



## СДЕЛКА В РЫНКЕ

Компания Михаила Горяинова продала «Киевской площади» Центральный рынок, который был одним из ее ключевых активов. В итоге «Киевская площадь», владеющая «Садоводом», Велозаводским рынком, «Фудсити» и инвестировавшая в «Депю», еще больше усилила свои позиции в сегменте. Эксперты называют сделку знаковой, прогнозируя продолжение консолидации рынков и гастропространств в одних руках и констатируя, что с «гастроэнтузиазмом» в Москве, похоже, покончено навсегда.

**По** оценкам **МИХАИЛА ПЕТРОВА, генерального директора Smart Estate Moscow**, сумма сделки могла составить около 1,5 млрд руб., исходя из уровня cash flow проекта и местоположения. Впрочем, по его словам, «Киевская площадь» является «весьма могущественной организацией рынка», и условия для нее

могли быть очень привлекательными. «В случае продолжения данной экспансии и возможной продажи в будущем Усачевского и/или Москворецкого рынков «Киевской Площади», компания станет своего рода монополистом в сегменте фуд-холлов и гастропространств Москвы, – размышляет **ИРИНА ЧЕРНАВИНА, директор по брокериджу и консалтингу Lynks Property**

**Management.** – Такая тенденция характеризуется скорее негативным эффектом для данного сегмента: имея в собственности и управлении крупный портфель объектов одного профиля, компания стремится к систематизации всех процессов и к ведению разных проектов одной командой, что может привести к стандартизации – концепций, условий входа в проекты, усло-

Hot topic



концепций. Исправить ситуацию могло бы привлечение новых арендаторов-гастроэнтузиастов, которые еще не представлены на рынке, но готовы воплощать уникальные идеи. Однако большинство московских фуд-холлов имеют достаточно высокий входной барьер: ремонт от 3 до 5 млн руб. (в зависимости от площади), арендная ставка – в среднем на уровне 500 000 руб./мес., необходимость дожидаться «своей очереди» на вход в проект. Все эти факторы делают крайне затруднительным открытие новых концепций гастроэнтузиастами, указывает Ирина Чернавина. «Центральный рынок был, пожалуй, одним из последних объектов, приглашающих новых игроков ввиду лояльных ставок и тяги к открытию нового, необычного, – соглашается Михаил Петров. – Все развитие будет направлено на коммерческую концепцию проекта: повышение ставок аренды и приглашение сильных игроков из «Депо». Мы говорим уже о сетевых компаниях, а не гастроэнтузиастах: на этом с гастроэнтузиазмом мы, я думаю, закончили».

### СТАРЫЕ, ПРОГРЕССИВНЫЕ

Смена владельца, возможно, вызовет изменения в рядах арендаторов, коммерческие условия которых могут не устроить нового собственника, поддерживает **ИРИНА КОЗИНА, заместитель руководителя направления торговых помещений Knight Frank.** «Мы видим, что компания наращивает силы в достаточно специализированной области гастрономических проектов, – резюмирует эксперт. – Учитывая результаты открытия другого проекта – фуд-молла «Депо», ожидается обновление Центрального рынка как в сфере представленных кухонных кон-



Анна  
Данченко

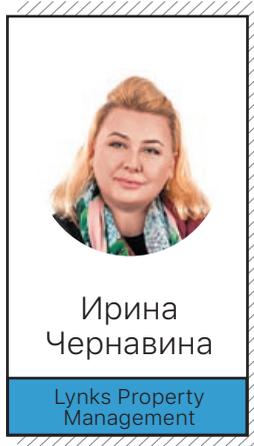
–  
руководитель практики  
стратегического  
консультирования  
в секторе недвижимости,  
PwC в России

– С приобретением Центрального рынка сегмент фуд-холлов станет еще более концентрированным. Рынок на Рождественском бульваре – один из немногих многоуровневых фуд-холлов в городе с разграничением зон на непосредственно рынок, маркет и полноценную ресторанный концепцию. У нового собственника есть опыт и возможности для вывода проекта на новый уровень: здесь напрашиваются ротация некоторых арендаторов и увеличение количества посадочных мест. Вполне возможно, новый собственник захочет масштабировать успешный опыт «Депо» и создать сетевой проект с объектами по всей Москве. Для дальнейшей экспансии же могут подойти знаковые объекты в ЦАО и близ станций метро, например, на месте устаревших объектов торгового профиля (такого, как универмаг «Московский» или Тишинский рынок) или на базе еще не охваченных креативных зон (а-ля «Красный Октябрь»).

вий ведения коммерческой деятельности, маркетинга. Проекты все больше будут повторять себя, теряя эксклюзивность и индивидуальность, превращаясь в сетевой проект».

Все это, по словам г-жи Чернавиной, может привести в итоге к перенасыщению покупателей и уменьшению интереса к формату, что, в свою очередь, закончится уменьшением ТО арендаторов и арендной ставки у собственника. Кроме того, в отличие от зарубежных аналогов, московские фуд-холлы пока в основном представлены в более скромном формате, что ограничивает количество





цептов, так и “нематериально-го” наполнения – мероприятий и событийного маркетинга».

**АНАСТАСИЯ ЕГОРОВА, руководитель по брокериджу департамента управления недвижимостью Colliers International,** также не исключает некий upgrade внутреннего пространства и изменений посадочной зоны. Как показала практика, московская аудитория лояльно относится к изменениям в популярных

местах, если таковые делают профессионалы рынка, делится г-жа Егорова. Однако глобально изменить периметр здания Центрального рынка или достроить его будет сложно, уточняет Михаил Петров.

В свою очередь, **в пресс-службе Группы компаний «Киевская площадь»** назвали сделку органичным вхождением в структуру активов, сообщив, что главным направлением изменений на Центральном рынке

станет совершенствование сервиса, развлекательной программы и технического оснащения. Планируется замена звукового и осветительного оборудования, лифтов и вентиляционной системы, а также развитие сервиса и улучшение качества предоставления услуг. «Несмотря на растущее количество гастропроектов в Москве, у сегмента торговой недвижимости в сфере гастрономического ретейла остаются значительные ресурсы для роста и развития, – убеждены в компании. – Как показывает опыт зарубежных фуд-маркетов и фуд-холлов, этот сегмент двигают гастроэнтузиасты. Можно утверждать, что рынок ожидает развитие как в плане потребительского опыта, так и в плане территориального расширения на глобальном уровне».

По прогнозам Михаила Петрова, консолидация гастроактивов в руках «Киевской площади» продолжится. «У структуры уже существует проект, чьи размеры сильно превышают даже “Депо”, – фуд-холл на площади трех вокзалов, – поясняет эксперт. – Я думаю, что фуд-холлы и фуд-корты новой волны будут более профессиональными, будут открываться в местах с более



Виталий  
Можаровский

– старший партнер  
Bryan Cave Leighton Paisner (Russia)  
LLP, руководитель практики  
недвижимости и строительства

– В общем, очень логичная сделка – «Киевская Площадь» продолжает пополнять свою коллекцию относительно некрупных, но качественных и перспектив-

ных активов в модном сейчас сегменте гастропространств, которые гармонично выполняют роль дополнительного канала поставок из «Фудсити». Я не удивлюсь, если г-ну Горяинову и «Киевской площади» удастся перенести оказавшуюся удачной бизнес-модель на объекты, например, ADG Group, которые тоже очень удачно расположены внутри сформированных жилых зон. Остается только молиться, чтобы власти, известные своим традиционным поведением слона в посудной лавке, не задушили эти эмоционально окрашенные и очень интересные проекты своими контрольно-регуляторными инициативами.



однозначной перспективой с традиционно большим скоплением народа (вокзалы, аэропорты и т.д.), где торговля до сих пор совершенно неадекватна. Это – наиболее перспективные участки для развития общепита в целом и в том числе для фуд-моллов. Все эти проекты наверняка перестанут развиваться в спальных районах: на сегодня практика уже показала, что в такого рода проектах заинтересованы в первую очередь люди в центре Москвы, поэтому развиваться они могут либо в локациях больших офисных кластеров, где есть постоянный поток работников в поисках бизнес-ланча, либо в центре, где публика хотела бы разнообразно и экзотично питаться, получая гастрономический опыт. Таким образом, формат будет обретать либо более унифицированную форму для дневных посетителей по будням, либо ориентироваться на гастрономические впечатления постоянных посетителей и жителей ЦАО».

В свою очередь, экс-владелец Центрального рынка, компания Михаила Горяинова, на счету которого – уже несколько проектов реконцепции рынков, сообщил, что продолжит инвестировать в схожие проек-

## Александр Морозов

–  
генеральный директор  
S.A. Ricci

– Сумма сделки может составлять около 1,5 млрд руб. Но, несмотря на значительную сумму в рублевом эквиваленте, объект относительно небольшой, и знаковой сделку назвать трудно. Однако дан сигнал, что подобные фуд-концепции, исполненные качественно, могут быть интересны профессиональным игрокам рынка. Полагаю, в целом это

укрепит тенденцию на развитие подобных объектов. Что касается Gremm Group Михаила Горяинова, то она прошла путь от идеи до создания и продажи рынка с фуд-маркетом – очевидно, что для них это история прошлого. Ждем новых идей и концепций, которые пополнят этот активно развивающийся сегмент. Подобных концепций будет появляться больше, а также будет происходить их диверсификация. Во-первых, это сегментация по ценовому фактору. Во-вторых, будут возникать специфические и тематические концепции.

ты. «Полученные инвестиции Г-н Горяинов сможет направить в новые проекты, в которых видит хороший потенциал для развития, – соглашается Анастасия Егорова. – И, возможно, в ближайшем будущем мы увидим очередной проект, который после приобретения Gremm Group порадует нас современным форматом с качественным фуд-холлом». **R**



Дмитрий Некрестьянов

–  
партнер, руководитель практики по недвижимости и инвестициям «Качкин и Партнеры»

– В открытом доступе отсутствует информация о деталях сделки, но это может быть как покупка компании с активом, так и приобретение прав на объект недвижимости – это не имеет какого-либо существенного значения для реализации проекта. В настоящее время реконцепция рынков и создание фуд-маркетов являются очевидным трендом, который уже распространился и за пределы Москвы. Такие проекты объявляются достаточно регулярно, и пока не наблюдается насыщения рынка таким форматом.

