

# ТАМ, ГДЕ ЕВРОПА СТАНОВИТСЯ АЗИЕЙ

ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ МНОГИЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ И ДЕВЕЛОПЕРЫ РАССМАТРИВАЮТ КАК ТЕРРИТОРИЮ ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕЙ ЭКСПАНСИИ В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ. ОДНАКО ИЗ 12 РЕГИОНОВ ОКРУГА ТОЛЬКО 5 ОНИ СЧИТАЮТ ДОСТАТОЧНО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ ДЛЯ МАССОВОГО ОТКРЫТИЯ НОВЫХ ОБЪЕКТОВ.

Текст и фото: Александр ПЫПИН

**М**ежду географами, экономистами, историками, политиками нет единого понимания, где именно по территории Южного федерального округа проходит граница между Европой и Азией. Но, с точки зрения ретейлеров и девелоперов, граница между этими частями света видна явственно. К регионам ЮФО с понятной перспективой развития они относят «европейские» Краснодарский и Ставропольский края, Ростовскую, Волгоградскую и Астраханскую области. Есть в округе еще два предсказуемых региона — Адыгея и Калмыкия, однако объем потребительского рынка там микроскопичен для масштабной экспансии. «Азиатские» республики Северного Кавказа, в которых проживает более 6 млн человек: Карачаево-Черкессия, Кабардино-Балкария, Северная Осетия, Ингушетия, Дагестан, Чечня — остаются для ретейлеров и девелоперов «terra incognita». Подвиг по масштабному освоению этих регионов, для которых характерны особый менталитет, образ жизни, традиции потребления, оказался пока под силу только «Евросети» — она не побоялась открыть салоны почти во всех крупных населенных пунктах этих республик, включая три салона сотовой связи в Грозном.

## НАРАВНЕ С СИБИРЬЮ

Южный федеральный округ — третий по численности населения в стране и единственный, где наблюдается прирост населения — с 2001 г. оно выросло более чем на 1 млн человек. При занимаемой площади в 3,5% от площади всей страны здесь сосредоточено 15% ее населения. Больше плотность населения только в ЦФО, где находится крупнейшая в Европе московская агломерация. В округ входят регионы, занимающие 4-е и 5-е место в стране по численности населения, — это соответственно Краснодарский край и Ростовская обл. Эти же регионы и входят в группу лидирующих в России по росту индекса промышленного производства.

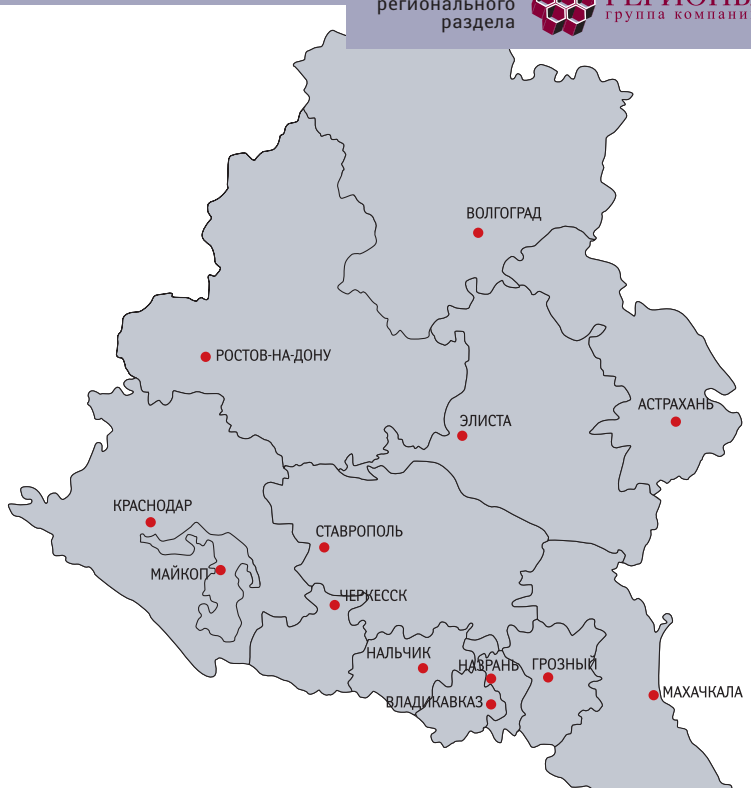
В Краснодарском крае оно выросло за год на 16%, а в Ростовской обл. — на 14%. В 2006 г. округ вышел в лидеры по показателю роста реальных денежных доходов населения — они стали больше на 17,6%. В республиках Северного Кавказа рост составил и вовсе 31%. Но при этом ЮФО — самый бедный округ: средний месячный доход на душу населения здесь не дотягивает и до 250 USD. Причина неутешительных показателей в том, что в округ входят как инвестиционно-привлекательные в масштабе всей страны регионы — Ростовская и Волгоградская области, Краснодарский край, так и беднейшие регионы страны — республики Северного Кавказа: Чечня, Ингушетия, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкессия, для которых характерны высокая доля теневой экономики, низкий доход на душу населения, большое количество безработных. Для многих семей на Северном Кавказе основным источником существования являются различные пенсии и пособия, а также натуральное хозяйство. Удивительно, что при этом в богатейших регионах ЮФО наблюдается естественная убыль населения (типично для «европейской» модели развития общества), а в беднейших республиках Северного Кавказа — рекорды по уровню рождаемости в стране, что вполне соответствует «азиатскому» менталитету.

Большее половины населения округа — сельское, в крупных и средних городах проживает менее 40%. Всего в округе 132 города, но только в 28 из них численность населения — свыше 100 тыс. человек. Крупнейшими городами являются Ростов-на-Дону, Волгоград, Краснодар, Астрахань, Махачкала, Ставрополь и южная столица России — Сочи.

Для ЮФО характерно отсутствие сырьевой направленности экономики, высокая степень ее диверсификации — активно развивается сельское хозяйство, туризм, обрабатывающая промышленность, транспорт, внешняя тор-



ТЦ «ГАЛЕРЕЯ» В СТАВРОПОЛЕ



КАРТА ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

говля. При этом 80% внутреннего регионального продукта Юга России приходится на пять регионов — Ростовскую, Астраханскую, Волгоградскую области, Краснодарский и Ставропольский края.

Для развития регионов Северного Кавказа принята программа «Юг России» на 2008–2012 г. с объемом финансирования 52 млрд руб. Согласно этой программе к 2012 г. уровень безработицы снизится до 19%, а средняя зарплата возрастет до 19 тыс. руб. в месяц. Но наибольшие «вливания» — более 12 млрд USD — регион получит в ходе подготовки к зимней Олимпиаде — 2014, что, наоборот, только увеличит разрыв между уровнем экономического развития регионов, подхлестнув интенсивное развитие Черноморских курортов Кубани. Интенсивному развитию лидеров — Ростовской обл. и Краснодарского края — будет способствовать и размещение игровой зоны на границе этих регионов, которая займет 2 тыс. га на побережье Азовского моря у села Порт-Катон.

Потребительский рынок округа наиболее развит в пяти «европейских» регионах. В целом оборот розничной торговли на Юге в 2006 г. немного превысил красивую цифру в один триллион рублей — это 12% от оборота всей страны и столько же, сколько в Сибирском федеральном округе. Сибирь и Юг — два региона, примерно равных по интересу к ним и потребительскому потенциалу, но уступающие Уралу и Поволжью. На Юге сети привлекает высокая плотность населения, теплый климат, относительно развитая транспортная инфраструктура, в Сибири — высокие доходы на душу населения и значительный уровень урбанизации.

Крупнейшие потребительские рынки округа — Ростовская обл. и Краснодарский край, на них приходится 50% оборота розничной торговли. Затем следуют Волгоградская обл. и Ставропольский край. Пятое ме-

сто занимает Дагестан, в котором оборот розничной торговли всего на 5% меньше, чем в Волгоградской обл., и только затем — Астраханская обл. Но в отличие от Дагестана Астраханская область вызывает куда больший интерес торговых сетей и девелоперов — за счет в несколько раз большего уровня жизни, большого процента городского населения, политической предсказуемости.

## КАРЛИКИ И ГИГАНТЫ

Торговые сети изначально развивались в крупнейших городах округа — Ростове-на-Дону, Краснодаре, Волгограде, однако сейчас сети активно идут в города с населением 250–500 тыс. человек: Ставрополь, Астрахань, Сочи, Волжский, Таганрог, Новороссийск. Волна экспансии достигла и крупных промышленных центров Ростовской обл. (Волгодонск, Новочеркасск, Шахты, Азов), перспективны и города-порты Черноморского побережья Краснодарского края — Анапа, Геленджик, Туапсе, а также курорты Ставропольского края — Кисловодск, Минеральные Воды, Пятигорск. Интерес сетей вызывают и такие города, как столица Адыгеи Майкоп, столица Калмыкии Элиста, Невинномысск Ставропольского края, Армавир Краснодарского края. К развитию в крупнейших городах Северного Кавказа (Мачачкала, Нальчик, Владикавказ, Грозный, Черкесск, Назрань) сети относятся настороженно. Современные форма-

### ОТКРЫЛИ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ В ЮФО ДЕВЕЛОПЕРЫ

«Алиас» (Краснодар), «РАМО» (Москва), «Горизонт» (Ростов-на-Дону), Diamant Development (Волгоград), ADM Group (Ростов-на-Дону), «Стинкор-Строй» (Волгоград), «СБС-Девелопмент» (Краснодар), «Русский Инвестиционный Альянс» (Москва), «Ворошиловский» (Волгоград) и другие.



РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС «СБС-СЕМЬ ЗВЕЗД» В КРАСНОДАРЕ

**В ЮФО УЖЕ ПРИСТУПИЛИ К ОСВОЕНИЮ НОВЫХ ПЛОЩАДОК ПОД СТРОИТЕЛЬСТВО ТЦ ДЕВЕЛОПЕРЫ:**

Вестер (Калининград), Перекресток (Москва), Diamond Development (Волгоград), Advantage Group (Москва), Кит-Капитал (Екатеринбург), DVI-Group (Москва), ТПС (Новоросийск), ADM Group (Ростов-на-Дону), «Алиас» (Краснодар), «Горизонт» (Ростов-на-Дону), МОЛЛ Менеджмент (Самара), Многофункциональные центры (Москва), «РосЕвроДевелопмент» (Москва), Седьмой Континент (Москва), Инпром Истейт (Таганрог), Концерн «Единство» (Ростов-на-Дону), ИКЕА (Швеция), АШАН (Франция), СБС-Девелопмент (Краснодар), Бизнес-Инвест (Краснодар), AIM Development (Москва), NT Development (Москва), Випойл Гиперцентр (Волгоград), ИСК Мы Строим Дом (Астрахань) и другие.

ГОРОД	ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ, 2006 Г. ТЫС. ЧЕЛ.
РОСТОВ-НА-ДОНУ	1055
ВОЛГОГРАД	992
КРАСНОДАР	710
АСТРАХАНЬ	499
МАХАЧКАЛА	466
СТАВРОПОЛЬ	358
СОЧИ	330
ВЛАДИКАВКАЗ	314
ВОЛЖСКИЙ	309
НАЛЬЧИК	271
ТАГАНРОГ	269
ШАХТЫ	248
НОВОРОССИЙСК	231
ГРОЗНЫЙ	218
АРМАВИР	191
НОВОЧЕРКАССК	180
ВОЛГОДОНСК	171
МАЙКОП	157
ПЯТИГОРСК	140
НАЗРАНЬ	130
НЕВИННОМЫССК	130
КИСЛОВОДСК	129
ХАСАВЮРТ	125
КАМЫШИН	122
ЧЕРКЕССК	117
НОВОШАХТИНСК	115
ДЕРБЕНТ	106
БАТАЙСК	104
ЭЛИСТА	103
СУММАРНОЕ НАСЕЛЕНИЕ ГОРОДОВ С ЧИСЛЕННОСТЬЮ БОЛЕЕ 100 ТЫС. ЖИТЕЛЕЙ	8290
ПРОЦЕНТ НАСЕЛЕНИЯ ЮФО, ПРОЖИВАЮЩЕГО В КРУПНЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДАХ	37

ИСТОЧНИК: ГОСКОМСТАТ РОССИИ

ТАБЛИЦА 1. ГОРОДА ЮФО С ЧИСЛЕННОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ БОЛЕЕ 100 ТЫС. ЧЕЛОВЕК

ты торговли здесь представлены слабо; например, в Грозном только готовится к открытию первый супермаркет. Высокий процент сельского населения предопределил перспективность развития на Юге малых форматов продовольственной торговли — дискаунтеров, этаких «новых сельпо». Именно такую сеть создала краснодарская компания «Тандер». Сеть «Магнит» ныне входит в тройку крупнейших продуктовых сетей России. Она по сути монополизировала рынок в малых и средних городах округа. Снабжение сотен магазинов ведется через распределительный центр в городе Кропоткин Краснодарского края, и строится еще один новый — в Батайске Ростовской обл. На рынке «дешевых» магазинов с «Магнитом» конкурирует «Пятерочка». Если в Волгоградской области и самом Волгограде «Пятерочке» благодаря усилиям ее партнера — компании «Тамерлан» удалось открыть с 2003 г. 70 экономичных супермаркетов, то в других регионах успехи гораздо скромнее. С партнером из Краснодара, успешным запустить 35 «Пятерочек» в крае, включая несколько в самом Краснодаре и Сочи, отношения не сло-



**В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ В ЮФО БУДУТ ОТКРЫВАТЬСЯ НОВЫЕ ГИПЕРМАРКЕТЫ, И СЧЕТ ПОЙДЕТ УЖЕ НА ДЕСЯТКИ ТАКИХ ОБЪЕКТОВ. НАПРИМЕР, СЕТЬ «ВЕСТЕР» ПЛАНИРУЕТ ДО КОНЦА 2014 Г. ОТКРЫТЬ ОКОЛО 30 ГИПЕРМАРКЕТОВ И 11 СУПЕРМАРКЕТОВ.**



жились, и договор расторгнут. В Ростовской обл. из запланированных 50 магазинов открыто менее десяти. Как федеральные, так и локальные сети супермаркетов активно развиваются только в трех крупнейших городах. Лидеры на местных рынках — «Радеж» в Волгограде и «Табрис» в Краснодаре. В Ростове-на-Дону после покупки сети «Вавилон» сегмент супермаркетов в значительной доле занят «Перекрестком» — у него 5 магазинов. В средних городах округа места есть максимум под 2–3 супермаркета, и федеральные сети активно их занимают. Так, «Гроссмарт» помимо Краснодара и Ставрополя работает в Невинномысске и Пятигорске, «Патэрсон» кроме столицы Кубани открыл также два супермаркета в Сочи и один в Кисловодске. Продовольственные сети, работающие в небольших форматах, будут осваивать и малые города. Например, ростовская «В 2 шагах» уже работает в Таганроге и Новочеркасске, планирует освоить Азов. Следствием автомобилизации и высокой плотности населения является возможность широкой географии размещения гипермаркетов в ЮФО — не только в центре городов, но и на трассах. Первый классический отдельный гипер-

маркет в 2005 г. открыла петербургская сеть «О'Кей» в Ростове-на-Дону. Сейчас гипермаркеты и квазигипермаркеты работают не только в Ростове-на-Дону, но и в Краснодаре («О'Кей», «Мосмарт»), Волгограде (*Real*, «Лента», «Рамстор», «Карусель», «Перекресток»), Астрахани («Лента»). В ближайшие годы в регионе будут открываться новые гипермаркеты, и счет пойдет уже не на единицы, а на десятки таких объектов. Например, сеть «Вестер» планирует до конца 2014 г. открыть в ЮФО около 30 гипермаркетов и 11 супермаркетов общей торговой площадью более 200 тыс. кв. м, для чего уже арендует помещения и покупает земельные участки. До конца 2008 г. «Вестер» откроет объекты в Таганроге, Ростове-на-Дону, Астрахани, Нальчике и Краснодаре. Сеть *Metro Cash&Carry* уже открыла магазины в Ростове, Краснодаре, Ставрополе и Волгограде.

Развитие продовольственных сетей в регионе сдерживается более низкой, чем в других регионах, долей продовольственной торговли — в отдельных городах она не превышает 40%. У многих южан есть собственное подсобное хозяйство, обеспечивающее их некоторыми продуктами питания. На юге традиционно сильные позиции рыночной



РЕГИОН	ЧИСЛЕННОСТЬ ПОСТОЯННОГО НАСЕЛЕНИЯ НА 1 ЯНВАРЯ 2006 Г., ЧЕЛ.	ЧИСЛЕННОСТЬ ГОРОДСКОГО НАСЕЛЕНИЯ НА 1 ЯНВАРЯ 2006 Г., ЧЕЛ.	ДЕНЕЖНЫЕ ДОХОДЫ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ В 2006 Г., РУБ.	СРЕДНЕМЕСЯЧНАЯ НОМИНАЛЬНАЯ НАЧИСЛЕННАЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА ЗА 2006 Г., РУБ.	ЧИСЛЕННОСТЬ ГРАЖДАН, ИМЕЮЩИХ СТАТУС БЕЗРАБОТНЫХ, ТЫС. ЧЕЛ.	СРЕДНИЕ ЦЕНЫ НА РЫНКЕ ЖИЛЬЯ ЗА 1 КВ. М ОБЩЕЙ ПЛОЩАДИ, ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК, 1 КВ. 2007 Г., РУБ.	ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЗА 2006 Г., МЛН РУБ.
ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	22 790 246	12 999 968	6885	7221,4	612	26 176,95	1 006 272,8
КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	5 096 572	2 682 361	7059,2	7975,5	39,2	35 966,02	274 692,5
РОСТОВСКАЯ ОБЛ.	4 303 546	2 874 632	7306	7568,9	31,6	31 654,29	239 406,5
СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	2 710 275	1 527 726	6572,8	6732,9	34,3	18 669,53	123 896,4
РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН	2 640 984	1 126 888	7165,5	4530	55,5	21 252,42	108 644,5
ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛ.	2 635 640	1 987 477	8177,2	7746,6	39,1	25 797,22	11 7868
ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	1 162 801	398 489	Н/д	Н/д	322	Н/д	10 397,7
АСТРАХАНСКАЯ ОБЛ.	994 208	665 885	7185,8	8157,9	39,2	18 045,72	42 087,5
КАБАРДИНО-БАЛКАРСКАЯ РЕСПУБЛИКА	894 014	523 159	5360,2	5851,4	32,9	14 523,29	28 400,7
РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ	702 338	454 505	6207,2	5918,4	39,1	15 284,33	23 093,8
РЕСПУБЛИКА ИНГУШЕТИЯ	486 970	208 031	2996,3	6432	46,6	18 901,01	3809
РЕСПУБЛИКА АДЫГЕЯ	442 735	232 828	4506,4	6414,4	39,21	17 115,85	13 089,4
КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА	431 488	190 460	5682,6	5870,9	39,1	12 975,22	15 711,9
РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ	288 675	127 527	3406,9	5562,2	39,2	13 394,02	5174,9

ИСТОЧНИК: ГОСКОМСТАТ РОССИИ

ТАБЛИЦА 2. НЕКОТОРЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ ЮФО (ПО ДАННЫМ ГОСКОМСТАТА РОССИИ)

НАЗВАНИЕ СЕТИ	КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	РОСТОВСКАЯ ОБЛ.	СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН	ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛ.	ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	АСТРАХАНСКАЯ ОБЛ.	КАБАРДИНО-БАЛКАРСКАЯ РЕСПУБЛИКА	РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ	РЕСПУБЛИКА ИНГУШЕТИЯ	РЕСПУБЛИКА АДЫГЕЯ	КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА	РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ
<i>METRO</i>	+	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«МАГНИТ»	+	+	+	-	+	-	+	-	-	-	+	-	-
«ЛЕНТА»	-	-	-	-	+	-	+	-	-	-	-	-	-
«ПЯТЕРОЧКА»	+	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«КАРУСЕЛЬ»	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«ПЕРЕКРЕСТОК»	+	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>REAL</i>	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«О'КЕЙ»	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
«РАМСТОР»	-	-	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«ПАТЭРСОН»	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
«ГРОССМАРТ»	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
«ЭКСПЕРТ»	+	+	+	-	+	-	+	+	-	-	+	-	-
«ЭЛЬДОРАДО»	+	+	+	-	+	-	+	-	-	-	+	-	+
«ЕВРОСЕТЬ»	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
«СВЯЗНОЙ»	+	+	+	-	+	-	+	-	-	-	+	+	+
<i>SELA</i>	+	+	+	+	+	-	+	+	-	-	+	-	+
«ЭКОНИКА»	+	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«М.ВИДЕО»	+	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«МИР»		+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«ТЕХНОСИЛА»	+	+	+	-	+	-	+	-	-	-	-	-	+
«Л'ЭТУАЛЬ»	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	-	-	-
«СТАРИК-ХОТТАБЫЧ»	-	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«АРБАТ-ПРЕСТИЖ»	-	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«РИВ ГОШ»	+	-	+	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
«СПОРТМАСТЕР» / «СПОРТЛАНДИЯ»	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	-
«ДЕТСКИЙ МИР»	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
«БАНАНА-МАМА»	+	+	+	-	+	-	+	-	-	-	-	-	-
«ИЛЬ ДЕ БОТЭ»	+	+	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
«БАУЦЕНТР»	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
«ВЫСШАЯ ЛИГА»	+	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«КАТЮША»	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
«ЭКОЛАС»	+	+	+	-	+	-	+	-	-	-	-	-	-
«РИГЛА»	+	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
«З6'6»	+	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>McDONALDS</i>	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ЧИСЛО ПРИСУТСТВУЮЩИХ СЕТЕЙ	28	27	20	2	26	1	14	5	3	1	7	2	5

ТАБЛИЦА 3. ПРИСУТВИЕ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РЕГИОНАХ ЮФО

➤ торговли. Не способствует развитию торговых сетей и негативный имидж республик Северного Кавказа – в них не представлено ни одной продовольственной торговой сети. Первым, кто рискнет открыть магазин в «неспокойном» регионе, а именно в Нальчике, станет «Вестер». Современные форматы непродовольственной торговли преимущественно развивались в крупнейших городах, где открывали магазины федеральные сети («Старик Хот-

табыч», «Л'Этуаль», «Спортмастер», «Иль де Ботэ», «Детский мир», «Банана-Мама» и др.). В последний год активно осваивают регион такие парфюмерные сети, как петербургская «Рив Гош» и московский «Арбат-Престиж». На территории округа сформировались и сильные локальные непродовольственные сети – сеть обувных магазинов «Эколас», сеть магазинов спортивных товаров «Высшая Лига», сеть магазинов товаров для детей «Катюша».



**БОЛЕЕ 12 МЛРД USD РЕГИОН ПОЛУЧИТ В ХОДЕ ПОДГОТОВКИ К ЗИМНЕЙ ОЛИМПИАДЕ – 2014. ИНТЕНСИВНОМУ РАЗВИТИЮ ЛИДЕРОВ – РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ И КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ БУДЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ И РАЗМЕЩЕНИЕ ИГОРНОЙ ЗОНЫ НА ГРАНИЦЕ ЭТИХ РЕГИОНОВ.**



Присутствуют в округе все крупные игроки рынка бытовой техники — «МИР», «Техносила», «Эльдорадо», «Эксперт», «М.Видео». В 2007 г. в округе открылся первый в стране региональный магазин немецкой сети «Медиа-Маркт». Всего, по данным компании «Техносила», в регионе функционируют около 150 сетевых магазинов бытовой техники и электроники.

Сети начали активно осваивать и небольшие города. Например, магазин бытовой техники «МИР» открылся в этом году в Новочеркасске. Партнеры «Техносилы» по программе франчайзинга открыли магазин в Элисте и три магазина в станицах и небольших городах Краснодарского края. В планах «Техносилы» — к 2010 г. увеличить количество собственных торговых объектов формата «гипермаркет электроники» до 23, а города с населением менее 150 тыс. человек продолжают осваивать партнеры. Небольшие южные города активно осваивают «Эксперт» и «Эльдорадо». Сеть салонов сотовой связи наиболее активно развивает «Евросет». Это единственная компания, представленная во всех регионах округа, включая Чечню. «Связной» за три года работы на Юге открыл 132 центра мобильной

связи, однако на Северном Кавказе они представлены только в Карачаево-Черкессии.

В регионе интенсивно развивается частное домостроение, и поэтому перспективно строительство DIY-центров. Первый уже открылся в Краснодаре — принадлежит он калининградской сети «Бауцентр». Об открытии DIY-магазинов в округе объявили такие сети, как *Castorama*, «Санта-Хаус», «Максидом», *Leroy Merlin*, *OBI*, *Home Center*.

Теплый климат способствует развитию торговли модной одеждой и обувью. В округе представлены большинство работающих в России марок, а многие первые региональные магазины открывались именно здесь. В преддверии Олимпийских игр в регионе, особенно в Сочи, активно будут размещаться магазины спорттоваров.

Перспективным считается регион и для открытия магазинов с товарами категории люкс. В Ростове-на-Дону уже работает центр моды «А'стор Плаза» с люксовой зоной компании «Джамилько», в Краснодаре достраивается ТОО «Кристалл» с супермаркетом «Глобус Гурмэ». Но центром люксовой торговли скоро станет Сочи — летняя столица России. Об открытии магазинов здесь уже >

Реклама

**ГРОССМАРТ**

СЕТЬ СУПЕРМАРКЕТОВ

ТОРГОВАЯ СЕТЬ  
СУПЕРМАРКЕТОВ «ГРОССМАРТ»,  
ВХОДИТ В СОСТАВ ХОЛДИНГА «МАРТА»

**МАРТА**  
ХОЛДИНГ

## ЛИДЕР РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ!

Свыше 120 торговых объектов формата «локальный мини-маркет», «супермаркет», «гипермаркет» (от 200 м<sup>2</sup> до 5000 м<sup>2</sup> торговой площади) расположены в Москве, Подольске, Мытищах, Железнодорожном, Нахабино, Калуге, Коврове, Кольчугино, Казани, Йошкар-Оле, Энгельсе, Владимире, Гусь-Хрустальном, Рязани, Туле, Екатеринбурге, Воронеже, Краснодаре, Саратове, Санкт-Петербурге, Пятигорске, Тольятти, Ставрополе, Дмитрове, Набережных Челнах, Невинномысске, Курске, Балаково.



- Выступаем «якорными» арендаторами (соинвесторами) в торговых центрах
- Заинтересованы в аренде и приобретении в собственность недвижимости для размещения своих магазинов
- Предлагаем сотрудничество продовольственным магазинам (сетям магазинов):
  - Покупка или аренда бизнеса и/или недвижимости;
  - Управление бизнесом;
  - Франчайзинг;
  - Совместная деятельность.

тел./факс: (495) 780-6039  
www.grossmart.ru e-mail: razvitie@ellexcor.ru



ТЦ «КРИСТАЛЛ»

### ДЕВЕЛОПЕРЫ, ПЛАНИРУЮЩИЕ СТРОИТЕЛЬСТВО ТЦ В ГОРОДАХ ЮФО

«Корстон» (Москва), «Строинрос» (Москва), *LEON Building* (Москва), «Гиперцентр» (Москва), «Лидер» (Екатеринбург), «Интерิโอ» (Санкт-Петербург), «Регионы Девелопмент» (Волгоград), Объединенная промышленная корпорация (Москва), *Mercury* (Москва), «Альтиус-Девелопмент» (Москва), «Аэропорты Юга» (Москва), «Юмако» (Москва), «ИСК Модус» (Краснодар), «Пересвет-Регион» (Москва), *PHI group* (Швейцария), ГК «ЭКС» (Пермь) и другие.

➤ заявили *Mercury* и *Bosco di Chiliegi*. Именно в трех городах, где будет развиваться элитная торговля, зафиксированы и самые высокие цены на жилье в округе.

### ТРИ БОГАТЫРЯ

Три города, в которых наиболее интенсивно вводятся в строй новые ТЦ, — Волгоград, Краснодар и Ростов-на-Дону, причем по количеству ТЦ лидирует Волгоград. Этот промышленный город первым стали осваивать сетевые девелоперы — в 2003 г. здесь открылся ТРК «Парк Хаус». Он наряду с краснодарской «Красной Площадью» и ростовским «Горизонтом», по мнению опрошенных арендаторов, относится к трем лучшим ТЦ Юга России.

Площади ТЦ в трех городах первого эшелона будут интенсивно наращиваться, и обеспеченность ими к 2010 г. вполне может достигнуть 1 кв. м на человека. Новые ТЦ здесь планируют ввести компании «Диамант», «Гиперцентр», «Алиас», «Горизонт», *LEON Building*, «Парк-Хаус», «МЕГА», «Инпром Истейт», *DVI*, «Седьмой Континент», «Регионы Девелопмент», «Интерิโอ» и многие другие.

Ко второму эшелону освоения можно отнести такие города, как Ставрополь, Астрахань, Волжский, Таганрог, Сочи, Новороссийск. В Таганроге планируют построить ТЦ компании «Многофункциональные центры» и «Инпром Истейт». О проекте в Ставрополе заявил «Строинрос». Астрахань осваивают *Korston* и *Advantage Group*. В Сочи строительство крупных торговых объектов будет происходить под присмотром крупнейших российских компаний, ответственных за подготовку к Олимпиаде.

Строительство ТЦ началось и в промышленных городах Ростовской обл. — Новочеркасске, Батайске, Волгодонске. В городах с населением менее 100 тыс. человек на Черноморском побережье Краснодарского края — Геленджике, Туапсе, Анапе — ТЦ будут частью крупных многофункциональных жилищных и досугово-рекреационных комплексов.

Отличительной особенностью южных ТЦ является развитая развлекательная и досуговая составляющая. Причем большие досуговые форматы развивают как московские компании под брендами «Космик», «Планета Боулинг», «Киномакс», «Киноплекс», *Crazy Park*, так и местные компании — краснодарские «Монитор» и холдинг «СБС», ростовский центр «Вавилония», астраханский «Остров Сокровищ».

За недолгую историю развития индустрии ТЦ на Юге сформировались компании, готовые к сетевому развитию. Так, ростовская *ADM Group*, управляющая центром моды «А'стор Плаза», запустила проект по строительству сети ТЦ под брендом «Калинка-Малинка» и предлагает услуги по управлению ТЦ, краснодарская компания «Алиас», владеющая ТРЦ «Сити-Центр», строит ТРЦ «Сокол» в Ростове-на-Дону и ведет переговоры по управлению ТЦ в Краснодаре, Ростове-на-Дону, Новочеркасске. *Diamant Development Group*, которой принадлежит ТРЦ «Диамант» в Волгограде, строит здесь еще несколько ТЦ и планирует экспансию в другие города округа, волгоградский «Стинкор-Строй» владеет ТЦ в Волгограде и возводит ТЦ в Волжском. Однако масштабы деятельности федеральных сетевых девелоперов больше, и они постепенно будут увеличивать свою долю на рынке торговых площадей. ■

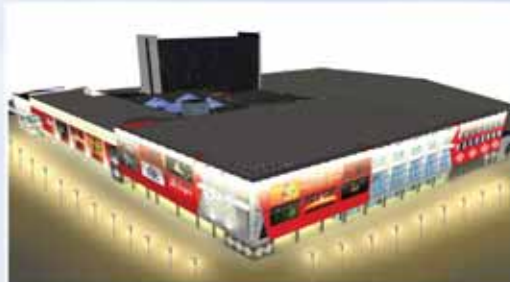
# BECAR COMMERCIAL PROPERTY

АРЕНДА И ПРОДАЖА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ



## МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС "АЭРОБУС"

г. Москва  
Общая площадь: 36 000 кв. м  
Парковка: 400 машиномест  
Открытие: ноябрь 2007 года  
**ЭКСКЛЮЗИВ**



## МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС JAZZ MALL

г. Магнитогорск  
Площадь: 18 000 кв. м  
Аренда: до 900 кв. м  
Открытие: август 2007 года  
**ЭКСКЛЮЗИВ**



## МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС "МИЛЛЕНИУМ"

г. Омск  
Площадь: 100 000 кв. м  
Торговый комплекс  
Бизнес-центр класса "А"  
Гостиничный комплекс "3 звезды"  
**ПРОДАЖА**



## МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС "ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР"

г. Череповец  
Площадь: 20 000 кв. м  
Офисные площади  
Торговые площади  
Гостиничный комплекс  
**ПРОДАЖА**



## ПРОЕКТ ТОРГОВОГО КОМПЛЕКСА

г. Воронеж  
Площадь ТК: 32 767 кв. м  
Площадь участка: 31 750 кв. м  
Парковка: наземная  
**ПРОДАЖА**



## ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС

г. Старый Оскол  
Площадь: 22 700 кв. м  
Площадь участка: 2,2 га  
Парковка: 660 машиномест  
Открытие: ноябрь 2007 года  
**ПРОДАЖА**

### КОНСАЛТИНГ

Реализация и сопровождение проектов в сфере офисной, торговой и гостиничной недвижимости

### БРОКЕРИДЖ

Постоянно обновляемая база арендаторов, заполнение площадей арендаторами в кратчайшие сроки

### УПРАВЛЕНИЕ

Технический аудит текущего состояния объекта, экономия 10-30% прямых расходов собственника

### МОСКВА

Варшавское шоссе, 95  
Телефон: +7 (495) 225 2 335  
office@msk.becar.ru

### САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Б. Сампсониевский проспект, 61  
Телефон +7 (812) 324 31 31  
office@becar.spb.ru

commercial property  
**becar**



# РЕЙТИНГ ЖУРНАЛА «МОЛЛ» ПО ЮЖНОМУ ФЕДЕРАЛЬНОМУ ОКРУГУ

ГОРОД	НАБРАННЫЕ БАЛЛЫ
РОСТОВ-НА-ДОНУ	39
ВОЛГОГРАД	34
КРАСНОДАР	32
СОЧИ	28
НОВОРОССИЙСК	26
АСТРАХАНЬ	24
СТАВРОПОЛЬ	24
ТАГАНРОГ	21
ВОЛЖСКИЙ	13
ВЛАДИКАВКАЗ	12
МАХАЧКАЛА	12
НАЛЬЧИК	11
ГРОЗНЫЙ	5

ГОРОДА, НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬСТВА ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ  
Среди участников опроса — компании «Сити-Центр» (Краснодар), «Горизонт» (Ростов-на-Дону), «Диамант Девелопмент» (Волгоград) и др.

ГОРОД	НАБРАННЫЕ БАЛЛЫ
РОСТОВ-НА-ДОНУ	100
КРАСНОДАР	98
ВОЛГОГРАД	85
АСТРАХАНЬ	72
СТАВРОПОЛЬ	64
СОЧИ	63
НОВОРОССИЙСК	56
ТАГАНРОГ	49
ВОЛЖСКИЙ	47
НАЛЬЧИК	19
ВЛАДИКАВКАЗ	18
МАХАЧКАЛА	13
ГРОЗНЫЙ	4

ГОРОДА, НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ  
Среди участников опроса — компании «Карусель», Adidas, «Космик», «Техносила», «Эконика-Обувь», «Вестер», Sela, «Связной» и др.

Примечание. Также компании отметили такие перспективные для девелопмента и открытия магазинов города, как Новочеркасск, Пятигорск, Анапа, Геленджик, Туапсе, Армавир, Кропоткин.



**АНДРЕЙ  
ЕГОРОВ,**  
директор ТРК  
«Сити Центр»  
(Краснодар)

Для строительства крупных торговых объектов в Южном федеральном округе перспективны Краснодарский и Ставропольский края, Ростовская и Волгоградская области. Здесь проживает наиболее обеспеченное население, а быстрые темпы развития туризма, сельского хозяйства и промышленности обуславливают значительный приток денежных средств. Сейчас, на наш взгляд, крупные сетевые операторы часто недооценивают платежеспособность местного населения и потенциал потребительского рынка в целом. Заметной особенностью рынка торговой

недвижимости округа является популярность развлекательной составляющей в ТЦ. Характерной чертой региона также является неоднородный характер развития рынка торговой недвижимости. Если в Ростове, Краснодаре, Волгограде наблюдается бурный рост торговых площадей, то в Ставрополе и Астрахани этот рост намного ниже. При этом нежелание девелоперов считаться с конкурентной обстановкой в ближайшие 2–3 года приведет к появлению в крупнейших городах округа дублирующих друг друга ТЦ с похожими концепциями. А самые ранние ТЦ, которые появились около пяти лет назад и представляют собой перестроенные приспособленные здания, либо исчезнут, либо подвергнутся глобальной реконструкции.

Южный федеральный округ перспективен для развития торговых сетей по целому ряду причин. Прежде всего, на развитие этого региона выделяются немалые инвестиции. Как минимум потому, что здесь будут проходить Олимпий-



**МАКСИМ  
КАРМАНОВ,**  
директор по  
продажам се-  
ти «Эконика-  
обувь»

ские игры. К тому же здесь расположена одна из четырех игровых зон. Регион крайне интересен и с точки зрения климатических условий — здесь более продолжительный торговый период. Наконец, округ пока не так сильно освоен торговыми сетями, что снижает конкурентные ставки аренды. Но при этом в округе активно вводятся в строй крупные современные торговые комплексы — «МЕГИ» в Краснодаре и Ростове-на-Дону, «Красная Площадь» в Краснодаре. Не хуже развивается и стрит-ритейл, и пока на него не столь высокие арендные ставки, для сетей это крайне



привлекательно. Наша сеть в округе планирует развиваться в Ростове-на-Дону, Краснодаре, Волгограде. Города Северного Кавказа (Грозный, Нальчик и т.д.), где до сих пор не ясна политическая и финансовая обстановка, менее интересны.



**СЕРГЕЙ  
АБРАМОВ,**  
директор по  
торговому опе-  
рациям сети  
«Связной Юг»

Для Южного федерального округа характерна ярко выраженная сезонная зависимость оборота торговли — летом из-за наплыва отдыхающих повышаются продажи на побережье, также небольшое повышение продаж происходит осенью, когда проходит уборочная. Немаловажным фактором является разбросанность и удаленность друг от друга населенных пунктов по территории ЮФО. Из-за того, что города не очень большие, лучшие места уже или выкуплены, или взяты в долгосрочную аренду, сложно найти хорошие помещения по приемлемой цене. На побережье Черного и Азовского морей постоянно развивается инфраструктура, и все больше отдыхающих приезжает на эти курорты. В связи с подготовкой Олимпийских игр, организацией игровой зоны строительство новых инфраструктурных объектов интенсифицируется. Соответственно наиболее перспективный регион для развития торговых сетей — это Краснодарский край (побережье). Наименее перспективные регионы — Чечня и Дагестан, хотя развитие нашей сети в этих регионах в будущем возможно.

С точки зрения развития нашего бизнеса — мультиформатной сети продовольственных магазинов — мы не наблюдаем ярко выраженных отличий развития на территории ЮФО от других регионов. Для этого региона характерна слабая насыщенность потребительского рынка современными форматами торговли, что позволяет нам выходить в округ с такими форматами, как гипермаркет и супер-



**АЛЕКСАНДР  
АСТРЕЙКО,**  
генеральный  
директор  
федеральной  
сети «Вестер»

маркет. Развитию торговых сетей способствуют достаточная плотность населения, хорошая покупательная способность и растущие доходы жителей. Сдерживает развитие нашей сети в регионе высокая стоимость земельных участков. Ведь рынок недвижимости ЮФО, к сожалению, не предлагает достаточного количества свободных площадей под развитие формата «гипермаркет», и мы в этой связи предполагаем развитие формата «гипермаркет» в регионе за счет строительства собственных торговых объектов на земельных участках.



**АНАТОЛИЙ  
ВАСИЛЬЕВ,**  
вице-прези-  
дент, директор  
по развитию  
бизнеса ком-  
пании «Торго-  
вый Квартал»

Сегодня развитие бизнеса в ЮФО — политический вопрос. На данный момент внимание к округу, а главное, выбор города Сочи столицей Олимпийских игр 2014 г. вызвали активный рост экономики и увеличили инвестиционную привлекательность всего региона, который ожидают значительные изменения. Самыми зрелыми городами, с точки зрения развития торговой недвижимости, являются Краснодар, Ростов-на-Дону, Волгоград. Помимо того что локальные девелоперы представляют качественные торговые объекты, на рынке заявлены и сетевые девелоперы, также высоко развит рынок ретейла. Очевидно, что одним из перспективных городов региона является Сочи. Туристическая направленность города обусловила множество заявленных проектов, хотя на настоящий момент в городе, население которого со-

ставляет около 400 тыс. жителей, нет масштабных торговых объектов. Сегодня девелоперы проявляют активный интерес к городу: здесь не только строят, но и вкладывают средства в уже существующие объекты. Однако следует отметить, что слишком высокая активность в городе в будущем может привести к «перегреву» рынка, подобно тому, как это происходило в Казани. Ростов-на-Дону представляется малоперспективным с точки зрения выхода на рынок. Здесь наблюдается высокий уровень конкуренции, и уже ограничены возможности для реализации проектов регионального или городского охвата. Однако еще возможно развитие ТЦ окружного охвата. Кроме того, крайне перспективными представляются Кисловодск, Ессентуки, Минеральные Воды. Они представляют собой интересный «узел» — своеобразный «объединенный город»: удачно выбранный участок на выезде из городов может быть перспективным вариантом для реализации крупного торгового проекта.



**КАПЧИЦ  
ФИЛИПП,**  
генеральный  
директор  
Представи-  
тельства Кор-  
порации SELA  
в Санкт-Пе-  
тербурге

Развитию сетевой торговли в округе способствует высокая плотность населения, а также удобная логистика. Два города из округа — Краснодар и Ростов-на-Дону — вошли в «золотую дюжину» городов с оборотом розничной торговли 100 млрд руб. Кроме того, это один из регионов, где население увеличивается в летний период фактически вдвое за счет туристов, что способствует дополнительному увеличению продаж в это время. Вдобавок магазины, размещенные на побережье, несут в себе активную рекламную функцию за счет курортного фактора. В результате наш оборот в округе вырос за три года вдвое. Отрадно, что многие крупные девелоперы после долгих раздумий зашли в регион и строят современные торговые комплексы, которые будут востребованы и покупателями, и арендаторами. **M**

# THIS IS WHERE EUROPE TURNS INTO ASIA

THE SOUTHERN FEDERAL DISTRICT IS VIEWED BY MANY RETAIL CHAINS AND DEVELOPERS AS THE TERRITORY FOR THEIR NEXT EXPANSION IN THE COMING YEARS. HOWEVER, OUT OF THE 12 REGIONS OF THIS DISTRICT, ONLY 5 ARE CONSIDERED TO BE SUFFICIENTLY ATTRACTIVE FOR LARGE-SCALE OPENING OF NEW SITES.

Text by Alexander PYPIN

The Southern Federal District is the third most populous in the country and the only one where we see growth in population: since 2001 it has grown by more than 1 million persons. Occupying just 3.5% of the overall land surface of the country, it accounts for 15% of its population. There is greater density of population only in the Central Federal District, where the Moscow metropolitan area, the largest in Europe, is found. The district has regions which are the 4th and 5th most populous in the country. These are the Krasnodar Krai and Rostov Oblast, respectively. These same regions figure among the leaders in Russia in terms of the growth of their index of industrial production. In Krasnodar Krai, production grew last year by 116%, while in Rostov Oblast it grew by 114%. In 2006, the district was ranked as the leader among all districts in terms of growth of real income of the population, which came to 117.6%. By contrast, in the republics of the Northern Caucasus, growth amounted to just 31%. Notwithstanding this, the Southern Federal District is the poorest district. The average monthly income per capita here does not even reach \$250. The cause of these troubling indicators is that it takes in the poorest regions of the country — the republics of the Northern Caucasus, for which a high level of shadow economy, low per capita income and a large number of unemployed are all characteristic.

The region will receive a very large "infusion" — more than \$12 billion — in the course of preparations for the Winter Olympics of 2014, but this will only increase the gap between the levels of economic development of the regions, whipping up the already intense development of the Black Sea resorts of the Kuban.

The consumer market of the district is most developed in the five 'European' regions. On the whole, retail trade turnover in the South in 2006 somewhat exceeded the fine figure of one trillion rubles — representing 12% of the turnover of the entire country, and as much as in the Siberian Federal District. Siberia and the South are two approximately equal areas in terms of the interest shown in them and their consumer potential. The South is attractive for retailers due to its high density of population, warm climate and relatively developed transportation infrastructure, while Siberia is attractive due to its higher per capita income and significant level of urban development.

The largest consumer markets of the district are Rostov Oblast and Krasnodar Krai, which together account for 50% of retail trade turnover. Then come Volgograd Oblast and Stavropol Krai. Fifth place is taken by Dagestan, where the turnover in retail trade is just 5% less than in Volgograd Oblast. Next is Astrakhan Oblast.

## DWARFS AND GIANTS

The retail chains initially developed in the largest cities of the district — Rostov-on-Don, Krasnodar and Volgograd — and now the time has come for an intensive move into cities with smaller populations. The retail chains are actively opening in cities with a population between 250,000-500,000 inhabitants (Stavropol, Astrakhan, Sochi, Volzhsk, Taganrog, Novorossiisk). The wave of expansion has also reached major industrial centres of Rostov Oblast such as Volgodonsk and Novocherkassk, and the future will bring in the port cities of the Black Sea Littoral of Krasnodar Krai — Anapa, Gelendzhik and

Tuapse, as well as the resorts of Stavropol Krai — Kislovodsk, Mineralnye Vody and Pyatigorsk. The high percent of rural population and population in small settled points predetermined the likely development in the South of small formats for discount food retailers. This is precisely the type of chain created by the Krasnodar company - Tander. The Magnit chain now ranks among the three largest food retailing chains in Russia. This company's stores are situated primarily in small cities; and this chain essentially monopolises the food retailing market in such settled points. Pyaterochka is the primary competitor of Magnit in the market of 'cheap' stores and it has had a variable degree of success. Whereas in Volgograd Oblast and in the city of Volgograd itself Pyaterochka has managed since 2003, thanks to the efforts of its partner company Tamerlan, to open 70 economy class supermarkets, 50 of them in Volgograd, it has had considerably less success in other regions. A partner from Krasnodar succeeded in opening 35 Pyaterochka stores in the Krasnodar Krai, including several in Krasnodar itself and in Sochi, but relations between the two companies did not work out and the contract was cancelled. Out of a total of 50 stores planned for Rostov Oblast, less than 10 have been opened. It is not surprising that chains working on a similar format to Pyaterochka such as Kopeika and Diksi, are not burning with ambition to move into the region.

Both national and local supermarket chains are actively developing only in the three largest cities. The leaders on the local markets are Radezh in Volgograd and Tabris in Krasnodar. In Rostov-on-Don, following the purchase of



the Vavilon chain, the segment of supermarkets is occupied to a significant extent by Perekrestok, which has 5 stores in the city, and which may in the future move actively into cities of Rostov Oblast.

In the coming years, the Southern District expects to see an invasion of hypermarkets. This is facilitated by the growth of automobile ownership of the local population and high density. The geographic location of hypermarkets can be rather broad. The first classic self-standing hypermarket was opened in 2005 in Rostov-on-Don by the Petersburg chain Okay. Now hypermarkets and quasi-hypermarkets are operating not only in Rostov-on-Don, but also in Krasnodar (Okay, Mosmart), Volgograd (Real, Lenta, Ramstor, Karusel, Perekrestok) and Astrakhan (Lenta). During the period 2006-2009, new hypermarkets will be opened by the chains Magnit, Lenta, Karusel, Okay and Auchan, among others. The numbers of such sites will reach into the dozens. For example, the Vester chain has set plans to open in the Southern Federal District around 30 hypermarkets and 11 supermarkets by the end of 2014, with an overall retail area more than 200 000 sq.m, and it has already started renting premises and buying parcels of land for this purpose.

Modern formats of non-food retailing have developed primarily in the largest cities, where stores have been opened by the national chains Starik Khottabych, L'Etoile, Sportmaster, and Detsky Mir, among others. Last year such cosmetics retailers as the Petersburg-based Rive Gauche and Moscow-based Arbat-Prestige actively moved into the region, opening stores in a number of places, including Novocherkassk and Taganrog. Strong local non-food chains have also been set up within the district: Ekolas shoe stores, the Vysshaya Liga sporting goods chain and the Katyusha chain of stores selling products for children. All the major players of the house-

hold appliances market are present in the district: MIR, Tekhnosila, Eldorado, Ekspert and M.Video. During 2007, the German chain MediaMarkt's first regional store in the country opened in the district. According to data provided by Tekhnosila, there are a total of about 150 chain stores selling household appliances and consumer electronics operating in the area, and the share of national players by the end of 2008 will be to the order of 80%. The chain stores have also begun to actively move into the smaller cities. For example, a MIR home appliances store opened in Novocherkassk in 2007. By the year 2010, Tekhnosila plans to increase the number of its own commercial locations of the 'electronics hypermarket' format to 23, while in cities having a population under 150,000 its partners will be opening shops. In this area there is also intensive growth of private home building and therefore there are good prospects for construction of DIY-centres. The first DIY centre has already opened in Krasnodar. It belongs to the Kaliningrad chain Bautsentr. Such chains as Castorama, Santa-Khaus, Maksidom, Leroy Merlin and OBI have announced plans to open DIY stores in the district.

The area, especially cities like Krasnodar, Sochi and Rostov-on-Don, is also considered promising for opening stores in the luxury goods category. In Rostov-on-Don there is already an ASTOR Fashion Centre with a luxury goods section of the company Jamilco. In Krasnodar construction is underway on the Kristall shopping centre which includes the Globus Gourmet supermarket. Mercury and Bosco di Ciliegi have said they plan to open there.

### THREE EPIC HEROES

The three cities where new shopping centres are being set up most actively are Volgograd, Krasnodar and Rostov-on-Don. Among them at the present moment Volgograd has the largest

number of functioning shopping centres. This industrial city was the first to be taken over by chain store developers: in 2003 the retail and entertainment complex Park House opened here. Along with Krasnodar's Krasnaya Ploshchad and Rostov's Gorizont, it is among the three best according to a poll of those renting space in shopping centres of the South of Russia. The surface area of shopping centres in the three first echelon cities will grow very quickly. Each year hundreds of thousands of square metres of new sales space will come on line and by the year 2010 the retail per capita area may reach one metre. The distinguishing characteristic of the Southern District retail shopping is the development of the entertainment and leisure component: they have children's game areas, multiplex cinemas, rinks, bowling alleys, extreme-sport parks, stylised covered streets for strolling and much else. During the short history of development of the industry of shopping centres in the South, there have been established companies ready for handling the chain stores. One such company is Rostov's ADM Group, which manages the ASTOR Fashion Centre. It has launched a project to build a chain of shopping centres under the brand name Kalinka-Malinka and it is offering its services to manage shopping centres. Another is the Krasnodar company Alias, which owns the shopping and entertainment centre Citi-Tsentr and is building the Sokol centre in Rostov-on-Don, while negotiating over the management of the shopping centres in Krasnodar, Rostov-on-Don and Novocherkassk. The Diamant Development Group, which owns the shopping and entertainment centre Diamant in Volgograd, is still building several shopping centres in the city and in Volzhsk and is planning to expand into other cities of the district. However, the scale of activity of the national chain developers is greater and they will gradually increase their share of the market for retail space.

# MALL'S RATING FOR THE SOUTHERN FEDERAL DISTRICT

CITY	SCORE
ROSTOV-ON-DON	100
KRASNODAR	98
VOLGOGRAD	85
ASTRAKHAN	72
STAVROPOL	64
SOCHI	63
NOVOROSSIISK	56
TAGANROG	49
VOLZHSKY	47
NALCHIK	19
VLADIKAVKAZ	18
MAKHACHKALA	13
GROZNY	4

THE SURVEY COVERED KARUSEL, ADIDAS, COSMIC, TECHNOSILA, ECONIKA-OBUV, VESTER, SELA AND OTHER COMPANIES.

CITY	SCORE
ROSTOV-ON-DON	39
VOLGOGRAD	34
KRASNODAR	32
SOCHI	28
NOVOROSSIISK	26
ASTRAKHANЬ	24
STAVROPOL	24
TAGANROG	21
VOLZHSKY	13
VLADIKAVKAZ	12
MAKHACHKALA	12
NALCHIK	11
GROZNY	5

CITIES WITH THE BIGGEST POTENTIAL FOR CONSTRUCTION OF SHOPPING MALLS

The survey covered City-Center (Krasnodar), Gorizont (Rostov-on-Don), Diamant Development (Volgograd) and other companies. Note: The companies also mentioned as promising for development and opening of stores cities like Novocherkassk, Pyatigorsk, Anapa, Gelenjikh, Armavir, Kropotkin.

food-stores, we do not see any pronounced difference between the Southern Federal District (SFD) and other regions. SFD features low penetration of modern trade formats in the consumer market, which allows us to enter the district with such formats as hypermarket and supermarket. Development of retail networks is enhanced by sufficient population density, healthy purchasing power and growing household incomes. Development of our network in the region is constrained by high cost of land. Unfortunately, realty market in SFD does not offer sufficient free space for development of the hypermarket format, and so we project to develop this format in the region by constructing our own retail sites on plots of land.

**ANDREI EGOROV,**  
Director, City-Center Shopping  
and Leisure Mall (Krasnodar)

The Krasnodar and Stavropol Krai and Rostov and Volgograd Oblasts have the biggest potential for construction of major shopping sites. These regions have the most well-off population and a booming tourism industry, agricultural sector and manufacturing industry generate significant cash flows. In our opinion, network operators today often underestimate solvency of local population and in general the potential of consumer market. Popularity of the leisure component in shopping malls (SM) is a remarkable feature of the commercial property market in this federal district. The commercial property market develops in an irregular manner which is another specific feature of the region. While in Rostov, Krasnodar and Volgograd we witness explosive growth of shopping space, Stavropol and Astrakhan display much lower pace of growth. Indeed, developers' unwillingness to consider competition will result in the next 2-3 years in appearance of redundant SMs with similar concepts in major cities of the district. And the very first SMs, which were opened about 5 years ago in converted and adapted buildings, will either disappear or undergo radical reconstruction.

**MAXIM KARMANOV,**  
Sales Director, Ekonika-Obuv Network

The Southern Federal District is a promising area for development of retail networks for a variety of reasons. First and foremost, major investments will be made in this region, host of the 2014 Olympics. Further, one of the four areas for gambling business is also established here. Climatic conditions also make the region very attractive because such environment ensures longer trading period. Finally, penetration of retail networks is not yet significant, which lowers competitive lease rates. However, major up-to-date shopping plazas are commissioned in the district – MEGA in Krasnodar and Rostov-on-Don, Krasnaya Ploschad in Krasnodar. Street retail is keeping pace, and while rates in this segment are not that high it is attractive for networks. We plan to build up our network in Rostov-on-Don, Krasnodar, Volgograd. Cities in the Northern Caucasus (Grozny, Nalchik etc.), where political and financial situation are still unclear, are less interesting.

**ALEXANDER ASTREIKO,**  
General Director, Vester National Network

From the perspective of development of our business, i.e. multi-format network of

**KAPCHITS PHILLIP,**  
General Director, SELA's Office  
in St-Petersburg

Development of network trade in SFD is enhanced by high density of population and also by convenient logistics. Two cities from the district – Krasnodar and Rostov-on-Don – are on the "golden dozen" list of cities with retail sales of RUR100 bln. Besides, it is one of the regions, where the inflow of tourists practically doubles the population in summer, generating extra sales during this period. Additionally, stores on the coast carry out an active advertising function underpinned by health resort factor. As a result, our sales in SFD doubled in 3 years. It's good news that many major developers after some lingering entered the region and are now building up-to-date shopping plazas which will be in demand both by customers and tenants.

**SERGEI ABRAMOV,**  
Director for Trade Operations,  
Svyaznoi Yug Network

The Southern Federal District features pronounced seasonality of sales – in summer inflow of tourists boosts sales on the coast, and a small increase of sales occurs in autumn during harvesting works. Dispersal of cities and towns across SFD with big distances between them is another factor. Since cities are

not very big and the best places have already been bought out or leased on a long-term basis, it is now difficult to find good premises at acceptable prices. Infrastructure is developing on the Black and the Azov sea coasts, and the vacation crowd is steadily increasing. In view of preparation for the Olympics and arrangement of the gambling business area, construction of new infrastructure sites steps up. Therefore, the Krasnodar Krai (coastal area) is the most attractive area for development of retail networks. Chechnya and Daghestan are least promising regions, although going forward our development therein is possible.

ANATOLY VASSILIEV,  
Vice-president, Director for Business  
Development, Torgovy Kvartal



Today, development of business in SFD is a political matter. Currently, attention to SFD and, most importantly, Sochi winning the bid for 2014 Olympics triggered rapid economic growth and turned the region into a more attractive target for investments, with major changes expected in the area. Krasnodar, Rostov-on-Don and Volgograd offer the most mature commercial property markets. In addition to local developers who offer high-quality shopping sites, network developers are also present in the market, and retail market is also highly developed. Sochi apparently is one of the most promising cities in the region. Focus on tourism in the city gave rise to announcement of numerous projects, although currently in this city of 400,000 there are no large-scale shopping sites. Developers today are very active in the city, building new sites and investing in the existing ones. However, it should be noted that excessive activity in the city may result in overheating of the market in future, as it was the case in Kazan. Rostov-on-Don does not seem to offer much potential for new entrants. Competition is tough, and already there is limited scope for regional or city-scale projects. However, development of district-scale SM is still possible. Further, Kislovodsk, Essentuki, Mineralye Vody seem to be exceedingly promising. They represent an interesting node — a sort of a combined city: a carefully selected land plot on the way out of these cities may be a good option for a major shopping mall project. **M**



КРАСНАЯ ПЛОЩАДЬ

KRASNODAR'S KRASNAYA PLOSHCHAD

Республика

**ЯШМА ЗОЛОТО**  
СЕТЬ ЮВЕЛИРНЫХ САЛОНОВ-МАГАЗИНОВ

Компания «ЯШМА ЗОЛОТО» арендует и приобретает в собственность торговые площади от 35 до 150 метров для открытия магазинов на территории России.

тел./факс: (495)901-98-61, моб.: (495)545-95-48  
info@yashmazoloto.com | www.yashmozoloto.com