коммерческая недвижимость

Гипермаркет шаговой доступности

Развитие рынка продуктовых магазинов в Петербурге пошло по особому пути

сетевой ритейл

Петербург является лидером на российском рынке по числу гипермаркетов. Многие федеральные сети зародились именно здесь. При этом Петербург — это единственный в стране город, где гипермаркеты имеют формат «магазин у дома». В Москве, где обеспеченность гипермаркетами на душу населения в два раза меньше, значительная часть крупных продовольственных магазинов расположена за пределами МКАД.

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Санкт-Петербург отстает от Москвы по обороту розничной торговли на душу населения, но лидирует по насыщенности сетевой торговли и обеспеченности площадями гипермаркетов

Несмотря на уже существующую высокую насыщенность рынка Петербурга продуктовыми гипермаркетами, их количество в 2012 году выросло. Теперь в городе работает 67 магазинов восьми сетевых операторов («О'Кей» — 18, «Карусель» — 17, «Лента» — 16, «Ашан» — 5, Prisma — 5, Metro Cash & Carry — 3, «Сезон» — 2, K-Ruoka — 1).

«Таким образом, на сегодня общая площадь продовольственных гипермаркетов Санкт-Петербурга составляет около 600 тыс. кв. м», — говорит Юрий Борисов, управляющий партнер холдинга «АйБи Групп», вице-президент Гильдии управляющих и девелоперов.

В 2012 году состоялось открытие нескольких гипермаркетов: во втором квартале открылся гипермаркет «Лента» в Невском районе на пр. Обуховской Обороны, 305; в четвертом квартале открылся первый в России продуктовый гипермаркет K-Ruoka на ул. Планерной, 17; в декабре открылось сразу три гипермаркета Prisma — в ТРК «Континент» на ул. Бухарестской, 32, в ТРК «Балкания Nova» на ул. Балканской, 17, в ТРК «Гранд Каньон» на пр. Энгельса,154А; в третьем квартале состоялось открытие гипермаркета «Ашан» в ТК «Северный молл»; в декабре состоялось открытие гипермаркета «О'Кей» в Ленинградской области на Таллинском шоссе, 27.

Москва отстает

При этом, как отмечает Тамара Попова, руководитель отдела исследований рынка недвижимости Knight Frank St. Petersburg, рынок продуктовых гипермаркетов в Петербурга насыщен неравномерно — в некоторых районах ощущается их переизбыток, в других — недостаток. В целом потенциал для рынка все еще большой, причем как в районах интенсивной новой жилой застройки, так и в некоторых уже существующих и давно сформировавшихся районах.

Петербург является лидером на российском рынке по числу гипермаркетов, поскольку многие федеральные сети имеют корни в Санкт-Петербурге («Карусель», «Лента», «О'Кей»), кроме того, на петербургском рынке работают и другие федеральные операторы.

«При этом Петербург — это единственный в стране город, где гипермаркеты имеют формат „магазин у дома"», — говорит Роман Евстратов, директор по развитию бизнеса «S.A.Ricci — Санкт-Петербург».

Менеджер департамента коммерческой недвижимости ООО «Александр Недвижимость» Оксана Ковалева говорит, что Санкт-Петербург отстает по обороту розничной торговли на душу населения, например, от Москвы, но лидирует по насыщенности сетевой торговли и обеспеченности площадями гипермаркетов на душу населения.

Георгий Рыков, генеральный директор компании «Бесть. Коммерческая недвижимость», приводит такие данные: «В Санкт-Петербурге обеспеченность гипермаркетами — 1,21 штуки на 100 тыс. человек, а в Москве — 0,6 штуки на 100 тыс. человек».

Вадим Каминский, руководитель отдела геомаркетинга и ГИС-анализа группы компаний RRG, приводит другую методику расчета, которая, тем не менее, не противоречит данным его коллеги, и также указывает на лидерские позиции города по стране в обеспеченности населения сетевой торговлей в формате гипермаркет: «По данным компании RRG, обеспеченность гипермаркетами в Санкт-Петербурге составляет 73,9 кв. м на 1000 жителей (без учета Metro C&C). Это достаточно высокий показатель, один из самых высоких в стране. Чуть больше, пожалуй, только в Краснодаре — 80. При этом, если сравнивать с другими странами, то там этот показать значительно выше: например, в Варшаве — 128,5. А вот в Первопрестольной обеспеченность продуктовыми гипермаркетами значительно уступает Северной столице: 37,6 кв. м на 1000 жителей — это не только вдвое меньше, чем в Петербурге, но и ниже, чем в таких городах, как Самара (61,4) и Казань (40,9)».

«Думаю, такая разница связана с историческим развитием торговой недвижимости в двух столицах. Если в Санкт-Петербурге развитие гипермаркетов шло внутри жилых кварталов (обеспечивая пешеходную доступность), чему способствовало наличие свободных земельных участков и их стоимость, то в Москве на сегодняшний день половина всех гипермаркетов расположена за МКАД. Но скоро участки на МКАД закончатся, да и транспортная ситуация там не лучшая. Поэтому в Москве ритейлерам придется уходить от классического формата гипермаркета в формат так называемого „городского гипермаркета" с площадью торгового зала 5–7 тыс. кв. м и расположенного внутри жилых спальных кластеров», — объясняет сложившуюся ситуацию господин Каминский.

Все сети на одном пятачке

В Петербурге существуют локации, в которых функционируют практически все сети. Например, на Пулковском шоссе стенка к стенке стоят почти все основные игроки. Здесь представлено сразу пять сетей: «Карусель», «О'Кей», «Лента», «Ашан», Metro Cash & Carry. При одинаковом местоположении, удобстве доступа и параметрах парковки покупатели выбирают наиболее комфортный для себя формат.

«При этом периодически появляются заявления о выходе или открытии новых сетей гипермаркетов. В планах компании Kesko открытие еще четырех магазинов K-Ruoka. Дмитрий Костыгин и Август Мейер, бывшие совладельцы „Ленты", приобрели четыре земельных участка под продуктовые гипермаркеты в Санкт-Петербурге. Рабочее название новых гипермаркетов — „Новая лента"», — рассказывает господин Евстратов.

Как отмечает господин Рыков, многие компании — операторы гипермаркетов заявляют о развитии других видов форматов. «Для достижения данной цели одни продуктовые ритейлеры покупают сети целевого формата, другие — на протяжении долгого времени осваивают на российском рынке новые форматы, активно применяющиеся в мировой практике. К одним из таких новых для России форматов относится формат „дрогери" — формат, ориентированный на продажу товаров первой необходимости, чаще всего непродовольственных», — рассказал он.

Дарья Гончарова, руководитель отдела по работе с клиентами департамента коммерческой недвижимости АРИН, замечает: «За прошедший год развивающиеся сети продуктовых гипермаркетов внесли заметные корректировки в ситуацию на этом рынке. Уровень открывающихся гипермаркетов стал значительно выше. Ярким примером может служить открытие Prisma в ТРК „Гранд Каньон", супермаркета „Азбука вкуса" на Выборгском шоссе, финской сети гипермаркетов K-Ruoka. Активно ведет развитие сеть супермаркетов под всемирно известным товарным знаком Spar. Все вышесказанное указывает на то, что данный сегмент рынка нельзя назвать насыщенным. Многие сети заинтересованы в аренде площадей в новых жилых кварталах, более того, арендуются даже двухэтажные площадки, что раньше было неприемлемо для подобного формата».

Эксперименты

Руководитель направления коммерческой недвижимости КЦ «Петербургская недвижимость» Любава Пряникова обращает внимание, что некоторые операторы экспериментируют с форматами: «В начале прошлого года сеть гипермаркетов „Карусель" объявила о сокращении торговых площадей в своих точках до 3,5–4,5 тыс. кв. м, планируя освободившиеся метры сдавать в аренду». Участники рынка говорят, что обычно на сопутствующих арендаторов сегодня приходится 10–20% площадей гипермаркета. В основном эта зона имеет мелкую нарезку, и в ней представлены операторы, предлагающие товары импульсного спроса. Достаточно редко часть площадей сдается другому «якорю». «Среди таких примеров можно отметить торговый центр Prisma, расположенный на Выборгском шоссе, 503. В этом торговом центре, помимо гипермаркета Prisma, работает магазин бытовой техники „Эльдорадо"», — рассказал господин Евстратов.

РОМАН РУСАКОВ

Обеспеченность городов Европы гипермаркетами

Город	Обеспеченность (кв. м/1000 жителей)
Варшава	128,5
Краснодар	80
Санкт-Петербург	73,9
Самара	61,4
Казань	40,9
Москва	37,6

ИСТОЧНИК: RRG

Торговые комплексы выходят на связь

Покупателей стараются привлечь всеми возможными способами

телеком

С каждым годом число торговых площадок в Петербурге растет, благодаря чему растет и объем потребления услуг связи. За работу в торговых центрах конкурирует около 300 операторов связи, что дает собственникам площадок возможность выбирать более качественные услуги за меньшую сумму. Правда, потребители услуг в торговых центрах достаточно пассивны, поэтому провайдеры делают ставку на доход от абонентской платы за различные услуги.

По данным Colliers International, в Петербурге действует 91 торговый центр, 42 гипермаркета, 25 DIY-центров и восемь мебельных центров площадью свыше 4 тыс. кв. м, суммарная торговая площадь составляет 3 млн кв. м.

По экспертным оценкам, в Петербурге насчитывается около 300 операторов связи, предоставляющих свои услуги в торговых центрах по всей территории города. Около 60% этих компаний являются операторами федерального уровня, однако с каждым годом число новых провайдеров неумолимо растет.

Игроки телекоммуникационного рынка констатируют ежегодный рост потребляемых услуг за счет открытия новых торговых площадок, но в действующих торговых центрах объем услуг, как правило, стабилен. Правда, Наталья Резникова, директор по маркетингу и рекламе «Смарт Телеком», замечает, что в сравнении с докризисными годами динамика является незначительной.

Дмитрий Вихров, руководитель группы продаж ООО «ПиН Телеком», рассказывает, что помимо основных услуг связи — интернета и телефонии — в петербургских торговых центрах все больше получает распространение услуга IP-TV, а также Free Wi-Fi zone. Объясняется это задачей владельцев торговых центров удержать посетителей на территории комплексов. По оценке господина Вихрова, на данный момент почти все городские операторы связи готовы предоставлять данные услуги.

Наталия Резникова называет наиболее востребованной среди арендаторов торговых центров услугу организации каналов передачи данных.

Вячеслав Волков, коммерческий директор телекоммуникационной компании «Миран», называет самой популярной услугой для якорных арендаторов торговых центров связь с центральными или бэк-офисами компаний. Для крупных сетевых магазинов актуальна единая корпоративная сеть передачи данных с возможностью подключения к одной базе данных предприятия.

Павел Попечителев, руководитель коммерческого отдела Санкт-Петербургского филиала «Вест Колл», констатирует, что нишу торговых центров, как правило, занимают операторы второго эшелона.

Игроки рынка констатируют: сегодня операторы стремятся предоставлять все услуги связи «из одного окна». «Это явный шаг в сторону европейского опыта, в сторону универсальности. Но по-прежнему на рынке существуют „малые" операторы, имеющие ограничения по лицензиям.

(Окончание на стр. 16)

«Ярмарка недвижимости» стартует в первый день весны

Выставка пройдет в 26-й раз

анонс

1 марта 2013 года в Санкт-Петербурге откроется XXVI «Ярмарка недвижимости». На три дня в выставочном комплексе «Ленэкспо» соберутся 400 компаний, работающих на рынке городской, загородной и зарубежной недвижимости.

Для 30 тыс. посетителей будут представлены варианты выбора жилья, дана возможность ознакомиться со всеми игроками рынка, получить специальные предложения, скидки и бонусы от участников выставки.

Ярмарка недвижимости, одна из крупнейших специализированных российских выставок, проходит в Санкт-Петербурге более 12 лет. Сегодня ярмарка состоит из трех самостоятельных выставочных проектов.

Первый проект — «Ярмарка городской недвижимости». Он представляет посетителям полный спектр предложений строящейся и вторичной недвижимости Санкт-Петербурга, банковских кредитных программ, юридических услуг и информационных ресурсов, связанных с недвижимостью. В выставке осенью 2012 года приняли участие 167 компаний.

Вторая выставка — «Салон зарубежной недвижимости». Здесь все три дня для горожан работают более 50 компаний, предлагающих разнообразные объекты: квартиры, апартаменты, дома, инвестиционные объекты от Израиля до Великобритании, от Эстонии до Испании.

Третья выставка — «Альтернатива городу. Коттеджи и загородное строительство». Это самая крупная в Петербурге тематическая выставка. Традиционное мероприятие объединяет все актуальные предложения по обустройству жизни за чертой города: земельные участки, загородное жилье, малоэтажное и коттеджное строительство, готовые дома и проекты, строительные материалы и технологии. Около 160 компаний принимают участие в этой выставке.

Деловая программа «Ярмарки недвижимости» — это более 50 семинаров и консультации для посетителей выставки по актуальным вопросам городской, загородной и зарубежной недвижимости.

Большое внимание в деловой программе уделяется вопросам грамотного поведения покупателей на первичном и вторичном рынке: выбору застройщика, оформлению документов, возможности использования ипотеки, взаимодействию с агентами и многому другому.

В зале «Загородная недвижимость» профессионалы консультируют посетителей по вопросам грамотного приобретения загородной недвижимости, тонкостям управления загородным жильем, правилам оформления документов и особенностям строительства.

В ходе семинаров, которые пройдут в рамках «Салона зарубежной недвижимости», слушатели узнают, как избежать стандартных ошибок при покупке недвижимости за рубежом и какие в этом сезоне самые выгодные ценовые предложения Испании, Греции, Болгарии и Кипра.

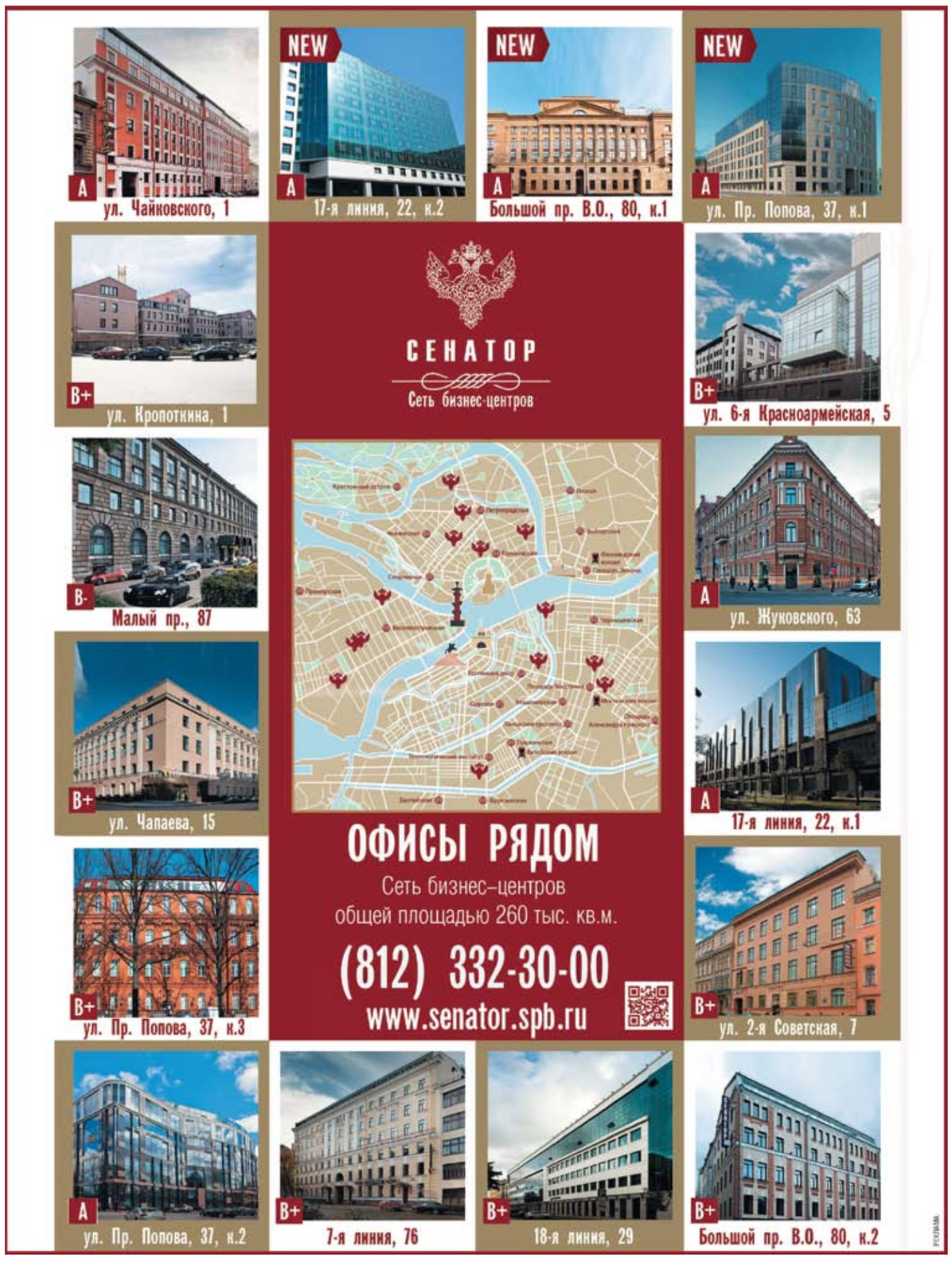
К каждой выставке готовится новый выпуск «Путеводителя по рынку недвижимости», который содержит информацию об участниках ярмарки и их проектах. Путеводитель бесплатно распространяется на мероприятии, после чего отправляется в региональную программу по всей России. Жители регионов получают полную и актуальную информацию о предложениях на рыке недвижимости Санкт-Петербурга.

ДЕНИС КОЖИН

Искусство находить решения

Интеграция связи для Вашего бизнеса

(812) 329 4444
www.smart.spb.ru

smart telecom

РЕКЛАМА