

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Office/ General

Вице-президентом компании "Галс-Девелопмент" стал Леонид Капров
Леонид Капров назначен на должность вице-президента, директора департамента коммерческого управления и продаж жилья компании "Галс-Девелопмент".

Retail

Страна брендов

Розничным сетям выгоднее продавать продукты под собственными торговыми марками.

X5 взяла на работу топ-менеджера из «Магнита»

Как стало известно РБК daily, в команде топ-менеджеров X5 Retail Group произошла очередная замена игрока.

Обзор рынка кинотеатров Москвы

К началу 2011 года в Москве насчитывалось 118 кинотеатров и 530 кинозалов, что на 6 кинотеатров и 56 кинозалов больше, чем год назад.

Regions

Фирму с 3 га земли на Московском проспекте в Петербурге могли обанкротить преднамеренно

Банкротство ОАО «НИИ электромашиностроения», среди активов которого 3 га на Московском проспекте, могло быть преднамеренным, считает прокуратура.

Metro в IV квартале планирует ввести в Барнауле торговый центр стоимостью 20-22 млн евро

ООО "Метро Кэш энд Керри" в четвертом квартале 2011 года планирует ввести в эксплуатацию в Барнауле (Алтайский край) торговый центр.

Ритейлеры инвестируют в торговые сети Смоленска почти 8 млрд руб до 2013 г

Четыре торговые сети в 2011-2013 годах инвестируют в строительство гипермаркетов в Смоленске 7,945 миллиарда рублей.

На рынок играючи

Федеральная сеть видеоигр Gamezone проникает в Казань.

В Киеве за 6 мес. 2011 г. совокупный объем арендных трансакций вырос более чем в 2 раза - до 95 тыс. кв. м, - эксперт

В Киеве за 6 мес. 2011 г. совокупный объем арендных трансакций вырос более чем в 2 раза - до 95 тыс. кв. м по сравнению с 6 мес. 2010 г., по данным Colliers International.

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Завершено проектирование "Kiev E95 Outlet Centre"

Архитектурное бюро "Архитектурная мастерская" совместно с английской компанией BDP завершили стадию проектирования аутлет центра "Kiev E95 Outlet Centre"

Если вы не хотите получать дайджест Colliers International по рынку коммерческой недвижимости, вы можете отказаться от последующих рассылок, нажав на ссылку [Удалить из списка рассылки](#)

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Offices / General

ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТОМ КОМПАНИИ "ГАЛС-ДЕВЕЛОПМЕНТ" СТАЛ ЛЕОНИД КАПРОВ

Леонид Капров назначен на должность вице-президента, директора департамента коммерческого управления и продаж жилья компании "Галс-Девелопмент", ранее называвшейся "Система-Галс", говорится в сообщении компании.

"В "Галс-Девелопмент" перед Леонидом Капровым стоит задача добиться максимальной эффективности в управлении недвижимостью, значительно усилить блоки аренды и продаж, а также повысить прибыльность гостиничного бизнеса компании. Также Капров будет отвечать за исполнение бюджета по поступлению денежных средств и оптимизации расходов, возглавит работу по формированию доходной части компании", - поясняется в материалах компании.

В них также рассказывается, что в 2001-2004 годах Карпов был региональным директором по продажам в компании "Сан Интербрю", до 2007 года - директором по развитию компании "Арпиком", а до 1 марта 2011 года возглавлял департамент управления девелоперской компании KR Properties. Кроме того, в материалах сообщается, что в состав правления компании на период со 2 августа 2011 года по 14 июня 2014 года вошли семь человек - Евгений Боркин, Дмитрий Гринин, Дмитрий Зиканов, Леонид Капров, Виктория Круглова и Михаил Сивак и президент "Галс-Девелопмент" Сергей Калинин.

Решение о смене названия девелоперской компании "Система-Галс" на "Галс-Девелопмент" было одобрено годовым собранием акционеров 28 июня этого года. "Система-Галс" работает на рынке недвижимости России и СНГ с 1994 года. Основным акционером девелопера является банк ВТБ, чья доля в компании достигает 51,24%. Менеджменту компании принадлежит 3,3% акций, в свободном обращении находится 17,86%. Еще по 13,8% акций девелопера владеют офшоры Blairwood Limited и Stoneflower Limited. До кризиса "Система-Галс" входила в АФК "Система", а позже перешла под контроль банка ВТБ.

◆ [РИА Новости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Retail

СТРАНА БРЕНДОВ

Х5 в течение трех лет собирается довести долю собственных торговых марок (СТМ, private label) в ассортименте дискаунтеров до 50%, до 25% — в супермаркетах и до 10% — в гипермаркетах, говорил в 2008 г. представитель компании. По результатам 2010 г. цифры далеки от названных: Х5, говорится в ее годовом отчете, в 2010 г. увеличила в прошлом году продажи private label с 5 до 9% от выручки, т. е. примерно до 30,7 млрд руб. Лидируют в продажах товаров под СТМ дискаунтеры: в «Пятерочках» их доля увеличилась с 5 до 11%, в супермаркетах «Перекресток» — с 5 до 6%, в гипермаркетах «Карусель» — с 2 до 5%.

Объем рынка товаров под собственной маркой ритейлеров директор «Infoline-аналитики» Михаил Бурмистров оценивает более чем в 150 млрд руб. в 2010 г. При этом, отмечает Бурмистров, больше 60% этого объема приходится на четырех ритейлеров: Auchan, «Магнит», Х5 Retail Group и сеть «Копейка», купленную в декабре прошлого года Х5. Но и у них доли собственных марок тоже невелики.

«Магнит» в прошлом году продал товаров под СТМ примерно на 29,9 млрд руб. — на них пришлось 12,66% оборота ритейлера, говорится в отчете «Магнита». Но, добавляет компания в отчете, с увеличением количества гипермаркетов доля продаж товаров под собственной торговой маркой, представленной 614 товарными позициями в обоих форматах, может сократиться, так как общий ассортимент гипермаркета в среднем насчитывает 13 504 SKU, а «магазина у дома» — 3251 SKU.

У французской Auchan на частные марки приходится около 12% оборота, или почти 24,6 млрд руб. (продажи компания не раскрывает; по данным СПАРК, выручка ООО «Ашан» в 2010 г. — 178,1 млрд руб.). Компания продает под СТМ около 1600 SKU, 70% которых составляют продовольственные, а 30% — непродовольственные, сообщила представитель сети Мария Курносова.

Сеть «О'кей» заказывает 3198 SKU под своими марками, но их доля в продажах продолжает оставаться довольно низкой — 2,7% от продаж, или 2,2 млрд руб. в 2010 г. «Продукты под собственными марками — важная часть маркетинговой политики, они позволяют расширять

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

предложение в категориях с небольшим ассортиментом брендовой продукции и выпустить товары с низкой ценой», — говорится в отчете «О'кей».

Россия остается рынком брендов: проникновение СТМ на российском рынке в целом, по оценкам PricewaterhouseCoopers (PwC), в 2010 г. не превышало 3%. Nielsen оценивает долю СТМ еще ниже — примерно в 2% против 17% в глобальном розничном товарообороте и 23% в Восточной Европе. Infoline оценивает долю СТМ в 1,9% рынка.

Частный парадокс

Продажа товаров под собственными торговыми марками розничных сетей выгодна всем участникам этого процесса, считают ритейлеры. Ритейлеры получают возможность контролировать качество производства, получать большую маржу и формировать лояльность покупателя, говорит директор по коммуникациям X5 Retail Group Михаил Сусов. Производитель, продолжает он, загружает производственные мощности и «не ломает голову над проблемой сбыта и рекламы». А потребитель «получает более низкую цену при равном качестве или более высокое качество при равной цене с брендованным продуктом», говорит Сусов.

Размещая у производителей заказ на товар под своей маркой, ритейлер получает товар примерно на 30% дешевле брендованного аналога при сопоставимом качестве, говорит представитель петербургской сети «О'кей» Артем Глущенко. В 2010 г. большинство ведущих розничных сетей, работающих на российском рынке, предлагали продукцию под СТМ со скидкой не более 30% от цены брендованных аналогов. Это похоже на европейские показатели: 34% в Великобритании, 24% — в Германии и 43% — в Испании, следует из отчета PwC.

Слишком молоды, чтобы диктовать

Исследователи видят основную причину нерастространенности частных марок в молодости сетевой розницы. За рубежом СТМ появились как результат борьбы крупных торговых сетей и укрупнившихся производителей, говорит ведущий консультант исследовательского холдинга «Ромир» Игорь Березин: сетям становилось все труднее диктовать производителям свои условия и оказалось выгоднее работать под СТМ с менее известными и крупными производителями. «История развития СТМ в России насчитывает всего 10 лет. Если добавить к

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

этому недостаточное развитие современной сетевой розничной торговли, это во многом объясняет низкий уровень проникновения СТМ», — отмечает руководитель практики по оказанию услуг компаниям сектора розничной торговли и производства потребительских товаров PwC в России Дэйл Кларк.

Иными словами, собственные марки — продукт современных торговых форматов, а доля их на российском рынке невелика. По данным маркетингового агентства Saatchi & Saatchi X, на современные форматы торговли (супер- и гипермаркеты, дискаунтеры и cash & carry) в России в 2010 г. приходилось 35% розничных продаж, а остальное — на открытые рынки, ларьки, старые магазины с прилавками. В Дании, например, современные форматы занимают 83% рынка, а в Словении — 70%.

Сила марки

Есть и другое объяснение невысокой популярности СТМ — в привычках российских потребителей. «Нужно время, чтобы потребитель добавил частную марку в свою привычную корзину покупок, так как зачастую они воспринимаются как неизвестные бренды неизвестных производителей, а не как марка сети», — говорит руководитель отдела по работе с розничными сетями компании «Nielsen Россия» Денис Шириков. Березин приводит пример успешной СТМ: «Ашану» удалось довести долю творога под одноименной маркой до 8,1% от всех продаж творога в денежном выражении (он ссылается на результаты скан-панели «Ромира» за первое полугодие 2011 г., которая составляется на основе сканируемых штрих-кодов покупок 3000 российских семей в городах с населением больше 500 000 человек). «В категориях молочные продукты, сахар, яйца, мука у клиентов нет сильной приверженности к бренду. К тому же в молочных продуктах наши позиции традиционно сильны», — объясняет успех Курносова. По ее словам, в сеть даже обращались представители других магазинов с просьбой поставлять им молочную продукцию под СТМ «Ашана».

Качественный диалог

Российские сети допускали много просчетов при вводе в ассортимент СТМ, считает Бурмистров. «В первую очередь речь идет о недостаточном внимании к качеству продукции и избыточном давлении на производителей для сокращения себестоимости. Ну и, конечно, не стоит сбрасывать со счетов слабость производственной базы российской пищевой отрасли», — говорит он.

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

«Очень трудно найти производителя с широкой линейкой продукции, готового работать с СТМ. Таких компаний очень мало. В тех категориях, где производителей много и высокая конкуренция, есть проблема с качеством», — сетует Сусов из Х5.

«Редкий ритейлер может своими заказами обеспечить загрузку производственных линий таким объемом, который бы оправдывал переналадку производственной линии», — парирует директор по СТМ холдинга «Помидорпром» Роман Кострыкин. Например, в консервном бизнесе минимальный заказ исчисляется в таком случае «сотнями тысяч единиц продукции».

Другая проблема, по словам Кострыкин, — неумение ритейлеров и производителей работать вместе. «Сети проводят тендеры на закупку консервации летом или осенью. Хотя к этому моменту ничего дополнительно для них произвести невозможно — сезон сбора и переработки овощей закончился», — приводит пример Кострыкин. Кроме того, по его словам, выпуск СТМ — всегда большой риск для производителя. «Если сеть не выберет весь заказанный объем, продать эту продукцию другим компаниям уже не получится», — отмечает он.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Х5 ВЗЯЛА НА РАБОТУ ТОП-МЕНЕДЖЕРА ИЗ «МАГНИТА»

Как стало известно РБК daily, в команде топ-менеджеров Х5 Retail Group произошла очередная замена игрока. Вчера компанию покинул руководитель отдела логистики и заказа товара Дмитрий Ишевский. Его место занял бывший заместитель гендиректора «Магнита» Александр Ермоленко. После ухода Льва Хасиса из Х5 компанию покинули уже более десяти топ-менеджеров, и это не последняя кадровая перестановка, знают участники рынка.

Вчера сотрудники Х5 получили сообщение по внутренней почте, в котором говорится о новом назначении, рассказал РБК daily источник, близкий к компании. «С 1 августа Александр Ермоленко является членом правления Х5, руководителем логистики и заказа товара», — отмечается в обращении. В течение последних десяти лет г-н Ермоленко был заместителем генерального директора основного конкурента Х5 — «Магнита» — и руководил разветвленной логистической сетью этой компании.

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Связаться с новым топ-менеджером X5 вчера не удалось. Сама компания отказалась от комментариев.

В офисе «Магнита» немного удивились новому месту работы своего бывшего руководителя. «Примерно полтора года назад Александр Ермоленко покинул «Магнит» по собственному желанию, он хотел заняться своими проектами», — рассказал РБК daily директор по связям с инвесторами ритейлера Олег Гончаров.

Свою профессиональную деятельность в «Магните» г-н Ермоленко начал практически с момента его основания — примерно с 1996 года. «Это большая редкость, когда подобные менеджеры покидают компанию», — считает г-н Гончаров.

Надо отметить, что новый сотрудник X5 до сих пор является держателем акций «Магнита». Его доля составляет около 0,2%, рассказал источник в компании. Исходя из вчерашней капитализации ритейлера на Лондонской бирже стоимость этого пакета составляет примерно 27,5 млн долл. В отчетности «Магнита» за первый квартал 2009 года действительно упоминается о совершении сделки, датированной концом апреля 2006 года, в ходе которой ряд менеджеров получили сопоставимые по размеру пакеты акций.

Предшественником г-на Ермоленко в X5 был Дмитрий Ишевский, проработавший в компании около девяти лет. Он рассказал РБК daily, что принял решение об уходе после того, как сеть покинул ее бывший глава Лев Хасис. Его отставку наблюдательный совет компании принял в начале марта, до июня топ-менеджер занимался передачей дел новому главному исполнительному директору Андрею Гусеву.

«Мы расстались с компанией по обоюдному желанию», — утверждает г-н Ишевский. Он пока не раскрывает своих планов на будущее.

Скорее всего это не последняя утрата X5 — на очереди еще несколько ключевых менеджеров, знают на рынке. Вслед за Львом Хасисом из компании ушли многие руководители, отдавшие ей не менее трех лет. В мае этого года X5 покинул директор Северо-Западного филиала Александр Павлов, который проработал в компании около девяти лет (с учетом «Перекрестка»). Этот список продолжили директор Средне-Волжского филиала Владимир Рыжков (восемь лет), директор по маркетингу Карина Черникова (восемь лет), директор по собственным торговым маркам Ольга Малышева (четыре года) и ее заместитель Александр Анфиногенов (чуть больше года), директор по связям с инвесторами Анна Карева (три года),

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

директор по развитию Михаил Куприш (десять лет), два заместителя главного финансового директора Антон Волянский и Иван Ворона (три и четыре года соответственно), директор по взаимоотношениям с банками Екатерина Кулешова (три года), директор по закупкам non-food Андерс Брорстром (три года), директор по персоналу Денис Яклаков (десять лет) и начальник отдела инноваций Тимофей Куликов (около года).

По словам источника РБК daily, в Х5 на должности коммерческого директора сейчас работает супруга Дмитрия Ишевского Екатерина, которая также может уйти из компании.

◆ [РБК Daily](#)◆ ◆ [К содержанию](#)

ОБЗОР РЫНКА КИНОТЕАТРОВ МОСКВЫ

К началу 2011 года в Москве насчитывалось 118 кинотеатров и 530 кинозалов, что на 6 кинотеатров и 56 кинозалов больше, чем год назад. Однако насыщение рынка еще не наступило. При этом, хотя крупные киносети заинтересованы только в ТЦ, в ближайшие 2-3 года в столице таких торговых центров много не откроется.

По наблюдению Юлии Дальновой, директора департамента торговой недвижимости Knight Frank, с ростом числа кинозалов в Москве увеличивается и количество их посетителей. А с появлением мультиплекса в шаговой доступности жители начинают чаще ходить в кино, потому что часть аудитории формируется за счет зрителей, ранее практически не посещавших кинотеатры из-за их удаленности от дома.

По данным компании Jones Lang LaSalle, сегодня на 1 тыс. жителей в России приходится примерно 19 экранов. Для сравнения: в развитых странах этот показатель равен в США – 130 экранам, во Франции – 86, в Великобритании – 59, в Финляндии – 38, в Польше – 25 экранам. В настоящее время и в городах России, и в столице современные кинотеатры представлены не в полной и не в равной мере. «До сих пор существуют города и районы, в которых ощущается нехватка качественных современных кинотеатров. Даже в таком городе, как Москва, есть подобные районы. Например, Южное Бутово. Район большой, а ни одного кинотеатра в нем на сегодня нет», – отмечает Никита Шумайлов, директор по развитию и строительству ГК «Каро». Таким образом, сегодня недостаточное количество кинотеатров во многом объясняется и отсутствием качественных торгово-развлекательных комплексов.

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Предложение

В течение 2010 года, по данным компании «Невафильм Research», в Московском регионе было открыто 62 кинозала в 19 кинотеатрах. Среди открытий отметим следующие: пятизальный «Кронверк Синема-Лефортово», десятизальный кинотеатр «Синема-Стар Рио» в Реутове и девятизальный «Люксор» в ТРК Vegas. Также в 2010 году рынок кинотеатров пополнили однозальники: «Владивосток» и «Факел» под управлением «Московского кино». Всего в 2010 году было закрыто два кинотеатра: «Первомайский», который включал в себя один кинозал на 1 090 мест и 3 бара на первом и цокольном этажах (в настоящее время находится на реконструкции), и кинотеатр «Балтика», который снесли в конце 2010 года. Планируется, что он появится в качестве восьмизального мультиплекса в строящемся на его месте ТРЦ «Тушино-Плаза».

В 2011 году, по данным компании Cushman&Wakefield, в Москве появится незначительное количество кинотеатров. Откроется мультиплекс в ТРЦ «Афимолл Сити» и, возможно, реализуется еще несколько проектов, если торговые объекты, в которых планируется их разместить, будут достроены и сданы в эксплуатацию. Между тем в первом полугодии 2011 года закрылся кинотеатр «Киномакс-Октябрь» в Люберцах, состоявший из двух кинозалов на 210 и 588 мест, пиццерии, летнего кафе, бильярда, двух баров. По словам Сергея Сизенова, заместителя генерального директора ООО «Киномакс», «проект по истечении времени стал невыгоден, поскольку с одной стороны усилилась конкуренция, а с другой – устарело оборудование и внутреннее убранство здания кинотеатра, все это требовало глобальных вложений. И при этих условиях арендные ставки были весьма некомфортными».

Самым большим мегаплексом на сегодня является «КиноСтар Нью-Йорк» в ТРЦ «МЕГА Белая Дача», состоящий из 16 залов. В марте 2009 года «КиноСтар Нью-Йорк» открыл свой 16-й зал – цифровой кинотеатр IMAX.

В настоящее время, по данным компании Jones Lang LaSalle, 94% кинотеатров в Москве находятся в управлении сетевых операторов, еще 6% руководят собственники торговых центров, а также присутствуют несетевые игроки, представленные только в одном торговом центре.

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Игроки рынка

Наиболее крупными сетевыми операторами кинопроката в Москве, по данным «Невафильм Research», на конец 2010 года являются следующие: «Каро Фильм», занимающая по количеству кинозалов 17% рынка (18 кинотеатров и 90 кинозалов), «Формула Кино» с долей рынка в 11,7% (11 кинотеатров, 62 кинозала), и KinoStar – самый яркий представитель мегаплексов, поскольку в его сети из 4 кинотеатров насчитывается целый 51 кинозал (9,6% рынка). Четверку лидеров дополняет киносеть «Люксор», включающая в себя 7 кинотеатров и 43 кинозала, ее доля рынка равна 8,1%.

Также в московском регионе представлены такие известные киносети, как: «Синема Парк» (6,2%), «Синема Стар» (5,8%), «Кронверк Синема» (5,7%), West (4,3%), «Центрафильм» (3,6%), «Парадиз» (3,2%).

Надо отметить, что сегодня в России оперируют 10 крупных киносетей, лидером среди которых до недавнего времени считалась «Каро-фильм», обладавшая максимальным количеством экранов. Однако, согласно информации компании «Кино-Альянс», несколько недель назад ситуация резко изменилась – в июне киносеть «Синема Парк», принадлежащая холдингу Владимира Потанина «Проф-Медиа», пополнилась 75 экранами сети «Kinostar de Lux». Благодаря этому слиянию бизнесмен стал владельцем крупнейшей киносети в России, насчитывающей 244 экрана.

О форматах

Как правило, эксперты делят кинотеатры по количеству залов: однозальные, миниплексы (от 2 до 7 залов), мультиплексы (от 8 до 15 залов), мегаплексы (от 16 кинозалов и выше). Причем 1 зал должен включать в себя примерно от 100 до 300 мест. По данным компании RRG, самым распространенным форматом в Москве являются миниплексы. «В настоящее время операторы ориентированы на открытие кинотеатров, в которых будут располагаться не менее 5-6 залов, а это примерно 2-2,5 тыс. кв. м площадей. Кинотеатры меньшего размера операторам кинопроката экономически неинтересны», – комментирует Денис Колокольников, генеральный директор консалтинговой компании RRG. Как отмечает Кирилл Худяков, руководитель отдела маркетинга, PR и работы с клиентами компании «Кино-Альянс», «в России неверно трактуется понятие «мультиплекс». Дословно, multiplex – это сочетание английских слов multiple и pleasures, что означает разнообразные удовольствия. Иными словами, мультиплекс – это симбиоз нескольких кинозалов, игровой и развлекательной зоны, а также кафе, баров». Именно

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

такой формат интересно развивать крупным киносетям. «Мы заинтересованы в том, чтобы развивать свою киносеть в соответствии с нашей консервативной стратегией – это многозальники с сопутствующими развлечениями (боулинг, ресторан, бильярдные клубы, детские центры) в ТЦ площадью от 40 до 80 тыс. кв. м», – рассказывает Ваган Егоян, член совета директоров ГК «Парадиз».

Еще одной выраженной тенденцией последних лет, которой стараются следовать все операторы – это реализация цифровой кинопроекции в кинозалах. Согласно информации «Невафильм Research», с апреля 2010 года по март 2011 года российская цифровая сеть выросла более чем вдвое (на 139%). На сегодня в Москве цифровые залы есть в 70% кинотеатрах.

С целью повышения интереса посетителей многие операторы совершенствуются, предлагая 3D формат. Выбор площадки под такой кинотеатр на нашем рынке порой ограничивается техническими возможностями. По данным компании Astera в альянсе BNP Paribas Real Estate, для 3D кинотеатра требуется помещение с подходящей высотой потолков и другими пропорциями. Чтобы разместить экран шириной 3 м, необходимо помещение с высотой потолков около 4 м.

Еще один инновационный формат, который применяется в мире, – это IMAX. Сегодня он используется и в некоторых кинотеатрах Москвы: «КиноСтар Нью-Йорк» в ТРЦ «Мега Белая Дача», «Нескафе IMAX» в «Ашан Сити – Ленинградский», а также открывшийся в конце 2010 года зал IMAX в «Октябре» («Каро Фильм»). «Однако технические требования к помещению такого формата, основное из которых – высота потолков (9 м – 11 м), значительно ограничивают реализацию этого типа кинопоказа в наших торговых центрах. Этот формат может быть популярен в новых проектах, что сейчас наблюдается в Восточной Европе» – отмечает Олеся Черданцева, руководитель отдела аналитики рынков торговой недвижимости и инвестиций компании Jones Lang LaSalle.

Таким образом, кинотеатр с технологией IMAX может быть размещен в основном в крупных проектах – торгово-развлекательных центрах регионального типа или в отдельных зданиях. Большинство экспертов сходятся во мнении, что строить отдельные кинокомплексы в Москве пока не выгодно. «Впрочем, в мировой практике есть примеры, когда IMAX размещается в отдельно стоящем здании, но эти проекты реализованы в туристических городах, что обеспечивает постоянную ротацию посетителей. Это скорее брендовые объекты, нежели коммерческие» – рассказывает Денис Колокольников.

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Старые и новые кинотеатры

Сегодня достаточно сложно подразделять киноцентры по классности и формату, в том числе по специфике кинопроката, так как практически все они рассчитаны на сегмент масс-маркет. «Почти в каждом современном кинотеатре есть возможность 3D показа и весь спектр дополнительных услуг. Проще разделить киноцентры на старые и новые», – говорит Владислав Камаев, управляющий сетью кинотеатров ЗАО «DVI Холдинг».

Старые кинотеатры, построенные в годы советской власти, и, как правило, реконструированные типовые проекты, оснащенные современным оборудованием, за счет маленького количества залов (1-2) не могут охватить всего разнообразия репертуара и ориентированы на показ наиболее ожидаемых фильмов.

По данным компании Jones Lang LaSalle, сегодня в Москве насчитывается около 110 кинотеатров, находящихся в отдельно стоящих зданиях.

Несмотря на то, что такие кинотеатры переоборудованы и некоторые из них переделаны из однозальных в большее количество залов (как правило, в двухзальные), экономически они менее эффективно работают по сравнению с кинозалами, функционирующими в составе ТЦ. «Сегодня существующие самостоятельные кинотеатры менее выгодны операторам кинопроката, чем действующие в составе ТЦ. По причине того, что они расположены в старых постройках – большие однозальники с неудобными входными группами. Их практически невозможно реконструировать под эффективную концепцию» – комментирует Ваган Егоян, член совета директоров ГК «Парадиз». «Но некоторые из таких кинотеатров, особенно в спальных районах или близ станций метро (например, «Киргизия» в Новогиреево) пользуются огромной популярностью из-за отсутствия альтернативных вариантов. Однако не все подобные объекты одинаково успешны», – продолжает эту тему Денис Колокольников.

Между тем эксперты считают, что отдельно стоящие современные кинокомплексы могут быть весьма популярны со стороны потребителей – в них можно будет разместить множество кинозалов (от 20), а также предлагать больше сопутствующих развлечений. Однако сегодня никто из девелоперов не решается реализовать такой проект по разным причинам. «Я предполагаю, что уже в среднесрочном будущем такого плана кинокомплексы будут востребованы потребителями. Думаю, такие кинотеатры нужны в крупных форматах в крупных городах. Сегодня многие это понимают, но все же опасаются пока строить подобные здания. В

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

том числе и потому, что пока подобных реализованных проектов в нашей стране нет», — отмечает Ваган Егоян.

Основной причиной, по которой эксперты не видят целесообразности строительства таких зданий — это стоимость земли, подводка отдельных коммуникаций. Кинокомплекс в отдельном здании должен быть территориально удобно расположен, в Москве же построить такое здание на главных магистралях — большая роскошь. Срок окупаемости подобного проекта может достигать 12-15 лет. А собственники киносетей считают приемлемым срок окупаемости для кинотеатра в 5-7 лет. «С учетом стоимости земли, согласований и поиска качественной территории в Москве вкладываться в технологически емкий проект не представляется для нас интересным. Если мы говорим о стремлении игроков рынка к увеличению доли загруженности, то вероятнее всего, это наиболее реалистично в рамках многофункциональных объектов», — комментирует Ольга Антонова, руководитель отдела аренды Crocus Group.

Развитие кинотеатров в ТЦ

Несмотря на то, что у арендаторов кинопроката весьма низкие арендные ставки, эксперты сходятся во мнении, что кинотеатр выгоден собственнику ТЦ, поскольку привлекает в торговый центр значительную аудиторию посетителей. По данным компании DVI Group, арендные ставки сегодня составляют от \$30 до \$250 за 1 кв. м в год в зависимости от месторасположения, формата ТРЦ, а также от способа оплаты. При минимальной арендной ставке оператор кинопроката доплачивает собственнику ТЦ «процент с оборота» — от 8% до 11%.

Подавляющая часть кинотеатров работает по фиксированной арендной ставке. Рассмотрим на примерах, в каких диапазонах она может находиться. По данным компании Cushman&Wakefield, для успешных киносетей ставка в среднем варьируется от \$150 до \$170 за 1 кв. м в год, если оператор предлагает разместить 4 кинозала по 200 мест, а также кафе-бар и бильярдный клуб; от \$80 до \$150 — в случае 8 залов по 200 мест и той же дополнительной составляющей. «Операторов кинотеатров немного на российском рынке. В принципе, все они реализовывают качественные проекты. Зачастую основную роль в выборе оператора играют арендная ставка и разделительная ведомость строительных работ. Оператор, как правило, выполняет отделку помещения и обеспечивает оборудованием всю свою зону», — говорит Виктор Розенберг, ведущий консультант отдела торговой недвижимости Cushman&Wakefield.

По данным компании Crocus Group, развлекательный элемент в целом в торговом центре является компонентом, генерирующим до 30% основного потока, а клиентами кинотеатра в

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

составе ТРЦ являются как минимум 7-10% посетителей объекта. «Кроме того, рядом с мультиплексом принято располагать фуд-корт: благодаря синергетическому эффекту такое соседство увеличивает доходы операторов питания, а следовательно, и арендный платеж», — отмечает Галина Малиборская, директор департамента торговой недвижимости Colliers International.

По данным компании Astera, оптимальным для мультиплекса является поток около 4-5 тыс. человек в день, что свойственно торговым центрам площадью не менее 45 -70 тыс. кв. м.

Именно такие площади торговых центров могут удовлетворить потребности операторов кинопроката. Однако надо отметить, что сегодня перспективы строительства крупных торговых центров в Москве малы. Преимущественно по причине того, что основное насыщение рынка мега-проектами уже произошло. В связи с этим эксперты говорят о том, что в ближайшие три года в столице появятся максимум 3-5 мультиплексов.

Поэтому сегодня многие киносети выбрали для себя путь развития — экспансия в регионы России. «Сегодня нам наиболее интересно региональное развитие в городах с населением не менее 700 тыс. жителей. Мы отдаем предпочтение расположению объекта в центральной или популярной у жителей частях города и рассматриваем предложения в крупных торговых комплексах общей площадью не менее 50 тыс. кв. м на условиях оплаты «процент от оборота» с минимальной фиксированной ставкой», — рассказывает Никита Шумайлов, директор по развитию и строительству ГК «Каро».

Между тем, как отмечает Кирилл Худяков, руководитель отдела маркетинга, PR и работы с клиентами компании «Кино-Альянс», «осознавая собственную значимость для торговых центров, киносети входят на большие площади по существенно заниженным ставкам, принося владельцам больше косвенную, чем прямую выгоду. Более того, сети оказались в роли выбирающих, а не выбираемых, поэтому сегодня примерно 60 % всех проектируемых и сданных торговых центров оказываются без кино». Исходя из этих потребностей, и образовалась компания «Кино-Альянс». Компания «Кино-Альянс» открылась в апреле этого года для того чтобы осуществлять помощь в управлении и запуске собственного кинотеатра владельцам ТЦ. С таким качеством предложения эта компания вышла первой на рынок в этом сегменте. «Работая с любым регионом и практически с любыми площадями, за 2,5 месяца существования компания получила в разработку 12 проектов по России, и 4 — в Москве», — дополняет Кирилл Худяков.

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Спрос

Как утверждают эксперты, посещаемость кинотеатров из года в год растет в среднем на 15%. И даже в кризисный 2009 год, по информации DVI Group, рост потока посетителей на киносеансы составил 12%. Во многом этому способствовала и ценовая политика киносетей, которые старались удерживать своих зрителей, предлагая демократичные цены на билеты.

Однако, как отмечает Никита Шумайлов, в разгар кризиса люди стали тратить меньше денег на дополнительные развлечения в кинотеатрах, а также экономить на товарах Food&Beverage, продающихся непосредственно в баре самого кинотеатра: например, покупать маленькую порцию поп-корна вместо большой, а также брать более дешевые напитки.

По данным компании Crocus Group, именно зона торговли и питания приносит киносети доход от 30% до 60%, продажа билетов – около 30-40%, примерно 10%-15% – реклама и cross-promotion. Оставшаяся часть доходов генерируется игровой зоной, арендными соглашениями и иными дополнительными источниками. «В целом, рентабельность этой индустрии довольно высока – 25%. С учетом перспектив роста российского рынка показатель доходности бизнеса от продажи билетов будет увеличиваться», – комментирует Ольга Антонова, руководитель отдела аренды Crocus Group.

По данным «Невафильм Research», доходы российского рынка кинобаров в 2008 году составили \$175 млн, в кризисный 2009 год – \$143,3 млн, что на 18,1% меньше относительно 2008 года. А на конец 2010 года этот показатель был равен \$266,1 млн, что на 85,7% больше чем в 2009 году, и на 52,1% – относительно 2008 года. Согласно же результатам опроса компании «Деловая Русь», ведущие киносети страны прогнозируют полный выход из кризиса не ранее осени 2011 года.

В целом уровень загрузки в кинотеатрах эксперты оценивают от 10 до 20% в зависимости от формата кинотеатра, времени просмотра и, конечно, популярности фильма. Максимальная загрузка кинотеатров приходится на пятницы, субботы и воскресенья. Также на это влияет сезон года. «В каникулы и праздничные дни приходит больше зрителей, самый пик – это новогодние праздники. Количество посетителей очень зависит от погоды: в хорошие дни люди кинотеатрам предпочитают отдых на природе. Как это ни забавно, для нас выгодна дождливая, ненастная погода. В такие дни количество посетителей существенно увеличивается», – отмечает Никита Шумайлов.

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Прогноз

Отдельно стоящие кинотеатры будут медленно уходить с рынка, постепенно устаревая и не выдерживая конкуренции с более современными объектами. Появления значительного числа новых мультиплексов также не стоит ждать в ближайшие три года, так как ввод крупных ТЦ будет сокращаться. В связи с этим крупные и успешные киносети будут активно осваивать города-миллионники.

Таким образом, рынок Москвы будет насыщаться кинотеатрами за счет того, что собственники будут сами осваивать этот сегмент в своих ТЦ площадью менее 40 тыс. кв. м, в том числе с помощью управляющих компаний по кинотеатрам.

Спрос же со стороны населения к кинотеатрам будет расти, но преимущественно осенью и зимой. А впрочем, если в последующие годы солнечных дней будет больше, то посещаемость может и сократиться.

◆ [Commercial Real Estate](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Regions

ФИРМУ С 3 ГА ЗЕМЛИ НА МОСКОВСКОМ ПРОСПЕКТЕ В ПЕТЕРБУРГЕ МОГЛИ ОБАНКРОТИТЬ ПРЕДНАМЕРЕННО

Прокуратура Московского района Петербурга на прошлой неделе сообщила о возбуждении уголовного дела по ст. 196 УК («преднамеренное банкротство», предусматривает штраф до 500 000 руб. или лишение свободы до шести лет) в связи с банкротством НИИ электромашиностроения. Руководство института заключило с ООО «Техно-град» договор стоимостью 42 млн руб. (плюс НДС — 7,5 млн руб.) на выполнение функций заказчика-застройщика по капремонту и перевооружению здания площадью 8202 кв. м на Московском проспекте, 100, сообщила прокуратура. НИИ смог отдать подрядчику лишь 7 млн руб., а «Техно-град» впоследствии был включен в реестр кредиторов в деле о банкротстве «Электромаша».

Неустановленные лица из числа руководства института и «Техно-града», заключив договор, заведомо влекущий за собой неспособность НИИ выполнить взятые на себя обязательства, с января 2008 г. по декабрь 2010 г. причинили ущерб институту, повлекший банкротство, установила прокуратура.

Иск о банкротстве института подало ЗАО «Инвестиции. Строительство. Консультации», в апреле 2010 г. суд ввел конкурсное производство. По данным конкурсного управляющего Владимира Дворяшина, долг НИИ по реестру кредиторов — около 40 млн руб. В июне этого года принадлежавшие институту 3 га земли и здания на Московском проспекте приобрело на торгах ООО «Инвестиции и строительство», учрежденное физлицами. Стартовая цена выросла на 1 млн руб. до 125 млн руб.

ЗАО «Петровский строитель», которое не допустили к участию в торгах, обратилось в заявлением в прокуратуру. От комментариев по поводу уголовного дела представитель Дворяшина отказался. «Решение о признании должника банкротом принимал суд, который нашел для этого основания», — говорит он.

После продажи имущества института ФНС, которая тоже входит в число кредиторов «Электромаша», потребовала через суд запретить регистрацию сделки, говорится на сайте

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

арбитража. Имущество было реализовано не по рыночной стоимости, конкурсный управляющий нарушил нормы закона «О банкротстве», говорится в заявлении ФНС. Суд отказался удовлетворить ходатайство.

Землю и недвижимость можно было бы реализовать в 2-3 раза дороже, считает гендиректор Praktis СВ Сергей Федоров. По его словам, участок на Московском привлекателен как для коммерческой, так и для жилой недвижимости.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

МЕТРО В IV КВАРТАЛЕ ПЛАНИРУЕТ ВВЕСТИ В БАРНАУЛЕ ТОРГЦЕНТР СТОИМОСТЬЮ 20-22 МЛН ЕВРО

ООО "Метро Кэш энд Керри" в четвертом квартале 2011 года планирует ввести в эксплуатацию в Барнауле (Алтайский край) торговый центр, сообщила PR-менеджер по региональным проектам компании Анна Малеина журналистам во вторник.

"Стоимость проекта составляет от 20 млн до 22 млн евро. Параметры торгового центра следующие: общая площадь объекта - 12 тыс. кв. метров, торговая площадь - 7,5 тыс. кв. метров", - сказала А.Малеина.

По словам начальника краевого управления пищевой, перерабатывающей и фармацевтической промышленности Татьяны Зелениной, алтайские производители заинтересованы в сотрудничестве с ритейлером, так как это позволит расширить географию поставок.

В начале 2011 года ООО "Метро Кэш энд Керри" приобрело за 36,87 млн рублей в Барнауле два земельных участка общей площадью 4,5 га под строительство торгцентра.

Это не первая попытка торговой сети выйти на рынок Алтайского края. Впервые власти края и представители компании обсуждали строительство Metro в 2006 году. Проект "Метро Кэш энд Керри" предусматривал размещение комплекса на территории городского парка "Юбилейный". Но ведущие архитекторы Барнаула единодушно высказали мнение о том, что разместить торговый комплекс на этом месте невозможно.

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Metro Cash & Carry входит в немецкую Metro Group. Ритейлер управляет около 700 магазинами в 30 странах.

Первый магазин в России Metro Cash & Carry открыла в 2001 году, на сегодняшний день сеть ритейлера насчитывает 58 торговых центров в 39 регионах страны. В 2010 году компания открыла в РФ 5 магазинов.

Как сообщается на сайте компании, российские продажи по итогам в 2010 года составили 2,93 млрд евро (рост по сравнению с показателем 2009 года на 13%).

◆ [Интерфакс](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

РИТЕЙЛЕРЫ ИНВЕСТИРУЮТ В ТОРГОВЫЕ СЕТИ СМОЛЕНСКА ПОЧТИ 8 МЛРД РУБ ДО 2013 Г

Четыре торговые сети в 2011-2013 годах инвестируют в строительство гипермаркетов в Смоленске 7,945 миллиарда рублей, сообщила РИА Новости начальник департамента потребительского рынка Смоленской области Ольга Кирилец.

В частности, речь идет о строительстве в Смоленске гипермаркета хозяйственных товаров WOTT с объемом инвестиций 2,975 миллиарда рублей и гипермаркета с подземной парковкой ПКП "АКЗ-Сервис" с инвестициями в 960 миллионов рублей.

Кроме того, до 2013 года власти города планируют принять в эксплуатацию гипермаркет "Глобус", строительство которого начнется в ближайшие месяцы. Немецкие инвесторы готовы вложить в проект 3,06 миллиарда рублей.

Еще один проект, который планируется реализовать до 2013 года - строительство торгово-развлекательного центра "Галактика" стоимостью 950 миллионов рублей.

"В последние годы потребительский рынок Смоленской области активно развивается. Это один из важнейших элементов региональной экономики. По итогам 2010 года оптовая и розничная

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

торговля составила 19% от валового регионального продукта, 18% всех налоговых поступлений в областной бюджет", - сообщила Кирилец.

По словам собеседницы агентства, общий оборот розничной торговли в Смоленской области по итогам 2010 года составил 101,8 миллиарда рублей, что на 15,8 миллиарда (12%) больше чем в 2009 году. В первом полугодии 2011 года оборот торговых сетей составил почти 54 миллиарда рублей, что на 6% выше прошлогодних показателей.

При этом Кирилец отмечает рост товарооборота торговых сетей по отношению к потребительскому рынку в целом.

В 2010 году доля торговых сетей в региональном товарообороте составила 25%, что на 8% больше чем в 2009 году.

По данным областного департамента потребительского рынка на сегодняшний день на территории региона функционируют семь розничных торговых сетей - "Магнит", "Копейка", "МинералТрансКомпани", "Дикси", "Сота", "Фортуна", "Линия".

◆ [РИА Новости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

НА РЫНОК ИГРАЮЧИ

Федеральная сеть видеоигр Gamezone проникает в Казань. Осенью она планирует открыть здесь свой первый магазин с расчетом впоследствии расшириться и занять более 20% рынка. Сейчас, не считая продавцов нелегального софта, у Gamezone здесь только один прямой конкурент — московская сеть Game Republic. Ее представитель, отмечая ежегодный рост рынка видеопродукции, считает, что конкуренту стоит ориентироваться на открытие в Казани не более двух магазинов.

Федеральный ритейлер по продажам видеоигр Gamezone намерен увеличить свою сеть в Татарстане с одного до пяти магазинов до 2013 года, рассказал вчера „Ъ“ директор по продажам компании Сергей Куликов. Осенью магазин Gamezone откроется в казанском ТРЦ «Южный», якорным арендатором которого в этом году станет «Ашан». В следующем году компания планирует открыть второй магазин в Казани, а также по одному в Набережных

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

Челнах и Нижнекамске. Сейчас Gamezone владеет одним магазином в Альметьевске, который, по словам господина Куликова, «показывает отличные результаты по продажам как игровых, так и околоигровых товаров». «Сеть планирует занять большую часть ниши игрового ритейла в татарстанском регионе к середине следующего года», — сказал он „Ъ“.

Расширение сети в Татарстане проходит в рамках общей экспансии ритейлера. «В планах компании занять к концу 2012 года более 20% соответствующего рынка. На 2012 год сеть расширится до 110 действующих магазинов в 75 городах России и, возможно, ближнего зарубежья», — поделился с „Ъ“ Сергей Куликов. В открытие одного магазина сети ритейлер инвестирует от 5 до 7 млн руб., период окупаемости нового магазина составляет 8-10 месяцев. «Каждый магазин сети расположен в самых популярных торговых центрах столицы и регионов, мы открываемся только в местах с повышенной проходимостью — возле фудкорттов и других оживленных площадок», — отмечает господин Куликов.

Как рассказали „Ъ“ участники рынка продаж видеоигр, в Казани основной поток продаж видеопродукции идет через мелкие магазины пиратского софта, которые находятся практически на каждой автобусной остановке. На продажи лицензионных дисков в специализированных магазинах здесь приходится не более 10% всех продаж, сказал „Ъ“ участник рынка, не пожелавший быть названным. Сейчас у Gamezone есть только один прямой конкурент — это московская сеть Game Republic, имеющая один магазин в торговом центре «Мега». Непрямым конкурентом также является федеральная сеть «Хитзона», продающая более широкий спектр продукции для домашних развлечений — фильмы, музыку, книги и сувениры (в Казани магазин расположен в ТРЦ «Кольцо»). Похожая сеть по продаже медиа-товаров «Союз», владевшая двумя точками в Казани, ушла из региона в апреле этого года.

Генеральный директор Game Republic Екатерина Федорова рассказала „Ъ“, что, согласно исследованиям разработчиков видеоигр, в ближайшее время в России прогнозируется рост емкости рынка видеопродукции на 25-30%. «Дело в том, что сейчас основные разработчики — Sony, Microsoft и Nintendo — ориентируют продукцию не только на геймеров, но на любого потребителя — например, делают игры для всей семьи. Поэтому все ритейлеры строят свои планы с учетом роста не менее 25%», — пояснила она. Казанский рынок госпожа Федорова оценила как достаточно перспективный — по ее словам, рост продаж в магазине Game Republic за прошлый год составил 12-15%. В то же время она считает, что выходить в некрупные города регионов нецелесообразно. «Я не понимаю, зачем открывать точки в Набережных Челнах и Нижнекамске. Город должен быть минимум миллионник, и торговый центр — хорошо узнаваемым, чтобы формат прижился. В таком городе, как Казань, можно открыть максимум

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

два своих магазина, а в других городах Татарстана я бы открывать не стала», — сказала „Ъ“ Екатерина Федорова.

Директор по связям с общественностью Ассоциации торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК) Антон Гуськов констатирует, что рынок компьютерных приложений, в том числе игр, один из активно развивающихся сегментов торговли. «Этому способствует, в частности, понижение таможенных пошлин на игровые приставки, которые планирует принять российское правительство к следующему году. Пошлины могут снизиться с 20 до 12%, что удешевит товар», — сказал он „Ъ“. «С одной стороны, интерес к приставкам (xbox, ps3) действительно увеличивается в последнее время, поскольку сегмент игр для приставок (а не для ПК) представлен пиратами плохо. С другой стороны, сегмент игр для ПК демонстрирует обратную тенденцию — их гораздо проще скачивать из интернета. Поэтому сложно сказать, что ждет такие магазины, как Gamezone, особенно в регионах, где покупательская способность ниже, чем в столице», — считает анонимный эксперт.

◆ [Коммерсант](#)◆ ◆ [К содержанию](#)

В КИЕВЕ ЗА 6 МЕС. 2011 Г. СОВОКУПНЫЙ ОБЪЕМ АРЕНДНЫХ ТРАНСАКЦИЙ ВЫРОС БОЛЕЕ ЧЕМ В 2 РАЗА - ДО 95 ТЫС. КВ. М, - ЭКСПЕРТ

В Киеве за 6 мес. 2011 г. совокупный объем арендных транзакций вырос более чем в 2 раза - до 95 тыс. кв. м по сравнению с 6 мес. 2010 г., по данным Colliers International.

Данный показатель более чем в 2 раза превышает аналогичного показатель 2010 года 45 тыс. кв. м. Средний размер сделки в 2011 г. составил 5,5 тыс. кв. м, что практически равняется показателю 2010 г. - 5,4 тыс. кв. м.

В структуре спроса основную долю составляют торговые и логистические операторы. Наибольшей популярностью пользуются высококачественные складские комплексы класса А. "Более половины сделок аренды за первое полугодие 2011 года зафиксированы в этом сегменте. При этом следует отметить, что в первой половине 2011 года прослеживалась тенденция переезда ряда арендаторов в новые помещения с улучшением качества. Ожидается, что такая тенденция сохранится до конца 2011 года, что обусловлено

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

стабилизацией ставок аренды, уровень которых позволяет арендаторам успеть осуществить переезд на выгодных условиях", - говорится в отчете.

В результате незначительного объема нового предложения и увеличивающегося спроса вакантность на рынке складских помещений снизилась с 19 % до 14 %. Как следствие, наблюдалась дальнейшая стабилизация арендных ставок на уровне 5-6 долл. кв. м/месяц.

Новое предложение складских помещений Киева в первом полугодии 2011 г. составило 12 тыс. кв. м. На рынок вышел только один логистический центр Техноярмарок-1 (Ворзель) площадью 12 тыс. кв. м, расположенный на Ковельском направлении (М-07). Таким образом, по состоянию на июль 2011 года совокупный объем предложения складских помещений Киева достиг порядка 916 тыс. кв. м.

До конца 2011 г. в районе Окружной дороги планируется ввод в эксплуатацию еще пяти объектов общей площадью около 106 тыс. кв. м. Большая часть новых логистических комплексов, планируемых к выходу в 2011 г., будет расположена на правом берегу в районе Окружной дороги (55%) и на Ковельском направлении (М-07) (28%).

Colliers International - одна из крупнейших международных консалтинговых компаний, предоставляющая услуги в области коммерческой недвижимости. Сегодня компания Colliers International насчитывает свыше 15 тыс. сотрудников, работающих в 480 офисах в 61 стране мира, в том числе на территории СНГ и стран Балтии. Colliers International сотрудничает с международными и украинскими корпорациями, оказывая консультационные услуги при аренде и продаже офисных, торговых и складских помещений, консультационные услуги в области гостиничной недвижимости, услуги по оценке и управлению объектами недвижимости, анализ инвестиционных проектов и другое.

♦ [РБК Украина](#)

♦ ♦ [К содержанию](#)

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

ЗАВЕРШЕНО ПРОЕКТИРОВАНИЕ "KIEV E95 OUTLET CENTRE"

Архитектурное бюро "Архитектурная мастерская" совместно с английской компанией BDP завершили стадию проектирования аутлет центра "Kiev E95 Outlet Centre" (12-й км трассы Киев–Одесса) 29 июля т.г.

Согласно сообщения компании "EVO Land Development", компания BDP обладает богатейшим опытом по созданию архитектурных концепций и дизайна торговых центров в Европе и входит в ТОП-5 компаний строительной отрасли в Англии.

"Архитектурное решение "Kiev E95 Outlet Centre" типично для европейских аутлетов и впервые применено для торговых центров в Украине. Это будет торговый центр нового, для нашей страны формата, состоящий из главной площади с центральной улицей и нескольких небольших площадей, объединенных торговыми улицами. Все составляющие выдержанны в единой архитектурной концепции.

В декорировании фасадов использованы архитектурные стили, которые можно встретить в исторических кварталах городов Украины, в частности элементы уникального Украинского барокко, а также элементы классицизма и модерна, что придает "Kiev E95 Outlet Centre" узнаваемость и индивидуальность, и создает неповторимую среду", - отмечается в сообщении.

Об архитектурных отличиях и о преимуществах аутлет центров по сравнению с обычными торговыми центрами рассказывает Иан Пурсер директор архитектурного бюро BDP (Англия):

"Принципиальное отличие между аутлет центрами и обычными торговыми центрами заключается в среде, которая создается архитектурной и планировочной концепций центра в целом. В таких центрах более удобное планировочное решение, и за счет этого присутствует атмосфера, безграничного выбора для покупателей. Также отличительной чертой для аутлет центра является расположение за пределами города, так как это всегда место для целенаправленных поездок.

Аутлет центры, предлагая значительную экономию при осуществлении покупок, являются альтернативой обычным торговым центрам. Часто архитектурное отличие между этими форматами заключается в том, что аутлет центр всегда имеет один уровень или так называемую "улицу" с отличительным стилем. Дизайн интерьера аутлет центров абсолютно

Digest News

ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2 августа, № 84

уникален за счет сочетания крытых участков торговой галереи и открытых пассажей и оформлен в стиле городской улицы, в которой фасады домов являются витринами магазинов.

Преимуществом аутлет центров является наличие парковой или ландшафтной зоны с ресторанами и кафе, где люди могут отдохнуть на природе вдали от городской суеты. Все эти составляющие концепции аутлет центра создают приятную атмосферу, которая заставляет покупателей возвращаться в центр снова и снова", - рассказал директор архитектурного бюро BDP Иан Пурсер.

По словам главного архитектора проекта Владимира Егорова (бюро "Архитектурная мастерская"): "Есть несколько типов аутлетов. Для Украины выбран тот вариант, который внешне похож на небольшой европейский городок. Возле главного входа комплекса мы разместили открытую площадь, оформленную аркой в стиле украинского барокко. Проходя через эту арку, как главный вход, мы попадаем во внутренний дворик. Kiev E95 Outlet Centre – это такой милый сердцу shopping village, который просто притягивает людей теплотой и неспешностью старого города.

Планировочное решение в сравнении с обычным ТЦ тоже необычное. Здесь отсутствуют лестницы, эскалаторы, а общая протяженность здания составляет около 500 м".

В данный момент в Украине, как и во всем СНГ, аутлет формат не представлен. В 2012 году планируется открытие двух аутлетов в России и одного в Украине. В Европе аутлеты очень популярны, их количество достигло 150 центров, ведётся активное освоение стран Восточной Европы.

"Появление такого формата, как аутлет, в Украине – закономерный процесс развития рынка торговой недвижимости. Наша задача – сделать первый такой проект в стране в строгом соответствии с его основными принципами" - говорит генеральный директор компании "EVO Land Development" Андрей Мажара.

◆ RetailStudio.org

◆ ◆ [К содержанию](#)