

SCRussia побеседовал с Алексеем Панфиловым, Президентом «Гарант-Инвест», о том, как торговые объекты компании вышли из периода вынужденного карантина, о настроениях инвесторов относительно коммерческой недвижимости, о том, каким должен быть торговый центр будущего и какая роль в нём отводится «зелёным» технологиям.

Алексей Панфилов:

«НА ВЫХОДЕ ИЗ КОРОНАКРИЗИСА МЫ СОХРАНИЛИ БИЗНЕС И ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАРАБАТЫВАТЬ»

Общаться с вами становится доброй традицией для нашего журнала. Это уже не первое интервью, поэтому интересно проследить динамику развития проектов компании. В прошлый раз вы выступили с относительно жёсткой позицией насчёт переговоров с арендаторами в период пандемии. К чему привела ваша тактика? Насколько я понимаю, удалось сохранить около 95% арендаторов. Кто пошёл на уступки — вы или они?

Во-первых, я тоже хочу сказать, что с группой Shopping Centers Russia у нас зарождается добрая традиция. Нам нравится журнал, нам нравится, что вы делаете и что стратегия, которую вы презентовали на старте, реализуется. Что касается предыдущего интервью и нашей позиции, то я бы говорил всё-таки не о жёсткой позиции, а о твёрдой, очень аргументированной. Всё сводится к тому, что этот коронакризис ударил по всем предпринимателям, независимо от того, арендодатели они или арендаторы, и, соответственно, риски и проблемы, конечно, надо делить, а не пытаться повесить всё на одну или другую сторону. Поэтому мы пытались убедить арендаторов, что мы не «Газпром», не государство, а такие же бизнесмены, как и они, и нам всё равно надо думать о будущем и работать совместно.

Эта позиция нашла понимание у большинства наших партнёров-арендаторов, и мы дали скидки на период апрель — май в большем размере, на лето — в меньшем, а с сентября уже уходим от скидок и в данной ситуации дали рассрочку на какие-то платежи. Мы получили возможность «подышать» от банков-кредиторов, Сбербанк и ВТБ, и, в свою очередь, дали ту же возможность арендаторам.

В итоге наша стратегия поэтапных, постоянных переговоров привела к тому, что мы сохранили 96,4% арендаторов, причём это цифра и по выручке. По площади цифра немного больше.

То есть, по сути, вы уже можете подвести какие-то промежуточные результаты коронакризиса?

Для нас это хорошие цифры и результаты: мы сохранили бизнес и возможность зарабатывать. Сейчас мы видим, что посещаемость наших центров достаточно быстро восстанавливается: всё-таки они расположены на транспортных узлах и в жилых массивах, а именно там в первую очередь восстанавливается трафик. Люди давно перестали бояться ходить в магазины в таких местах. Единственный вопрос — это платёжеспособность покупателей и их поведение. Мы уже столкнулись с этим в 2015 году, когда люди не тратили деньги, будучи неуверенными в зарплате завтрашнего дня. В этот раз мы рассчитываем, что эта боязнь будет «покороче», что в осенний период хотя бы москвичи будут уверены, что вся зарплата у них будет, и они, соответственно, смогут всё-таки жить в рамках привычных доходов и трат.

Вы озвучили отличные цифры. Однако, как я понимаю, мы с вами говорим о такой динамике в работе с действующими арендаторами? А что можете сказать про новые открытия, новые бренды в составе ваших ТЦ за этот сложный период?

Ну, скажем так, работа по привлечению новых арендаторов — это всё-таки работа достаточно постоянная. Она состоит и из ротации наших существующих арендаторов, и из того, что эти же арендаторы зачастую увеличивают количество своих магазинов в составе наших торговых центров, это так



называемое пакетное соглашение, поэтому это не всегда для нас новые имена. Кто-то увеличивает квадратные метры, чтобы, получив больший лот, на квадратный метр платить меньше аренду. Если говорить прямо про новые имена, то в июле мы открыли ресторан «Джон Джоли» площадью 360 кв. м в ТК «Галерея Аэропорт», увеличив тем самым функцию питания в объекте, а также магазин Levi's, причём подписаны данные арендаторы были именно в период коронакризиса. Также мы увеличили количество магазинов ИП за этот период, но это, скорее, тренд любого сложного периода: в каждый кризис количество индивидуальных предпринимателей среди арендаторов ТЦ увеличивается. Мы за последний месяц открыли 10 таких магазинов.

Зимой мы много обсуждали тему «зелёных» технологий, проводили офлайн-мероприятие на эту тему. Вы — один из главных адептов таких технологий на нашем рынке. Повлияли ли на ваши планы в этом направлении последние события?

Здесь я бы разделил два момента: «зелёные» технологии и «зелёные» облигации, «зелёное» финансирование. Мы в декабре 2019 года сделали дебютный выпуск «зелёных» облигаций очень успешно, на 500 миллионов рублей. Но кризис, конечно, немного отложил реализацию наших «зелёных» инвестиций: это капитальные затраты, которые всегда во время кризиса уменьшаются, откладываются. Поэтому сместились на второе полугодие и 2021 год некоторые планы, связанные с реновацией и реконцепцией, с модернизацией существующих и покупкой новых объектов для их модернизации и редевелопмента. Наверное, здесь можно говорить, что мы сдвинулись примерно на полгода от планов, хотя это только часть. В данный момент мы делаем отчёт по «зелёным» облигациям за первое полугодие 2020 года; к концу сентября отчитаемся, какие деньги на что потрачены, потому что «зелёные» облигации предусматривают максимальную прозрачность инвестирования вложений.



Наша стратегия пошаговых, постоянных переговоров привела к тому, что мы сохранили 96,4% арендаторов



В принципе, развитие «зелёных» проектов сейчас необходимо? Или это лишние инвестиции, к которым сейчас никто не готов?

С точки зрения «зелёных» технологий — наоборот, кризис усилил наше понимание и потребность в них. «Зелёные» технологии и экологичные решения, применяемые в объектах «Гарант-Инвест», — это во многом вещи, связанные с ресурсосбережением, с уменьшением нагрузки на городскую инфраструктуру, потреблением электричества, воды, сбросов в канализацию и использования всевозможных других невозобновляемых источников. «Зелёные» технологии позволили нам более внимательно смотреть на расходы, а это уже OPEX. Кризис сейчас придаст дополнительный импульс развитию «зелёных» технологий, направленных на ресурсосбережение и в конечном итоге сокращение месячных расходов, OPEX. Сейчас все будут считать каждую копейку и внимательно относиться к каждому потраченному рублю, особенно на текущее содержание. И позволять себе сколько угодно греть улицу, тратить деньги на электроэнергию многие не будут. А чтобы это делать не в ручном режиме, а в современном формате, мы уже имеем огромное количество технологий, которые активно используются и в Европе, и в Америке. Часть из этих технологий уже пришла в Россию, часть — вообще российского происхождения.

Можно взглянуть на этот вопрос и с точки зрения инвестиций. Сегодня никто не готов к огромным инвестициям. И в этом смысле «зелёные» технологии хороши, так как они не требуют таковых.

Мы, например, в своих ТЦ поставили урны для сбора батареек. Есть глобальная проблема на Земле с их утилизацией, однако с точки зрения вложений в проект — это копейки. Технологии, связанные с переработкой мусора, тоже не стоят больших денег. Часть вопросов мы решаем с нашими контрагентами-поставщиками этих технологий, многим нужно их попиарить, и мы им предоставляем такие возможности. У нас в каждом ТЦ есть центр «зелёных» технологий, который предлагает размещение во временно вакантных лотах операторам и магазинам с биотоварами, с экопродуктами — в общем, всем концепциям, которые пропагандируют экотехнологии. Такие «зелёные» операторы получают либо аренду «ноль», либо только процент с оборота.

Какие «зелёные» технологии вы считаете наиболее актуальными именно для торговых центров в обозримой перспективе?

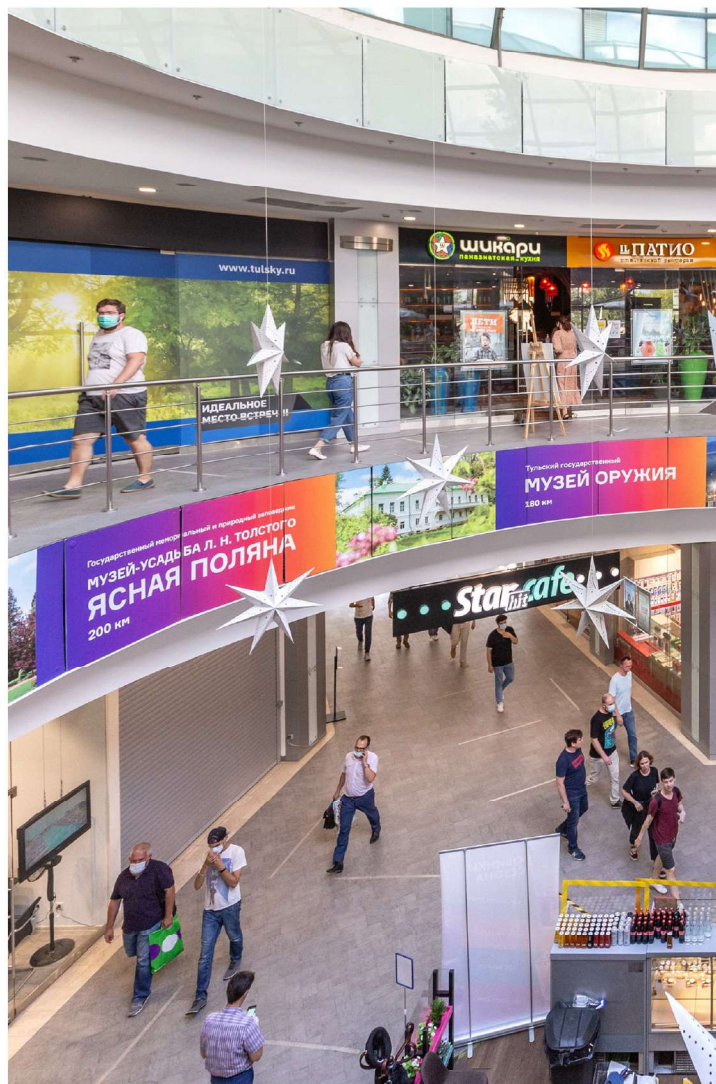


Как я уже сказал, это весь блок вопросов инженерных решений, связанных с эксплуатацией ТЦ: сокращение электро-, водо- и теплотребления, энергоэффективность оборудования, экоматериалы, автоматизация кранов в туалетах, датчики движения света, энергосберегающие лампочки. Конечно, и такие моменты, как отдельный сбор мусора. Что касается требований по выбросам на предприятиях общественного питания — мы следим за всеми операторами, чтобы у них были установлены спецфильтры. Отдельная инфраструктура должна создаваться для электротранспорта. Вот у нас, например, в ТРК «Москворечье» есть отдельная парковка для скутеров и электросамокатов, есть отдельные велопарковки.

А если заглянуть в перспективу 5–10 лет и дальше: как выглядит устойчивый с экологической точки зрения торговый центр будущего?

Это, в первую очередь, объект, спланированный и спроектированный таким образом, который позволяет покупателям подходить более осознанно к шопингу, к своему времяпрепровождению в ТЦ, даже с того момента, как они планируют туда свой приезд.

Что касается «зелёной» темы и торгового центра будущего, мы это уже пробуем реализовать на нашем новом проекте. И 16 сентября на выставке MAPIC Russia (надеюсь, она состоится) мы будем презентовать наш новый многофункциональный комплекс на улице Лобачевского в Москве. И здесь (не считайте за тавтологию) будет реализован именно комплекс технологий и подходов. Недвижимость с точки зрения технологий экологизации и озеленения отличается от таких сфер, как транспорт или



Сейчас мы работаем над ТЦ, который станет новым стандартом коммерческой недвижимости в Москве. Объем инвестиций – 3,5 млрд рублей





У нас в каждом ТЦ есть центр «зелёных» технологий, который предлагает размещение во временно вакантных лотах операторам и магазинам с биотоварами, с экопродуктами – в общем, всем концепциям, которые пропагандируют экотехнологии. Такие «зелёные» операторы получают либо аренду «ноль», либо только процент с оборота

Инвестиции в этот проект — более 3,5 млрд рублей, мы рассчитываем на окупаемость в течение 7–8 лет. На данном этапе идёт проектирование, мы получили всю разрешительную документацию от города, готовимся к началу строительства, начинаем стройку весной 2021 года.

Насколько я понимаю, вы продолжаете свою облигационную программу и недавно разместили новый выпуск. Как вы оцениваете настроения инвесторов, верят ли они сейчас в коммерческую недвижимость?

промышленность. Наша сфера подразумевает инвестиции не в какую-то одну технологию или агрегат. Например, если мы говорим о промышленности, то это фильтр на трубе, обеспечивающий минимальный выброс углекислого газа в атмосферу, и почти все инвестиции уйдут в него. В недвижимости нет такого одного механизма, проинвестировав в который, девелопер сказал бы, что он решил экологическую задачу. Только у нас в компании используется 62 «зелёные» технологии, а на самом деле их гораздо больше, так как это целый комплекс мероприятий. Вплоть до «зелёной» крыши. У нас на крыше будет беговая дорожка в 500 метров, а зимой мы попробуем там реализовать лыжню. Это будет полноценный сквер с воссозданным реальным ландшафтом.

Так вот, говоря про наш новый центр, мы будем его позиционировать как новый стандарт коммерческой недвижимости в Москве. Вся логистика, все вопросы, связанные с мусором, все технические зоны без исключения расположены на -1 этаже, так как комплекс будет находиться в зоне жилого массива. У него не будет «заднего фасада», чтобы люди могли видеть только приятную глазу картинку — фасады для людей. Это комфортное витринное остекление. Таким решением мы среди прочего минимизируем шум от транспорта и работ в ТЦ, мешающий жителям. Со всех сторон ТЦ будут интегрированы велодорожки и велопарковки, которые мы присоединим к инфраструктуре района.



Очень правильный и своевременный вопрос. Мы действительно уже три года работаем и представлены на Московской бирже. Сейчас сделали седьмой выпуск, общая программа выпущенных и реализованных облигационных займов у нас — 10 миллиардов рублей. К сегодняшнему моменту мы имеем более 5 000 держателей наших облигаций, это и физические, и юридические лица, это и институциональные инвесторы. И, конечно, мы за этот коронакризис ощутили на себе все настроения инвесторов, в том числе частных, ощутили их испуг в первую-вторую неделю апреля. Это отразилось на котировках: они упали. Но к сегодняшнему дню настроения улучшаются. Сегодня испуг сменяется на здравый смысл, на понимание, что коммерческая недвижимость, особенно в Москве, — это один из самых надёжных и привлекательных секторов для инвестирования.

Сегодня ещё многие ведут спекуляции на тему второй волны закрытий, однако даже мэр Москвы Сергей Семёнович Собянин сказал, что её не будет, и мы в очередную волну закрытий не верим. Надеемся, что к концу сентября настроения у наших инвесторов будут намного лучше. Соответственно, спрос на покупку возрастёт. До коронакризиса спрос был на уровне 200 млн рублей в неделю; сейчас обороты, конечно, сократились, но к концу года мы планируем выйти обратно на те же цифры.

Планируете ли вы принимать участие в IPO? Что это может дать вашей компании и рынку российской недвижимости в целом?

Мы, скорее, сами думаем об организации IPO, но сегодня пока рано говорить о чём-то предметном. Тем не менее, мы сделали первые шаги на бирже, и они означают, что мы идём в сторону публичной компании.



Мы сделали седьмой выпуск облигаций, и общая программа выпущенных и реализованных займов у нас — 10 миллиардов рублей



NOTA BENE

АО «КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ ФПК «ГАРАНТ-ИНВЕСТ»



Компания осуществляет свою деятельность в сфере девелопмента и редевелопмента коммерческой недвижимости Москвы. Владеет и управляет торговыми и многофункциональными центрами. В портфель входят: ТК «Галерея Аэропорт», ТРК «Москворечье», ТЦ «Ритейл Парк», ТДК «Тульский», ТЦ «Коломенский», ТРК «Пражский Град», ТРК «Перово Молл», сеть РТЦ «Смолл». Ценные бумаги, включая «зелёные» облигации, торгуются на Московской бирже.

Адрес:

Москва, 1-й Колобовский пер., д. 23

Телефон:

+7 (495) 650-90-03

Сайт:

www.com-real.ru

E-mail:

cre@com-real.ru

К чему будем готовиться осенью? Что нам осенью придётся пережить?

Осенью мы будем готовиться к Новому году (смеётся). Осень принесёт нам дождь и солнце. Дождливая погода будет с точки зрения бизнеса, то есть ряд игроков, которые как-то выжили, отсрочив платежи банкам, должны будут их вернуть в полном объёме, а для многих это сложно. Но будет и солнце: мы видим не только отложенный спрос, но также и изменение потребления на привычном уровне, что даст бизнесу рост.

Что бы вы хотели пожелать читателям Shopping Centers Russia Magazine?

Терпения. Коронакризис будет чуть дольше, чем появится вакцина, и сама вирусная пандемия уже закончится, а последствия для бизнеса ещё будут оставаться. Потери есть у всех. Нужно трансформировать бизнес, а для этого нужно иметь большое терпение и не бояться перемен.

Текст: Надежда Филина