

## ТРЕНД

селения, а также располагающие кафе, ресторанами и развлекательными комплексами. Как отмечает Евгений Скоморовский, в таких торговых центрах по большей части нет якорных арендаторов как таковых, но могут быть представлены книжные центры, многозальные кинотеатры, магазины общеизвестных марок. Общая площадь таких центров — от 15 до 50 тыс. кв. м.

Существует разновидность суперокружного торгового центра — пауэр-центр. Он содержит по крайней мере 4 якоря, площадью более 1,9 тыс. кв. м каждый. Такими якорями являются «жесткие» товары: бытовая техника и электроника, спорттовары, офисные принадлежности, товары для дома, лекарства, средства для здоровья и красоты, игрушки, персональные компьютеры и их элементы. Пауэр-центр сочетает в себе узконаправленных «убийц категорий» (полный ассортимент товаров по какой-либо категории по низким ценам), оптовый клуб и дискаунт-универмаг. Якорные арендаторы в таких центрах занимают около 85% общей арендуемой торговой площади. Общая площадь обычно составляет от 25 до 60 тыс. кв. м. Пауэр-центр вместе с прилегающими парковками занимает территорию от 10 до 40 га.

Региональные торговые центры — это комплексы площадью от 40 до 80 тыс. кв. м, расположенные на территории от 20 до 50 га. Как правило, у таких торговых центров два и более якорных арендатора, занимающих 50–70% площадей центра. В эти торговые центры люди готовы ехать по 30–40 минут на транспорте, поскольку ассортимент и перечень категорий товаров здесь намного выше, чем в любом пауэр-центре. К тому же региональные центры регулярно проводят распродажи или же продают товары по специальным ценам.

### СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ — ЗАЛОГ УСПЕХА

Отдельно выделяются специализированные торговые центры. По словам Алексея Дзедоева, их часто разделяют по темам: развлечение, торговля и развлечения, скидки, товары для дома, исторические, мегамоллы.

Якорем фестиваль-центра является совокупность предприятий развлечений и общественного питания, а магазины выступают в качестве сопутствующих. Они расположены, как правило, в культурно-исторических местах города, на центральной площади.



ПОПУЛЯРНЫЙ НА ЗАПАДЕ ФОРМАТ УЛИЧНОЙ ТОРГОВЛИ У НАС НЕ ПРИЖИВЕТСЯ ИЗ-ЗА КЛИМАТА

В торгово-общественном центре якорем могут выступать детские и фитнес-клубы, спортивные и развлекательные комплексы, гостиница и универмаг. В своем составе они могут иметь объекты социальной направленности.

Якорем в торговом центре моды является совокупность магазинов одежды и обуви. Сопутствующими арендаторами выступают магазины аксессуаров, парфюмерии и пр. Находятся они обычно в центре города и часто занимают первые (с 1-го по 3-й) этажи в торгово-офисных центрах.

**ЗАВТРА РИТЕЙЛЕРА** «Говоря о России, до сих пор имеет смысл выделять отдельно столичный и другие регионы», — уверен Евгений Скоморовский. В Москве представлены практически все виды торговых центров, распространенных на Западе. «Пожалуй, не так много у нас пока центров «шаговой доступности» в силу сложностей с наличием

свободных земельных участков, зачастую их роль выполняют районные торговые центры», — рассуждает эксперт.

По мере развития легкой промышленности в российских городах будут появляться outlet-центры. Такие комплексы обычно располагаются вне городской застройки, обладают значительной по площади парковкой и предназначены для покупателей, которые готовы приобретать качественные товары по разумным ценам. Обычно такие комплексы не обладают развлекательной зоной и ориентированы на тех, кто отправляется для совершения запланированных покупок. «Основными преимуществами данных центров для покупателей являются присутствие большинства торговых марок и более низкий уровень цен по сравнению с торговыми центрами, расположенными в центральной части города, и/или мегамоллами, которые обычно поддерживают относительно высокий уровень цен», — объясняет Алексей Дзедоев.

С ростом интенсивности пассажироперевозок будут развиваться торговые центры в аэропортовых зонах. До сих пор в России нет развитых дисконт-центров и центров товаров по сниженным ценам, которые могли бы представлять собой самостоятельно развивающиеся сети торговых центров, есть только отдельные магазины или анклав вроде Саввинской набережной, где постепенно появились несколько одежных дисконтов.

Из распространенных в развитых странах типов торговых площадей эксперты не ожидают появления в России strip-центров, по крайней мере, в регионах с нестабильным климатом, который осложняет их строительство и жизнь покупателя, которому приходится проходить по улице из одного магазина в другой под дождем и снегом. Хотя в большинстве стран именно подобные центры являются одним из инструментов развития малого бизнеса.

**РОССИЙСКИЕ ПРИМЕРЫ** Оригинальных по концепции торговых центров в России пока немного, но они постепенно появляются, и даже в регионах.

В 2005 году был открыт Dream House компании CMI Development. Это малый торговый центр на 13 тыс. кв. м торговых площадей. Бюджет проекта составил \$25 млн. У инвесторов появилась идея сделать дизайнерский центр на Рублевке, так как в том направлении живут основные потребители дорогого дизайна. Он построен на участке площадью 1 га в Барвихе, в 8 км. В этом комплексе арендуют помещения дизайнерские компании, мебельные производители, магазины элитных производителей аксессуаров для дома. Центр задумывался также как место, где будут проводиться различные конференции дизайнеров.

В Екатеринбурге возводят шесть торговых комплексов, объединенных общей территорией и брендом (мебельные центры «Идея» в составе Мебельной улицы), которые будут предлагать качественную отечественную и иностранную мебель в среднем ценовом сегменте.

В Краснодаре построили крупный торговый комплекс «Медиаплаза». Его специализация — электроника и бытовая техника для широкой потребительской аудитории. Комплекс объединил под одной крышей региональные и международные бренды, а также ведущих федеральных ритейлеров. ■

Теперь у всех развлечений  
есть одно название

# БЕРЕНДЕИ

Общая площадь комплекса: 170 000 кв.м  
Аквипарк 25 000 кв.м  
Детский центр 8 000 кв.м  
Фитнес с кортами 7 000 кв.м  
Торговая галерея 17 000 кв.м  
Кинотеатр 10 залов  
Боулинг 42 дорожки  
Паркинг 2 000 м/м

- Самый большой развлекательный комплекс в черте города.
- Расположен на побережье Финского залива у парка «300-летия Санкт-Петербурга».
- В непосредственной близости к транспортным магистралям: ул. Савушкина, Приморскому шоссе и КАД.
- Уникальная инфраструктура: не имеющий аналогов в России и Европе аквапарк, крупнейший детский центр, боулинг, кинотеатр, фитнес с кортами, рестораны и кафе, торговая галерея.
- Ввод в эксплуатацию: IV квартал 2008 г.



Аренда: 197374, Санкт-Петербург, Приморский пр. 72, парк «300-летия Санкт-Петербурга»,  
тел./ факс: +7 812 438 27 10, моб. тел.: 8 921 948 90 38, e-mail: dponomarev@msn.com, www.stremberg.com