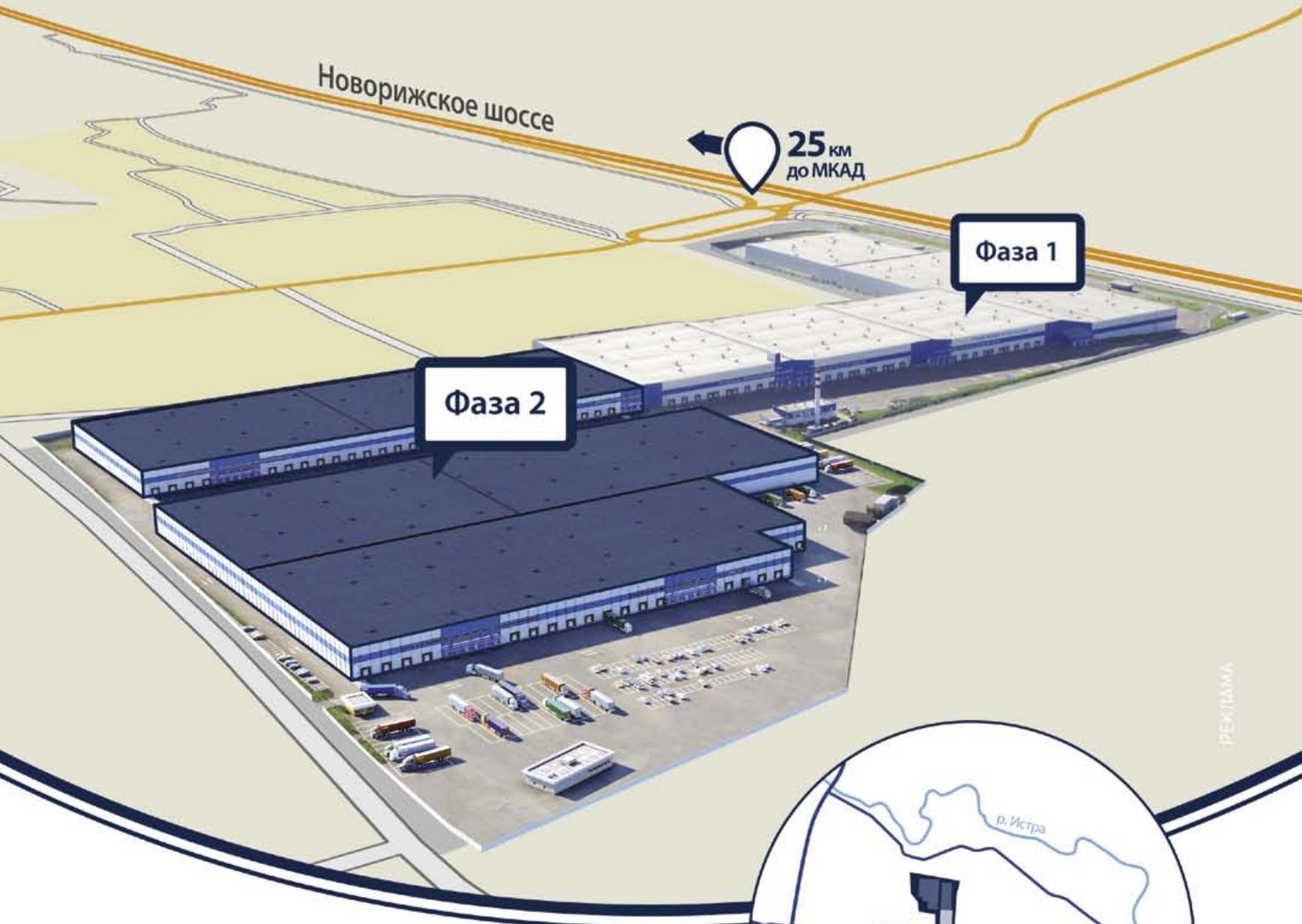
ПЕРСОН

1900+

ОБЪЕКТОВ

8300+

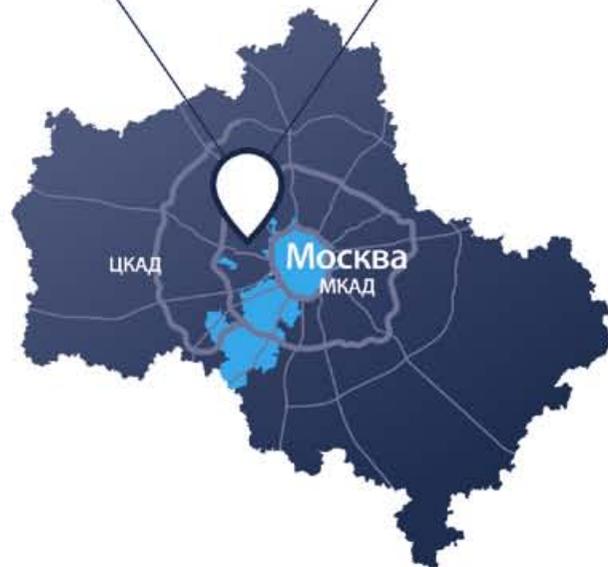
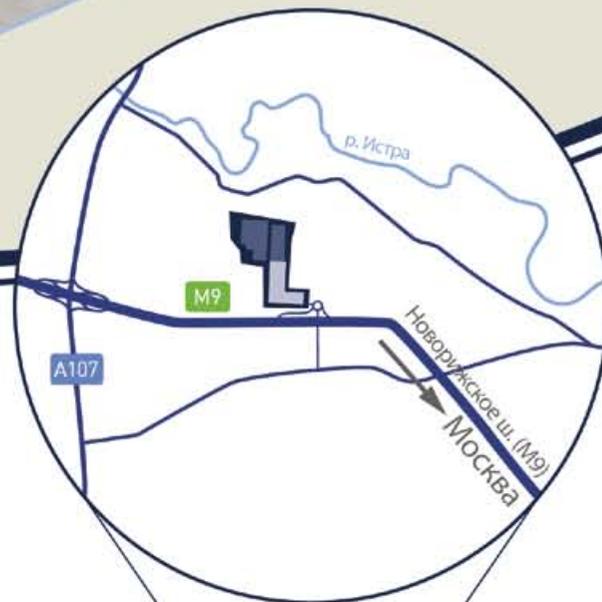
УСТАНОВОК



ЛОГОПАРК «НОВАЯ РИГА»

- Аренда готовых помещений
- Получено разрешение на строительство 70 000 м² (Фаза 2)

Новорижское шоссе, 25 км от МКАД



Москва, Россия
+ 7 (495) 644 44 48
arenda@rrpa.ru
www.rrpa.ru