

Профили «Сервис» и «Развлечения» лидируют в структуре сделок по аренде торговой недвижимости

Этот результат является рекордным за последние 5 лет



Марина Малахатко
Старший директор,
глава ритейл
департамента

«Мы вступаем в период реальной трансформации торговой недвижимости. То, о чем мы говорим несколько лет, наконец, случилось - впервые за историю ритейл консалтинга доля сервисов и развлечений значительно превысила объёмы площадей, реализуемых под фэшн-сегмент. На данный результат повлияла совокупность факторов: новый кризис и приостановка/уход международных фэшн-брендов с рынка - в связи с этим, отсутствие больших альтернатив по заполнению вакантных площадей; сокращение объема ввода торговых площадей и реализация районных и городских торговых центров, где доля таких операторов изначально ниже; упадок рынка кинопроката и, как следствие, большая ротация площадей кинотеатров, которые обычно расположены на верхних этажах в зоне общепита и развлечений, что повлекло преобразование этих помещений в аналогичные форматы. На наш взгляд, второе полугодие продолжит этот тренд. Уже сейчас значительная доля площадей находится в зрелой стадии переговоров с представителями фитнес-индустрии и иных услуг, развлечений, общепита».

По итогам первого полугодия 2022 года и впервые категория сервисы и развлечения «обогнали» традиционного лидера – фэшн сегмент (одежда, обувь, аксессуары) – в структуре новых* сделок** по аренде помещений в торговых центрах.

- В категорию «Сервис» включены арендаторы, фокусирующиеся на предоставлении услуг – фитнесы, ремонтные мастерские, организации хранения (ячейки и боксы), салоны красоты, ПВЗ, медицинские центры, точки проката, образовательные программы, автосервисы и др. Средняя площадь арендованного помещения данной категории в первом полугодии 2022 года составила 1233 квадратных метра.
- К профилю «Развлечения» относятся всевозможные развлекательные центры для взрослых и детей, термы, боулинги, квесты, картинги и т.д. Средняя площадь арендованного помещения данной категории в первом полугодии 2022 года составила 1173 квадратных метра.
- Арендаторы этих профилей являются относительно выгодными для собственников торговых центров, так как занимают большие площади и формируют стабильный поток посетителей. Конверсия у данных арендаторов также выше – люди приходят за услугой, которую приобретут в 9 из 10 случаев. К недостаткам данных арендаторов можно отнести невысокую ставку аренды, которая имеет ограничения по потенциалу роста.

* привлечение оператора не присутствующего на момент сделки в проекте (не продление договоров, не релокация)

**на основе сделок CORE.XP

Топ-10 профилей сделок по аренде торговой недвижимости CORE.XP

Доля в общем объеме реализованных площадей,

