

В последнее время эксперты особо остро спорят о форматах тех ТЦ, которые в любые кризисные времена остаются вне экономических потрясений. Чаще всего под такими объектами подразумеваются районные, комьюнити и центры у дома. Компания ФПК «Гарант-Инвест», отмечаящая в этом году 30-летний юбилей, главным активом в своём портфеле всегда имела такие комплексы. Мы попросили Президента ФПК «Гарант-Инвест» Алексея Панфилова рассказать, как и в каких направлениях развивается компания сейчас, а также как себя чувствуют их комьюнити-центры.



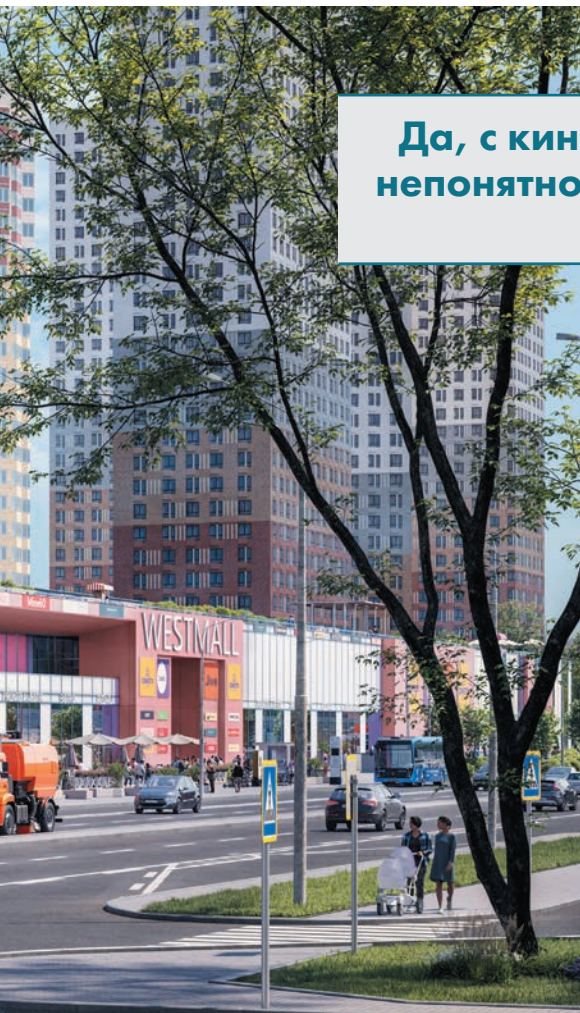
# Успешность и устойчивость формата

**О ТОМ, ЧТО КОМЬЮНИТИ-  
ЦЕНТРЫ — ЭТО ВСЕГДА  
ПРИБЫЛЬНЫЙ АКТИВ**



Автор:  
Алексей Панфилов,  
Президент ФПК  
«Гарант-Инвест»

**Да, с кинотеатрами посложнее, с «Икеей» вообще непонятно как, но уже сегодня не всё так плохо в ТЦ, как казалось ещё год назад**



**М**ы в Гарант-Инвест, как люди, которые 30 лет в бизнесе и 20 лет в девелопменте, по-прежнему считаем, что для городской инфраструктуры все ТЦ нужны, все ТЦ важны. Но в каждый экономический период времени тот или иной формат развивается по-разному. Например, мы помним тот период времени, когда активно развивались аутлет-центры, и развитие было понятием естественным у этого формата. Но есть также понятие устойчивого формата: это когда как бы не менялась экономическая среда, как бы не менялась среда с импортозамещением, без импортозамещения, есть формат объектов, которые всегда устойчивые и успешные. Например, в сфере продуктового ритейла — это когда мы рассматриваем формат когда-то бывшего

популярным гипермаркета. Сейчас мы видим, что гипермаркеты практически остановились, магазин «у дома» был очень популярным форматом, но в него уже меньше инвестируют. Формат экспресс-магазина тоже был в какой-то период очень успешным для инвестиций и быстро рос, но потом практически остановился. А есть формат, успешный во все времена, — формат супермаркета. И вечно номер один! По такой же аналогии я хочу провести пример с торговыми центрами. Про то, какие ТЦ являются устойчивыми во все времена.

Я ни в коем случае не хочу противопоставлять крупные ТЦ районным. Я понимаю, что у них сейчас проблематики больше. Понятно, что «Икею» заменить нечем, понятно, что Голливуд заменить нечем и кинотеатры как якоря не выполняют

свои функции. Все попытки футбол смотреть, делать театры, делать там корпоративы, банкеты на этих площадях — это, конечно, дело хорошее, но это всё равно совершенно не та доходность, которая заложена под эти площади. Но при этом это как-то живёт. С другой стороны, началось активное замещение иностранных ритейлеров на освобожденных площадях. И по условиям российские ритейлеры платят лучше, чем платили международные с их предпочтениями. Да, с точки зрения конечного покупателя, — это другой товар, но когда идти некуда, они пойдут на «Зарину», а не на «Зару». И я убеждён, что к 1 сентября этого года заместят всех этих международных одёжников, и вот таких пустых огромных лотов, как сейчас, не будет! Да, с кинотеатрами посложнее, с «Икеей» вообще непонятно как, но



## Вообще, в экономике нашей страны два основных драйвера роста: это ипотека и оборонная промышленность

уже сегодня не всё так плохо в ТЦ, как казалось ещё год назад!

А уж если мы говорим про супер-стойчивый и успешный формат, то, конечно, это комьюнити-центр. И тут много причин почему. Прежде всего, это ориентация на товары и услуги повседневного спроса и это возможности для покупателей, которые приходят в ТЦ каждый день за удовлетворением ежедневных нужд. Комьюнити-центры, или социальный центр притяжения, где ты уже привык либо завтракать, либо ужинать, либо проводить деловую встречу, либо свидание, либо

семейный поход. И это не поездка за город в ТЦ, которая требует отдельных сборов и приготовлений. Мы говорим о центрах на каждый день — сити-центры. Эти центры сегодня плотно включены в городскую инфраструктуру и транспортные хабы, и особенно около жилых массивов.

ФПК «Гарант-Инвест» исторически славилась центрами на транспортных узлах. Открытие МЦК, МЦД, большой кольцевой линии метро дало нам большое количество новых станций, но, как ни странно, у этих станций не всё так хорошо с трафиком. И если раньше казалось, что любая станция метро — это суперлокация, то сегодня даже это не самое важное. Конечно, транспортный узел с трафиком обеспечивает успех, но мы не должны забывать, что арендаторы сегодня гораздо лучше реагируют на количество нового жилья в пешеходной доступности, нежели на просто

наличие остановок общественного транспорта.

И поэтому сегодня я уверенно скажу, что нужно строить даже не торговые, а именно комьюнити-центры, многофункциональные центры, которые прежде всего обеспечивают и удовлетворяют ежедневные потребности жителей рядом построенных ЖК.

Москва в этом плане сегодня хвастается рекордным количеством нового жилья, федеральная программа строительства до 2030 года принята по всей стране, и в этой программе очень много мегаполисов: это и Красноярск, и Новосибирск, Тюмень. Конечно, этому способствует множество программ льготной ипотеки. Вообще, в экономике нашей страны два основных драйвера роста: это ипотека и оборонная промышленность. Последняя к нам, конечно, отношения не имеет, а вот сфера жилья напрямую. У застройщиков сегодня



нет никакого обременения по строительству коммерческой инфраструктуры. В ЖК нет супермаркетов и других сетевых операторов, и даже стрит-ритейл эти задачи не решает, более того, стрит-ритейл — это преимущественно сетевые бренды, особенно, когда мы говорим, например, про общепит, по этой причине мы видим сегодня большой запрос на строительство новых комьюнити-центров у жилых районов. А также запрос от арендаторов сегодня гораздо шире, чем стандартная аналитика по количеству проезжающего транспорта у планируемого объекта. Они считают количество квартир, стоимость квартир и отсюда высчитывают средний чек и посещаемость и планируемый трафик, и исходя из этих параметров дают нам свои прогнозы по заработкам и обсуждают исходя из этого суммы аренды, которые они готовы платить. И чем больше чек, чем больше квартир в шаговой доступности, плюс отсутствие конкурентной среды, тем выше интерес арендаторов.

Более того — плотность застройки очень высокая, то есть если застройщик видит возможность вписать ещё одну 40-этажную башню в проект, он её туда запи-

нет, а не какой-то одноэтажный супермаркет. По этой причине многофункциональные центры — это то, что будет на 100% успешным при таком кейсе. В таких центрах очень востребована сфера услуг, т.е. такие профили арендаторов как, банки, фитнес, салоны красоты, причём отдельно для женщин и для мужчин, маленькие ателье, дом быта, brow-bar, химчистки, даже скоро медицинские и спа-центры будут открывать. И это даже не просто досуг, не просто рестораны, это сфера обслуживания. Естественно, такой центр — всегда эпицентр района. Мы в Гарант-Инвест всегда так считали, и такая стратегия у менеджмента — сделать объект эпицентром жизни района. Аналогично дому культуры в советское время с магазином в одном месте. Плюс — это любые активности, как мастер-классы по вязанию, рукоделию, живописи. Мы, например, много делаем в сфере защиты окружающей среды, экологии, рационального потребления, ресурсосбережения. Таким образом, мы создаём у ЦА общность. Фитнес с элементами шоу — это тоже наша тема, всячески приветствуем клубные истории, welcome-йога. Все маркетинговые активности сейчас

## NOTA BENE

### АО «КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ ФПК «ГАРАНТ-ИНВЕСТ»



АО «Коммерческая недвижимость ФПК «Гарант-Инвест» — владелец, девелопер/редевелопер и управляющий коммерческой недвижимостью в Москве. Компания владеет и управляет портфелем современных многофункциональных и торговых центров в Москве, посещаемость которых составляет более 36,5 миллионов человек в год.

В собственность компании входят: Торговый комплекс «Галерея Аэропорт», Торгово-развлекательный комплекс «Москворечье», Торговый центр «Ритейл Парк», Торгово-деловой комплекс «Тулеский», Торговый центр «Коломенский», Торгово-ресторанный комплекс «Пражский Град», Торгово-развлекательный комплекс «ПЕРОВО МОЛЛ», Сеть районных торговых центров «Смолл», Многофункциональное здание в центре Москвы и новый девелоперский проект МФК WESTMALL. Компания реализует инвестиционную программу девелопмента/редевелопмента, модернизации, реновации объектов («Программа РЕ»), и ее ценные бумаги торгуются на Московской бирже, в том числе зелёные облигации.

#### Телефон:

+7 (495) 650-90-03

#### Сайт:

[www.com-real.ru](http://www.com-real.ru)

складываются у нас не просто по схеме проведения мероприятий: всё очень заточено на объединение людей по интересам, например, «Московское долголетие».

Ещё функция, которая нужна —



детский центр. Но мы стараемся сделать его небольшим, так как денег эта концепция даёт немного. Плюс сами комьюнити центра по площади не должны превышать 50 000, лучше 30 000, где всего 70-100 лотов для аренды, из них 15-20 под рестораны, остальные — супермаркет и услуги и, по сути, в таких центрах даже не нужны магазины одежды. Одежду в магазинах у дома не покупают, а вот, например, нижнее бельё и какие-то аксессуары, обувь нужны. Спрос на одежду в целом сегодня очень подвержен онлайн, и поэтому комьюнити-центры менее всего подвержены влиянию интернет-продаж, так как основные арендаторы в таких центрах — услуги. Аутлеты — тоже хорошо, но они максимально зависимы именно от иностранных брендов. Тем не менее, я ни в коем случае не против ни больших моллов, ни специализированных ТЦ типа аутлетов, или ритейл-парков, но, безусловно, если мы говорим про то, какой и сегодня, и завтра, и вчера самый устойчивый и успешный формат, то выбор очевиден в пользу комьюнити-центров.

### Возврат к девелопменту

Что касается экспансии международных брендов, то я пока не очень верю по крайней мере в быстрый сценарий. При чём это касается не только западных марок, а любых восточных и азиатских. Какие-то единичные точки — да, но как массовый тренд — нет. В этой связи нам надо рассчитывать ни на юг, ни на запад, ни на восток — на собственный рынок и ресурсы. И последние — это даже больше не торговля, а услуги. Например, функция питания. И это то, что мы можем делать и без запада, и без востока. Не будем критиковать «Меги», но туда люди не ехали за тем, чтобы сдать вещи в химчистку, это банально неудобно. Этот оператор должен быть рядом у дома, и по сути на такие форматы надо делать ставку. Химчистка, стрижка, какой-то маленький зоосалон, оптика, совмещённая с консультацией врача — вот это то, что нужно сегодняшнему покупателю. Сейчас люди хотят, чтобы было удобно и близко. По этой причине я даже не говорю про торговый центр, так как он предполагает классическую нарезку, где достаточно большая

часть торговая, я всё-таки говорю именно про комьюнити-центры, где основа — это услуговые операторы и общепит, аптеки, а также товары первой необходимости. Сегодня всё крутится вокруг базовых потребностей людей, и наши центры должны удовлетворять именно такой спрос.

Базовые потребности человека — это то, за что человек при любых экономических реалиях будет платить, особенно в мегаполисе. В этом смысле комьюнити-центр многофункционален больше, чем торговый. Мы в Гарант-Инвест с 2012 по 2020 годы, 8 лет не занимались стройкой. Мы занимались редевелопментом и модернизацией объектов. За этот период мы присмотрелись и решили вернуться в стройку. И это продиктовано в первую очередь спросом арендаторов, при всем том, что всё больше ритейлеров имеют планы по развитию. Во второй половине прошлого года это было порядка 100 компаний, сейчас около 200. Поэтому, если сегодня строить объект на 300 тыс. кв.м, то арендаторов физически на весь объект не найдёшь. А вот при 30 тыс. кв.м у тебя будет по несколько потенциальных арендаторов на каждый лот.

### Перспективы развития и арендная политика

Формат центров, которые строит Гарант-Инвест, это стабильный, как показал многолетний опыт, актив. Мы планируем свою экспансию в регионы и начнём с Московской области. Раньше я говорил, что шопинг за МКАДом нет, теперь этот подход изменился. Шопинг уже не главное в центрах нашего формата, и мы не делаем на него ставку. Мы учитываем масштабное развитие жилья и транспортной инфраструктуры, в т.ч. в Московской области. Всем, кто покупает новое жильё в области, тоже хочется ходить в кафе, пускай и не премиальные, как в центре Москвы. И мы готовы и хотим удовлетворить спрос этих покупателей, построив им комьюнити-центры. В то же время, мы продолжаем нашу стратегию покупки небольших центров под редевелопмент, нашу Программу РЕ, это достаточно быстрая история — за 6-8 месяцев

объект полностью преобразовывается.

Арендная политика у нас в компании поменялась в 2015 году. Тогда мы начали полноценное импортозамещение. С 2015 по 2022 год мы успели импортозаместиться в рамках наших ТЦ, например, отличный кейс — это замена Mothercare (сейчас Motherbear) на отделение Сбербанка с увеличением арендной ставки. Нам нравятся банки как арендаторы, потому что они не просят скидок и всегда платят вовремя.

Второй кейс — уже в 2021 ковидном году — это замена Reserved на DDX FITNESS с увеличением базовой ставки на 35% плюс массой всяких дополнительных опций в виде % с продаж абонементов и увеличения посещаемости. Например, с арендаторами общепита и услуг в части арендной политики в это время мы готовы на лояльные условия, даже можем инвестировать сами и быть более гибкими. Если раньше для них наш welcome-пакет был из 6 опций, то сегодня их уже 17. Ну и ещё раз: для магазинов одежды мы сегодня не гибкие. Так что наша арендная политика зависит от профилей, которые нам интересны. У нас есть интересное предложение для тех, кто платит большую предоплату, и вот, например, новая уникальная услуга — это наше совместное предложение с Газпромбанком. Если арендатор покупает наши биржевые облигации, то он получает по сути кэшбэк в качестве скидки по аренде. Это очень интересная история при том, что арендатор получает и хорошую доходность по нашим ценным бумагам.

Так что мы в каком-то смысле даже занимаемся развитием финансовой грамотности наших арендаторов.

Сейчас очень острая задача для всех индустрий — это развитие российской экономики в новых реалиях. Вопрос остаётся в том, кто будет фондировать это развитие. Государство, банки или рынки капиталов? Мы понимаем, что государство будет фондировать только крупные проекты: мосты, дороги, газопроводы. А всё-таки бизнес частный исторически фондируется больше банками. И мы видим, что сегодня всё больше и больше людей готовы нести свои накопления в фондовый рынок, а не в банки, где % на вложения минимальные. По данным Мосбиржи, на 1 марта 2023 открыто 24 млн брокерских счетов, когда прежде этот показатель был на уровне 2-3 млн. И мы как публичная компания видим очень большой спрос как физических, так и юридических компаний, которые верят в наши комьюнити-центры Гарант-Инвест. Так что я могу финализировать, что нашим предметом гордости являются 30 лет деятельности нашей компании, которые мы прожили без смены основного собственника, без смены названия. Нам удалось выстроить такую бизнес-модель, которая выдержит любые штормы, которых было много, и мы все их прошли и выросли. ■

...а дальше  
ТОЛЬКО СЕЙЧАС

[fondvera.ru](https://fondvera.ru)



фонд помощи  
хосписам

**Вера**