

МЕЛКИЕ НЫНЧЕ НЕ В МОДЕ

В 2007 г. НАЧИНКА УЖЕ РАБОТАЮЩИХ ТОРГОВЫХ КОМПЛЕКСОВ И ЦЕНТРОВ АКТИВНО МЕНЯЛАСЬ. СТАРОЖИЛЫ РЫНКА СТАРАЛИСЬ ПРЕОБРАЗИТЬСЯ, А НОВИЧКИ — ПОРАЗИТЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ НОВЫМИ ФОРМАТАМИ ТОРГОВЛИ И РАЗВЛЕЧЕНИЙ. ДЕВЕЛОПЕРЫ ВВОДИЛИ В СТРОЙ ВСЕ БОЛЕЕ МАСШТАБНЫЕ ОБЪЕКТЫ И ПОДНИМАЛИ СТАВКИ АРЕНДЫ.

Текст: Александр ПЫПИН | Фото:

ДЕЛАЙТЕ СТАВКИ

Даже в благоприятной ситуации 2007 г. и предыдущих лет, когда повсеместно росло количество и качество потребления, уже появились локальные рынки, насыщенные торговыми площадями или близкие к насыщению: Казань, Пермь, Нижний Новгород, Самара, Екатеринбург, Ярославль, Тольятти. «В ряде регионов наступает период некоторого перенасыщения, что ведет к снижению ставок аренды в неконцептуальных либо неудачно расположенных ТЦ», — отмечает партнер компании *S.A.Ricci / King Sturge* Илья Шуравин. Порой в таких регионах наблюдается снижение средних ставок аренды даже в относительно качественных проектах. Например, в отчете ОАО «Пермский Облунивермаг» (владелец ТЦ «Семья», Пермь) как фактор, приведший к уменьшению выручки, отмечено «снижение арендной платы вследствие роста конкуренции на рынке коммерческой недвижимости». В целом же уровень арендных ставок остается очень высоким. «В ТЦ средние арендные ставки варьируются от 165–250 USD за 1 кв.м в год для якорных арендаторов и до 600–2400 USD за 1 кв.м в год для торговой галереи», — говорит Максим Марухленко, руководитель департамента развития группы компаний *LEON*.

Динамика изменения арендной платы зависит от качества проекта. В первую очередь, в 2007 г. позиции теряли неконцептуальные объекты на окраинах городов. Отличающиеся удачным местоположением и концепцией даже в условиях конкуренции способны к наращиванию ставок аренды. В наиболее выгодной позиции оказыва-

ются монополисты локального рынка. «Ежегодные темпы роста арендных ставок в региональных ТЦ составляют до 30%», — делится наблюдениями Максим Марухленко. Однако городов «без конкуренции» с каждым годом становится все меньше.

И ретейлеры, и консультанты, и владельцы ТЦ сходятся в том, что в среднем по стране арендная ставка за год выросла сопоставимо с инфляцией, хотя владельцы ТЦ более оптимистичны в расчетах.

Например, средняя арендная ставка в ТРЦ «Шоколад» (Нижний Новгород) в 2006 г. составляла около 275 USD, а в 2007 г. — около 320 USD, то есть возросла на 16%. В компании «Техносила» подсчитали: в среднем арендные ставки на торговую недвижимость выросли на 10–15%. В «Цифрограде» делают вывод, что арендные ставки не изменились. Алексей Лазутин, директор по развитию сети «Вещь!», также утверждает, что уровень арендных ставок в прошлом году практически не изменился. «Абсолютные цифры зависят от города, месторасположения в нем, уровня ТЦ и расположения внутри ТЦ. Есть объекты, в которых арендная ставка составляет меньше 300 USD в год, а есть те, в которых мы платим более 1000 USD за 1 кв.м в год», — говорит он. «За прошедший год арендные ставки в ТЦ выросли в среднем на 10–20%. Но нужно понимать, что они увеличились только в ТЦ с хорошим местоположением, грамотной концепцией и управлением», — отмечает директор департамента торговой недвижимости *Hermitage Construction & Management* Денис Густешев.



ТЦ «ПАНОРАМА»

ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ АРЕНДНОЙ ПЛАТЫ ЗАВИСИТ ОТ КАЧЕСТВА ПРОЕКТА

Новые концептуальные объекты сдаются по ставкам выше, чем уже действующие. Девелоперы стараются учесть ошибки работающих конкурентов, в большей мере учитывают пожелания арендаторов и, значит, претендуют на более высокую ценность аренды. Кроме того, при расчете ставок закладываются инфляционные ожидания к моменту открытия объекта и учитываются все удлиняющиеся сроки договоров. «Мы отмечаем при заключении договоров аренды по нашим строящимся проектам рост арендных ставок, несмотря на усиление конкуренции», — говорит Виталий Ефимкин, вице-президент ГК «Ташир».

В прогнозах участники рынка менее единодушны. «В 2008 г. можно прогнозировать стабилизацию арендных ставок к концу года, в связи с введением в эксплуатацию большого количества новых объектов», — считает Илья Шуравин. «Рост арендных ставок будет наблюдаться в ближайшие 3–5 лет. Ожидается и увеличение арендных ставок для якорей в связи с их растущим многообразием и отраслевой однотипностью», — не согласен с ним Денис Густешев. «Стоит ждать перенасыщения ТЦ во многих городах и, как следствие, падения арендной ставки. В городах Центральной части России, где на данный момент мало ТЦ, ввиду отсутствия мест под застройку в черте города появляющиеся ТЦ будут сдаваться по неадекватно завышенной арендной ставке», — оппонирует Анжела Рябова, руководитель федеральной розничной сети «Цифроград». Консенсусный прогноз говорит о том, что рост

ставок в целом продолжится, но с каждым годом будет замедляться.

ПОТРЕБИТЕЛЬ НОВОГО ВЕКА

В городах-миллионниках наблюдается укрупнение масштабов и расширение функциональности вводимых комплексов — объекты площадью более 100 тыс. кв. м становятся все более распространенными, хотя пока и немногочисленны. Так, в 2007 г. были введены «МЕГИ» в Новосибирске (150 тыс. кв. м) и Ростове-на-Дону (150 тыс. кв. м), «Космопорт» в Самаре (140 тыс. кв. м). В ближайшие годы в каждой крупной агломерации заявлено по несколько таких проектов.

Например, в Краснодаре строятся OZ (150 тыс. кв. м), «МЕГА» (150 тыс. кв. м), «СБС-Центр» (180 тыс. кв. м), «Калинка-Малинка» (120 тыс. кв. м), при том, что в городе уже есть «Красная Площадь» (150 тыс. кв. м). «Почти в центре города расположатся «Ашан», Carrefour, Leroy Merlin, «Хоум Центр», Media Markt. Насколько успешны будут «МЕГА» и OZ, которые строят за городом, трудно сказать», — говорит Игорь Марьяш, генеральный директор «Хоум Центр».

Конечно, крупные проекты рассчитаны не только на жителей самих городов, но и всей агломерации, в крупнейших из которых проживает по 2–3 млн человек. Масштабные проекты хотят привлечь посетителей проживающих за сотни километров, — например, «МЕГА» в Новосибирске уже рекламируется в Барнауле и Кемерове. Однако реальная ситуация осложняется. >



ТЦ «ХОУМ ЦЕНТР», г. ЯРОСЛАВЛЬ

СОВРЕМЕННАЯ ТОРГОВЛЯ ПРИХОДИТ САМА В СРЕДНИЕ И ДАЖЕ МАЛЫЕ ГОРОДА

> Если раньше, как и в советские времена, за лучшим ездили в областные центры и столицу, то теперь современная торговля приходит сама в средние и даже малые города. Поэтому происходит отток посетителей крупных ТЦ, приезжающих из агломераций. Все меньше нужды ездить в Самару из Тольятти, в Кемерово — из Прокопьевска, в Челябинск — из Магнитогорска. Чтобы быть в центре внимания, нужны особые объекты — океанариумы, музеи, аквапарки: широким выбором колбасы и телевизоров жителей малых городов теперь трудно соблазнить. Некоторые перспективные проекты уже рассчитывают занять площади более 150 тыс. кв. м, причем больше половины их площадей будут отведены под объекты досуга, развлечений, отдыха, спорта. Например, в 2007 г. группа компаний «Ташир» разработала три мультифункциональных «Сити-Парка», два из которых откроются в Калуге и Липецке. В 2007 г. заложен комплекс «Планета» в Уфе, который будет включать аквапарк. Он станет крупнейшим многофункциональным комплексом в регионе.

НАЧИНКА

Торговые центры не только укрупняются, но и меняют внутреннее содержание в силу усиления конкуренции и изменения поведения потребителей. Так, по исследованиям компании «РосЕвроДевелопмент», в 2007 г. повысилась узнаваемость брендов среди потребителей, лояльность покупателей к современным формам торговли. «Причина тому — рост среднего дохода на душу населения (13–15%) и рост среднего класса (на 3%),

выросли и расходы на потребительские товары. Значительно увеличился спрос на развлечения, особенно в качестве составляющей шопинга», — говорит Наталья Коротаева, коммерческий директор «РосЕвроДевелопмент». В таких условиях в 2007 г. старые рынки и комплексы продолжили терять популярность. «Потребитель стал более взыскателен. Его интересует не только ассортимент, но и сервис», — говорит Алексей Лазутин, директор по развитию сети «Вещь!». «Покупатели стали более критично и осознанно подходить к выбору торговой точки, все больше отдавая предпочтение крупноформатной торговле и качественным характеристикам работы торговых объектов (уровень обслуживания, качество товаров, комфортные условия для совершения покупок и др.)», — отмечает Александр Астрейко, генеральный директор ФС «Вестер». «Потребительские предпочтения смещаются по всей России в пользу более качественных, марочных товаров, что дает стимул для развития одежды ретейла, — вторит им Илья Шуравин. — Сегодня шопинг в мире вышел на второе место, уступив пальму первенства лишь просмотру телепередач. И Россия не исключение». Одновременно с ускоренным формированием общества потребления в 2007 г. продолжилось насыщение рынка торговой недвижимости новыми объектами. Теперь покупатель может выбирать куда пойти. «Рынок стал более конкурентным, особенно в городах-миллионниках», — говорит Виталий Ефимкин. «С увеличением количества ТЦ в отдельно взятом городе потребители стали более избирательны в выборе места покупок.

КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ ТЕПЕРЬ ГОТОВЫ АРЕНДОВАТЬ ПЛОЩАДИ И В ОТНОСИТЕЛЬНО БЕДНЫХ ГОРОДАХ, И САМЫХ УДАЛЕННЫХ.



Некоторые ТЦ перераспределили потоки, «убив» стритрейтерей в округе. Многие ТЦ «уступили» вновь отстроенным на более удобных местах», — отмечает Анжела Рябова.

Все больше места в ТЦ отводится под развлечения, услуги, досуг. «Зона развлечений без кинотеатра площадью 4 тыс.кв.м — это реальность, которая начинает развиваться на рынке. Кинотеатры также реализуют более масштабные проекты, и уже несколько операторов готовы входить в новые проекты на 5–6-тысячные площади с многозальными форматами. Ряд девелоперов активно прорабатывают нестандартные варианты развлекательных зон: от IMAX в составе мультиплекса до океанариумов и прочих развлечений нового для России формата *edu-tainment*», — говорит Илья Шуравин. Намечилась тенденция к увеличению детских игровых зон в ТРЦ. «В некоторых проектах такие зоны занимают до 7 тыс.кв.м, но целесообразность этого шага еще вызывает сомнения и будет определена лишь по истечении времени», — рассказывает Наталья Коротаева. Во многих ТРЦ планируются катки, что, по мнению специалистов «РосЕвроДевелопмент», является реакцией на государственную политику по стимулированию интереса населения к спорту.

Меняются и магазины. Так, «Спортмастер» разработал новый формат «Спортмастер Гипер» и открыл такой магазин площадью 5 тыс.кв.м в ТК «Космопорт» в Самаре. «Техносила» размещает в ТЦ мегамаркеты площадью до 7 тыс.кв.м, а также внедряет новую торговую концепцию «Клиентская корзина». Намерены укрупнять магазины и арендаторы торговых галерей. «В 2008 г. мы планируем открывать магазины общей площадью 600–700 кв.м. К 2009 г. увеличим площадь до 800–1000 кв.м», — рассказывает Алексей Лазутин. Новый формат — формат универмага — представила в 2007 г. «Снежная Королева» в «Горизонте», «Космопорте», «Лапландии». «Операторы увеличивают площадь магазинов с распространенных в регионах 200–300 кв.м до привычных Москве объемов 700–800 кв.м, что говорит об укреплении веры в региональный рынок», — отмечает Наталья Коротаева. Впрочем, есть и об-

ратные примеры: *Debenhams* выводит в регионы усеченный формат универмага *Desire by Debenhams*, который примерно в 4 раза меньше, чем в Европе. Первый объект открылся в самарском «Космопорте».

Крупнейшие операторы теперь готовы арендовать площади и в относительно бедных городах, и в самых удаленных. Так, в костромской «Коллаж» в 2007 г. пришли мультиплекс «Пять звезд», боулинг «Космик» с детской развлекательной зоной, «М.Видео», «Детский мир». В красноярской «Планете» арендовали площади «Космик», «Киномакс» и *Zara*.

Пополнился список престижных арендаторов, присутствие которых в региональном проекте говорит о его качестве. В 2007 г. открылись первые в торговых центрах региональные магазины *Media Markt* («Горизонт» и «Космопорт»), *REAL* («Вернисаж», «Фантастика», «Парк-Хаус»). Открылись два первых региональных гипермаркета «Ашан» за пределами комплексов *IKEA* — в «СБС» и «Космопорте». Начали региональную экспансию в ТЦ и сети универмагов — *Marks&Spencer* («МЕГА», Нижний Новгород), *Debenhams* («Космопорт»). В течение года открыты магазины *Zara* в «Горизонте», в новосибирской и ростовской «МЕГЕ», а в 2008 г. откроется и в красноярской «Планете». «Сегмент *DIY* продемонстрировал активный рост, агрессивно настроены не только европейские бренды, но и новые российские операторы, которые готовы переплачивать за вход в проекты, компенсируя отсутствие сложившейся серьезной репутации», — отмечает Илья Шуравин. Все чаще в ТЦ находят себе место сети товаров для дома «Санта-Хаус», «Домовой», «ЧудоДом». Первые контракты на будущее в 2007 г. подписали и владельцы «Садовых центров». В 2008 г. можно ожидать приход в региональные ТЦ таких операторов, как гипермаркет *Carrefour*, супермаркет *Atac*, магазины одежды *Ralph Lauren*, рестораны *Quick*, кофейни *Starbucks*.

Популярность набирает новая модель открытия крупных ТЦ — создание квазиритейл-парков. Сначала открываются быстро возводимые биг-боксы якорей, а затем, уже между ними, пристраивается более сложная со строительной точки зрения торговая галерея с развлечениями. >

Реклама

Сеть торгово-развлекательных центров приглашает арендаторов в проект на территории г. Кургана

Открытие I квартал 2008 года

площадь 50000 м²

Департамент аренды, телефон в Москве 8 800 200 4940, e-mail: аренда@hypersity.ru, web: www.hypersity.ru



ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ НЕ ТОЛЬКО УКРУПНЯЮТСЯ, НО И МЕНЯЮТ ВНУТРЕННЕЕ СОДЕРЖАНИЕ

ТЦ «ВРЕМЕНА ГОДА»

> При создании комплекса «МЕГА» в Орле сначала в 2006 г. открылся корпус гипермаркета «Линия», и уже в 2007 г. к нему начали пристраивать корпуса торговой галереи, зоны развлечений, спортивного комплекса. В ТЦ «Слава» в Волгограде в 2007 г. открылся только корпус гипермаркета «Карусель» — торговая галерея и зона развлечений откроются в следующие годы. Уже введен в строй корпус «Ашана» в Краснодаре, который станет частью огромного «СБС-Центра», в ТЦ «Фантастика» в Нижнем Новгороде в 2006 г. открылся корпус *OBI*, в 2007 г. — корпус гипермаркета *REAL* с торговой галереей, и уже в 2008 г. будет введен основной корпус центра. В Ростове-на-Дону в 2007 г. на улице Малиновского открылись корпуса гипермаркета «О'Кей» и *DIY Castorama*, и только в этом году по плану откроется рядом ТРЦ «Калинка-Малинка».

КОНЦЕПЦИЯ ИЗМЕНИЛАСЬ

Одновременно с вводом в строй новых объектов в 2007 г. продолжилась интенсивная перестройка и достройка существующих объектов торговой недвижимости, конкурентные преимущества которых постепенно перестали быть адекватными запросам потребителей. Для таких объектов характерны пустующие площади, продуваемые сквозняками верхние этажи, закрытые по будням секции. Многочисленные «ЦУМы» и универмаги ведут реконструкцию, ротацию арендаторов. Как правило, живший годами «муравейник» частных предпринимателей выселяется с территории комплекса, а после косметического ремонта в здание заселяются крупные якоря. Например,

в Нальчике местный одноименный универмаг преобразился в 2007 г., открыв на трех своих этажах магазины федеральных сетей «Вестер», «М.Видео» и «Детский мир». В 2007 г. продолжилась реконцепция универмага «Белгород», тюменского «ЦУМа» и других старых объектов, построенных еще до перестройки. В Ульяновске на месте универмага «Заволжский» открылся ТК с якорями «Вестер» и «Эльдорадо». В ярославском «Космосе» стартовал «Детский мир», в липецком «Ноябрьском» — «Детский мир» и «Арбат Престиж». Впрочем, многие владельцы еще не почувствовали дыхания времени — ТК у вокзалов и на прочих бойких местах сохраняют привлекательность и в старых форматах.

Ротация происходит и в новых ТЦ — так, «МЕГУ» в Казани за год покинули «Рамстор» и «ЧудоДом», зато туда вселились «Банана-Мама», *Modis* и «Бахетле». Революционные изменения произошли в динамичном ростовском «Горизонте». Его покинул «Рамстор», на место которого пришли «Снежная Королева», *Zara*, а также открылись *NewYorker* и «Санта-Хаус».

В 2007 г. стало больше ТЦ без продуктовых якорей. Так, в самарском «МЕГА-Центре» вместо «Рамстора» открылся «Домовой», в казанском «Детском мире» якорем стал не супермаркет, а «Санта-Хаус». Как правило, затруднения с открытием продовольственных якорей наблюдаются в городах, где уже очень велика плотность современных продуктовых магазинов. Например, в ТК «Мадагаскар» в Тольятти, открытом в 2007 г., сначала предполагался гипермаркет «Рамстор», затем гипермаркет «О'Кей», но с запозданием