



2011 ГОД РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Москва
Knight Frank

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- По итогам 2011 г. прирост предложения торговых площадей в Москве составил около 320 тыс. м², что является рекордно низким показателем за последние десять лет.
- Продолжилась децентрализация рынка – в условиях ограничений на строительство в центре Москвы девелоперы осваивали периферийные районы столицы и города Подмосковья.
- Как в Москве, так и во многих региональных городах было возобновлено строительство объектов, приостановленное во время кризиса, значительную долю среди которых занимают сетевые проекты. Также был анонсирован ряд новых проектов.
- Наблюдалась активность девелоперов в части реконцепции и редевелопмента торговых объектов, которые устарели либо изначально имели серьезные недостатки в концепции.
- Многие торговые операторы проводили активную экспансию как за счет увеличения числа торговых точек в городах своего присутствия, так и посредством выхода в новые регионы. При этом одним из основных факторов, определяющих стратегию развития компаний, было повышение эффективности торговой сети.

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ



Сергей Гипш
Региональный директор
Департамента торговой
недвижимости, Партнер

«Наши прогнозы в части развития рынка торговой недвижимости в 2011 г. полностью оправдались. Как и ожидалось, на протяжении всего года состояние рынка определяли два основных фактора: крайне низкий уровень прироста предложения и высокая активность торговых операторов, что в результате обусловило дефицит качественных торговых площадей, снижение доли вакантных помещений и рост арендных ставок. В 2012 г. мы ожидаем ослабление данного тренда ввиду значительных объемов нового предложения. В том числе, к вводу запланированы объекты нового для российского рынка формата – аутлет-центры. Кроме того, вероятно увеличение числа объектов, которые будут подвергнуты реконструкции и ревелоупменту. В первую очередь, речь идет об устаревших либо изначально имевших недостатки в концепции торговых центрах, которые в условиях наблюдаемого в настоящее время качественного роста девелоппмента не смогут конкурировать с новыми объектами».

Основные показатели. Торговые центры *		Динамика
Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендуемая), млн м ²	7,83 / 4,25	
Введено в эксплуатацию в 2011 г. (площадь общая/арендуемая), млн м ²	0,32 / 0,21	
Планируется к вводу в 2012 г. (площадь общая/арендуемая), млн м ²	0,96 / 0,44	
Доля вакантных площадей, %	2,5	
Базовые арендные ставки, \$/м ² /год (без учета операционных расходов и НДС)		
якорные арендаторы	100 - 500	
арендаторы галереи**	700 - 4 000	
Операционные расходы, \$/м ² /год	80 - 260	
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	370	
* В таблице приведены показатели только по качественным, профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, общей площадью более 5 000 м ² , объединенных общей концепцией и единым управлением		
** Ставки для магазинов площадью около 100 м ² на первом этаже		
Источник: Knight Frank Research, 2012		



Благоприятная внешняя конъюнктура начала 2011 г. способствовала росту экономики России. Снижение ставок по кредитам для физических лиц обусловило рост потребительского кредитования (18% за полгода), что при сохранявшемся инфляционным давлением стимулировало увеличение текущих трат населения. После «посткризисного» периода экономии в 2009 - 2010 гг., когда норма сбережений граждан составляла 15%, в первой половине 2011 г. наблюдалась тенденция возвращения «докризисной» структуры расходов населения: данный показатель сократился до 10,3%.

В результате, по данным Министерства экономического развития за период с января по ноябрь 2011 г. оборот розничной торговли увеличился на 8,6% относительно аналогичного периода предыдущего года. Однако, начиная с осени, наблюдалось замедление динамики основных экономических показателей, в том числе и оборота розничной торговли: в ноябре прирост показателя составил лишь 0,1%. Тем не менее, торговые операторы с оптимизмом смотрят на 2012 г., не ожидая значительного снижения уровня потребления, что подтверждается их обширными планами по экспансии сетей.



Ключевые события

- В 2011 г. Московское правительство продолжило проводить ревизию 1300 действующих инвестиционных контрактов. Было объявлено о решении «ограничить, а фактически запретить строительство в центре Москвы». К концу года было рассмотрено около 70% всех контрактов, в результате, реализация нескольких значимых проектов с торговой функцией была отменена, в частности, строительство крупных подземных комплексов на центральных площадях города (Павелецкого вокзала, Пушкинской и Тверской заставы).
- Осенью 2011 г. было принято решение о реновации территории Всероссийского выставочного центра с сохранением исторического комплекса и созданием парковых, спортивных и выставочных зон. Соинвесторами проекта выступают Год Нисанов и Зарах Илиев. В рамках концепции «Возрождение ВВЦ» на территории центра должен появиться дельфинарий, аквапарк и 5D-кинотеатр.
- В 2011 г. к реализации было заявлено несколько новых проектов торговых центров. Trinity Russian Retail Partners (слияние канадских Trinity Development Group Inc. и Shenkman Corporation с Russian Retail Partners) анонсировала свои планы по строительству четырех ритейл-парков: на Калужском и Каширском шоссе, а также двух объектов на МКАД. GVA Sawyer также планирует возведение двух ритейл-парков в г. Волоколамск и в Дмитровском районе Подмосквья.
- В 2011 г. был зафиксирован крайне высокий уровень инвестиционной активности на рынке торговой недвижимости: совокупный объем инвестиций в торговые объекты в России увеличился в 10 раз по сравнению с показателем 2010 г. Среди крупнейших сделок московского рынка можно отметить следующие:
 - Покупка структурами Михаила Гучериева и Михаила Шишханова ТРЦ «Калужский».
 - Приобретение Юрием и Алексеем Хотинскими ТЦ «Горбушкин двор» и «Филион» у МТЗ «Рубин».
 - Покупка группой IMMOFINANZ оставшихся 25% ТРЦ Goodzone (компания стала единственным владельцем комплекса).
 - Приобретение фондом Romanov Property Holdings ТЦ Dream House.
 - Заключение сделки фондом UFG Real Estate с Capital Group по приобретению активов компании: БЦ «Пушкинский дом», а также расположенных в одном здании БЦ «Конкорд» и торгового комплекса «Метромаркет». Три оставшихся комплекса «Метромаркет» выкупил инвестиционный фонд «РМБ Инвест».
- Объявление ГК «Ташир» о покупке строящегося ТРЦ им. А.И. Райкина. Кроме того компания вошла в проект строительства нового ТРЦ на пересечении проспекта Вернадского и улицы Покрышкина совместно с «Петро Эстейт».
- В 2011 г. состоялось несколько знаковых сделок поглощения торговых операторов, самой крупной из которых стала покупка ГК «Дикси» продуктовой сети «Виктория» (25,6 млрд руб. с учетом долга). X5 Retail Group приобрел кировские сети «Экономная семья» и «Мир продуктов», а также татарскую сеть «Народный». «Магнит» купил 14 магазинов тамбовской сети дискаунтеров «Пятачок». В конце года сотовый оператор «Евросеть» купил ЗАО «Сигма Трейд», управляющую салонами связи «Альт Телеком».
- В 2011 г. продолжился выход торговых операторов на Московский рынок. Среди новых для России марок можно назвать: Banana Republic, Victoria's Secret, Wendy's, Desigual, American Eagle, Imaginarium и т.д.

2011 ГОД РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Москва

Торговые центры, введенные в эксплуатацию в Москве в 2011 г.

Название	Адрес	Общая площадь (ГБА) (тыс. м ²)	Арендопригодная площадь (GLA) (тыс. м ²)
Афимолл Сити	Пресненская наб., д. 2	180	114
Витте Молл	Южное Бутово, Веневская ул., вл. 7	30	23
Отрада***	Пятницкое ш., вл. 2	25	22
ТЦ «Аventura»	Северное Чертаново, вл. 1А	35	20
ТПУ «Планерная»	м. «Планерная»	н/д	11
ТЦ в составе МФК «МонАрх»	Ленинградский пр-т, д. 31 стр. 1	16	11
Северное Сияние	Дмитрия Донского б-р, д. 1	17	10

* В декабре состоялось техническое открытие первой фазы торгового парка «Отрада»

Источник: Knight Frank Research, 2012

Предложение

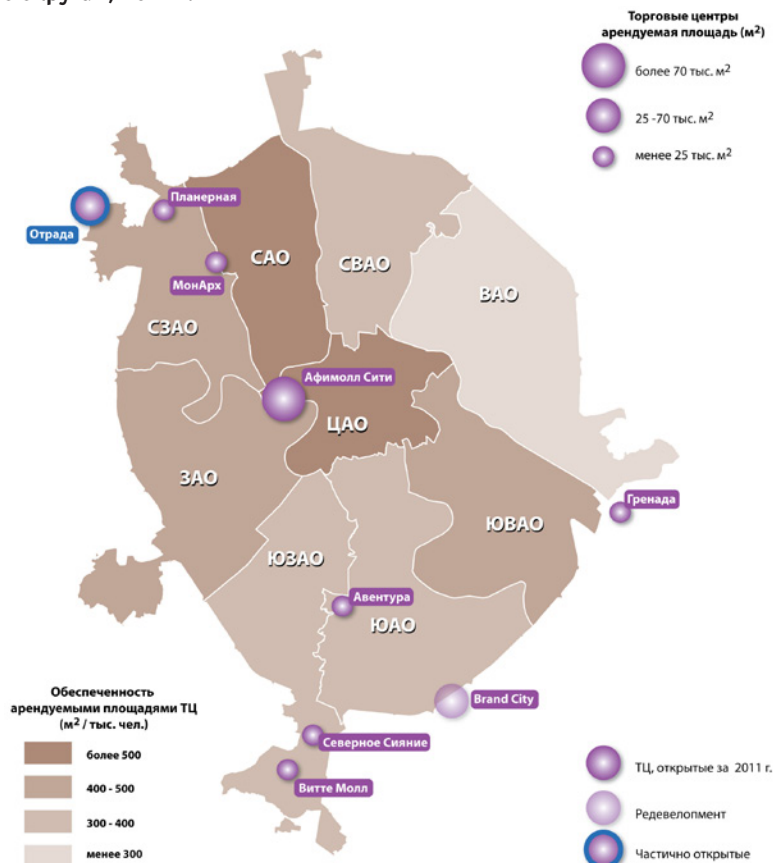
В 2011 г. в эксплуатацию в Москве было введено всего семь торговых объектов, против первоначально запланированных пятнадцати. В результате совокупное предложение увеличилось на 4,3% или 320 тыс. м² (GLA* – 210 тыс. м²), что является рекордно низким показателем за последние десять лет как в абсолютном, так и процентном выражении. Для сравнения в 2010 г. прирост предложения составил 961 тыс. м² (GLA – 401 тыс. м²), а в 2009 – 994 тыс. м² (GLA – 578 тыс. м²). Стоит отметить, что новое предложение в основном сформировано объектами, реализация которых была начата еще до кризиса.

Благоприятная внешняя конъюнктура 2010 - начала 2011 гг. способствовала активизации девелопмента: было возобновлено строительство ряда объектов, замороженных в кризис, значительную долю среди которых составляют сетевые проекты. Так, холдинг «Финстрой» в течение следующих двух лет планирует открыть торговые центры под брендом «Весна!» в районе Алтуфьево в Москве (ГБА** - 126 тыс. м²), в г. Лыткарино Московской области (ГБА - 30,5 тыс. м²), а также в Смоленске (ГБА - 35,5 тыс. м²) и Саратове (ГБА - 45 тыс. м²).

*GLA (gross leasable area) – арендопригодная площадь

**ГБА (gross building area) – общая площадь

Торговые центры, открывшиеся в 2011 г. Обеспеченность торговыми площадями по округам, 2011 г.



Источник: Knight Frank Research, 2012

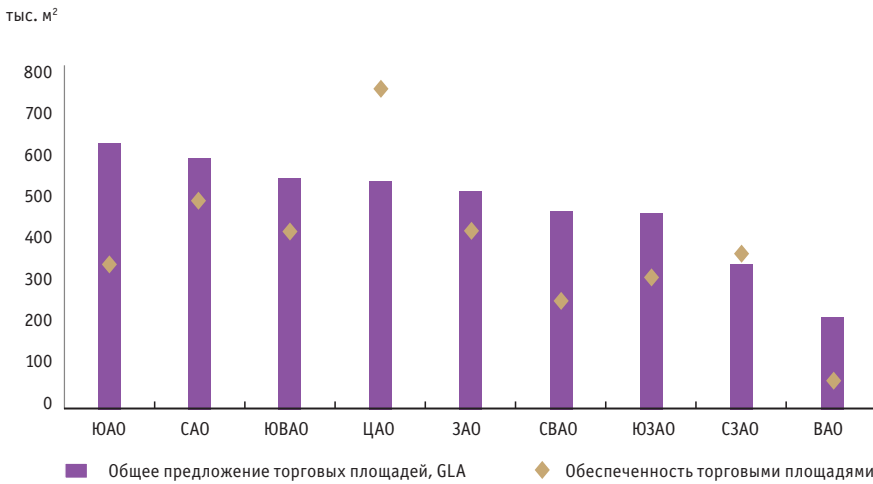


Среди торговых центров, открытых в 2011 г., лишь один – «Афимолл Сити» – имеет торговую площадь, превышающую 100 тыс. м². Остальные являются окружными торговыми центрами. Это не очень характерно для рынка торговой недвижимости Москвы прошлых лет. Напомним, что ранее в среднем, в

эксплуатацию ежегодно вводились три (и более) качественных объекта регионального и суперрегионального масштаба. Отчасти данная тенденция связана с переносом сроков открытия ряда крупных проектов на следующий год, в частности ТРЦ «Гудзон», «Ривер Молл» и др.

Таким образом, на начало 2012 г. общее предложение современных торговых площадей в Москве составило 7,83 млн м² (GLA – 4,25 млн м²). При этом лидером по объему предложения торговых центров на московском рынке остался Южный административный округ – на его долю приходится более 14,5% от общего объема торговых площадей Москвы. За ним с результатом более 12% совокупного предложения следуют Северный, Юго-Восточный, Центральный и Западный округа. Самый низкий показатель – около 200 тыс. м² – в Восточном округе столицы.

Лидером по объему предложения торговых центров остается Южный административный округ – на его долю приходится более 14,5% от общего объема торговых площадей Москвы



Источник: Knight Frank Research, 2012

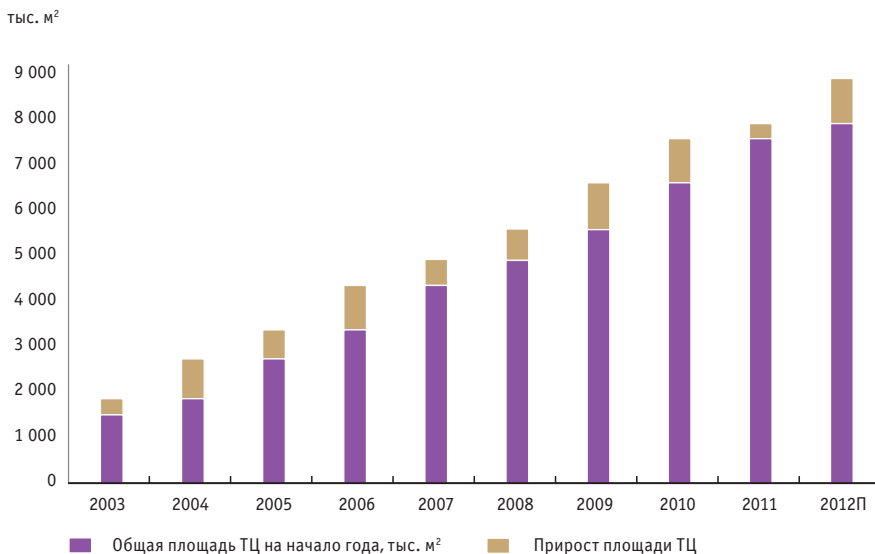
По обеспеченности жителей торговыми площадями первое место принадлежит ЦАО, где из-за низкого показателя постоянного населения на тысячу жителей приходится почти 760 м² торговой площади (без учета площадей в формате street retail). В то же время самый населенный Южный АО по данному показателю находится на шестом месте из девяти.

В среднем по рынку обеспеченность жителей Москвы торговыми площадями составила 370 м² на тысячу жителей, что в сравнении с другими европейскими городами является невысоким показателем. Так, в среднем по Европе данный показатель находится в диапазоне 500 - 850 м² на тысячу жителей, а в отдельных городах – превышает 1 000 м²/1 000 чел.

Правительство Москвы анонсировало ряд мер, направленных на повышение данного показателя и достижение среднеевропейского уровня. В частности, планируется увеличить количество объектов формата «магазин у дома», а также возводить небольшие торговые центры (площадью 5 - 10 тыс. м²). Однако пока текущая политика столичных властей по пересмотру инвестиционных проектов и ограничению строительства внутри ТТК, напротив, способствует формированию дефицита качественных торговых площадей в Москве.

В сложившихся условиях девелоперы направили свое внимание на периферийные районы Москвы и Подмосковье. Так, например, в августе был введен в эксплуатацию ТЦ «Гренада», расположенный в г. Люберцы, в декабре состоялось открытие первой очереди торгового парка «Отрада» вблизи района Митино г. Москвы.

Прирост торговых площадей в 2011 г. был рекордно низким за последние десять лет



Источник: Knight Frank Research, 2012

2011 ГОД РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Москва



Спрос

Активность торговых операторов на протяжении всего 2011 г. оставалась высокой. Уже в начале года многие федеральные и международные компании, присутствующие на рынке, заявили о масштабных планах по расширению своего присутствия. Подводя итоги года, многие отметили их перевыполнение. Так, продуктовая сеть «О'кей» увеличила свою сеть на 14 магазинов вместо запланированных 11. «Магнит», делавший упор на развитие магазинов формата дрогери (торговые предприятия, ориентированные на продажу товаров первой необходимости), также перевыполнил первоначальный план на 5%. Возобновили региональную экспансию «Детский Мир» и «Фамилия». Burger King и «Стокманн» вышли на рынок Екатеринбурга.

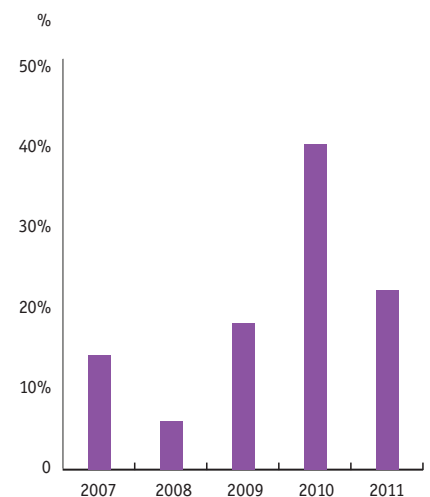
О своем решении самостоятельно развиваться в России заявили международные компании, ранее работавшие по схеме франчайзинга, среди них: Hermes, Prada, Guess и ряд других операторов.

Кроме того, на российский рынок вышли такие известные одежные марки как: Banana Republic, American Eagle, Desigual, DC Shoes и другие, многие из которых за год успели открыть несколько торговых точек. Магазин аксессуаров американской компании Victoria's Secret за год открыл три магазина в крупнейших торговых центрах Москвы, испанская компания Imaginarium (товары для детей) – четыре.

Всего за последние пять лет свои первые магазины в России открыли около 50 международных операторов (без учета расширения сетей, присутствующих на рынке), то есть в среднем, ежегодно на российский рынок выходят около 10 новых брендов. Тем не менее, подавляющее большинство торговых центров по составу арендаторов мало отличаются один от другого: собственники отдают предпочтение одним и тем же популярным у посетителей маркам. К примеру, по последним данным retail-index, в России количество присутствующих торговых операторов в 2,2 раза меньше, чем в Германии, в 1,5 раза меньше, чем во Франции и Великобритании. А согласно рейтингу журнала Store, из 10 наиболее крупных международных торговых операторов на территории России на настоящий момент присутствуют лишь 2. Остальные, в том числе и крупнейшая компания в отрасли Wal-Mart, с осторожностью относятся к российскому рынку, продолжая его изучать и выбирать стратегических партнеров для развития.

Пожалуй, в качестве одного из значимых трендов в отрасли торговли можно назвать стремление сетей к повышению эффективности работы, увеличению доходности существующих торговых точек. С этой целью компании проводили оптимизацию внутренних процессов, ребрендинг, релокацию торговых точек и т.д. Так, «Эльдорадо», Gloria Jeans и «М.Видео» изменили дизайн своих

После всплеска активности международных операторов в части выхода на российский рынок в 2010 г., в 2011 г ситуация стабилизировалась, вернувшись к линии тренда



Источник: Knight Frank Research, 2012

магазинов, «Связной» начал развивать новое направление – универмаги Enter, где помимо классического ассортимента сети представлен широкий выбор товаров повседневного спроса.



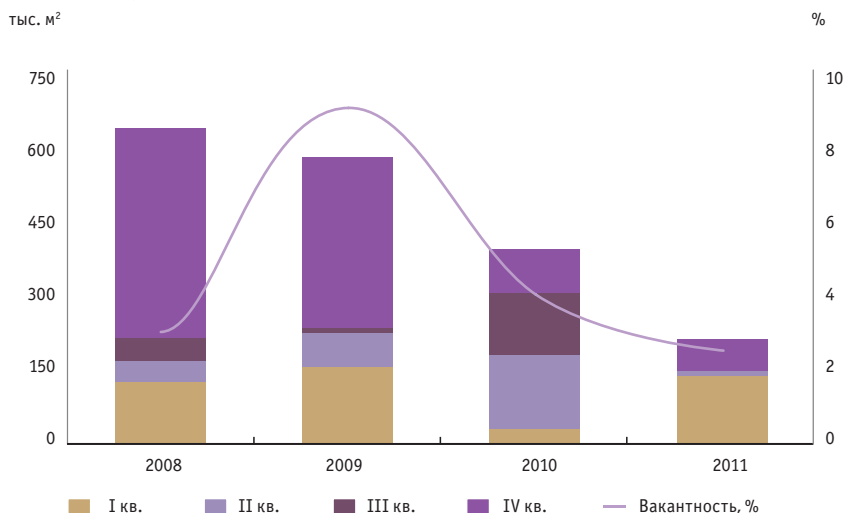
Коммерческие условия

Стремление операторов к повышению эффективности торговых сетей, в том числе, улучшению локации магазинов, на фоне низких темпов прироста предложения обусловили сфокусированность спроса на качественных объектах с хорошим расположением. В результате, у наиболее востребованных торговых центров были сформированы «листы ожидания» на несколько лет вперед, тогда как другие, менее успешные объекты, были готовы даже к снижению арендных ставок, чтобы удержать арендаторов. В среднем по рынку доля вакантных помещений по итогам года сократилась до 2,5%.

Дефицит предложения и растущая потребность торговых операторов в площадях для развития спровоцировали увеличение ставок аренды. На наиболее востребованные объекты ставки выросли до 20%, в среднем по рынку рост составил 12 - 14%. Этому, в том числе, способствовала плановая ротация арендаторов, проводимая отдельными собственниками помещений.

Все более распространенной становится практика расчета арендных платежей в виде процента с оборота с минимальной фиксированной составляющей, при этом, как правило, предусмотрена индексация ставки на уровне 5 - 7% в год. Следует также

В результате замедления темпов прироста предложения в 2011 г. доля вакантных площадей продолжила снижаться



Источник: Knight Frank Research, 2012

отметить более ответственный подход к юридической стороне вопроса со стороны торговых операторов. Они внимательно изучают правоустанавливающие документы на земельные участки и другую разрешительную документацию, в договоры

аренды включают пункты, защищающие их интересы (например, оговаривают минимальный уровень вакантных площадей в ТЦ на момент открытия) и предусматривающие возможность выхода из проекта.

Ставки аренды в торговых центрах Москвы, 2011 г.

Тип помещения	Площадь, м²	Профиль торговли	Ставка, \$/м²/год *
Помещения якорных арендаторов	>5 000	Продуктовые гипермаркеты	100 - 250
		Магазины других профилей	150 - 300
	1 500-5 000	Продуктовые супермаркеты, магазины других профилей	250 - 400
		Продуктовые супермаркеты, магазины других профилей	300 - 600
Помещения торговой галереи	300-500	Детские товары	400 - 1 000
		Одежда, обувь (1-2 этаж ТЦ)	600 - 1 500
	100-300	Одежда, обувь (1-2 этаж ТЦ)	800 - 2 500
		50	Кожгалантерея, бижутерия, подарки, ювелирные изделия, мобильные телефоны (1-й этаж ТЦ)

* Без учета операционных расходов и НДС (18%)

Источник: Knight Frank Research, 2012

2011 ГОД РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Москва

Наиболее значимые торговые центры Москвы и ближнего Подмосковья, заявленные к вводу в 2012 г.

Название	Адрес	Общая площадь (ГБА) (тыс. м ²)	Арендопригодная площадь (GLA) (тыс. м ²)
Ривер Молл	Автозаводская ул., стр. 16-18	258	87
Гудзон	Каширское ш., д. 12	123	77
Июнь	г. Мытицы, пересечение Волковского ш. и Мира ул.	178	75
Отрада*	Пятницкое ш., вл. 2	75	55
РИО	пересечение Ленинского пр-та с Обручева ул.	76	50
Красный кит, 2 фаза	г. Мытицы, Шараповский пр-д, вл. 2	64	49
Калейдоскоп	Химкинский б-р, вл. 7-23	119**	41
ТРЦ на Шереметьевской (им. А.И. Райкина)	пересечение Суцевский Вал ул. и Шереметьевской ул.	75	35
Fashion House	Ленинградское ш., пос. Черная грязь	39	29
Vnukovo Outlet Village	Киевское ш., 8 км.	47	26
Парус	Новокуркинское ш., д. 1	35,5	26
Outlet Village Белая Дача	г. Котельники, Яничкин пр-д, д. 5	38	25
Галерея «Москва»	Охотный ряд ул., вл. 2	27	22

* Общая и арендопригодная площади торгового парка «Отрада» указана без учета первой фазы проекта

** Указана общая площадь МФК «Калейдоскоп» с учетом офисной составляющей

Источник: Knight Frank Research, 2012

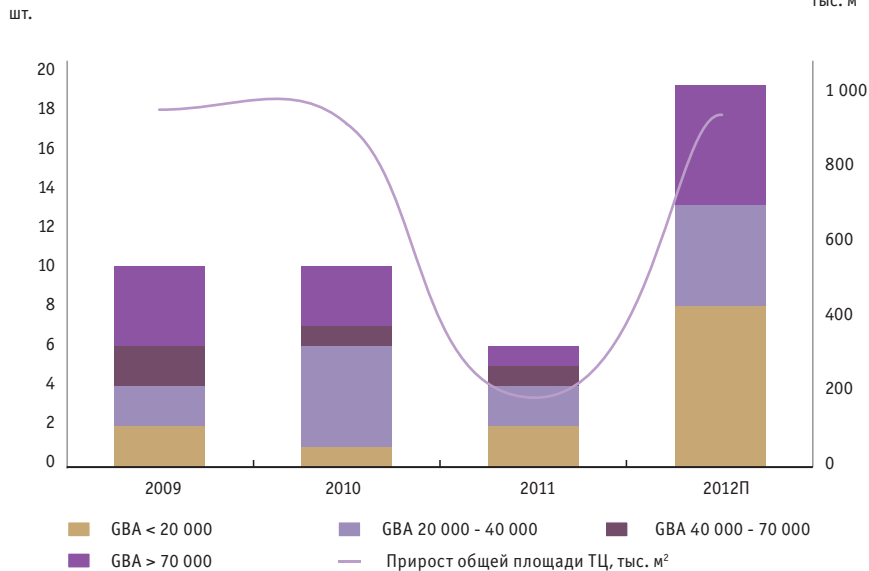
Прогноз

На 2012 г. анонсировано завершение строительства 17 торговых центров на территории Москвы. В случае выполнения заявленных планов, прирост торговых площадей может вплотную приблизиться к показателю 2010 г. и втрое превзойти результат 2011 г., составив около 960 тыс. м² (GLA – 440 тыс. м²). В частности, на ближайший год заявлено открытие самого большого торгового центра в пределах ТТК – «Ривер Молл». Кроме того, в 2012 г. ожидается ввод в эксплуатацию ряда крупных объектов в ближнем Подмосковье, в том числе, ранее не представленного на российском рынке формата аутлет-центров¹:

- Fashion House компании Fashion House Development,
- Outlet Village Белая дача – совместный проект компаний Hines и ОАО «Белая Дача»,
- Vnukovo Outlet Village, реализуемый ОАО «Диона».

Осуществление подобных проектов в России может быть успешным при соблюдении ряда условий. Со стороны собственника помещений

В 2012 году не будет введено ни одного торгового объекта среднего формата



Источник: Knight Frank Research, 2012

¹ В международном понимании аутлет – это торговый центр, специализирующийся на продаже одежды брендов со значительными скидками.



требуется создание грамотной концепции, привлечение качественного пула арендаторов, обеспечение низкого уровня арендных ставок и транспортной доступности. Арендаторы, в свою очередь, должны обеспечить низкий уровень стоимости товаров при сохранении широкого ассортимента и качественного обслуживания посетителей.

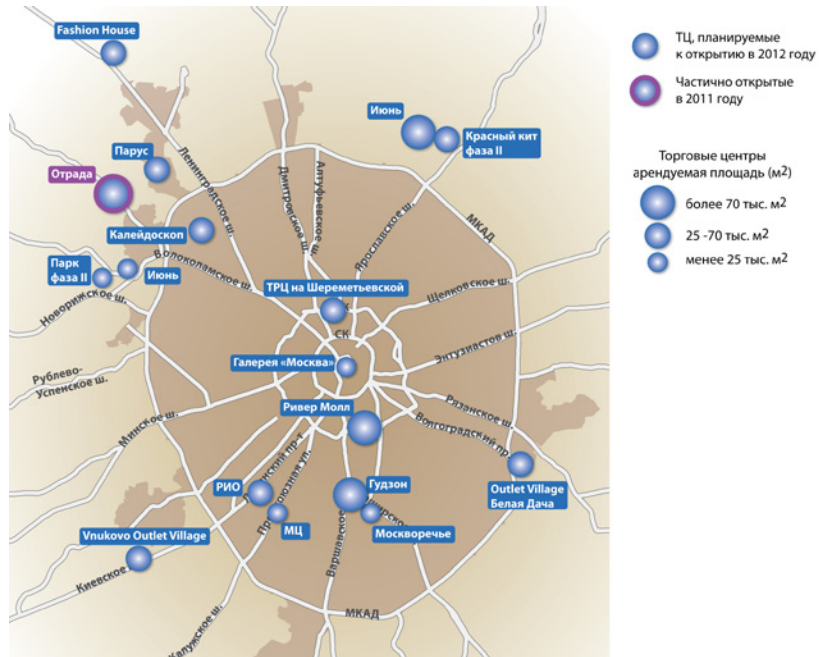
В связи с возросшей конкуренцией мы прогнозируем качественный рост девелопмента торговых объектов Подмоскovie и регионов. Кроме того, в качестве актуального тренда ближайших лет мы видим частичный или полный редевелопмент неуспешных и устаревших торговых центров, который станет жизненно важным вопросом в борьбе за арендаторов и покупателей. К примеру, в 2012 г. планируется завершить редевелопмент ТЦ «Веймарт» (Brand City) и обновление ТРЦ «Мега Теплый стан».

В новом году продолжится децентрализация рынка, которая будет сопровождаться изменением форматов торговых центров. В ближайшем будущем новые предложения будут преимущественно формировать небольшие торговые центры (до 40 тыс. м² GVA), расположенные в зонах плотной жилой застройки, в первую очередь, ориентированные на жителей близлежащих районов. Объекты суперрегионального формата будут возводиться в основном в рамках комплексного освоения территорий (например, проект реконструкции ВВЦ).

Рынок торгово-розничных помещений (street retail)

Расширение предложения формата street retail в Москве происходит крайне медленно, в основном за счет выхода на рынок торговых помещений в составе многофункциональных комплексов (МФК). Также в 2011 г. наблюдался прирост магазинов площадью 60 - 80 м², что связано с увеличением количества квартир, переведенных в нежилой

Крупнейшие торговые объекты, запланированные к открытию в Москве и ближайшем Подмоскovie в 2012 г.



Источник: Knight Frank Research, 2012

фонд и используемых в качестве торговых помещений. На протяжении прошлого года наблюдалось увеличение спроса на площади формата street retail. В первую очередь, это было обусловлено высоким уровнем активности международных и федеральных торговых операторов. Дополнительным стимулом стал наметившийся дефицит площадей в торговых центрах. Наиболее активную экспансию в сегменте продолжали проводить операторы общественного питания и продуктовые магазины. Например, на Новом Арбате открылся первый в России ресторан Wendy's. Кроме того в 2011 г. были открыты флагманские магазины Lancel (на Большой

Дмитровке улице), Miu-Miu, Jimmy Choo и Joseph (все три в Столешниковом переулке), Tom Ford и Lanvin (в Третьяковском проезде). Ограниченное предложение и растущий спрос на площади формата street retail обусловили снижение доли вакантных помещений в центральных и магистральных торговых коридорах Москвы. На конец 2011 г. средний по рынку показатель находился в диапазоне 2 - 10%. При этом наиболее интересные помещения, как и в наиболее успешных торговых центрах, имеют «лист ожидания» из потенциальных арендаторов. Ставки аренды в среднем по рынку выросли на 3 - 5% (в отдельных

Средний диапазон ставок аренды в основных торговых коридорах Москвы 2011 г.	
Расположение	Ставка \$/м ² /год
Наиболее дорогие торговые улицы внутри Садового кольца (Столешников пер., Тверская ул., Петровка ул., Камергерский пер.)	2 500 - 7 000
Остальные улицы внутри Садового кольца (Кузнецкий мост ул., Пятницкая ул., Арбат ул., Б. Якиманка ул. и т.д.)	1 500 - 3 000
Садовое кольцо	1 200 - 3 000
Основные транспортные магистрали (Ленинградский пр-т, Ленинский пр-т, Комсомольский пр-т, Кутузовский пр-т)	800 - 2 500
Спальные районы	500 - 1 500

Источник: Knight Frank Research, 2012



ОБЗОР

Европа

Австрия
Бельгия
Великобритания
Германия
Ирландия
Испания
Италия
Монако
Нидерланды
Польша
Португалия
Россия
Румыния
Украина
Франция
Чешская республика
Швейцария

Африка

Ботсвана
Замбия
Зимбабве
Кения
Малави
Нигерия
Танзания
Уганда
Южная Африка

Ближний Восток

Бахрейн
ОАЭ

Азия и Тихоокеанский регион

Австралия
Вьетнам
Индия
Индонезия
Камбоджа
Китай
Малайзия
Новая Зеландия
Сингапур
Тайланд
Южная Корея

Америка и Канада

Бермудские острова
Канада
Карибские острова
США



Офисная недвижимость

Станислав Тихонов
Партнер
stas.tikhonov@ru.knightfrank.com



Складская недвижимость, регионы

Вячеслав Холопов
Директор, Россия и СНГ
viacheslav.kholopov@ru.knightfrank.com



Торговая недвижимость

Сергей Гипш
Директор, Партнер
sergey.gipsh@ru.knightfrank.com



Элитная жилая недвижимость

Елена Юргенева
Директор, Россия и СНГ
elena.yurgeneva@ru.knightfrank.com



Профессиональные услуги по консалтингу и управлению недвижимостью

Константин Романов
Партнер
konstantin.romanov@ru.knightfrank.com



Инвестиции и продажи

Евгений Семенов
Директор, Партнер
evgeniy.semyonov@ru.knightfrank.com



Оценка недвижимости

Ольга Кочетова
Директор, Россия и СНГ
olga.kochetova@ru.knightfrank.com



Маркетинг, PR и исследования рынка, HR

Мария Котова
Партнер, Исполнительный директор
maria.kotova@ru.knightfrank.com



Санкт-Петербург

Николай Пашков
Генеральный директор
nikolai.pashkov@ru.knightfrank.com



Киев

Ярослава Чапко
Директор департамента профессиональных услуг и инвестиций
yaroslava.chapko@ua.knightfrank.com

Основанная в Лондоне более века назад, компания Knight Frank является признанным лидером на международном рынке недвижимости. Вместе со своим стратегическим партнером, компанией Newmark Knight Frank, располагает сетью из более чем 243 офисов в 43 странах мира и насчитывает 7067 специалистов.

Вот уже 116 лет Knight Frank остается символом профессионализма для десятков тысяч клиентов во всем мире. За 16 лет работы в России Knight Frank стала одной из ведущих компаний на рынках офисной, складской, торговой и жилой недвижимости. Только в России нашими услугами воспользовались более 500 крупных российских и международных компаний.

Этот и другие обзоры Knight Frank размещены на сайте www.knightfrank.ru

© Knight Frank 2012

МОСКВА

119021,
ул. Тимура Фрунзе, д. 11,
Телефон: +7 (495) 981 0000
Факс: +7 (495) 981 0011

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

191025,
ул. Маяковского, д. 3Б
Телефон: +7 (812) 363 2222
Факс: +7 (812) 363 2223

КИЕВ

04071,
ул. Хорива, д. 39-41, офис 80
Телефон: +380 (44) 545 6122
Факс: +380 (44) 545 6122

Этот отчет является публикацией обобщенного характера. Материал подготовлен с применением высоких профессиональных стандартов, однако информация, аналитика и прогнозы, приведенные в данном отчете, не являются основанием для привлечения к юридической ответственности компании Knight Frank в отношении убытков третьих лиц вследствие использования результатов отчета.

Публикация данных из отчета, целиком или частично, возможна только с упоминанием Knight Frank как источника данных.