

## Offices / General

### Выгодная парковка

Как стало известно «Ведомостям», Capital Group приобрела участок в «Москва-Сити», предназначенный для строительства общественной автостоянки.

## Retail

### Международные ритейлеры делают знаки

Роспатент зарегистрировал бренды сетей Victoria`s Secret, Muji и Future Shop.

## Regions

### Тяжелый фитнес

Сети фитнес-центров снижают темпы развития — конкуренция на этом рынке растет быстрее, чем спрос на их услуги.

## Investment

### Accent Real Estate Investments Managers планирует привлечь до \$1 млрд на азиатском рынке

Компания выступит в роли проводника институционального и частного капитала на российский рынок.

## Offices / General

### ВЫГОДНАЯ ПАРКОВКА

Как стало известно «Ведомостям», Capital Group приобрела участок в «Москва-Сити», предназначенный для строительства общественной автостоянки. На сайте управляющей компании ОАО «Сити» (акционеры — «Базовый элемент» (38%), структуры Михаила Прохорова (28%) и Mirax Group (19%) инвесторами проекта указаны Lisario Trading Ltd (Capital Group) и «Сити». На участке в 1,56 га будут построены многоэтажная автостоянка на 3740 машино-мест и гостиница. Представитель Capital Group рассказал, что его компания стала единственным инвестором проекта в начале лета. В отчете «Сити» за I квартал 2008 г. паркинг на этом участке указан как собственный проект компании. Пресс-служба «Сити» отказалась от комментариев. «Интерес к этому участку был вызван тем, что к нему прилегает наш участок 16а. Мы будем делать единый концепт», — говорит представитель Capital Group. На участке 16а должен быть построен 70-этажный офисно-административный комплекс общей площадью 250 000 кв. м и автостоянка на 1135 машино-мест. По оценкам старшего вице-президента Knight Frank Андрея Закревского, сумма сделки могла составить \$100-150 млн. А для завершения проекта компании потребуется вложить еще порядка \$300 млн, подсчитывает он. На этот проект строительства машино-мест ранее претендовала и Mirax Group. На сайте «Сити» указано, что при площади 439 436 кв. м в «Федерации» предусмотрено всего 74 машино-места.

«Москва-Сити» скоро приобретет такое же значение для деловой жизни города, что и центр. Для этого необходимо наличие инфраструктуры», — говорит Пол Блэкман, региональный директор департамента офисной недвижимости Colliers International. Партнер Cushman & Wakefield / Stiles & Riabokobylko Виктория Манзюкова добавляет, что компании, не обладающие достаточным количеством парковочных мест для корпоративных машин, будут рады доплатить премию, чтобы решить этот вопрос.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## Retail

### МЕЖДУНАРОДНЫЕ РИТЕЙЛЕРЫ ДЕЛАЮТ ЗНАКИ

Роспатент зарегистрировал бренды сетей Victoria`s Secret, Muji и Future Shop. Сразу три международных ритейлера, считающихся одними из сильнейших в своих сегментах, зарегистрировали на этой неделе торговые марки в России: американская бельевая сеть Victoria`s Secret, канадская сеть бытовой техники и электроники Future Shop (принадлежит Best Buy Corp) и японский DIY-оператор Muji. Ближе всех к российскому рынку подошла Victoria`s Secret, которая ведет переговоры о продаже франшизы на страну компании Apparel.

«Виктория`s Сикрет Сторс Брэнд Менеджмент» зарегистрировала в Роспатенте 13 августа изображение одного из своих товарных знаков, Victoria`s Secret Pink, сразу по трем классам — розничная торговля, одежда и косметические средства. Victoria`s Secret насчитывает более тысячи магазинов в США, а международную экспансию начала только в 2007 году, открыв магазины в Канаде и ОАЭ. Средняя площадь магазина — примерно 600 кв. м, торгует в среднеценовом сегменте. В 2007 финансовом году (закончился в феврале) чистые продажи сети составили \$3,7 млрд. По мнению гендиректора Fashion Consulting Group Анны Лебсак-Клейманс, успех Victoria`s Secrets заключается в том, что компания не жалеет средств на продвижение бренда — ее продукцию рекламируют известнейшие модели мира, а на показах присутствуют мировые звезды кино и шоу-бизнеса: «Они добились того, что их белье носить модно».

На письменный запрос «Ъ» в головную компанию сети Limited Brands пообещали ответить только в понедельник. Один из одежных ритейлеров знает, что американская компания может продать франшизу на Россию компании Apparel из ОАЭ. Apparel уже развивает в России по франчайзингу бельевую сеть La Senza (бренд принадлежит Limited Brands) и три обувные сети — Dune, Aldo и Nine-West. Глава российского представительства Apparel Ошвани Чопра отметил, что «знает об интересе Victoria`s Secret к России», но переговоры не подтвердил.

Выход на российский розничный рынок, согласно данным Роспатента, не исключает и крупнейший американский оператор рынка бытовой техники и электроники корпорация Best Buy Corp (годовая выручка превышает \$40 млрд). Она зарегистрировала торговую марку Future Shop 13 августа по классу «услуги

# Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

15 августа, № 112

магазинов розничной продажи и розничная продажа в онлайн-режиме бытовой электроники, компьютерных аппаратных средств, программного обеспечения и устройств». Под брендом Future Shop в Канаде работает 131 магазин, а всего сети Best Buy (Best Buy, Audiovisions, Future Shop, Geek Squad, Magnolia, Pacific sales, Speakeasy и др.) объединяют 1314 магазинов по всему миру. Менеджер по коммуникациям Future Shop Сьюзан Кирк затруднилась прокомментировать эту информацию, сообщив лишь о том, что «клиентов в России у Best Buy пока нет».

«Best Buy действительно является крупнейшим оператором бытовой техники в США (доля на местном рынке — более 21%.— «Ъ»), но перспективы в России определить сложно. На рынок уже вышла немецкая Media Markt (с 2006 года открыла только 11 магазинов.— «Ъ»),— напоминает директор по связям с общественностью «М.Видео» Жанна Перфильева. На пятерку отраслевых лидеров — «Эльдорадо», «М.Видео», «Техносила», «Мир» и Domo — приходится около 50% всего рынка, поэтому Future Shop придется непросто, согласна пресс-секретарь «Техносилы» Надежда Сенюк.

О готовности потеснить российских ритейлеров в сегменте DIY (товары для ремонта и обустройства дома) в скором времени может заявить и японская Muji (в финансовом году, закончившемся в феврале 2008 года, оборот составил ¥142,8 млрд (около \$1,305 млрд)), зарегистрировавшая свой бренд 12 августа. Магазины сети, которую называют «японской IKEA», уже работают в Японии (181), Азии (34), Европе (44) и в США (1). Основной формат — гипермаркеты, специализирующиеся на продаже предметов интерьера и аксессуаров. Знаменитый лозунг Muji - Lower priced for a reason («Мы сознательно делаем наши цены ниже»). На письменный запрос «Ъ» Muji не ответила. «В сегменте торговли товарами для дома в России из крупных ритейлеров пока представлена только шведская IKEA, поэтому о серьезной консолидации отрасли говорить сложно»,— утверждает гендиректор Home Centre Игорь Марьяш.

Согласно ежегодному исследованию компании A.T. Kearney «Индекс развития мировой розничной торговли», в 2008 году Россия заняла третье место наиболее привлекательных стран для инвестиций в розничную торговлю после Вьетнама и Индии. Наиболее перспективными секторами российской розницы, согласно исследованию Ernst & Young, инвесторы считают продовольственные товары (57% участников опроса), стройматериалы и товары для ремонта (55%), одежду (47%) и обувь (33%). При этом российские респонденты сочли наиболее перспективным продовольственный сегмент (61%), а иностранцы выделили стройматериалы

(50%). По данным Росстата, оборот розничной торговли в России в 2007 году вырос по сравнению с прошлым годом на 15,2%, до \$457,1 млрд, причем только непродовольственный сегмент — на 17,6%, до \$250,2 млрд. Рынок одежного ритейла, по оценкам его участников, в 2007 году достиг \$45 млрд (+30% к 2006 году), DIY — \$11,5 млрд (+30%), бытовой техники и электроники — \$12,1 млрд (+15%).

◆ [Коммерсантъ](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## Regions

### ТЯЖЕЛЫЙ ФИТНЕС

Сети фитнес-центров снижают темпы развития — конкуренция на этом рынке растет быстрее, чем спрос на их услуги. Это вынуждает идти на дополнительные затраты и строить бассейны. Темпы роста рынка фитнес-центров Петербурга сократились, отмечают пять его участников. Если с 2006 по 2008 г. рынок вырос на 70%, то теперь он растет лишь на 25% в год, считают игроки. Рентабельность этого бизнеса в Петербурге снизилась, объясняет владелец сети Fitness House Алексей Фурсов. Два года назад было интересно входить в этот бизнес, потому что рентабельность доходила до 50%, а срок окупаемости составлял от двух лет, рассказывает он. Рентабельность упала до 25%, а окупаются клубы минимум три года, а в среднем — пять лет. Потенциал роста рынка велик, он насыщен всего на 30%, говорит Ирина Кабановская, гендиректор ГК «Планета фитнес СПб». По ее словам, по количеству площадей темпы роста рынка сохранились. Небольшие участники рынка почти не открывают новые центры, зато растет площадь новых клубов сетей.

Сейчас в Петербурге работает около 170 клубов, а потенциальная емкость рынка — около 500, говорит директор филиала сетей World Class и «Физкульт» в Санкт-Петербурге Вита Копосова. Таких показателей, по мнению аналитиков маркетингового агентства Business Vision, рынок достигнет через пять-шесть лет. В Петербурге работает около 170 фитнес-центров, а оборот рынка в 2006 г. составил порядка \$100-120 млн, говорит Николай Пашков, директор по профессиональной деятельности Knight Frank St. Petersburg. К окончанию 2008 г., полагает Копосова, этот показатель может вырасти до \$200 млн. По словам сотрудника компании «Бизнес порт», исследовавшей этот рынок, почти вся платежеспособная аудитория спортивных клубов выбрана. Конкурировать на ценовом поле фитнес-центрам сложно, считают игроки этого рынка. За последние два года цены в Петербурге практически не менялись, но затраты выросли почти в два раза, говорит Фурсов. Директор по продажам сети Sport Life Борис Кузовкин отмечает, что цены в его сети росли в рамках инфляции. По данным Knight Frank St. Petersburg, фитнес-центру требуется площадь в 1000-2500 кв. м, если там нет бассейна, и от 3000 до 6000 кв. м, если в клубе можно плавать, говорит Пашков. При этом арендные ставки для них составляют \$180-300 за 1 кв. м год.

В Петербурге появились первые фитнес-дискаунтеры. В начале этого года два клуба открыла московская сеть «Империя фитнеса», у которой годовой абонемент стоит 5000 руб. Исполнительный директор одного из центров этой сети Артем Островский рассказывает, что такой цены его компания добивается за счет аренды подвальных площадей в бизнес-центрах класса В и покупки украинского оборудования. Инвестиции в клуб без учета аренды составляют около 8 млн руб. и окупаются за счет продажи абонементов еще до открытия заведения, добавляет он. Старым участникам рынка сложно понизить цену, они расширяют линейку услуг. **В обязательные требования к помещениям фитнес-центры стали включать возможность размещения бассейна, говорит Роман Евстратов, заместитель директора департамента Colliers International.** Бассейн по влиянию на популярность клуба уступает только групповым программам, объясняет Копосова.

По словам Кузовкина, каждая сеть фитнес-центров открывает клубы с бассейном, несмотря на то что они обходятся минимум на 15% дороже. Фурсов оценивает стоимость чаши и оборудования для хорошего бассейна в 30 млн руб. А средние инвестиции в открытие клуба на арендованных площадях составляют, по словам гендиректора сети Olympic Алексея Ковалева, не меньше \$1200 за 1 кв. м.

## Крупнейшие сети фитнес-центров Петербурга

НАЗВАНИЕ	КОЛИЧЕСТВО ЦЕНТРОВ	ГОД ВЫХОДА НА ПЕТЕРБУРГСКИЙ РЫНОК
Планета фитнес	12	1997
Sport Life	9	2000
Extra Sport	6	2005
Fitness House	5	2007
World Class (с учетом физкультур.)	5	2007
Olympic	3	2005
New Age Fitness	3	2004
Империя фитнес	2	2008

ИСТОЧНИК: LСMС, ДАННЫЕ КОМПАНИЙ

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## Investment

### **ACCENT REAL ESTATE INVESTMENTS MANAGERS ПЛАНИРУЕТ ПРИВЛЕЧЬ ДО \$1 МЛРД НА АЗИАТСКОМ РЫНКЕ**

Компания выступит в роли проводника институционального и частного капитала на российский рынок. Управляющая компания фондами прямых инвестиций в недвижимость Accent Real Estate Investments Managers планирует привлечь от \$500 млн до \$1 млрд на азиатском рынке, сообщили «Интерфакс-Недвижимость» в компании в четверг.

Собеседник агентства напомнил, что Accent Real Estate Investment Managers еще в августе этого года стала членом Asian Real Estate Association (AREA).

«Стратегия развития компании предусматривает выход на рынки капитала Азии и Ближнего Востока, и решение о вхождении в AREA R11; первый шаг на пути ее реализации. В настоящее время мы рассматриваем перспективу открытия офиса в одном из финансовых центров этого региона. Выбор между Сингапуром, Гонконгом и Дубаи должен быть сделан в 2009 году. В течение ближайших трех лет мы планируем привлечь от \$500 млн до \$1 млрд в фонды под управлением компании», - сообщил глава Accent Real Estate Investment Managers Виктор Шлепов.

По его словам, в последние годы роль инвесторов азиатского и ближневосточного регионов заметно возросла, и на текущий момент, в условиях глобального кризиса ликвидности и высокой сырьевой конъюнктуры, они являются одними из ключевых экспортеров капитала.

«Для данного региона исторически была характерна значительная аллокация на сектор недвижимости, а в 2007-2008 году сделаны первые шаги по выходу на российский рынок», - напомнил он, добавив, что Accent Real Estate Investment Managers способна выступить в роли проводника качественного институционального и частного капитала на российский рынок недвижимости.

«Для потенциальных инвесторов определяющее значение имеет экспертиза, опыт и репутация управляющей компании, наряду со строгим соблюдением признанных



# Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

15 августа, № 112

норм инвестиционной деятельности. В 2007 году наша компания одной из первых в РФ стала членом INREV ( European Association for Investors in Non- listed Real Estate Vehicles), и могу заверить, что мы и дальше будем делать все возможное, чтобы квалификация и опыт менеджеров AREIM соответствовали уровню международных требований», - заключает В. Шлепов.

Accent Real Estate Investment Managers - управляющая компания фондами прямых инвестиций в недвижимость. Основана в марте 2007 года основателем розничной сети «Копейка» Александром Самоновым, Виктором Шлеповым и Владимиром Вайсом. В ноябре 2007 года основан Accent Russia Opportunity Fund. Средства фонда инвестируются в девелоперские проекты в секторе торговой, офисной и складской недвижимости на рынках России, Украины и Казахстана. В состав инвестиционного портфеля фонда входят семь проектов общей стоимостью около \$860 млн.

С ноября 2007 года компания является постоянным членом INREV. Asian Real Estate Association создана в 2005 году по аналогии с подобными организациями в Северной Америке и Европе.

◆ [Интерфакс](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)