

ПО ТУ СТОРОНУ КОЛЬЦА

с. 14-20

П

ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ РАСТЕТ БЫСТРЕЕ, ЧЕМ В МОСКВЕ. В ПЕРСПЕКТИВНОСТИ ОСВОЕНИЯ ЭТОГО РЕГИОНА ВЕРЯТ МНОГИЕ ИНВЕСТОРЫ И ТОРГОВЫЕ СЕТИ. ЗАПУЩЕНО ОКОЛО 30 ПРОЕКТОВ СТРОИТЕЛЬСТВА ТЦ, А ОКОЛО 10 УЖЕ РЕАЛИЗОВАНО.

Текст: АЛЕКСАНДР ПЫПИН. Фото: ВИКТОРИЯ ИЛЬИНСКАЯ, АЛЕКСАНДР ПЫПИН

ДАЛЕКОЕ И БЛИЗКОЕ

Подмосковье неоднородно по потребительскому потенциалу. Здесь есть как «богатые» районы, так и «небогатые» (см. табл. 1). Большинство «богатых» находится в ближнем Подмосковье (например, Химки, Мытищи, Видное), а самые бедные — дальше 100 км от Москвы (Зарайск, Серебряные Пруды). Освоение области девелоперами торговых центров началось еще несколько лет назад, но к жителям Подмосковья эта «первая волна» имела мало отношения. Возводились крупные объекты, рассчитанные в первую очередь на москвичей с высокими доходами. Подобное строительство внутри МКАД обернулось бы гораздо большими затратами на землю, административный ресурс, коммуникации, транспортные развязки. К тому же найти общий язык с правительством Московской обл. и районными администрациями многим компаниям оказалось проще и дешевле. Стимулом для освоения узкой полосы вдоль МКАД послужила и программа «Губернское кольцо». В результате вдоль внешней стороны кольцевой дороги работают крупнейшие торговые центры («МЕГА», «Вэйпарк», «Вэймарт», «Лига»), крупные гипермаркеты («Мосмарт», «Ашан», «Маркткауф»), мебельные и DIY-центры («Гранд», «Три кита», «Твой Дом», «ОБИ», «Леруа Мерлен») и продолжается возведение новых объектов. Строится «Мосмарт» на Боровском ш., ТЦ в Реутово с «Нашим Гипермаркетом», достраивается «МЕГА — Белая Дача».

Обороты розничной торговли тех районов Подмосковья, где сконцентрированы крупные торговые комплексы, превышают 500 млн. USD в год (Мытищинский, Химкинский, Ленинский р-ны). Например, в последнем находятся «Твой Дом», «МЕГА — Теплый Стан», «Ашан», «ОБИ», «Вэймарт». Однако оборотами торговля больше обязана москвичам, чем жителям Подмосковья. Не случайно ведь у небольшого города Котельники, где находятся

«ИКЕА — Белая Дача» и «Маркткауф», оборот розничной торговли больше, чем в Подольске.

В 2003–2004 гг. началась новая волна создания торговых центров, на этот раз районного значения, рассчитанных непосредственно на жителей области. Открываются они в первую очередь в ближайшем Подмосковье. Большинство его жителей работает в столице. Здесь оседают переселенцы как из Москвы, так и из других регионов России, активно приобретающие квартиры. Объем строительства жилья в Подмосковье в 2005 г. превысил московский уровень (см. табл. 2), а львиная доля его приходится на зону в 15 км от МКАД, в то время как самые удаленные города Подмосковья находятся более чем в 130 км от МКАД. Результатом «второй волны» стало появление таких торговых центров, как «Курс» (Видное), «Мытищи Плаза» и «Формат-22» (Мытищи), «Светофор», «Вертикаль», «Галион» (все три — Балашиха), «Патэрсон» (Люберцы) и т.д. Арендаторы охотно идут в такие торговые центры. Как отмечает директор по развитию сети «МИР» Андрей Ярошенко, нет разницы между открытием магазина в Балашихе или Южном Бутово.

Параллельно со «второй волной» началась и третья — создание районных ТЦ в крупных городах Подмосковья, удаленных от МКАД на 15–100 км. (Подольск, Ступино, Ногинск, Орехово-Зуево, Электросталь, Коломна). В первую очередь объекты строятся в тех городах, где есть крупные предприятия (например, в Ступино расположены фабрики *MARS, Campina, Marazzi Gruppo Ceramiche*, Ступинская металлургическая компания). Проекты ТЦ реализуются сейчас в Ногинске, Электростали, Орехово-Зуево, Ступино, Серпухове, Дмитрове, Сергиевом Посаде, Дубне и других городах. «Арендаторы, разместив магазины в подмосковных районных центрах, получают возможность «протестировать» продажи, прежде чем продвигать свою марку в удаленных регионах», — отмечает эксперт



ТЦ «КУРС», ОДИНЦОВО

компании *Leeds Property Group* Юрий Мереминский. Интерес девелоперов и инвесторов к созданию торговых центров в области эксперты объясняют как сильной конкуренцией и дефицитом участков в Москве, так и востребованностью современных торговых помещений в области потенциальными арендаторами, которые хотят быть ближе к потребителю. «Рентабельность ТЦ в подмосковном городе может быть выше, чем московского (сопоставимого масштаба). В области меньше доля затрат на разработку и реализацию архитектурных и инженерно-технических решений, а также меньше доля социальных обременений, чем в Москве», — считает Юрий Мереминский.

ТАКИЕ РАЗНЫЕ

Множество известных операторов торговли и развлечений не только заявили об освоении Подмосковья, но и приступили к нему: в области уже работают магазины «Перекресток», «Седьмой Континент», «Рамстор», «Дикси», «Копейка», «Самохвал», «Магнит», *SPAR*, «Патэрсон», «Пятерочка», «Арбат-Престиж», «Арбор Мунди», «Твое», «Вещь», *Gloria Jeans*, «МИР», «М.Видео», Эльдорадо, «Евросеть», «Связной», «Беталинк», «Союз», рестораны «Ростик's», *McDonalds*, «Пронто», театры «Формула Кино» и «Люксор».

Наиболее масштабную экспансию проводят продуктовые сети эконом-класса: у них найдется достаточно покупателей в любом городе Подмосковья, да и торговые помещения им нужны не такие большие, как супермаркетам, а значит, найти их проще. Агрессивную экспансию проводят сети салонов связи: они размещаются не только во всех 80 городах региона, но и в небольших населенных пунктах, закрытых городах и даже на железнодорожных платформах. Например, «Евросеть» планирует открывать по 1–2 салона в каждом городе и населенном пункте Подмосковья с населением более 20 тыс. чел. Более привередливо к выбору мест для магазинов в Подмосковье относятся сети, предлагающие непродовольственные товары — аксессуары, одежду, бытовую технику, косметику, а также супермаркеты. Для них важно наличие достаточного потока покупателей из целевых групп. «Как нелогично выглядит строительство на Рублевке большого количества супермаркетов эконом-класса, таким же нелогичным будет и размещение в подмосковных городах вроде Подольска или Лобни операторов, работающих в сегменте *luxury*», — отмечает Юрий Мереминский. Для крупных магазинов бытовой техники — «МИР», «М.Видео», «Техносила» — потребительская емкость го-

ОБОРОТЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

ТЕХ РАЙОНОВ ПОДМОСКОВЬЯ, ГДЕ СКОНЦЕНТРИРОВАНЫ КРУПНЫЕ ТОРГОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ, ПРЕВЫШАЮТ 500 МЛН. USD В ГОД.

ПОНАЧАЛУ В ПОДМОСКОВЬЕ ВОЗВОДИЛИСЬ КРУПНЫЕ ОБЪЕКТЫ, РАССЧИТАННЫЕ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ НА МОСКВИЧЕЙ С ИХ ВЫСОКИМИ ДОХОДАМИ.

СПОСОБ «ЗАВОЕВАНИЯ» ПОДМОСКОВЬЯ – СТРОИТЕЛЬСТВО МАГАЗИНОВ ВДОЛЬ КРУПНЫХ ТРАСС. К НЕМУ ПРИБЕГАЮТ ГИПЕРМАРКЕТЫ.

РАЙОН ПОДМОСКОВЬЯ	СРЕДНЯЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА, руб.
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	11 191,4
ЛЕНИНСКИЙ	16 414,9
ХИМКИНСКИЙ	15 534,9
СОЛНЕЧНОГОРСКИЙ	13 832,6
КРАСНОГОРСКИЙ	13 542,8
СТУПИНСКИЙ	13 453,2
МЫТИЩИНСКИЙ	13 374,7
ОЗЕРСКИЙ	7759,4
ЛОТОШИНСКИЙ	7674,3
СЕРЕБРЯНО-ПРУДСКИЙ	7301,4
ШАХОВСКОЙ	7257,4
ЗАРАЙСКИЙ	7088,0

ТАБЛИЦА 1. РАЙОНЫ ПОДМОСКОВЬЯ С САМОЙ ВЫСОКОЙ И САМОЙ НИЗКОЙ СРЕДНЕЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТОЙ (НОЯБРЬ 2005 Г.)

родов с населением в 100–150 тыс. человек, таких как Орехово-Зуево, пока недостаточна (см. табл. 3). «При текущем уровне доходов населения области мы можем размещать свои магазины в торговых центрах, расположенных на крупных трассах в городах ближайшего Подмосковья. Там доходы населения выше и порой сравнимы с московскими, а транзитный поток создает дополнительный товарооборот», — отмечает Андрей Ярошенко. Несколько менее требователен к объему локального рынка «Эльдорадо», который, например, работает в ТЦ «Рамстор» в Подольске, но и товар этой сети рассчитан на покупателей с меньшими доходами. Тактики размещения в торговых центрах в крупней-

ПОКАЗАТЕЛЬ	МОСКВА	ПОДМОСКОВЬЕ
СРЕДНЕДУШЕВОЙ ДОХОД, ДЕКАБРЬ 2005 Г., ГОСКОМСТАТ руб.	39 760	10 700 руб.
ОБЪЕМ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В 2005 Г.	4 млн. 644,3 тыс.кв.м	5 млн. 270 тыс.кв.м
ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В 2005 Г.	1 трлн. 586 млрд. руб.	371 млрд. руб.
НАСЕЛЕНИЕ	10,5 млн. чел.	6,6 млн. чел.
ПЛОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ	10 тыс. чел. на кв.км	150 чел. на кв. км.

ТАБЛИЦА 2. СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ МОСКВЫ И ПОДМОСКОВЬЯ

ших городах придерживаются и супермаркеты «Рамстор», «Перекресток», «Патэрсон»: для них желательно, чтобы рядом была крупная транзитная трасса или железнодорожная станция.

Торговые центры Подмосковья у операторов востребованы и потому, что в области — дефицит качественной торговой недвижимости при невосполненном потребительском спросе. Street-ритейл как таковой отсутствует. Основные покупки местными жителями исторически совершаются на рынках и в расположенных рядом нескольких магазинах. Подходящие торговые площади есть только на 2–3 улицах, велика доля частного жилого сектора, где размещение современных магазинов просто невозможно. С развитием жилищного строительства появляются площади на первых этажах новостроек, но необходимого для окупаемости оборота большинство операторов, особенно непродовольственных, в таком ма-

газине достичь не смогут: плотность населения в области существенно меньше, чем в Москве. Поэтому размещение в ТЦ, где создаются достаточные потоки покупателей, — единственная возможность получить нужный оборот на кв. м. Для сетей сотовой связи размещение магазинов в подмосковных ТЦ тоже привлекательно. «В Москве с оборотом салонов в торговых центрах могли бы поспорить салоны у метро. Но в области подземки нет. Поэтому салоны в подмосковных ТЦ делают наиболее внушительные объемы продаж», — отмечает Алексей Абрахманов, пресс-секретарь компании «Беталинк». Еще один способ «завоевания» Подмосковья — строительство магазинов вдоль крупных трасс. К нему прибегают гипермаркеты. Например, строящийся GLOBUS будет находиться в Щелково — на Щелковском ш. Однако девелопер ориентируется и на дополнительный поток из Москвы и намерен пустить бесплатный автобус. В апреле 2006 г. должен открыться гипермаркет «Карусель» в Дмитрове (на Дмитровском ш.). При определении своей стратегии развития в Подмосковье торговые сети учитывают исторически сложившиеся стереотипы и привычки жителей. Например, многие операторы, рассчитывающие на покупателей с доходами выше среднего, в Подмосковье заходить не собираются: там их покупатель не живет, не считая Рублево-Успенского ш. Сети учитывают стереотип, что за лучшими товарами и развлечениями надо ехать в Москву, — люди не верят, что в их «глуши» продается такой же товар, как в столице. «Мы пока не размещаем магазины в Подмоско-

РАЙОН	НАСЕЛЕНИЕ, тыс. чел.
БАЛАШИХА	182
ПОДОЛЬСК	180
ХИМКИ	180
КОРОЛЕВ	172
МЫТИЩИ	162
ЛЮБЕРЦЫ	158
КОЛОМНА	149
ЭЛЕКТРОСТАЛЬ	146
ОДИНЦОВО	133
СЕРПУХОВ	127
ОРЕХОВО-ЗУЕВО	122
НОГИНСК	117
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ	115
СЕРГИЕВ ПОСАД	114
ЩЕЛКОВО	113
ЖУКОВСКИЙ	101
КРАСНОГОРСК	100

ТАБЛИЦА 3. ГОРОДА МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ С НАСЕЛЕНИЕМ БОЛЕЕ 100 ТЫС. ЧЕЛ.

вье — для многих жителей области покупка товаров, подобных косметике, это не просто рутина, а разновидность отдыха, развлечения, и для этого они едут в центр Москвы», — рассказывает директор по развитию сети *Ile de Beaute* Игорь Можайский. В качестве примера он приводит закрывшийся магазин *Douglas Rivoli* в ТЦ «Базар» на Рублево-Успенском ш. в подмосковной Жуковке. «У многих арендаторов есть опасения, что новые торговые объекты в городах Подмосковья не смогут обеспечить та- ▶

ДЛЯ СЕТЕЙ, ПРЕДЛАГАЮЩИХ АКССЕССУАРЫ, ОДЕЖДУ, БЫТОВУЮ ТЕХНИКУ, КОСМЕТИКУ, А ТАКЖЕ СУПЕРМАРКЕТОВ ВАЖНО НАЛИЧИЕ ДОСТАТОЧНОГО ПОТОКА ПОКУПАТЕЛЕЙ ИЗ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП.

ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР НА ТУЛЬСКОЙ

“ЕРЕВАН ПЛАЗА”



Новый современный 5-этажный торгово-развлекательный центр на ул. Большая Тульская у двух входов станции метро Тульская

Общая площадь 45000кв.м.

Арендная площадь 18000кв.м.

Офисная площадь 10400кв.м.

Продуктовый супермаркет

6-ти зальный мультиплекс

Фудкорт

Парковка 550 машиномест подземная -240 машиномест

Открытие декабрь 2006 года

Аренда помещений

тел.: 633-71-42

633-71-45

633-72-34

www.yerevanplaza.ru



ГОТОВЫЕ БУКВЫ

ВТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ



С НАС НАЧИНАЕТСЯ ВЫВЕСКА!

- СВЕТОВЫЕ / НЕСВЕТОВЫЕ ОБЪЕМНЫЕ БУКВЫ
- БУКВЫ ИЗ НЕРЖАВЕЙКИ
- ПЕНОПЛАСТОВЫЕ БУКВЫ



ЗАКАЖИ КАТАЛОГ НА САЙТЕ

- СРОК ИЗГОТОВЛЕНИЯ - ОТ 4 ДНЕЙ • ГАРАНТИЯ ДО 2 ЛЕТ
- МОНТАЖ И УСТАНОВКА
- СЕРВИСНАЯ ПОДДЕРЖКА НА МЕСТАХ (широкая региональная сеть партнеров)
- ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ

Искать все варианты вывески

Искать все варианты вывески

797 8858 • WWW.BIGBUKVA.RU

НАЗВАНИЕ	ГОРОД	ВВОД В СТРОЙ	ПАРАМЕТРЫ	АРЕНДАТОРЫ	АДРЕС
«РАМСТОР»	Подольск	Ноябрь 2003 г.	20 тыс.кв.м, 3 уровня, паркинг на 150 а/м	«Рамстор», «Формула Кино», «Сбарро», <i>McDonalds</i> , «Ростикс», «Крошка Картошка», «Кофе Хауз», «Л'Этуаль», «Эльдорадо», <i>Carnaby, Robinzon</i> , «ОбувьСити», «Союз»	ул. Большая Серпуховская, д. 42
«АКВИЛОН»	Орехово-Зуево	Июнь 2005 г.	18 тыс.кв.м	«Перекресток», «Арбат Престиж», «Люксор», <i>Adidas</i> , «Твое», «Буква», «Связной», <i>McDonalds</i> , «Кораблик», «Алфавит», <i>Savage</i>	ул. Ленина, д. 85
«КРАСНЫЙ КИТ» («МЫТИЩИ-ПАЗА»)	Мытищи	Март 2006 г.	26 600 кв.м, 4 уровня, паркинг на 900 а/м	«Перекресток», «Техносила», «Каро-Фильм», «Твое», «Игуана», «5 Карманов», «Вещь», «Интерспорт», <i>Gloria Jeans</i> , «Арбор Мунди», <i>GameZona</i>	Шараповский пр., д. 18 (привокзальная площадь)
«ФОРМАТ-22»	Мытищи	Январь 2006 г.	22 тыс.кв.м, 4 уровня, паркинг на 750 а/м	«Рамстор», «МИР», «Арбор Мунди», <i>Cats&Dogs, Star Galaxy</i>	Олимпийский пр-т, д. 29
«ПЕРЛОВСКИЙ»	Мытищи	Май 2006 г.	17 500 кв.м, 3 уровня	Н/д	ул. Веры Волошиной, д. 3
«ВЕРТИКАЛЬ»	Балашиха	Март 2005 г.	15 тыс.кв.м, 4 уровня, паркинг на 300 а/м	«Перекресток», «Арбат Престиж», «М.Видео», «Планета фитнес», «Евросеть», «Планета суши», <i>IL Patio</i> , «Эконика», «Союз», <i>SELA</i> , «Алфавит», «Кораблик»	ш. Энтузиастов, 4-й км
«ГАЛИОН»	Балашиха	Март 2006 г.	17 тыс.кв.м, 4 уровня, паркинг на 250 а/м	«Мини-Перекресток», «МИР», <i>Cats&Dogs</i> , «Галион-Боулинг»	ш. Энтузиастов, д. 56
«СВЕТОФОР»	Балашиха	Март 2006 г.	17 тыс.кв.м, 4 уровня, паркинг на 300 а/м	«Седьмой Континент», «Спортмастер», <i>Gloria Jeans</i> , «Белый Ветер», «Л'Этуаль», «Красный Куб», «Для Души и Души», «Твое», <i>GAMEZONA</i> , «Дони Дони», <i>McDonalds</i> , «Сбарро», «Якитория»	ул. Победы, д. 2
«РАМСТОР»	Орехово-Зуево	2006 г.	23 тыс.кв.м, паркинг на 400 а/м	«Рамстор»	ул. Я. Флиера (берег Клязьмы)
«РАМСТОР»	Сергиев Посад	2006 г.	23 тыс.кв.м	«Рамстор»	Новоуличское ш.
«ОКЕАН»	Жуковский	Декабрь 2005 г.	10-15 тыс.кв.м, 4 уровня	<i>SPAR</i> , «Эльдорадо»	ул. Гагарина, д. 67
«СОЛНЕЧНЫЙ РАЙ»	Раменское	Декабрь 2005 г.	9 тыс.кв.м, 2 уровня	«Перекресток», «Арбат Престиж», <i>Gloria Jeans</i> , «Берингов Пролив», <i>Mascotte</i> , «Твое», «Евросеть», <i>Star Galaxy</i>	Привокзальная пл.
«ПАТЭРСОН»	Люберцы	Март 2003 г.	Около 6 тыс.кв.м, 3 уровня	«Патэрсон», «Эльдорадо»	Октябрьский пр-т, д. 152
«ОСТРОВ СОКРОВИЩ»	Подольск	2003 г.	140 магазинов	«Бедная Леди», «Беталинк», <i>GreenMama, Fingersport</i> , боулинг, казино, рестораны	ул. Ленинградская, д. 7
«БАЗАР»	Жуковка	2003 г.	4 тыс.кв.м	«Дикая Орхидея», «Лувр», <i>JEAN-CLAUDE BIGUINE</i> , «Глобус Гурмэ»	Жуковка 201, Рублево-Успенское ш., 8-й км
«КУРС»	Одинцово	2003 г.	6500 кв.м, 3 уровня, паркинг на 120 а/м	«Перекресток», «Арбор Мунди», «Мульти», «Пронто», «Мир спорта», <i>SELA</i> , «Шоколадница»	Можайское ш., д. 159
«КУРС»	Видное	Весна 2006 г.	11 тыс.кв.м, 4 уровня, паркинг на 200 а/м	«Эльдорадо», «Перекресток», «Связной», «Очкарик», «Арбор Мунди», «Центробувь», «Бельпостель», «Твое», «Пронто», <i>Beer Line</i>	ул. Советская, д. 4Б
«КУРС»	Реутов	2003 г.	5-6 тыс.кв.м	«Перекресток», «Мульти», «Пронто»	ул. Южная, д. 10А
«УЛ. ВОЗНЕСЕНСКАЯ»	Сергиев Посад	2006-2007 гг.	15 тыс.кв.м	Н/д	ул. Вознесенская
«ВОКЗАЛЬНЫЙ»	Сергиев Посад	2006 г.	6200 кв.м, 6 уровней	«Пятерочка»	ул. Кооперативная, д. 2
«ЗАПАДНЫЙ» («МЕРИДИАН»)	Электросталь	2006 г.	15 тыс.кв.м, 4 уровня, паркинг на 200 а/м	Н/д	Пересечение Фряжевского ш. и ул. Советская
«СЕВЕРНЫЙ» («ЭЛЬГРАД»)	Электросталь	2007-2008 гг.	37 тыс.кв.м, 3 уровня	Н/д	ул. Северная — пр-т Ленина
«УЛ. ЛЕТНАЯ»	Мытищи	2006-2007 гг.	10 тыс.кв.м	Н/д	ул. Летная
«ПРИВОКЗАЛЬНАЯ ПЛОЩАДЬ»	Серпухов	2006-2007 гг.	16 800 кв.м	Н/д	Привокзальная площадь
«НОГИНСКИЙ ПАССАЖ»	Ногинск	2006-2007 гг.	17 тыс.кв.м	Н/д	ул. Индустриальная, д. 40
«БОГОРОДСКИЕ ТОРГОВЫЕ РЯДЫ»	Ногинск	Декабрь 2005 г.	12 500 кв.м, 3 уровня	«Пицца Рома», «36.6», «Цифроград», «Берингов Пролив»	У фонтанов
«КРАСНОГОРСКИЕ ТОРГОВЫЕ РЯДЫ»	Красногорск	Ноябрь 2005 г.	12 500 кв.м	«Рамстор», «Эльдорадо», «Л'Этуаль», «Банана-Мама»	ул. 50-летия Октября, д. 12
«УЛ. ГОРЬКОГО»	Ступино	2006 г.	9 тыс.кв.м, 2 уровня, паркинг на 140 а/м	Н/д	ул. Горького, д. 26
«НА МОЖАЙСКОМ ШОССЕ»	Одинцово	2007 г.	16 тыс.кв.м, 2 этажа, парковка на 600 а/м	Н/д	Можайское ш.

ТАБЛИЦА 4. НЕКОТОРЫЕ ДЕЙСТВУЮЩИЕ И СТРОЯЩИЕСЯ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ ПОДМОСКОВЬЯ РАЙОННОГО ЗНАЧЕНИЯ.

кую высокую проходимость, как в Москве, поскольку у жителей городов-спутников, которые на 80% трудоустроены в Москве, уже сформированы покупательские стратегии, в основном ориентированные на Москву», — отмечает генеральный директор *Becar.Commercial Property* Игорь Галицин. Однако в *Colliers International* считают, что изменение поведения потребителей — дело времени, и по мере появления торговых центров привычка жителей области ездить за покупками в Москву исчезнет (некоторые действующие и строящиеся ТЦ Подмоскovie представлены в таблице 4). «Как правило, население подмосковных городов переключается на посещение вновь открываемых в Подмоскovie профессиональных торговых центров, поэтому известным арендаторам интересны такие проекты, так как они предоставляют им возможность размещать свои магазины ближе к целевой потребительской аудитории», — говорит аналитик компании *Colliers International* Ольга Ясько.

ТАИНСТВЕННЫЙ ДЕВЕЛОПЕР

Желание торговых сетей работать в Подмоскovie еще несколько лет назад поддержало областное правительство. Была разработана программа размещения торговых объектов, заключались инвестиционные договоры, издавались постановления. То же происходило и с профессиональными девелоперами — они находили как минимум понимание на областном уровне. Однако распределение полномочий на властных уровнях таково, что реально влияющие на ход девелопмента решения принимаются на уровне районов и муниципальных образований, а решения правительства области в этой сфере носят характер моральной



АЛЕКСАНДР ПЫЛИН

НАИБОЛЕЕ МАСШТАБНУЮ ЭКСПАНСИЮ ПРОВОДЯТ ПРОДУКТОВЫЕ СЕТИ ЭКОНОМ-КЛАССА: У НИХ НАЙДЕТСЯ ДОСТАТОЧНО ПОКУПАТЕЛЕЙ В ЛЮБОМ ГОРОДЕ ПОДМОСКОВЬЯ.

ОБЪЕКТ	СТАВКА, USD за кв.м в год
Г. МЫТИЩИ, УЛ. ЛЕТНАЯ	400-1500
Г. СТУПИНО, УЛ. ГОРЬКОГО, Д. 26	200-700
«БАЗАР», ЖУКОВКА	1700 за 100-150
«КУРС», Г. ВИДНОЕ	500

ТАБЛИЦА 5. ЗАЯВЛЯЕМЫЕ АРЕНДНЫЕ СТАВКИ В НЕКОТОРЫХ ТЦ ПОДМОСКОВЬЯ.

ТЦ ПОДМОСКОВЬЯ У ОПЕРАТОРОВ ВОСТРЕБОВАНЫ ВВИДУ ДЕФИЦИТА КАЧЕСТВЕННОЙ ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ПРИ НЕВОСПОЛНЕННОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СПРОСЕ.

поддержки. На принятие решений в одном районе уходит несколько месяцев, а в другом — пара лет. Поэтому ни одной из громко анонсированных сетей ТЦ в Подмоскowie пока не существует. Ближе всего к цели «Рамстор» — дополнительно к работающему с 2003 г. ТЦ в Подольске ожидается открытие в 2006 г. ТЦ в Орехово-Зуево и Сергиевом Посаде. Без громких анонсов в области создается сеть торговых центров «Курс» — уже работают объекты в Реутове и Одинцово, готовится к вводу в строй ТЦ в Видном. Размещение действующих и строящихся объектов пока хаотично: в некоторых городах уже к концу 2007 г. будет по 5–6 ТЦ, а в некоторых — ни одного. Например, в Мытищах планируют, что объем торговых площадей в 2006 г. вырастет на 150 тыс.кв.м. В Балашихе работают три торговых центра («Светофор», «Галион», «Вертикаль») и будут строиться еще. «Рынок в Подмоскowie пока не насыщен, и в данный момент идет его стихийное развитие. По мере насыщения ситуация изменится: развитие рынка станет стратегическим, и многие ныне строящиеся объекты ожидают реконцепция и перереформатирование», — отмечает Игорь Галицин. Торговые центры в Подмоскowie создаются по традиционной для регионов России схеме. Земля под застройку предоставляется местной строительной или иной компании, имеющей налаженные связи в районной (городской) администрации. Инвесторами обычно выступают московские компании и банки. Выходят на рынок и профессиональные девелоперы, но опыт показывает, что в отличие от местных компаний такие лидеры рынка, как «ИКЕА», не всегда умеют строить правильные отношения с районными администрациями (достаточно вспомнить историю с «МЕГА — Химки», не открывшимся в назначенный срок). Опытный консультант или девелопер в процессе создания подмосковного ТЦ может вообще не участвовать. Поэтому ТЦ получаются очень разными, и в одни арендаторы идут с радостью, а в других площади пустуют. «Уровень торговых центров в Подмоскowie различный, причем их создатели делают больше ошибок, чем в Москве, но есть и объекты высокого уровня, подобные «Мытищи-Плаза», — отмечает вице-президент ГК «Связной» Дмитрий Томилин.

Размещаются строящиеся торговые центры преимущественно на центральных площадях крупных городов или просто в черте городов, но рядом с главными транспортными магистралями области или возле крупных железнодорожных станций. Последний тип размещения перспективен, поскольку железная дорога выполняет роль аналога метро в области. Например, в Раменском выход с платформы ведет прямо в ТЦ «Солнечный Рай». Центр буквально «сел на поток»: по железной дороге ежедневно возвращаются домой работающие в Москве. Соответственно и подбор арендаторов здесь почти московский: «Перекресток», «Арбат-Престиж», Gloria Jeans и т.п. Похожее расположение и состав арендаторов имеет расположенный в Мытищах на привокзальной площади торговый центр «Красный Кит» («Мытищи-Плаза»), но там есть еще и многозальный кинотеатр. Следующим этапом освоения подмосковных земель станет создание огромных многофункциональных торгово-рекреационных центров площадью более 100 тыс.кв.м — аналогов американских моллов — на пересечении крупнейших магистралей с планируемой ЦКАД. В таких центрах жители Москвы, Подмоскowie, других регионов смогут купить все: от продуктов до дачных домов и автомобилей, отдохнуть на пикнике, пляже, концерте, поселиться в гостинице или мотеле, поесть в ресторане, покататься на лошадях, поиграть в пейнтбол. Провести в таких центрах можно будет все выходные. Нечто подобное уже создается на территории в 15 га на 14-м км Новорижского ш. у пос. Павлово. Компания «Открытые Инвестиции» («Интеррос») строит здесь «Павловское Подворье», где разместится торговый город с магазинами, ресторанами, выставочными залами, сценой для концертов, ландшафтным парком, аттракционами, спортивным комплексом (WorldClass). Создание небольших ТЦ начнется в крупных всепогодных дачных и коттеджных поселках. Такие типовые центры могут состоять из продовольственного магазина, салона связи, магазина спорттоваров, прессы, товаров для дома. При этом в дачных поселках предпочтение будет отдаваться «Пятерочке», «Дикси», «Копейке», а в коттеджных — «Седьмому Континенту» и «Перекрестку». Последний уже имеет опыт работы в пос. Горки-2 и Дубровка. **М**

АйБи Групп
ГРУППА КОМПАНИЙ

Консалтинг
Брокеридж
Управление
Девелопмент

Мы знаем правила игры

<p>ТРК «МАГИСТРАЛЬ» Челябинск Общая площадь: 80 000 кв.м. Дата открытия: IV кв 2007 г.</p>	<p>ТРК «ЕВРОПА-ЦЕНТР» Валкинский район Общая площадь: 44 000 кв.м. Дата открытия: IV кв 2007 г.</p>
<p>ТРК С ОКЕАНИЧНЫМ «ПЛАНЕТА НЕПТУН» Санкт-Петербург Общая площадь: 80 000 кв.м. Дата открытия: I кв 2006 г.</p>	<p>ТРК «ПРИБОРНАД» Санкт-Петербург Общая площадь: 22 000 кв.м. Дата открытия: IV кв 2006 г.</p>

Декабрь 2006

Торговый центр международного стандарта откроет свои двери в Санкт-Петербурге



А Вы об этом знали?