



**« Новые тенденции в развитии российского стрит-ритейла и особенности работы в данном сегменте. Секреты мастерства в условиях меняющегося рынка »**

Юрий Тараненко

«Гений, миллиардер, плейбой, филантроп»

Тони Старк - Железный человек

# КАК РАЗВИВАЕТСЯ STREET RETAIL: ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СПРОСА

Снижение требований к площади помещений у федеральных ритейл сетей

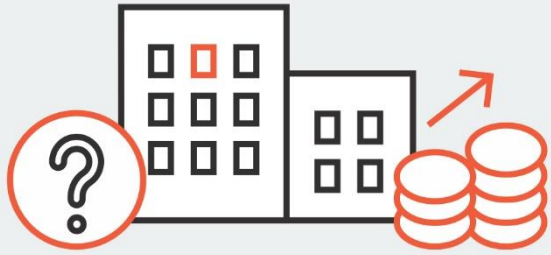
Развитие мелких форматов торговли и общепита

Снижение арендных ставок как следствие увеличения конкуренции и снижения покупательской способности

Смещение спроса со стороны инвесторов к новостройкам?!

Смещение спроса из регионов в крупные города





# ПОЧЕМУ ПОКУПАЮТ «ПЕРВИЧКУ?»

- ❖ Заработать на росте цены (миф или реальность)
- ❖ Безопасное инвестирование средств (юридическая безопасность, низкий риск потери инвестиций)
- ❖ Новостройка – мечта о красивой жизни
- ❖ Возможность получения ипотечного кредитования
- ❖ Возможность начать собственное дело (почему именно в новостройке?)



# ПОЧЕМУ ПОКУПАЮТ «ВТОРИЧКУ»?

- ❖ **П**окупка «понятного помещения» в сложившемся районе
- ❖ **Б**ыстрое начало возврата инвестиций
- ❖ **П**окупка готового арендного бизнеса
- ❖ **В**озможность увеличения текущего дохода помещения (смена арендатора)
- ❖ **В**озможность «удобной покупки»

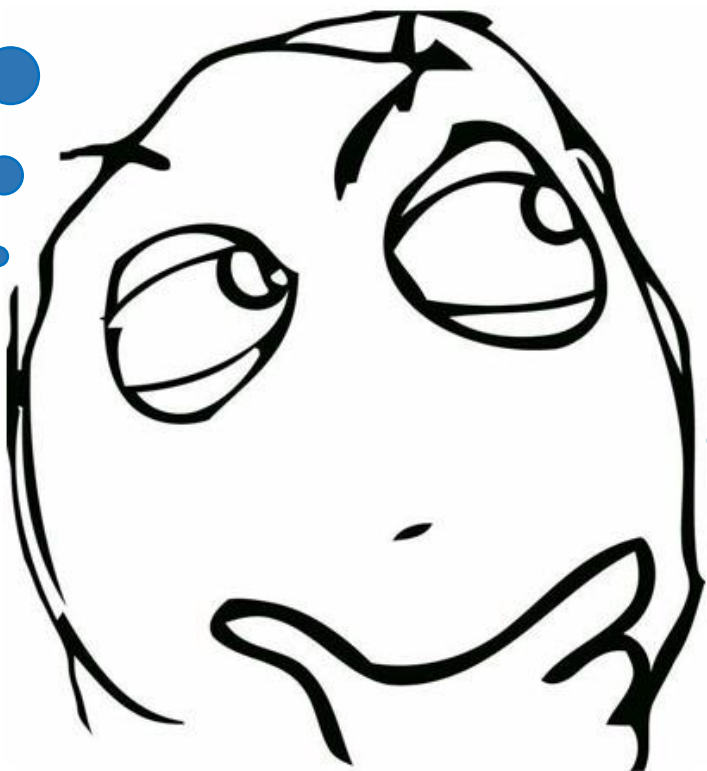


# ТАК НА САМОМ ДЕЛЕ КУДА ИНВЕСТИРОВАТЬ И ЧТО РЕКОМЕНДОВАТЬ КЛИЕНТАМ?

Доходность

Риски

Ликвидность



# КАКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ПРОИЗОШЛИ У ЗАСТРОЙЩИКОВ ПО ОТНОШЕНИЮ К КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Отношение  
по  
«остаточному  
принципу или  
всё равно  
купят»

Разработка  
концепции  
размещения  
«коммерции»

Тщательное  
проектирование  
с учётом  
спроса

Самостоятельная  
сдача в аренду и  
продажа  
готового бизнеса

Уход от  
«мертвых  
форматов»



# АРГУМЕНТЫ ДЛЯ ПРОДАВЦОВ И ПОКУПАТЕЛЕЙ (ПРО МАСТЕРСТВО)



Ожидание высокой доходности приводит к высоким рискам

Покажите конкурентную среду (возможно ваши клиенты её не видят)

Оцените плотность населения

Оцените уровень доходов (покупательская способность)

Оцените возможный потенциал для изменения «окружающей среды»

Оцените размещение остановок общественного транспорта и маятниковую миграцию

# 5 КЛЮЧЕВЫХ ВЫВОДОВ

1

- Зоной роста стрит ритейла являются мелко форматные помещения

2

- Наиболее интенсивно развиваются предприятия связанные с едой во всех её форматах

3

- Одежда и обувь останется только в основных торговых коридорах города преимущественно в центре и в престижных направлениях

4

- Спрос на помещения для размещения супермаркетов будет снижаться (рост конкуренции в одной локации, ужесточение требований для размещения в жилых домах)

5

- Развитие малого бизнеса в street retail