



КОНЦЕПЦИЯ ТЦ

Слагаемые успеха ТЦ

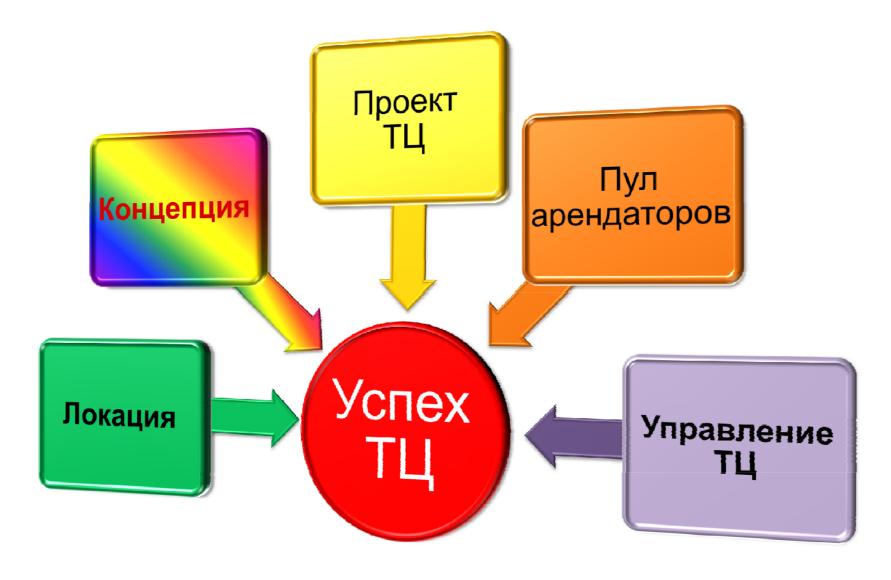




Схема разработки концепции





Форматы торговых объектов

Торговый центр

ТЦ - группа архитектурно объединённых розничных предприятий, управляемых единой компанией, обеспеченных парковкой и расположенных на специально спланированном участке.



Ритейл парк

Ретейл парк - комплекс из одно- и двухэтажных зданий сгруппированных около большой парковки. Самый экономичный формат.



Дизайн центр

Дизайн центр — специализированный ТЦ, арендаторы реализуют товары для обустройства домов и квартир. Обычно есть 2-3 крупных якоря, например ИКЕА.



Аутлет центр

Аутлет — реализует брендовые товары со значительными скидками. Factory outlet — распродажа фзабричных залежей. Outlet mall — распродажа залежей на полках магазинов.





Классификация ТЦ

ТЦ/ТРЦ	Торговая площадь	Торговая зона	Якорные арендаторы	Пул арендаторов
Микрорайонный	до 3000 м²	5-10 минут пешеходной доступности	Может отсутствовать	товары первой необходимости и услуги повседневного спроса
Районный	3000- 10000 м²	5-10 минут езды на авто	Супермаркет . Может быть несколько якорей	Одежда, обувь, детские товары, спорттовары, БТИЭ, услуги
Окружной	9000- 20000 м²	10-20 минут езды на авто	Супермаркет/ гипермаркет, универмаг, киноцентр	Одежда, обувь, детские товары, спорттовары, БТИЭ, фудкорт, услуги
Суперокружной	20000- 30000 м²	до 30 минут езды на авто	гипермаркет, универмаг, киноцентр, развлекательный центр	Одежда, обувь, детские товары, спорттовары, БТИЭ, фудкорт, услуги
Региональный	3000- 45000 м²	до40 минут езды на авто	2 или более гипермаркета не менее 4500 м².	одежда, мебель, товары для дома в большом ассортименте, центры отдыха и развлечения, услуги
Специализированный	3000- 100000 м²	Специализации: развлечения, скидки, товары для дома, стрип - центр, исторический, мегамолл, стиль жизни		



Потенциал участка

Параметры участка

- Размер, форма, границы, ограничения; паркинг;
- Визуализация и подъезд к участку;

Зона охвата

- Число жителей в шаговой доступности;
- Число жителей в автомобильной доступности;

Транспортная сеть

- Дорожная сеть вокруг участка;
- Транспортные потоки.

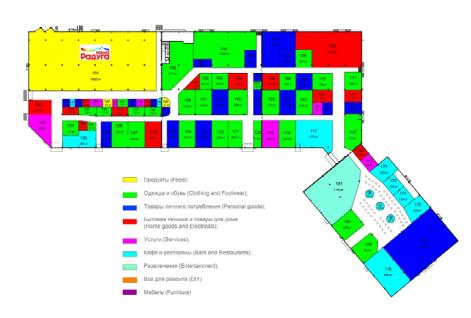
Конкуренция

- Торговые объекты в зоне охвата;
- Степень удовлетворения покупательских потребностей

Заключение

- Целесообразность строительства ТЦ. (Возможно отрицательное заключение);
- Размер и формат проекта.

Торговый план



Торговый план — это поэтажные планы ТЦ, на которых произведена «нарезка» арендопригодных площадей под магазины, кафе и рестораны, развлекательные центры и других арендаторов, продающих товары и услуги, которые закрашиваются цветом группы Распределение арендатора. торговых площадей производится основании на предварительно разработанной концепции.

Все арендаторы разделяются на группы (категории), которые различают по цвету.

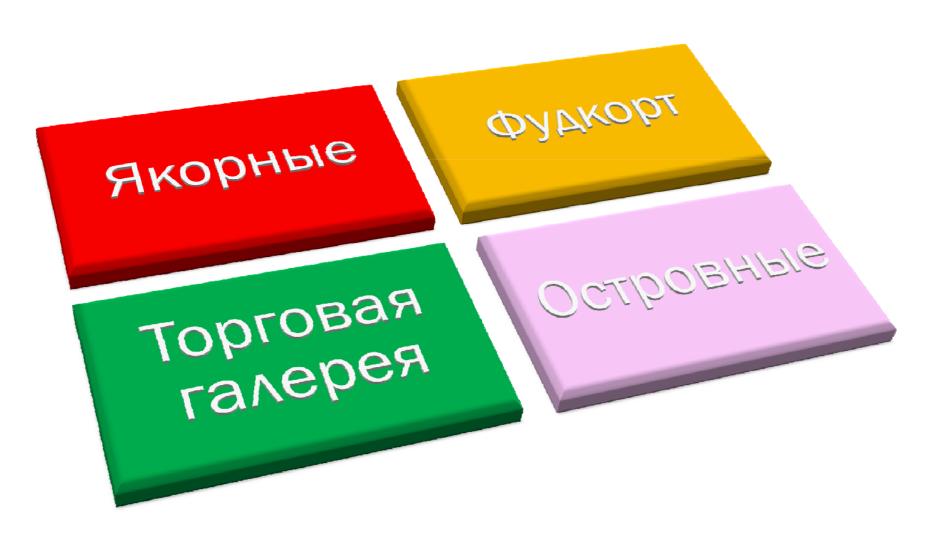
Торговый план должен быть сбалансированным по категориям арендаторов и их размерам и брендам. Порядок следования арендаторов должны быть гармонизирован, чтобы создавать синергию.

В торговом плане необходимо избегать тупиковых и «холодных» зон, в которых низкая проходимость.

На основании торгового плана формируется — арендный план. Торговый план и арендный план являются основополагающими документами в процессе подбора арендаторов



Арендаторы ТРЦ





Якорный арендатор

Под якорями (якорными арендаторами) понимают привлекательные для посетителей ТЦ предприятия-арендаторы, способные создать значительное увеличение потока посетителей. Каждый из якорей "притягивает" свою аудиторию и должен подбираться в зависимости от концепции ТЦ.

Якорными арендаторами выступают гипермаркеты или супермаркеты (продукты, товары для дома, товары для детей, товары для спорта, товары для ремонта, мебель), киноцентры и развлекательные центры, ресторанные дворики и фудкорты.

Якорные арендаторы очень важные элемент концепции ТЦ, в зависимости от которых определяется пул арендаторов, посещаемость и успешность ТЦ.

Якорные арендаторы платят минимальные арендные ставки, однако создают основной поток посетителей и являются важным условием для привлечения в ТЦ качественного пула арендаторов (которые создают основной рентный доход ТЦ).

Важно правильно разместить якорей в ТЦ, чтобы посетители при движении к ним прошли максимальное количество магазинов ТЦ.



Факторы влияющие на арендную ставку





Арендный план

Unit no./ № площади	SHOP / МАГАЗИН	CATEGORY / КАТЕГОРИЯ	G.L.A. (sq.m.) /Арендная площадь (м2)	Rental Rate, USD per sq.m per year/ Арендная ставка (\$/м2 в год)	Rental Rate, USD per year/ Аренда за всю площадь за год (\$)
01	Hypermarket / Гипермаркет продуктовый	Food /Продукты	10092,0	\$50	\$504 600
02	MSU Electricals /Бытовая электроника	Home goods and Electricals/ Товары для дома и бытовая техника	2620,0	\$100	\$262 000
03	MSU Children's goods/ Детские товары	Personal goods/ Потребительские товары	1608,0	\$190	\$305 520
04	MSU Sports Good/Спортовары	Personal goods/ Потребительские товары	2582,0	\$140	\$361 480
05	MSU DIY/ Гипермаркет товаров для ремонта	Constraction materials and DIY/ Все для ремонта	6660,0	\$70	\$466 200
06	MSU Furniture/ Гипермаркет	Furniture/ Meбель	4627.0	\$1 400	\$6 477 800

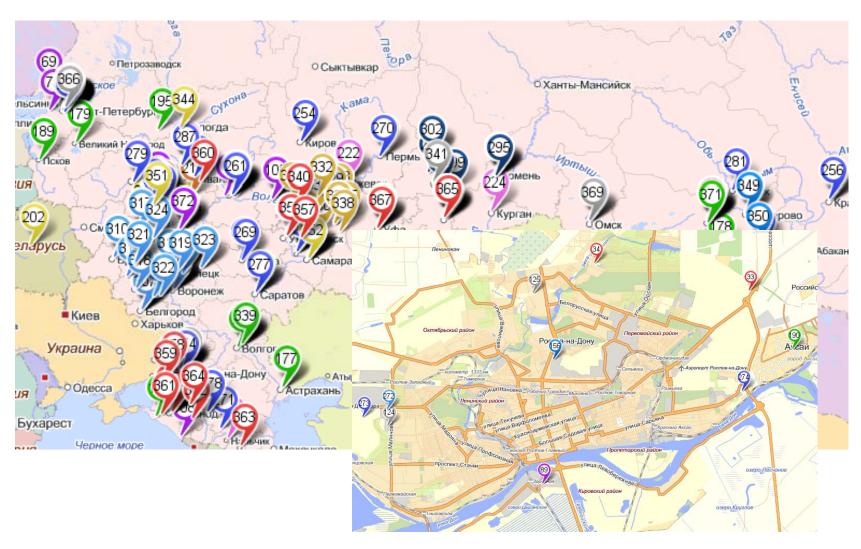


Мультиформатные сети

Группа компаний	Торговая марка	Тип	Класс	Площадь общая (м2)	Ассортимент
	NEP KPECTOK	мини- супермаркет	«мягкий дискаунтер »	200-500	3 000
>X5RETAILGROUP	5 Пятерочка	супермаркет	дискаунтер	около 600	до 6 000
	Пятерочка- макси	Cash&Carry	гипермарке т эконом-	3500	7000
	ПЕР	супермаркет	средний +	600-2000	до 16 000
	ПЕРЕКРЕСТОК	супермаркет	премиум- класса	600-2000	до 16 000
	З КАРУСЕЛЬ	гипермаркет		4 000 -10 000	30000 - 50000
Ж шан	Ашан	гипермаркет	дискаунтер	12000- 14000	45000
	Ащан	гипермаркет	дискаунтер	около 6000	10 000-20 000
	Радуга	гипермаркет	жесткий лискаунтер	около 5000	6000
	<u>ATAK</u>	супермаркет	дискаунтер у дома	900-3500	
	Ашан	магазин в магазине		5000 -7000	10000
Planered Corb MATHHT	МАГНИТ	гипермаркет		5000-12 000	до 25 000
	МАГНИТ	супермаркет	эконом- класс	1000-2500	до 12 000
	МАГНИТ	мини- супермаркет		370	3000



Экспансия сетей



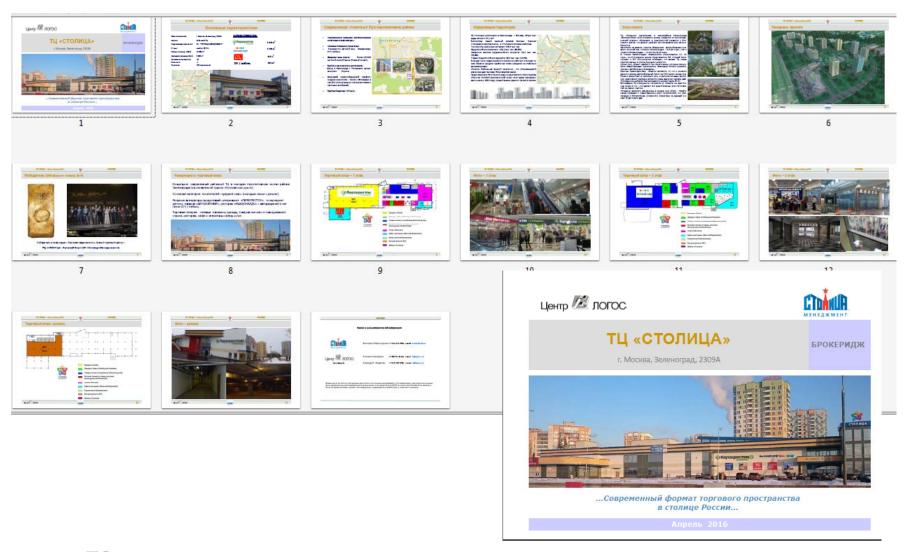


Операционный план

№ помещения	МАГАЗИН	Арендная площадь (м2)	Потенциальные арендаторы		
101	Гипермаркет продуктовый	4050	Рапуга Ашан		
102	Ледовый каток (формат НХЛ)	2 210	** OKENSAN ITEMPATIE		
103	Детские товары	1 440	SPECIAL VALID		
104	Киноцентр	2 720	вики киномакс		
105	Аптека	144	ППАНЕТА ЗДОРОБЬЯ		
106	Сотовая связь	32	MTC BDOCETH MERAPOH		
107	Молодежная мода	128	Depethe Mode		
108	Джинсы	128	5kapmaNob' COLIN S. ≥ motor		
109	Кухонная посуда	128	GiPEET AMERICA		
110	Обувь	128	ДЙНА ПЕШЕХОД <i>Bata</i>		
111	Сотовая связь	63	Yota MARCINISC MERII		
112	Зоотовары	77	MOT - NEC		



Досье по брокериджу





Информационная поддержка

БАНК ДАННЫХ ЦЕНТРА ЛОГОС

Арендаторы

Контакты, форматы, стандарты

Планы развития, экспансия Торговые объекты

Общие сведения (название, адрес, размер, формат, паркинг, УК, консультант...)

Арендаторы (якорные, миниякорные, торговая галерея) и их позиционирование (площадь, этаж)

Города

Общие сведения: население, экономика, промышленность и др.

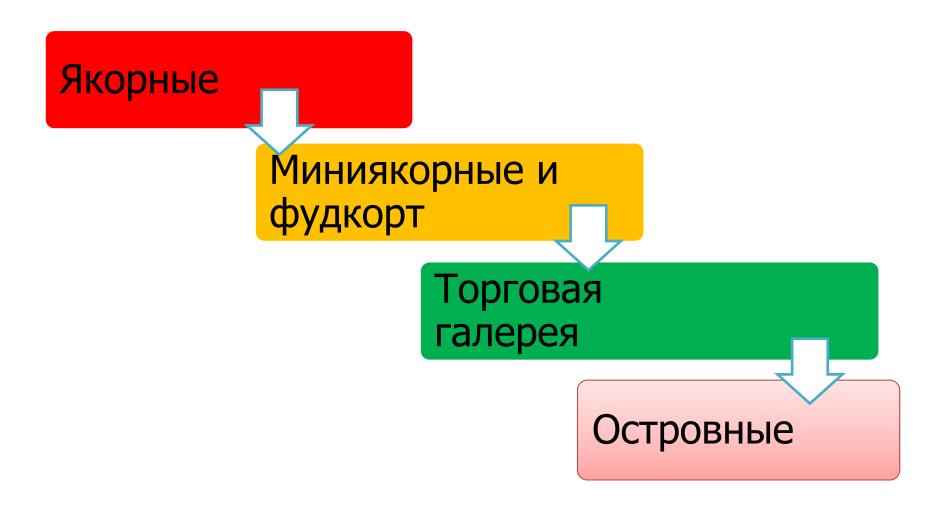
ТРЦ и арендаторы

Арендная политика





Этапы брокериджа





PR для брокериджа



PR в СМИ





Концепция

Формат

- ТЦ, РИТЕЙЛ ПАРК, АУТЛЕТ ЦЕНТР, Дизайн Центр, ...
- Комбинация форматов (например ТЦ + ритейл парк);

Размер

- Общая GBA и арендная GLA площади;
- Число этажей (уровней) ТЦ;

Паркинг и инфраструктура

- Позиционирование паркинга (на земле, под землей в здании) и размер (число м/м);
- Ресторан с автораздачей, автомойка, объекты электо и газоснабжения и места разгрузки товаров;

Торговый план

- Поэтажные планы, на которых произведена «нарезка» арендопригодных площадей под категории арендаторов;
- Оптимальная организация потоков посетителей;

Операционный план

- Обозначение наиболее интересных якорных арендаторов;
- Подбор арендаторов на все площади (по 3 на каждую площадку);

Арендный план

- Прогнозирование арендных ставок по всем помещениям;
- Минимальный гарантированный арендный доход ТЦ.









www.logos-c.ru

Контакты для дополнительной информации:

Михаил Какаулин +7 909 911-8136, e-mail: <u>3@logos-c.ru</u>

Геннадий Федотов +7 910 459-0400, e-mail: <u>1@logos-c.ru</u>