

РОССИЙСКАЯ ГАНЗА

с. 28-34



КЕНИГСБЕРГ (НЫНЕ КАЛИНИНГРАД) КОГДА-ТО ВХОДИЛ В ГАНЗЕЙСКИЙ ТОРГОВЫЙ СОЮЗ, В ТЕЧЕНИЕ ДВУХ СТОЛЕТИЙ РАСПРОСТРАНЯВШИЙ СВОЕ ВЛИЯНИЕ И ПРАВИЛА ТОРГОВЛИ НА ТЕРРИТОРИИ ОТ ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА ДО ЛОНДОНА. СЕГОДНЯ ЭТОТ ГОРОД НА СЕВЕРО-ЗАПАДЕ РОССИИ ФОРМИРУЕТ ПРООБРАЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА, К КОТОРОМУ БОЛЬШИНСТВО РОССИЙСКИХ ГОРОДОВ ПРИДУТ ТОЛЬКО ЧЕРЕЗ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ, А РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПЛАНЫ КАЛИНИНГРАДСКИХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ ПРОСТЕРЛИСЬ ДО СИБИРИ.

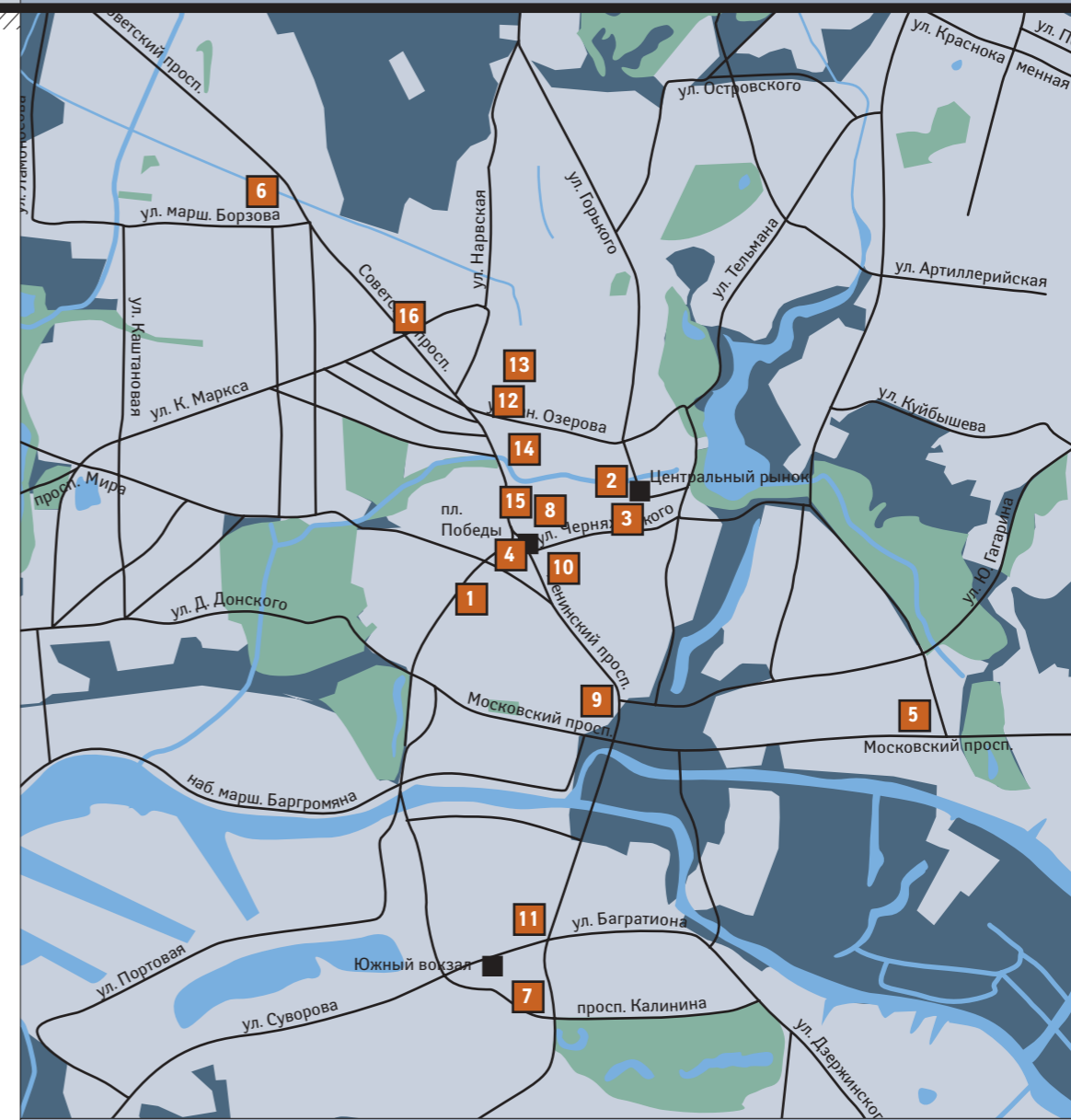
Текст и фото: АЛЕКСАНДР ПЫПИН, руководитель проекта RWAY.RU

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА ЖИТЕЛЕЙ КАЛИНИНГРАДА ФОРМИРУЕТСЯ ПОД ВЛИЯНИЕМ БЛИЖАЙШИХ СТРАН — ЛИТВЫ, ПОЛЬШИ, ГЕРМАНИИ.

ОБЫЧНАЯ ДЕМОГРАФИЯ

Калининград — 38-й по численности населения город России. Он расположен на берегу Балтийского моря и является центром Калининградской области, географически отделенной от «большой земли» территориями Литвы и Белоруссии. В советское время это был город рыбаков и моряков. Распад СССР обернулся для этого региона появлением дополнительных границ и последующей экономической дезинтеграцией с Россией. В силу близости к Европе население постепенно стало переориентироваться на внешнеторговую деятельность. Подъем экономики Калининградской области в значительной степени обусловлен предоставлением ей различных экономических льгот, в том числе в связи с приданием области статуса особой экономической зоны со специальными налоговыми и таможенными режимами. Поэтому стала выгодной организация производств по сборке автомобилей, бытовой техники и пр. из импортных комплектующих. Сегодня по уровню доходов населения область приближается к Московской. При этом, как отмечает Ольга Иванилова, директор департамента коммерческой недвижимости *Invent Realty*, население Калининграда более обеспечено, чем жители пригородов (Советск, Черняховск и др.). По официальным данным, заработная плата в первом полугодии 2006 г. выросла более чем на 30%. Но это не экономическое чудо, а результат кампании против «теневых» зарплат, которую активно проводит губернатор Георгий Боос. При этом жизненный уровень населения Калининграда отличается от уровня других российских городов структурой не доходов, а расходов. Потребительская культура здесь формируется под влиянием ближайших стран — Литвы, Польши, Германии. До Берлина калининградцам вдвое ближе, чем до Москвы, — всего 583 км. До Литвы и Польши можно доехать за пару часов. Поэтому они знают, что такое современные ТЦ,

качественные товары, хороший сервис, и ориентируются на торговлю по западному образцу, на международные бренды. Рыночная торговля в городе практически сошла на нет — в городе осталось только два крупных рынка: «Центральный» и «Сельма». Кроме того, очень высок показатель автомобилизации: на трех жителей приходится одна машина. Несмотря на то что процесс создания современных ТЦ в Калининграде еще не завершен, количеству и разнообразию представленных в них международных брендов уже могут позавидовать многие более крупные города. По этим показателям Калининград может сравниться разве что с Тюменью, где рынок обильно удобрен «нефтяными» доходами. На главных торговых улицах города и в его торговых центрах представлены такие марки, как *Motivi, Terranova, Adilisk, 4You, Mango, Benetton, Sinequanon, InWear, Matinique, Naf-Naf, Chester, Mexx, Reserved, Mustang, Deep, Tatum, Calvin Klein, ECCO, TJ Collection, Pierre Cardin* и др. Права на открытие многих фирменных магазинов местные предприниматели получают напрямую из Европы, минуя московские офисы, которые довольно скептически относятся к далекому «островку» России в силу логистических и иных сложностей работы на нем. Впрочем, многие российские компании «с материка», как владельцы франшиз, так и собственных марок, уже пришли в регион: работают «Бюстье» и «ТВОЕ», *SELA* и *OGGI, Camelot, Savage*, «Красный Куб», *Adidas*. Некоторые марки, несмотря на ограниченность рынка, уже представлены несколькими магазинами. Компания *JonesLangLaSalle* привлекла в новый ТЦ «Калининград PLAZA» такие марки, как *Carlo Pazzolini, Judashkin Jeans, Camaieu, Intersport, «Дикая Орхидея»*. В городе разворачиваются сети салонов сотовой связи «Связной», *Divizion*, «Цифроград», *Dixis*, «Евросеть», причем последняя к концу года плани-



- | | | |
|---|------------------------|---|
| 1. «Маяк» | 5. «Сити-Центр» | 12. «Мега-Центр» |
| 2. «Эпицентр» (ТД «Центральный», Kenig House) | 6. «Гранд» | 13. «Мега-Сити» |
| 3. «Акрополь» (у центрального рынка) | 7. «Виктория» | 14. «Мега-Маркет» |
| 4. «Европа-Центр» | 8. Clover House | 15. «Калининградский Пассаж» («Город женщин») |
| | 9. «Калининград PLAZA» | 16. «ГиперСити» |
| | 10. Универмаг «Европа» | |
| | 11. «Триумф» | |

ТЦ КАЛИНИНГРАДА

рует управлять в городе более чем 40 салонами. Пришли в город и сетевые предприятия питания — *Sbarro*, «Золотая Вобла», «Обжорный Ряд», «Якитория», *SFC*. Есть и собственные сети ресторанов. По данным компании «Виктория», один из совладельцев которой начал развивать сеть ресторанов «Дон Ченто», в Калининграде сейчас более 100 ресторанов. Среди известных местных сетей питания — «СМАК» и «Блин Ца-Ца». В то же время почти нет современных кинотеатров — два из трех работающих кинотеатров были открыты еще в довоенное время. Но и эта рыночная ниша будет заполнена — контракты на открытие мультиплексов уже подписали «КароФильм» и «Киномакс».

Сложнее всего осваивать регион «тяжеловесным» торговым сетям с широким ассортиментом, таким как «Перекресток», «Спортмастер», «МИР», «Эльдорадо», «Техносила», «Патэрсон» и др. Объем рынка ограничен, конкуренция высока, а потому велики организационные и логистические затраты. Но, несмотря на это, «Эльдорадо» уже открыл первый гипермаркет в торговом комплексе «Мега-Маркет» (изначально на эти площади претендовала «Техносила»). В 2005 г. в Калининграде появилась продовольственная торговая сеть «Седьмой Континент» (в результате покупки у калининградской компании «Автозапимпорт» торговой сети «Алты», проигрывавшей по темпам развития и каче-

КОЛИЧЕСТВУ И РАЗНООБРАЗИЮ БРЭНДОВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В ТЦ КАЛИНИНГРАДА, МОГУТ ПОЗАВИДОВАТЬ МНОГИЕ БОЛЕЕ КРУПНЫЕ ГОРОДА.

ОТОРВАННОСТЬ ОТ ОСНОВНОЙ ЧАСТИ РОССИИ ПОЗВОЛИЛА КАЛИНИНГРАДУ ДЛИТЕЛЬНОЕ ВРЕМЯ ОБХОДИТЬСЯ БЕЗ КОНКУРЕНЦИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ.

НАЗВАНИЕ	АДРЕС	ДАТА ОТКРЫТИЯ	ПЛОЩАДЬ, кв.м	СОСТАВ	ОПЕРАТОРЫ	УЧАСТНИКИ ПРОЕКТА
«Маяк»	ул. Театральная, д. 21	Весна 2006 г. (после реконструкции)	20 000 — общая, 13 000 — торговая	4 уровня, супермаркет, торговая галерея, ресторан, наземная парковка	«Вестер», <i>Maximus</i> , «Сити-Спорт», «Мир Детства», <i>Sbarro</i> , <i>Le Futur</i> , «Алло», «Авиценна», «Ля Франсе», «Вестер-Инфо», <i>Barbie</i>	«Вестер» — девелопер
«Эпицентр» (ТД «Центральный», <i>Kenig House</i>)	ул. Баранова, д. 30 (у Центрального рынка)	Осень 2006 г.	22 850 — общая, 18 200 — торговая	<i>Cash&Carry</i> , торговая галерея, боулинг, кинотеатр, детский развлекательный центр, наземная парковка на 250 а/м	<i>Cash&Carry</i> , «Бомба», <i>Maximus</i> , «Детский мир», <i>StarGalaxy</i>	АКБ «БИН-Банк» — девелопер, <i>PaulsYard Kaliningrad</i> — консультант, брокер, УК, «Санвент» — ген. подрядчик, <i>Bankgesellschaft Berlin AG</i> — кредитор
«Акрополь» (у центрального рынка)	ул. Баранова, д. 34	Осень 2006 г.	40 000 — общая, 9000 — торговая	3 уровня, супермаркет, торговая галерея, игровая зона, рестораны, офисы, парковка на 720 а/м на 4-7 уровнях	«Вестер», <i>Adidas</i> , <i>Nike</i> , «Ю-Тайм», «Офис-Депо», «Суши-Бар»	«Мюллер и К» — девелопер, <i>Invent Realty</i> и <i>Pauls Yard Kaliningrad</i> — брокеры торговых помещений, «Мастер и К» — ген. подрядчик, литовские консультанты
«Европа-Центр»	пл. Победы (начало Ленинского просп.)	Конец 2007 г. — начало 2008 г.	64 000 — общая, 29 000 — торговая	Супермаркет, торговая галерея, мультиплекс, ресторанный дворик, гостиница, офисы, подземная парковка на 450 а/м	«Виктория», «Киномакс», <i>Adidas</i> , <i>Mascot</i> , <i>Polo</i> , «Едок»	<i>Gamma development</i> — девелопер, <i>Gamma Property Management</i> — УК, «Контек» — ген. подрядчик, «АМ4+» — архитектор, <i>LaGuarda.Low</i> — архитектор, <i>Studio Quadra</i> — архитектор, <i>Penny Lane</i> — консультант, <i>JonesLangLaSalle</i> — консультант, <i>IB Group</i> — брокер, <i>AYH HOMOLA</i> — управление проектом
«Сити-Центр»	Московский просп., д. 171 а	Май 2005 г.	26 000 — общая	4 уровня, супермаркет, торговая галерея, ресторан, подземная и наземная парковка на 500 а/м	«Вестер», «Сити-Спорт», <i>Maximus</i> , «Книжки и книжечки», «Мир Детства», «Авиценна»	«Вестер» — девелопер
«Гранд»	Советский просп., д. 159	2005 г.	20 000 — общая	Супермаркет, гипермаркет стройматериалов и мебели, мелкие арендаторы	«Вестер», <i>Maximus</i> , «Клондайк»	«Вестер» — девелопер
«Виктория»	пл. Калинина, д. 28 (у автовокзала)	Декабрь 2005 г.	10 500 — общая	4 уровня, супермаркет, торговая галерея, кафе, наземная парковка	«Виктория», <i>SELA Reporter</i> , <i>WoolStreet</i> , «Бюстье», <i>FinnFlare</i> , <i>Beauty Club</i> , «Для Душа и Души», <i>La Sensa</i>	«Виктория» — девелопер
<i>Clover House</i>	пл. Победы (Калининград-750) ул. Черняховского)	Конец 2007 г. (начало)	48 800 — общая, 15 000 — торговая на 300 а/м	Торговая галерея, детский развлекательный центр, 15 000 — торговая на 300 а/м	Н/д фитнес-центр, гостиница, подземная автостоянка	«БИН-Банк» — первый девелопер, «РГС Недвижимость» — второй девелопер, <i>Murray O'Loaire</i> — архитектор, <i>IMB ASYMETRIA Architects</i> — архитектор, <i>Budimex</i> — ген. подрядчик
«Калининград PLAZA»	Ленинский просп. (у моста)	Осень 2006 г.	38 000 — общая, 18 000 — торговая	3 торговых уровня, 55 арендаторов, супермаркет, фуд-корт, мультиплекс, наземный и подземный паркинг на 440 а/м, офисы на верхних уровнях	«Виктория», «Связной», «Дикая Орхидея», <i>Lady Collection</i> , «Л'Этуаль», <i>Adidas</i> , <i>Camaieu</i> , <i>Intersport</i> , <i>Colors&Beauty</i> , <i>Judashkin Jeans</i> , <i>Motivi</i> , «Бюстье», «Милавица», <i>Reserved</i> , <i>Carlo Pazoni</i> , <i>Carnaby</i> , «Элегант», «ТВОЕ», <i>Berghoff</i> , «Ю-Тайм», «Золотая Вобла», «Сбарро», «Блин Ца-Ца», «Обжорный ряд», <i>Beauty club</i> , «КароФильм»	<i>Advantage Group</i> — девелопер, <i>JonesLangLaSalle</i> — консультант и брокер, <i>Murray O'Loaire</i> — архитектор
Универмаг «Европа»	Ленинский просп., д. 79	Н/д	3000 — общая, 2000 — торговая	5 этажей, торговая галерея, мебель, товары для дома	<i>Terranova</i> , <i>Adidas</i> , <i>Nike</i> , <i>Puma</i>	ТД «Европа-Техноимпорт»
«Триумф»	Ленинский просп., 155	2007-2008 г.	Н/д	Административно-торговый комплекс с многоуровневой парковкой	Н/д	Н/д
«Мега-Центр»	ул. Генерала Озерова	Сентябрь 2005 г.	32 000 — общая, 13 200 — торговая	3 уровня (3-й не работает), торговая галерея, фуд-корт, мебельный центр, мультиплекс (планируется), наземная парковка на 500 а/м, офисы на верхних уровнях	<i>SELA</i> , <i>OGGI</i> , <i>Naf-Naf</i> , <i>Motivi</i> , <i>Camelot</i> , <i>Mng</i> , «Бюстье», <i>Chester</i> , «Ив Роше», «Ля Флер», <i>Beauty Club</i> , <i>Mexx</i> , <i>Reserved</i> , <i>Mustang</i> , <i>Deer</i> , «Красный Куб», <i>Xenia</i> , <i>Tatum</i> , <i>Calvin Klein Jeans</i> , <i>ECCO</i> , <i>In Wear</i> , <i>TJ Collection</i> , «Европа-обувь», «Цифроград», «Ю-Тайм», «Пышка», «СМАК», <i>SFC</i> , «Мега-Мебель», «Формула Здоровья», <i>City Fitness</i>	«Автозаимпорт» — девелопер, <i>Paul's Yard</i> — консультант и брокер, Сбербанк — кредитор
«Мега-Сити»	ул. Мусоргского	Июнь 2005 г.	35 640 — общая, около 8000 — торговая	3 уровня (3-й не работает), мелкая нарезка на 300 секций, развлечения — 3-й уровень (не работает)	«ТВОЕ», <i>Adi-K</i> , <i>Sultanna Frantsuzova</i> , мелкие арендаторы	«Автозаимпорт»
«Мега-Маркет»	ул. Уральская	Март 2005 г.	264 200 — общая, 6000 — торговая	3 торговых уровня, подземная парковка на 200 а/м, офисы на верхних уровнях	«Седьмой Континент», «Эльдорадо», универмаг «Европа», «Евросет»	«Автозаимпорт» — девелопер, <i>Paul's Yard</i> — консультант и брокер, Сбербанк — кредитор
«Калининградский Пассаж» («Город женщин»)	пл. Победы	Декабрь 2003 г.	6000 — общая, 3000 — торговая	4 торговых уровня, магазины одежды, косметики, обуви, аксессуаров для женщин, салоны красоты, кафе, офисы на верхних уровнях	<i>Ile De Beaute</i>	<i>Gamma development</i> — девелопер, <i>Gamma Property Management</i> — УК
«ГиперСити»	Советский просп.	2007-2008 г.	Н/д	Торгово-развлекательный центр	Н/д	«Вестер» — девелопер

ТАБЛИЦА. ТОРГОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ И ТОРГОВО-ОФИСНЫЕ ЦЕНТРЫ КАЛИНИНГРАДА.

ИЛЬ ДЕ БОТЭ
ПАРФЮМЕРИЯ И КОСМЕТИКА

КРУПНЫЙ
ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИЙ
ХОЛДИНГ ИЩЕТ
ПОМЕЩЕНИЕ
ПОД МАГАЗИН КАТЕГОРИИ «А»
ПЛОЩАДЬЮ ОТ 100 ДО 1500 КВ.М
(095) 727-0238
123@ldb.ru
moghaisky@ldb.ru

► ству своим основным конкурентам «Виктории» и «Вестеру»). «Седьмой Континент» уже перевел магазины под свою вывеску, качественно улучшил их и заявил о планах открытия двух магазинов формата «Наш Гипермаркет». «Автозаимпорт» направил вырученные от продажи магазинов средства на девелопмент объектов торговой недвижимости в Калининграде и Санкт-Петербурге.

ТОРГОВАЯ ВОЛНА

Близость к Европе, отсутствие «сырьевых» отраслей и ограниченность рынка привели к тому, что местными предпринимателями активно развивается розничная торговля, причем не экстенсивным, а интенсивным, европейским путем. Одновременно оторванность от основной части России позволила длительное время обходиться без конкуренции с федеральными сетями. Сетям из соседних стран слишком хлопотно входить на небольшой калининградский рынок, им больше нравится выступать в роли консультантов и продавцов франшиз. В городе уже функционируют торговые сети, созданные местными компаниями и контролирующими значительную долю рынка практически по всем товарным

группам. Отлаженные на высококонкурентном, но сложном по доходам населению с большинством регионов России рынке технологии позволили местным лидерам продовольственной торговли выйти на федеральный уровень.

Крупнейшим представителем в сфере розничной торговли Калининграда является группа компаний «Вестер», основанная бывшими комсомольскими функционерами. На родине «Вестер» создал огромную торговую империю более чем из 250 магазинов, куда входят сеть супермаркетов «Вестер», сеть магазинов у дома «Сосед», сети магазинов бытовой техники «Техновыгода» и *Maximus*, косметики «Ля Флер» (конкурирует с местной сетью *Beauty Club*), салонов связи «Алло» и др. («Сити-Спорт», «Мир Детства», «Вестер-Инфо», «Книжки и Книжечки»). В прежние годы компания агрессивно скупала помещения различного формата и стала одним из крупнейших в городе владельцев торговой недвижимости. Теперь она начала избавляться от «неформатных» помещений и излишков, выставляя их на продажу через агентство недвижимости «Балт-Гарант». В 2006 г. компания вышла на общероссийский уро-

вень, открыв торговые комплексы «Вестер-Гипер» в Белгороде и Ярославле, несколько супермаркетов «Вестер» в Москве. По заявлениям самой компании, это начало масштабной экспансии, в рамках которой будет создана сеть торговых комплексов, гипермаркетов и супермаркетов в городах Центрального, Поволжского и Северо-Западного федеральных округов. Лидером продовольственной торговли Калининграда является мультиформатная сеть «Виктория». В нее входят супермаркеты «Виктория» (по 4000-6000 кв.м с 8-12 арендаторами в прикассовой зоне), магазины у дома «Квартал» и дискаунтеры «Дешево», а также экспериментальный магазин «Кэш» формата *Cash & Carry*. В отличие от «Вестера», который часто арендует старые помещения для своих супермаркетов, «Виктория» для своих пяти магазинов их строила. Наиболее популярным является супермаркет, известный горожанам под названием «На острове», площадью около 6000 кв.м. Его второй этаж отведен под непродовольственные товары, а попасть на него можно при помощи травелаторов. В 2002 г. «Виктория» начала осваивать Москву. Сейчас магазины сети уже работают ►

СЛОЖНЕЕ
ВСЕГО
ОСВАИВАТЬ
РЕГИОН «ТЯЖЕ-
ЛОВЕСНЫМ»
ТОРГОВЫМ
СЕТЯМ
С ШИРОКИМ
АССОРТИМЕН-
ТОМ. ОБЪЕМ
РЫНКА
ОГРАНИЧЕН,
КОНКУРЕНЦИЯ
ВЫСОКА,
А ПОТОМУ
ВЕЛИКИ
ОРГАНИЗАЦИ-
ОННЫЕ
И ЛОГИСТИЧЕ-
СКИЕ ЗАТРАТЫ.

НАБЛЮДА-
ЕТСЯ ДЕ-
ФИЦИТ по-
МЕЩЕНИЙ для
ПРОДОВОЛЬСТ-
ВЕННОЙ РОЗ-
НИЦЫ, ПОЭТО-
МУ РАСШИРЕ-
НИЕ СЕТЕЙ бу-
ДЕТ ПРОИСХО-
ДИТЬ в ОСНОВ-
НОМ за СЧЕТ
ОТКРЫТИЯ МА-
ГАЗИНОВ в СО-
СТАВЕ ТЦ.



УНИВЕРМАГ «ЕВРОПА».

► в Санкт-Петербурге, Владимире, Ульяновске. В планах компании на следующий год — экспансия в другие города, вплоть до Омска. В то же время в самом регионе возможностей для экстенсивного развития не так много. «Доля сетевой торговли превышает 60% и растет, рынок близок к насыщению, наблюдается дефицит помещений для продовольственной розницы, поэтому экстенсивный рост сетей будет происходить в основном за счет открытия объектов в составе торговых центров», — отмечает Олег Красневский, генеральный директор компании «Виктория: Недвижимость» (Калининград).

Третья по величине продовольственная сеть Калининграда «Алтын» в 2005 г. была продана «Седьмому континенту», а замыкает список компания «Семья» с сетью магазинов у дома «Копилка». Владелец этой компании также принадлежит крупная аптечная сеть «Формула Здоровья», конкурирующая с вестервской сетью «Авиценна».

В торговле одеждой и обувью преуспела компания ТД «Европа» («Техноимпорт»). Она по франшизе представляет в Калининграде такие марки, как *Mango, Terranova, Tatum, Adilisik, Sinequanone, Castro, S.Oliver, Promod* и многие другие. Открывает как монобрендовые магазины (например, в ТД «Океан-Европа» на ул. Черняховского), так и универмаги, крупнейший из которых занимает 3000 кв.м в ТК «Мега-Маркет». Получили в городе развитие сети формата *DIY* «БауЦентр», «Клондайк», «Домострой» и др. Присутствуют также местные сети мультимедийной продукции — «Аврора» и «Ю-Тайм».

НА ЧАС ВПЕРЕДИ

До 2005 г. сегмент ТЦ Калининграда развивался по стандартному пути: центры возникали в результате реконструкции старых универмагов и помещений иного назначения. Например, в 2005 г. «Вестер» открыл «Сити-Центр» после реконструкции и надстройки выкупленного здания на Московском ш. Аналогичным образом он превратил старый двухуровневый универмаг «Маяк» в центре Калининграда в четырехуровневый торговый комплекс. Особенностью торговых центров «Вестера» является то, что значительную часть их площади занимают многочисленные собственные торговые подразделения компании.

С 2005 г. наблюдается бум строительства и открытия современных ТЦ. Первым построенным с нуля стал ТЦ «Виктория» на оживленной транспортной развязке у Южного железнодорожного вокзала (автовокзала). В 2005 г. недалеко от центра города открылись «МЕГА-Сити», «Мега-Маркет» и «Мега-Центр». Эти три торговых комплекса (различной концепции) соседствуют друг с другом, а также с магазином «БауЦентр» (*DIY*). В результате образовался самый популярный в настоящее время (несмотря на сложности подъезда к нему) торговый узел: в выходные свободных мест на парковках нет. Однако «Меги» имеют не одинаковый успех. «Мега-Сити» ярко иллюстрирует потребительские предпочтения горожан: посетителей мало, половина из 300 мелких секций этого огромного рынка под крышей пустует или используется под склады и офисы, из известных марок здесь осмелились обосноваться только «ТВОЕ» и *Sultana Frantsuzova*, а третий этаж, предназначенный

для развлечений, закрыт. Впрочем, свободные секции есть и в других торговых центрах, например в «Сити-Центре» и «Маяке». На рынке торговых помещений начался процесс перехода арендаторов из менее успешных комплексов в более успешные, и по мере насыщения рынка этот процесс будет активизироваться. Еще одна особенность рынка торговой недвижимости Калининграда заключается в том, что почти все строящиеся и введенные в эксплуатацию крупные торговые объекты находятся в радиусе 2 км от главной площади города — пл. Победы. Сама площадь через пару лет, оправдывая свое историческое название (пл. Ганзы), будет полностью окружена комплексами торговли и развлечений. Здесь уже работает универмаг «Калининградский Пассаж» в концепции «Город женщин», галерея «Океан-Европа», супермаркет «Вестер», строятся ТРЦ «Европа» и торгово-общественный центр *Clover House* (проект выкуплен «РГС-Недвижимость» у АКБ «БИН»). Еще один торговый узел появится возле Центрального рынка. В августе 2006 г. введен в строй торгово-офисный центр «Акрополь», готовится к открытию ТЦ «Эпицентр». Еще один торговый узел может появиться и у Южного вокзала. Однако судьба комплекса «Триумф» (с обременением в виде Дома искусств), который должен соседствовать с ТЦ «Виктория», пока не ясна. Все вводимые проекты ориентированы на средний класс, однако, как отмечает Андрей Ковалевский, директор девелоперской компании «Мюллер и К», в Калининграде отличная от московской стратификация по

уровню доходов, и средним классом считаются семьи с доходом 400–500 USD на человека в месяц. Для строительства новых центров используются участки, пустовавшие более 60 лет после разрушительных боев Великой Отечественной войны. Например, ТЦ «Эпицентр» появится в результате реконструкции бывшего Дома немецкой техники Кенигсберга, построенного в начале XX века для проведения Немецкой Восточной ярмарки. Концентрация крупных торговых объектов в центре города объясняется не только наличием здесь свободных земельных участков, но и привычками горожан, которые предпочитают делать покупки в центре, а выезжать из города только на море или за границу. Если калининградец решил в выходные выехать из города, то он может доехать за пару часов до Литвы или Польши, где есть современные торговые центры, поэтому строить на окраинах ТЦ, ориентированные на посещение в выходные, рискованно. Пока единственный крупный торговый центр на окраине — это «Гранд», построенный «Вестером».

Девелоперами торговых объектов выступают как местные компании, так и московские, имеющие сильные филиалы или исторические корни в Калининграде. Активно используется международный опыт, привлекаются иностранные консультанты, архитекторы, строительные подрядчики. Современное техническое оборудование, эскалаторы и травелаторы, многоуровневые и подземные паркинги, платеж с оборота и многостраничные договоры аренды, тендеры по выбору подрядчика и управляющей ►

ПОЧТИ ВСЕ СТРОЯЩИЕСЯ И ВВЕДЕННЫЕ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ КРУПНЫЕ ТРГОВЫЕ ОБЪЕКТЫ НАХОДЯТСЯ В РАДИУСЕ 2 КМ ОТ ГЛАВНОЙ ПЛОЩАДИ ГОРОДА — ПЛ. ПОБЕДЫ.

Федеральная сеть магазинов «МИР»
купит, арендует
торговые площади
от 1,500 кв. м.
для организации магазинов
по торговле бытовой техникой
и электроникой.
Тел./факс (495) 943 0679
dev@mirinfo.ru
www.mirinfo.ru

МЕГА КОМПЛЕКС МОСКОВСКИЙ
...сообщество мировых брендов
 город Самара www.mega-samara.ru

Castorama
МЫ ОТКРЫЛИСЬ



АЛЕКСАНДР ПЫЛИН

ТЦ «ВИКТОРИЯ»

СО СТРОИТЕЛЬСТВОМ НОВЫХ ТЦ ЦЕНТР ГОРОДА МОЖЕТ ПОСТИГНУТЬ ТРАНСПОРТНЫЙ КОЛЛАПС.

► компании — все это для новых центров не роскошь, а норма. Особенностью большинства объектов является многофункциональность: в их составе могут быть представлены не только торговля и развлечения, но и офисы, гостиницы. Есть и проект по созданию парка отдыха и развлечений «Лидо». Компания «Мюллер и К», созданная группой российских, немецких и армянских предпринимателей, планирует превратить пустырь на пересечении ул. А. Невского и Литовского вала в место досуга горожан с теннисными кортами, ледовой ареной, стадионами, 5–6 концептуальными ресторанами и многоуровневым паркингом. Для привлечения арендаторов у каждой компании своя стратегия: кто-то работает с местными компаниями, такими как *Invent Realty* и *Paul's Yard Kaliningrad*, кто-то — с московскими, такими как *JonesLangLaSalle*, а кто-то — и с петербургскими, учитывая, что многие компании «заходят» в Калининград через свои северо-западные филиалы в Санкт-Петербурге. В 2006 г. появится и первый опыт приглашения на объект внешней управляющей компании: «Эпицентр», принадлежащий АКБ «БИН», будет управляться компанией *Paul's Yard Kaliningrad*. В то же время, как отмечает Андрей Ковалевский, не все управляющие компании готовы дать адекватные ситуации предложения. «Мы провели тендер, который показал, что люди, предлагающие свои услуги по управлению, несколько оторваны от сложившейся в городе экономической ситуации, и поэтому решили создавать свою управляющую компанию», — говорит он.

Арендные ставки в Калининграде отнюдь не заоблачные, хотя наблюдается дефицит качественных торговых помещений. «В целом ставки аренды равны средней по России ставке, характерной для городов с населением в полмиллиона человек», — отмечают специалисты компании «Связной». До появления современных ТЦ известные марки размещались на Ленинском пр-те и ул. Черняховского, которые расходятся от пл. Победы, и практически все первые этажи на них отданы под торговые нужды. Очаги развитого стрит-ритейла также находятся на Ленинском пр-те возле Южного вокзала и на пр-те Мира. Наиболее дефицитными являются помещения до 100 кв.м с отдельным входом. В центре города стоимость аренды составляет 40–70 USD за кв.м в месяц (на Ленинском пр-те могут встречаться и предложения со ставками более чем 100 USD за кв.м. в месяц), а в спальнях районах — 20–30 USD. Аренда в торговых центрах, действующих и строящихся в центральной части города, обойдется в 30–60 USD в месяц за кв.м. Ставки растут примерно на 10% в год. Торговые площади в центре продаются по цене от 2500, а в спальнях районах — от 900 USD за кв.м. Цены на помещения также постепенно растут. «За два года, в течение которых шла продажа торговых помещений в «Акрополе», цена выросла с 2000 до 2800 евро за кв.м», — говорит Ольга Иванилова. По ее мнению, спрос на торговые помещения пока еще высокий, но с вводом в строй всех начатых проектов (т.е. к началу 2008 г.), возможно, наступит насыщение. В то же время эксперты опасаются, что центр города может постигнуть транспортный коллапс. Впрочем, здесь впервые за 60 лет начата масштабная реконструкция дорог — они расширяются, снимаются оставшаяся еще от немцев брусчатка и трамвайные пути. **М**

ПРОДАЕТСЯ

Земельный участок 85 соток в г. Клин ул. Н. Ямская

Земельный участок располагается в непосредственной близости от ж/д. Ст. «Клин» и Автовокзала

Инженерия и коммуникации находятся в разработке.

Целевое назначение участка — Торгово-развлекательный центр

ООО «Строй-Пласт»
Тел.: +7 (495) 720-98-08
594-04-47

E-mail: kypc_odin@inbox.ru

МАГАЗИНЫ И СЕКЦИИ НОВОГОДНИХ ТОВАРОВ «ПОД КЛЮЧ»!

Быстротечный сезонный бизнес – это рискованно и хлопотно? С «Mister Christmas» это просто и выгодно!

Хотите заработать на продаже новогодних украшений и подарков?

У вас есть желание, средства и место, но нет достаточного опыта? Вы не хотите зря рисковать? Мы рассеем ваши сомнения! Быстро и без лишних хлопот поможем создать фирменную новогоднюю секцию, отдел или целый магазин, подберем ассортимент, укомплектуем товарами, обучим персонал, обеспечим рекламную поддержку. Безупречное качество и популярность новогодних товаров от «Mister Christmas», ассортимент из более чем 5000 наименований и более чем восьмилетний опыт продаж будут работать на вас!

Делайте бизнес цивилизованно, ставьте на проверенные решения, доверяйте лидерам!

Коллекция «Mister Christmas» и заказ каталогов - на сайте www.vesta-alpha.com
Шоу-рум, отдел по работе с торговыми предприятиями:
Москва, ул. Усачева, д. 10, тел. (495) 974-2001, факс (495) 974-2002
E-mail: svetlana.kalintceva@vesta-alpha.com (менеджер по развитию)