



Презентация КОМПАНИИ





Компания основана в 2005 году

КТО МЫ?

Ключевые компетенции:

- Комплексный подход к развитию проектов и территорий
- Знание конъюнктуры рынка недвижимости и ритейла, понимание и формирование трендов
- Клиентский подход команды (гибкость в договоре, готовность «слышать» клиента и отвечать на новые запросы).
- Команда: опыт ключевых руководителей от 12 до 25 лет (в управляющих, девелоперских, консалтинговых компаниях)

RRG Lab (R&D)

Авторские инновационные технологии (ГИС)

- Прогноз товарооборота ТЦ и гипермаркетов с погрешностью 10%
- «Белые пятна» для девелопмента
- Геоданные более 1 600 городов

● Руководство компании



Денис Колокольников,
основатель и управляющий партнер инновационной консалтинговой компании RRG

«Персона года» по версии CRE Federal Awards 2023



Признанный эксперт в сфере «РЕ», консалтинга, геомаркетинга, разработки концепций, брокериджа, а также управления и эксплуатации.

В 2018 году Денис Колокольников, стал основным акционером и управляющим партнером компании RRG.

Г-н Колокольников специализируется на исследованиях и разработках для проектов КОТ, торгово-развлекательной, жилой, гостиничной, многофункциональной и инфраструктурной недвижимости, проектах для розничного ритейла.

Под руководством Дениса созданы уникальные для рынка продукты прогнозирования будущего товарооборота на основании гравитационной модели для торговых центров, инновационный продукт «белые пятна», кластерный анализ и т.д. Такой подход позволяет находить наиболее эффективные и обоснованные решения для участников рынка. Ключевые клиенты: Starbucks, ЛСР, Донстрой, Norus, Базел, Сколково, Globus, OBI и др.

Денис Колокольников – один из организаторов и идейных вдохновителей Экспертного Совета по редевелопменту РГУД, в котором занимает позицию Председателя. Кроме того, при участии Дениса, в ежегодной профессиональной Премии на рынке коммерческой недвижимости CRE Awards появилась новая номинация «Проекты РЕ».

Постоянный член жюри престижных премий на рынке недвижимости: CRE Awards Moscow, Saint-Petersburg, Federal, FIABCI Prix d'Excellence, Urban Awards. Многократный номинант CRE Moscow Awards в номинации «персона года». Множество проектов, реализованные при участии Дениса получили высокую награду CRE Awards «золотые кирпичи».



**RRG – инициатор создания и партнер номинаций по
коммерческой инфраструктуре
в ЖК престижных федеральных премий**

RRG – амбассадор коммерческой инфраструктуры ЖК



**CRE
AWARDS**

**URBAN
AWARDS
2022**

На какие вопросы отвечает компания RRG

КОТ/ИНФРАСТРУКТУРА ЖИЛЬЯ



- Геомаркетинговые исследования
- Анализ рынка
- Прогноз оборота / дохода / посещаемости
- Инвест консалтинг
- Управление недвижимостью

ТЦ/МФК/ТПУ



- Что строить?
- Какой будет доход?
- Где открывать магазин?
- Придумать креативное/ликвидное
- Поиск инвестиционных идей

ЗЕМЕЛЬНЫЕ УЧАСТКИ / СТРОИТЕЛЬСТВО



- Best use
- Разработка концепций
- Финансовый анализ
- Сопровождение проекта
- Сдача в аренду / продажа
- Развитие ритейлеров



РИТЕЙЛЕРЫ: СТРАТ/ РАЗВИТИЕ/ОБОРОТ



РЕДЕВЕЛОПМЕНТ / РЕ



НЕСТАНДАРТНЫЕ ПРОЕКТЫ (КУРОРТ, ЭКО)

● Чем мы можем быть полезны



Маркетинговый анализ и технический аудит

Мы проведем анализ:

- сильных и слабых сторон Проекта
- рынка и конкурентного окружения
- потенциала рынка в сфере недвижимости
- эффективности продаж
- мирового опыта, трендов развития общества (бенчмаркинг)
- результатов предброкериджа среди потенциальных операторов

Разработка концепции проекта

Разработаем:

- идеологию и позиционирование Проекта
- основные ТЭП концепции, баланс территории, зонирование, состав и типологию продукта
- программу площадей, набор предоставляемых услуг, дополнительной инфраструктуры
- общую и арендуемую/продаваемую площадь, набор основных функциональных элементов, их площадь
- стратегию развития Проекта

Определение целевой аудитории

Что мы используем:

- ГИС методики RRG Lab
- статистические данные
- опросы
- работу «тайных клиентов»
- экспертные интервью с участниками рынка
- социокультурное программирование

Определение стратегия развития

Дадим рекомендации по:

- оптимизации планировочных решений
- благоустройству внутренней территории, зонированию
- перепрофилированию комплекса (в его части или целиком)
- стоимостным характеристикам объектов (стоимость, прогноз цен и темпов продаж, арендная политика)

Инвестиционный анализ проекта

Что делаем:

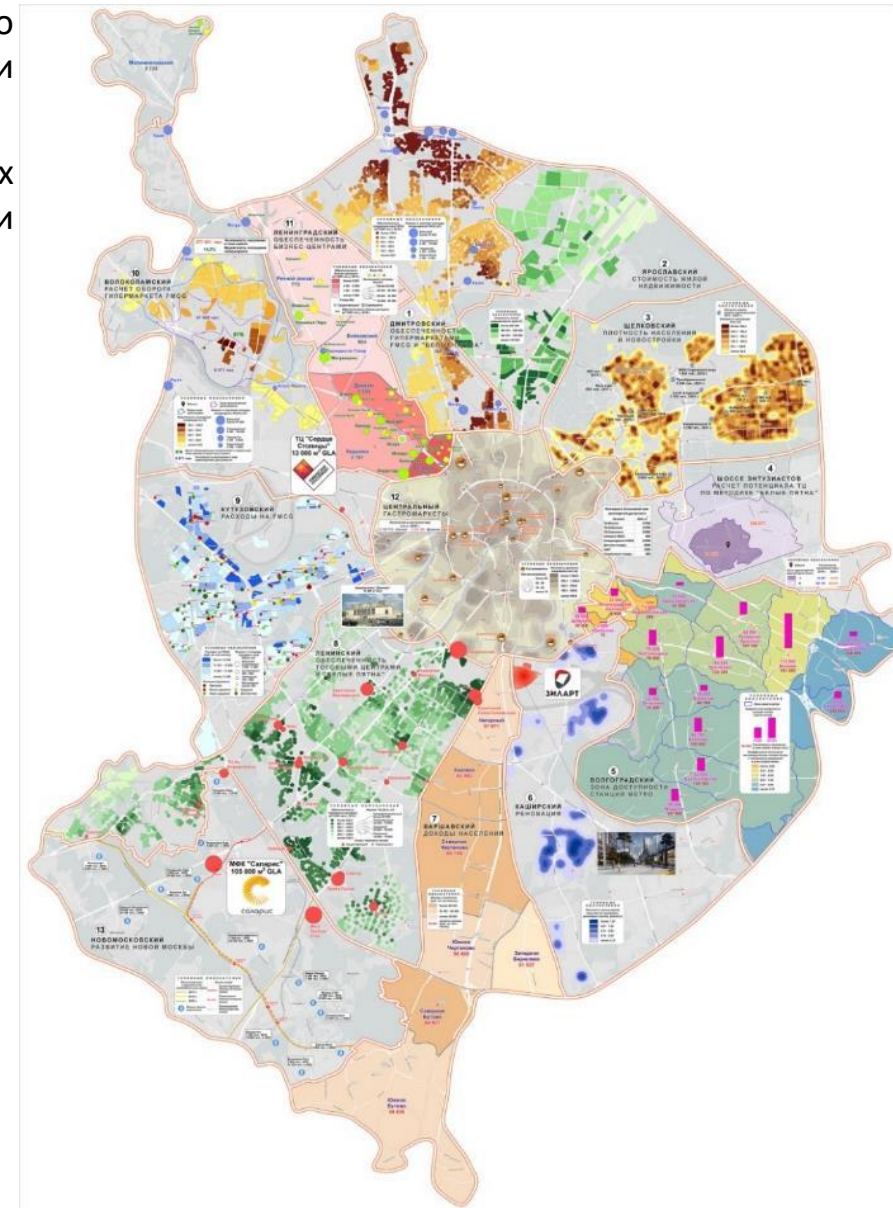
- строим финансовую модель
- рассчитываем показатели эффективности проекта (NPV, DPBP, IRR, баланс проекта)
- составляем бюджет и план-график
- сравниваем варианты

Компания RRG является пионером в области применения кластерного анализа в России и автором многих уникальных технологий в области геомаркетинга.

С 2005 года мы провели сотни исследований для российских и иностранных инвесторов, девелоперов и ритейлеров, городских администраций и крупных городских структур.

В нашем портфолио:

- Геомаркетинговый сбор и анализ информации по более чем 1600 городам;
- Разработка концепции более 250 торгово-развлекательных центров, многофункциональных комплексов, иных объектов недвижимости;
- Разработка концепции более 50 транспортно-пересадочных узлов, вокзальных комплексов в Москве, Пензе, Екатеринбурге, Мурманске и др. городах России;
- Разработка единой тарифной политики и массовой оценки объектов паркования в Москве;
- Разработка концепции строительства сети «доходных» домов в Московском регионе;
- Разработка концепций развития крупных городских территорий (бывшая территория АМО «ЗИЛ в Москве», более 300 га в Тюмени, 400 га в Московском регионе, 450 га в Туле, 125 га в Крыму и т.п.);
- Маркет-планы развития ведущих российских и зарубежных сетей;
- Брокеридж и инвестиционные сделки;
- И многое другое.



НАМ ДОВЕРЯЮТ



ЭТАЛОН

ЛСР

ПИК

ФСК

...самолет
девелопмент

Vi Holding

КОЛДИ

ДОНСТРОЙ

INGRAD

ПАРТНЕР
ХОЛДИНГ

КОРТРОС

KASKAD
FAMILY

Sk
СКОЛКОВО

Level

ЛИДЕР
ГРУПП

ГЛАВСТРОЙ

ГВСУ ЦЕНТР

styness

MR GROUP

СТРАНА
ДЕВЕЛОПМЕНТ

KR PROPERTIES

ОСТРОВА

ВЕДИС
ГРУПП

AЕОН
CORPORATION

РАЗВИТИЕ
управляющая компания

SNEGIRI

ГОСУДАРСТВЕННАЯ КОРПОРАЦИЯ «БАНК РАЗВИТИЕ И ВНЕШНЕ-
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ВНЕШЭКОНОМБАНК)»
ВЭБИНВЕСТ

ASTERUS

T. талан

НЬЮ
ТОН



mothercare



OBI



KIABI



АТАК
Супермаркет

СЕТЬ СТРОИТЕЛЬНЫХ ГИПЕРМАРКЕТОВ
K-РАУТА



X5RetailGroup



real
гипермаркет

ОЛИВ'Е
супермаркет

БКС
БРОКЕР

Morgan Stanley

Hines

CROCUS
GROUP

TP'S
НЕДВИЖИМОСТЬ

IMMOFINANZ
GROUP

АЗБУКА
ВКУСА



РЖД

СТОИМА
МЕНЕДЖМЕНТ

adg
GROUP

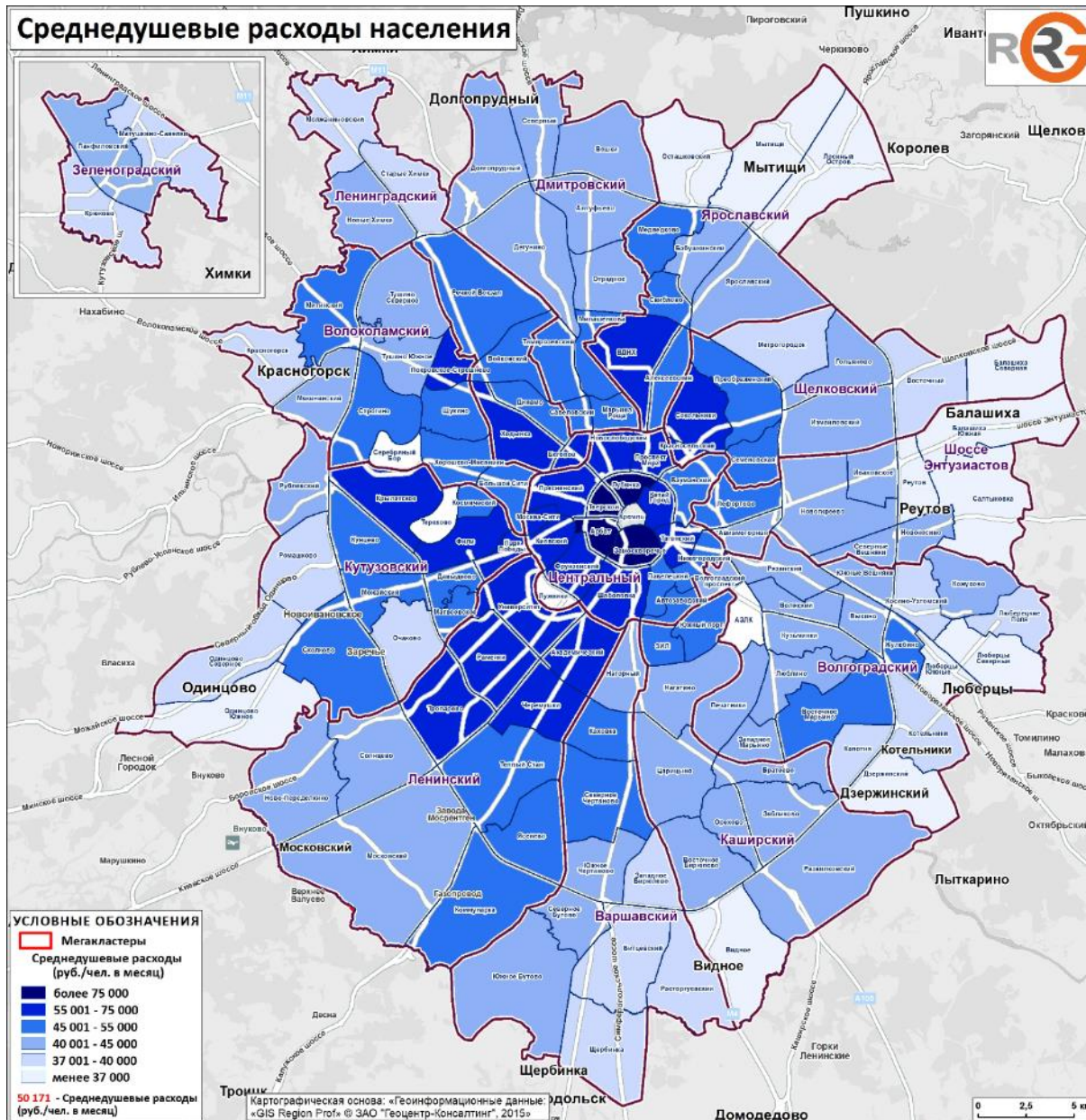


NAM
Norman Asset Management

**Кластерный анализ.
Комплексные решения для
девелоперских проектов**



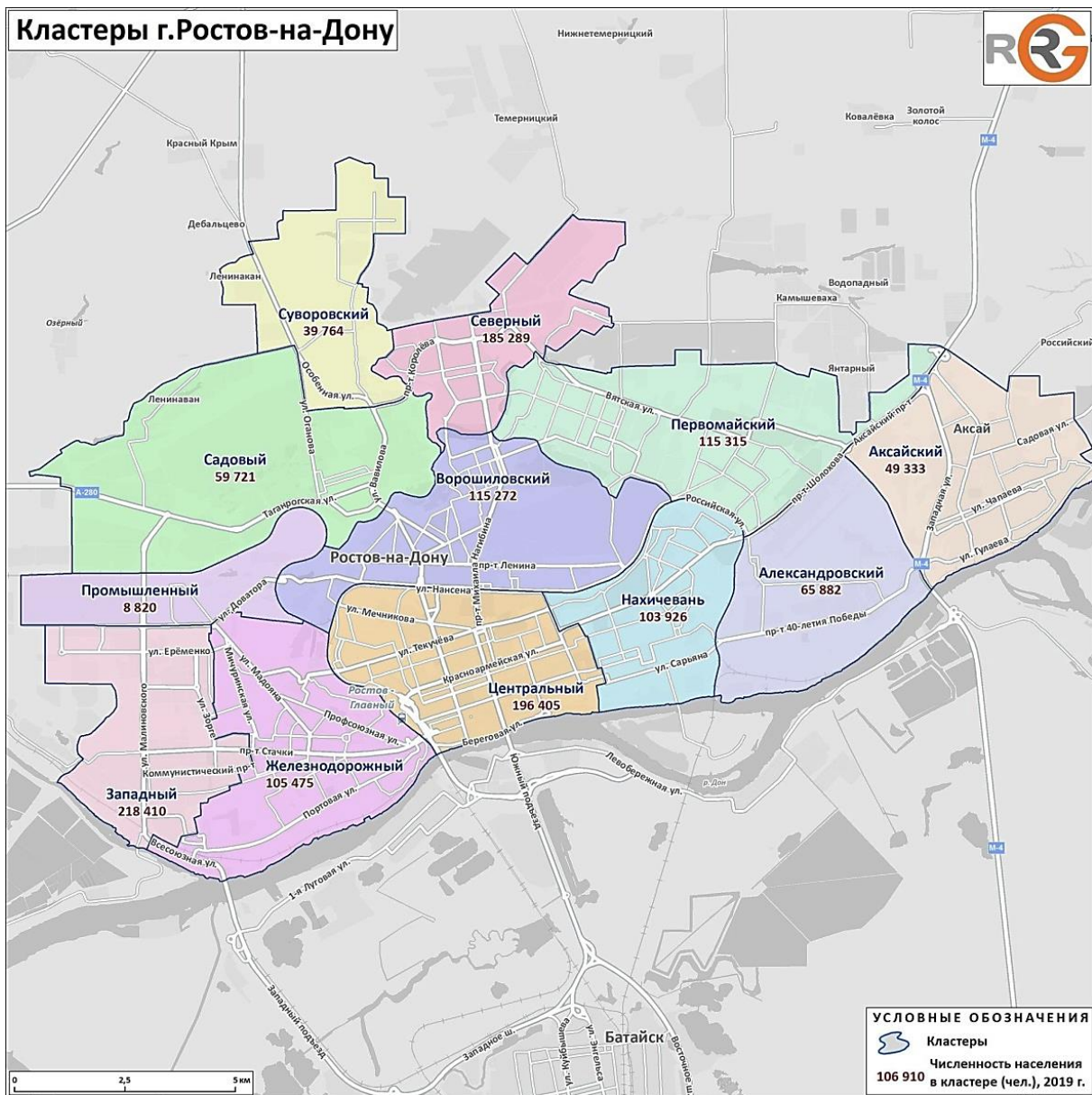
Кластерное деление города



Кластер-это территориальная единица географического районирования, ограниченная физическими, транспортными «барьерами» и учитывающая однородность ее социально-экономических и геодемографических аспектов.

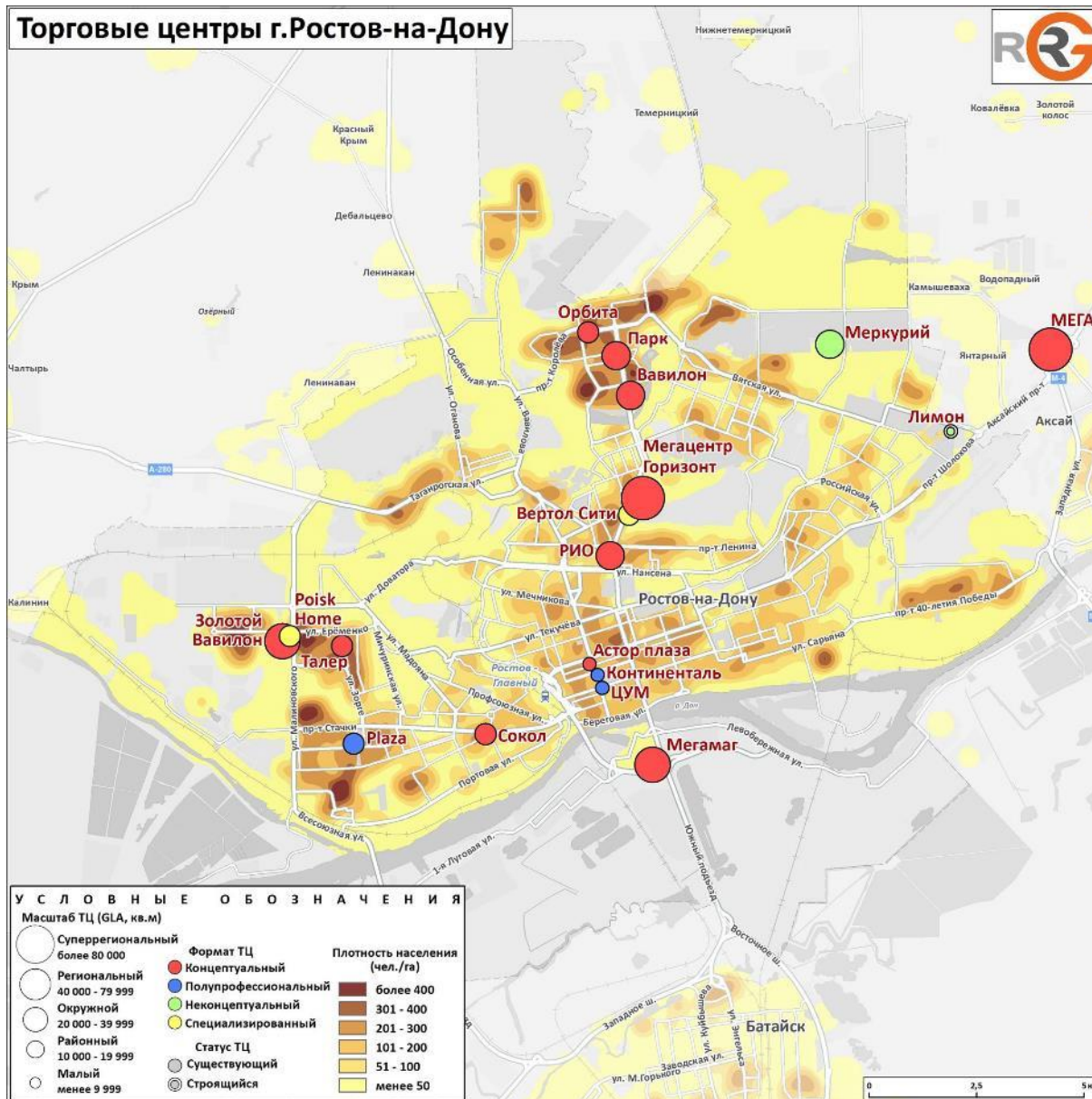
- Основной идеей является тезис: если для человека будут созданы все условия для комфортной жизни и работы в рамках определенной территориальной единицы(кластера), то он будет покидать ее минимальное количество раз.
- Аналогичный подход в идеологии градостроения применяется в направлении «Новой урбанистики» (большинство объектов должно находится в 10-минутной пешеходной доступности).

● Кластерный анализ. Пример. Ростов-на-Дону



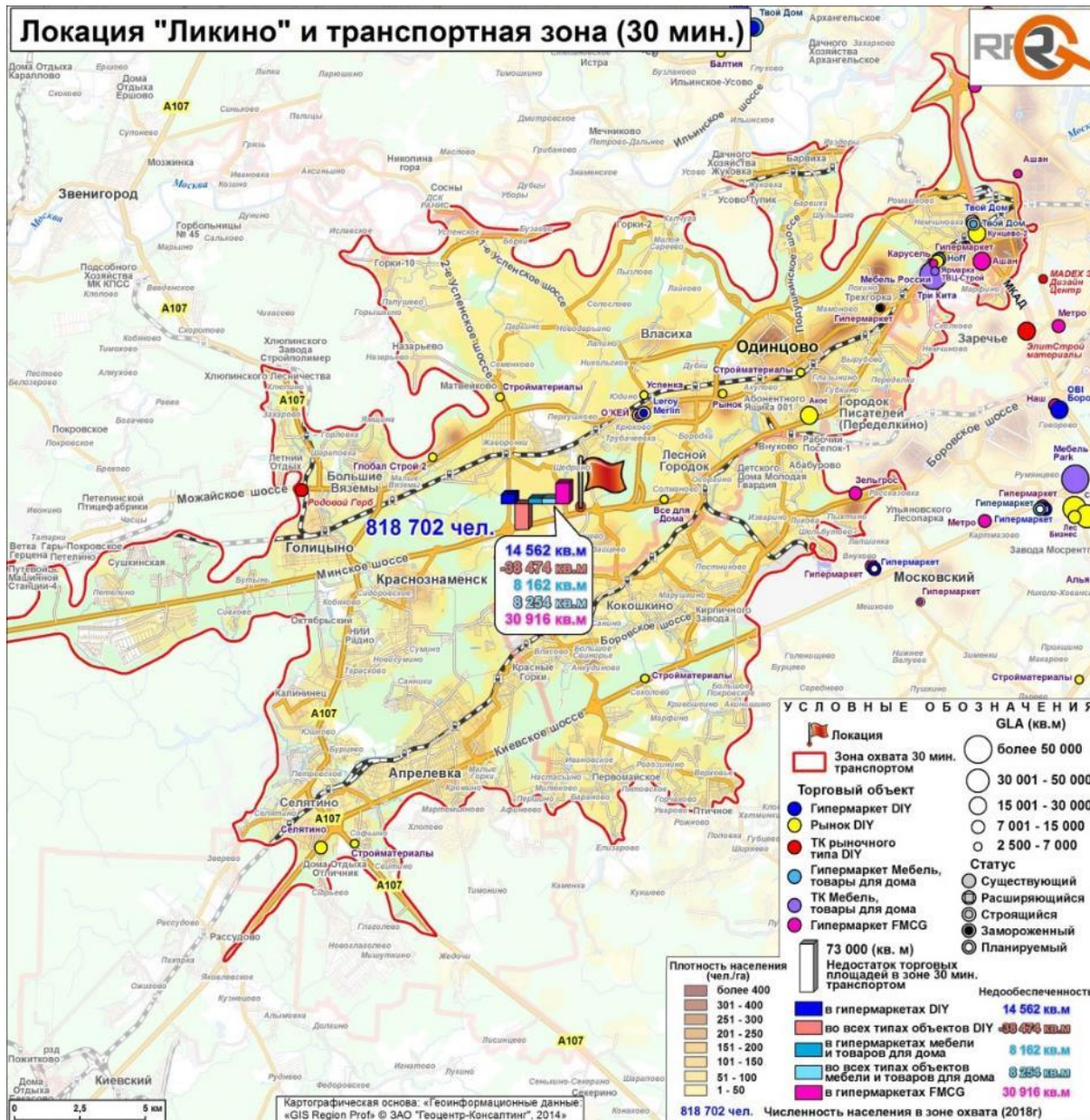
- Ростов-на-Дону (центр агломерации с численностью населения около 2,7 млн. человек) делится на 11 кластеров.
- К наиболее плотно заселенным кластерам относятся– Западный, Центральный и Северный.
- В настоящее время наиболее активно застраиваются кластеры Западный, Северный и Суворовский.
- Благодаря положительному миграционному потоку и новому жилищному строительству численность населения города к 2020 году должна достигнуть 1,280 млн. человек (+5% к н. в.).
- Интересны для перспективной жилой застройки - кластеры Ворошиловский, Александровский, Аксайский.

● Определение потенциала рынка. Пример. Ростов-на-Дону



- Обеспеченность современными торговыми центрами в городе составляет – 320 кв. м GLA на 1000 человек, что ниже рекомендуемой рыночной точки насыщения.
- Среди наиболее крупных и профессиональных торговых центров можно выделить Мегацентр Горизонт, МЕГА, Золотой Вавилон.
- Город имеет потенциал для строительства как минимум одного торгового центра окружного формата площадью 31 тыс. кв. м GLA.
- При этом новые перспективные районы застройки (например, кластер Суворовский) также должны быть обеспечены новыми микрорайонными и районными торговыми центрами.

● Потенциал кластеров и «точка насыщения»



Для каждой локации моделируется зона транспортной доступности и рассчитывается свободный потенциал

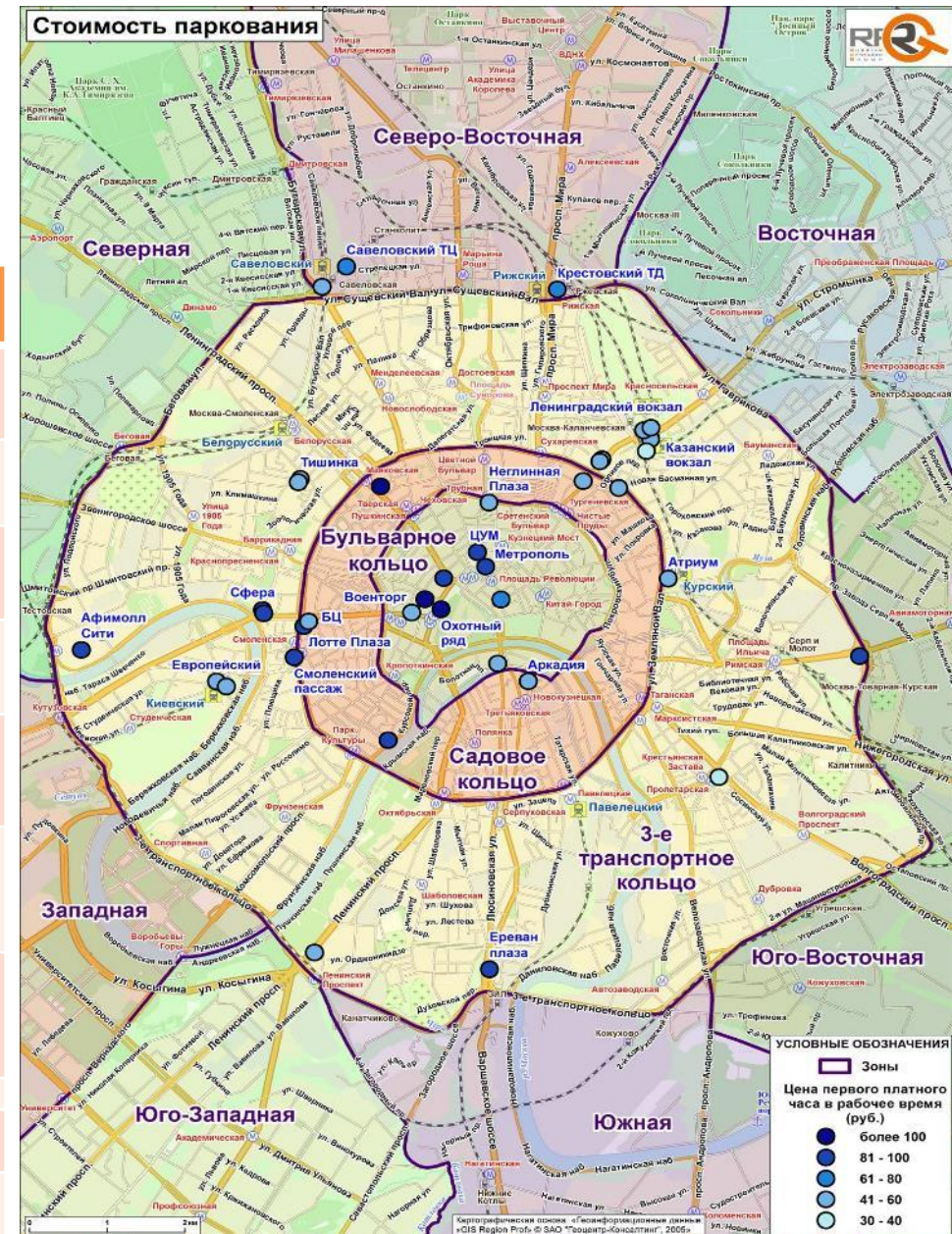
Обоснование городских программ



С помощью современных инструментов анализа:

- социально-пространственная стратификация;
- работа с big data;
- геоинформационных технологий.

Аспект	Объект изучения	Показатель	Источник информации
Имущественная стратификация	Приобретение жилья	Стоимость квартир, приобретаемых жителями района	Данные девелоперов, ЕГРП
	Приобретение автомобилей	Уровень автомобилизации	Программы развития
	Некоторые виды объектов инфр-ры	Концентрация химчисток/ателье, частных детских садов и школ	2ГИС
Стратификация по образованию	Уровень образования населения	<ul style="list-style-type: none"> • Доля имеющих ВПО • Доля имеющих ученую степень 	Перепись-2010
Этническая стратификация	Этническая структура населения	<ul style="list-style-type: none"> • Этнический состав населения • Доля отказавшихся от ответа 	Перепись-2010
Электоральные типы	Голосование на выборах	<ul style="list-style-type: none"> • Итоги голосований 2012 - 2019 гг. • Динамика голосований 1996 – 2019 гг. 	ЦИК РФ
Направления стратификации	Скорость обновления социального состава	<ul style="list-style-type: none"> • Коэффициент обновления жилого фонда • Активность вторичного рынка недвижимости 	Росреестр, БТИ
Вспомогательные показатели	Жилой фонд	Качество жилого фонда	БТИ
	Коммерциализация	Зарплатная плата «дневного населения» района	Росстат
	Стоимость недвижимости	Уровень цен по минимальным территориальным ячейкам	архив базы Realto, cian.ru

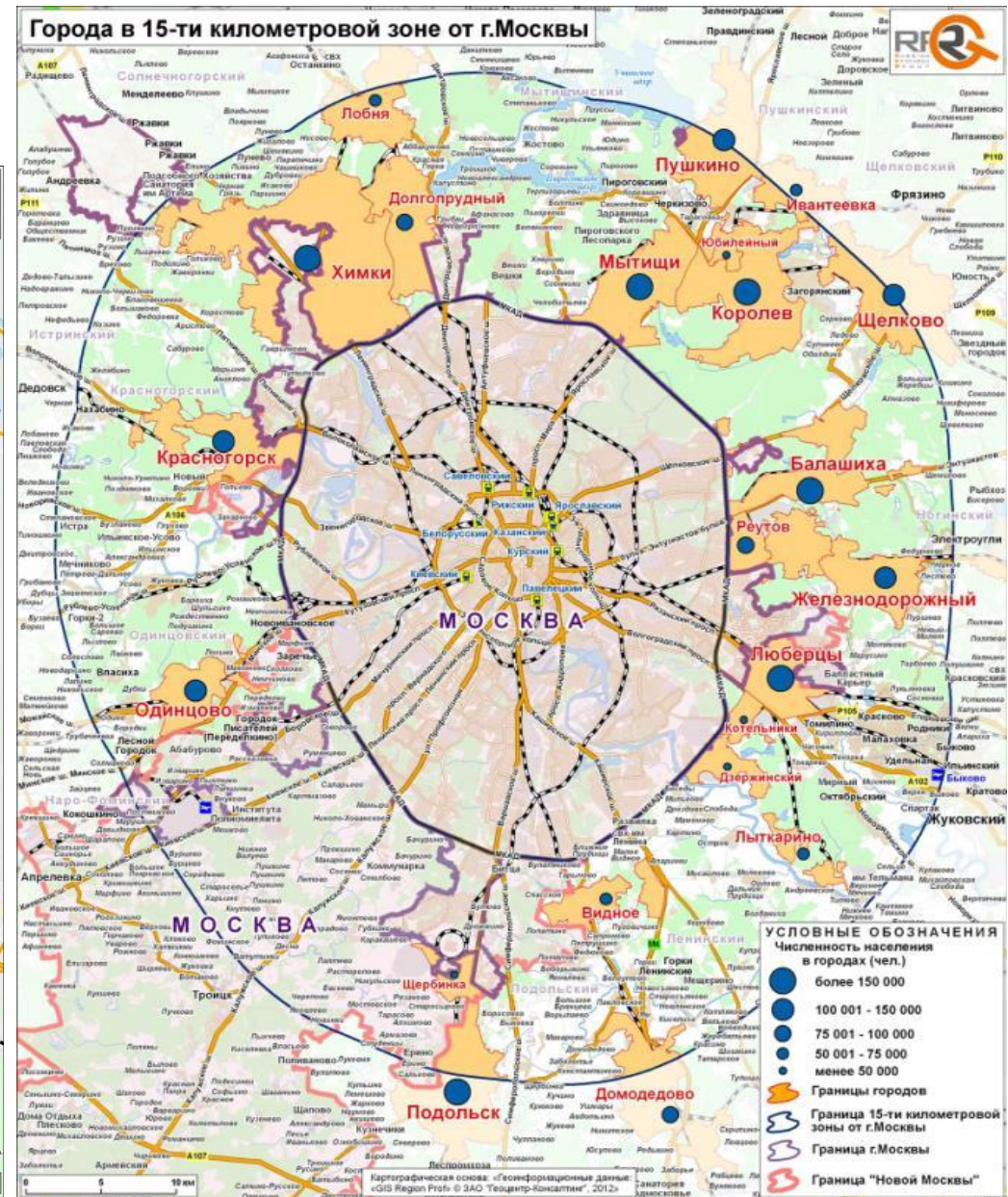
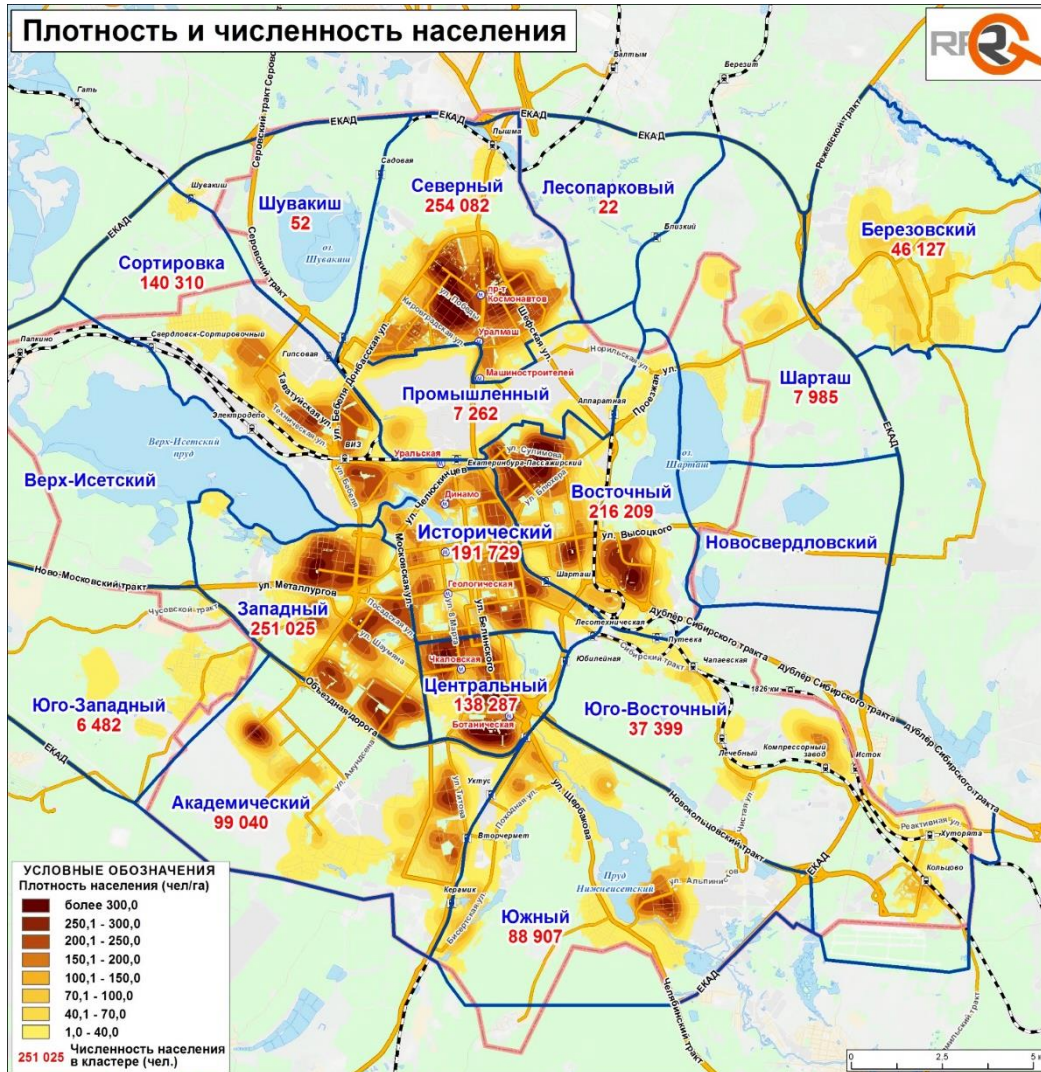


Комплексные решения

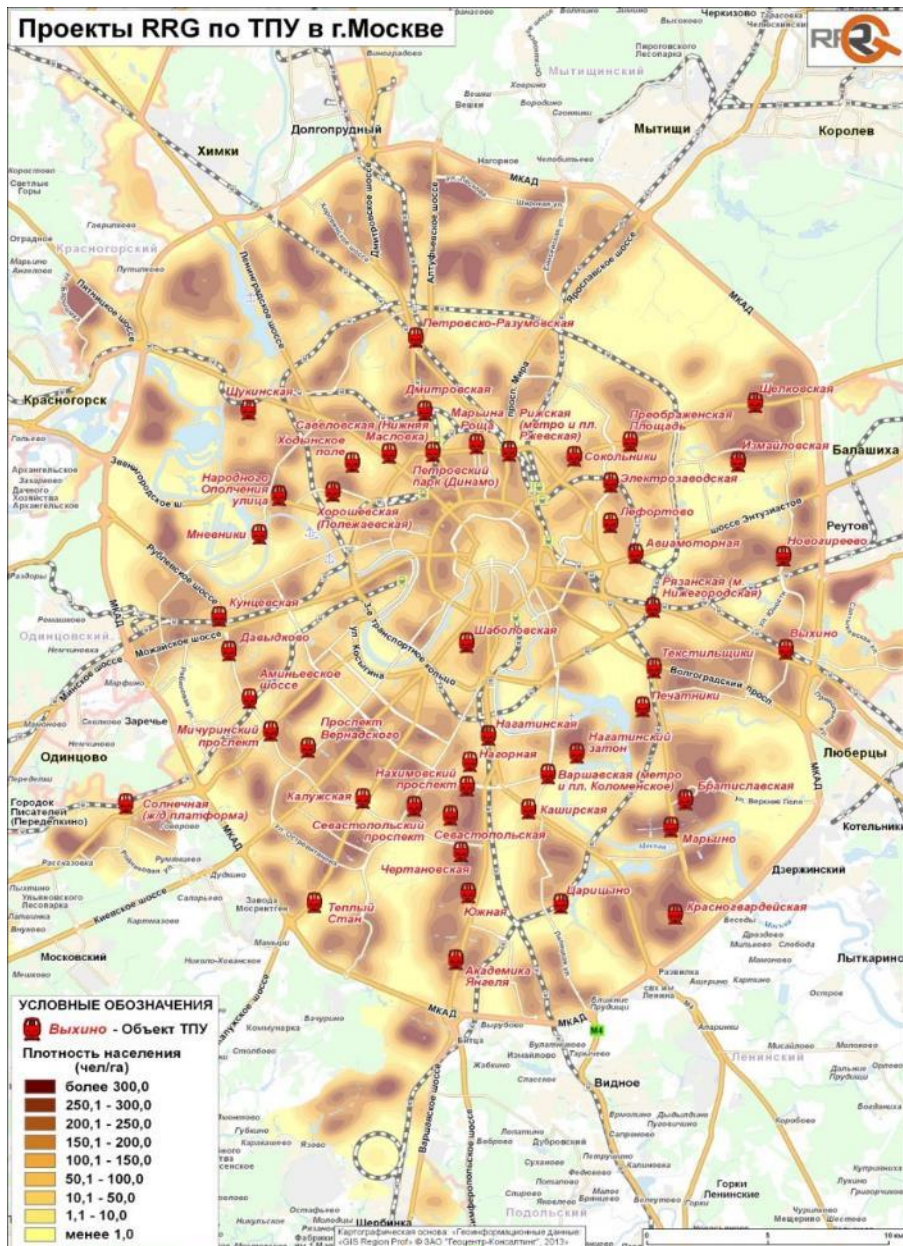


Для повышения инвестиционной привлекательности:

- Оцифровка массивов данных о городе;
- «Белые пятна» будущего девелопмента;



● Разработка концепции ТПУ, ж/д вокзалов



- Коммерческие концепции более 50 ТПУ в Москве;
- Коммерческий, правовой, градостроительный анализ 6 ТПУ в Санкт-Петербурге, разработка градостроительной и маркетинговой концепции
- Вокзалы Москвы, Екатеринбурга, Мурманска, Владимира, Пензы, Воронежа;
- Анализ спроса «дневного» и «ночного» населения;
- Методики определения веса ТПУ в конкурентной зоне;
- Методики определение коммерческого потенциала каждой станции ТПУ с учетом взаимовлияния;
- Прогнозы пассажиропотоков;
- Разработка организационно-правовой модели;
- Финансовый анализ инвестиционных проектов.



МосгортрансНИИпроект

РВ – Метро

McKinsey & Company



РЖД-Инвест

BARKLI



ГИС-решения для ритейла и девелопмента

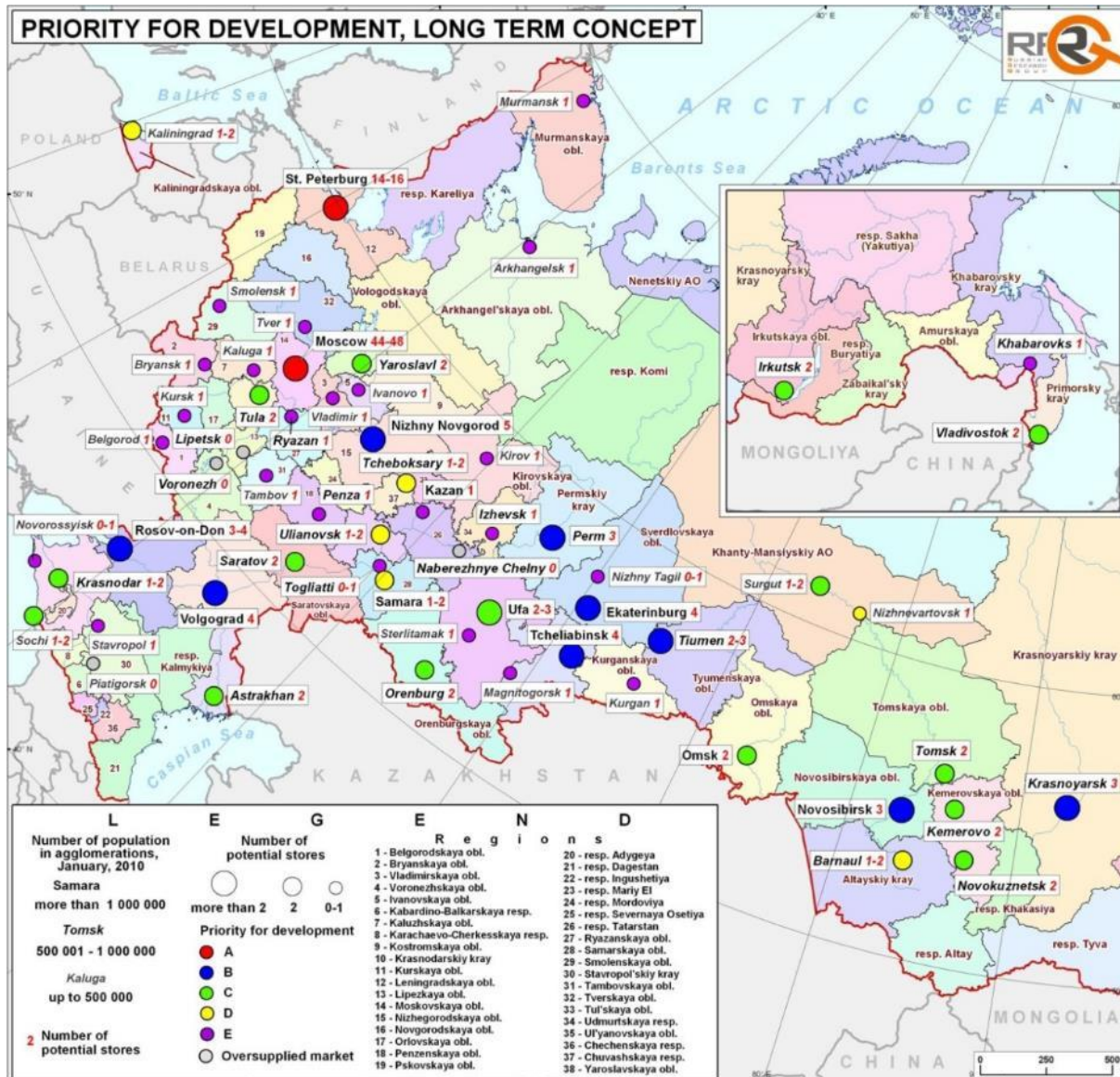


● Чем мы можем быть полезны?



- **Разработка глобального маркет-плана развития сети в стране.**
- **Разработка маркет-плана развития сети в городах и регионах с использованием технологии «Белых пятен» и кластерного анализа.**
- **Рейтинг кластеров, оценка уровня покупательской способности и доли целевой аудитории.**
- **Анализ и рекомендации по оптимизации существующей сети.**
- **Анализ зон охвата существующих объектов и рекомендации по их расширению.**
- **Моделирование потенциальной зоны охвата, оценка потенциального товарооборота и средневзвешенной арендной ставки.**
- **Анализ целевой аудитории с использованием количественных исследований и BIG Data.**
- **Детальные геоданные для аналитических систем.**

Разработка глобального плана развития сети в стране



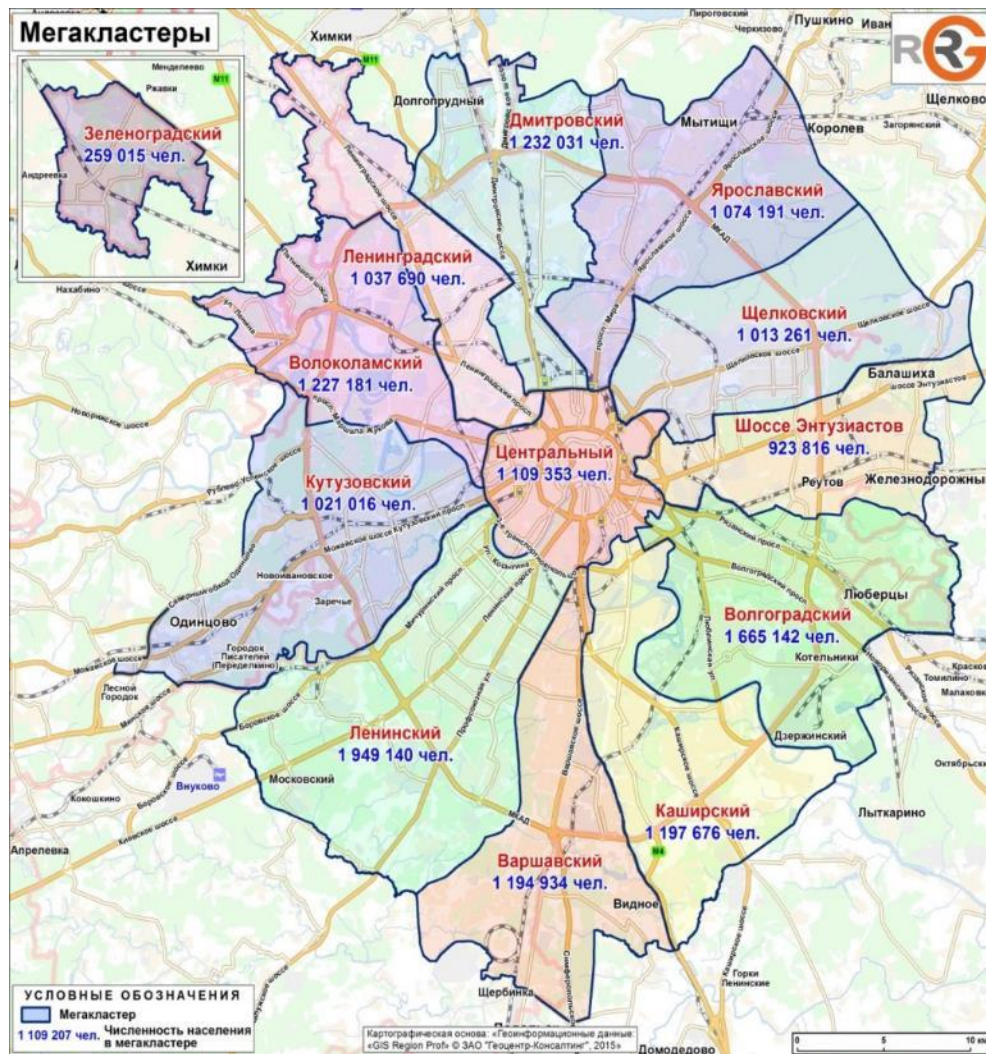
- Выбор городов и регионов с высоким потенциалом развития;
- Определение объема рынка, точки насыщения и уровня конкуренции;
- Выявление наиболее важных социально-экономических характеристик и показателей уровня развития торговой недвижимости;
- Интегральный рейтинг привлекательности на основе многофакторной модели;
- Рекомендации по необходимому объему и приоритетам экспансии.

Клиенты: **Media Markt** **mothercare**



MALLTECH

Кластерное районирование, как метод территориального анализа

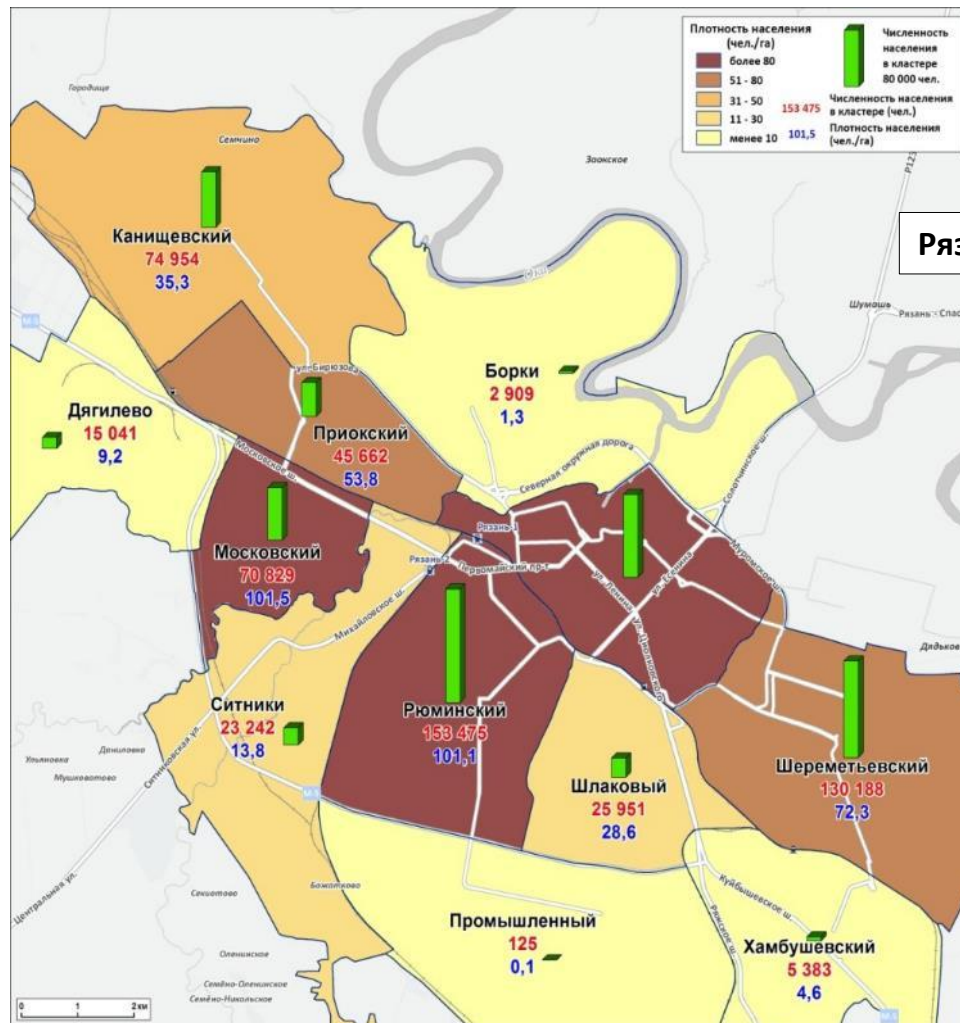


Кластер – территориальная единица географического районирования, ограниченная физическими транспортными «барьерами» и учитывающая однородность ее социально-экономических и геодемографических



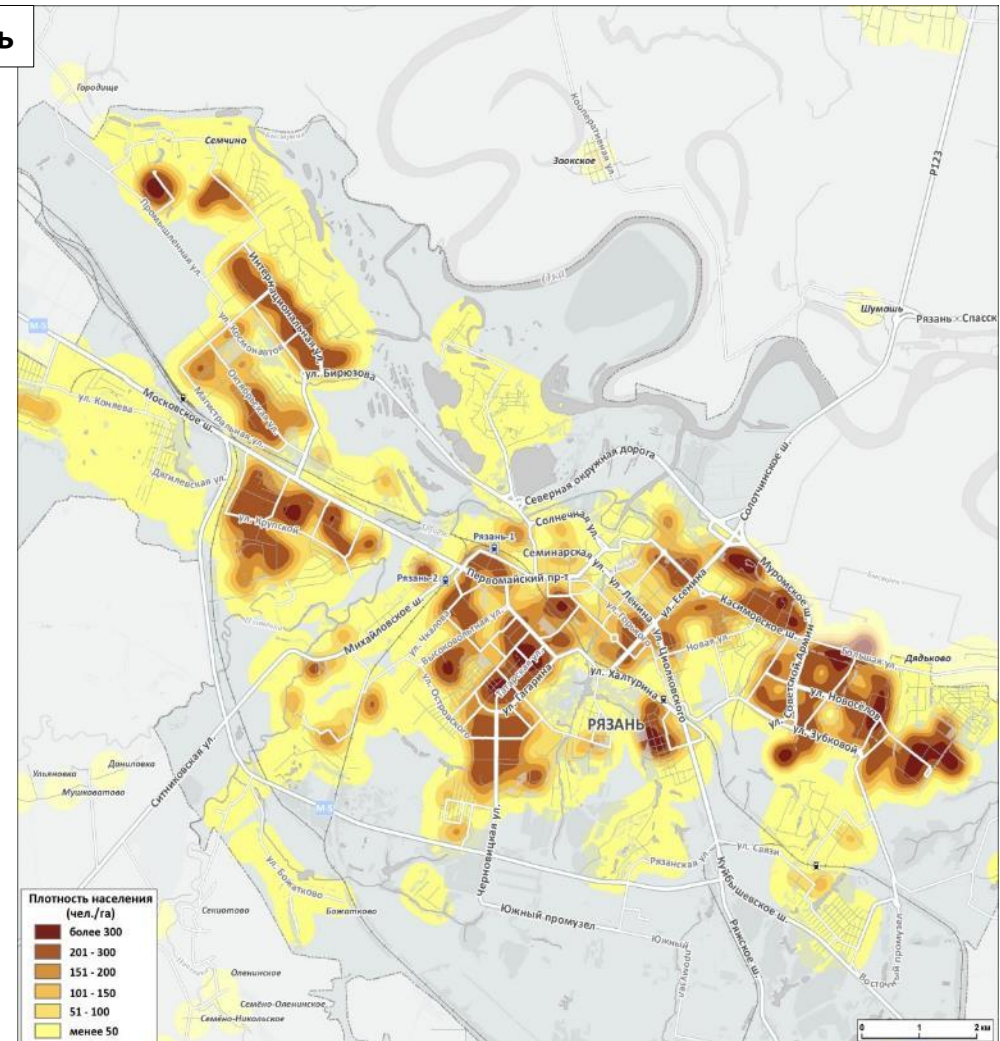
Основной идеей является тезис: если для человека будут созданы все условия для комфортной жизни и работы в рамках определенной территориальной единицы(кластера), то он будет покидать ее минимальное количество раз.

● Численность «ночного» населения



Рязань

Численность населения до каждого дома с учетом новостроек



Географический анализ расселения жителей позволяет наиболее эффективно размещать торговые объекты

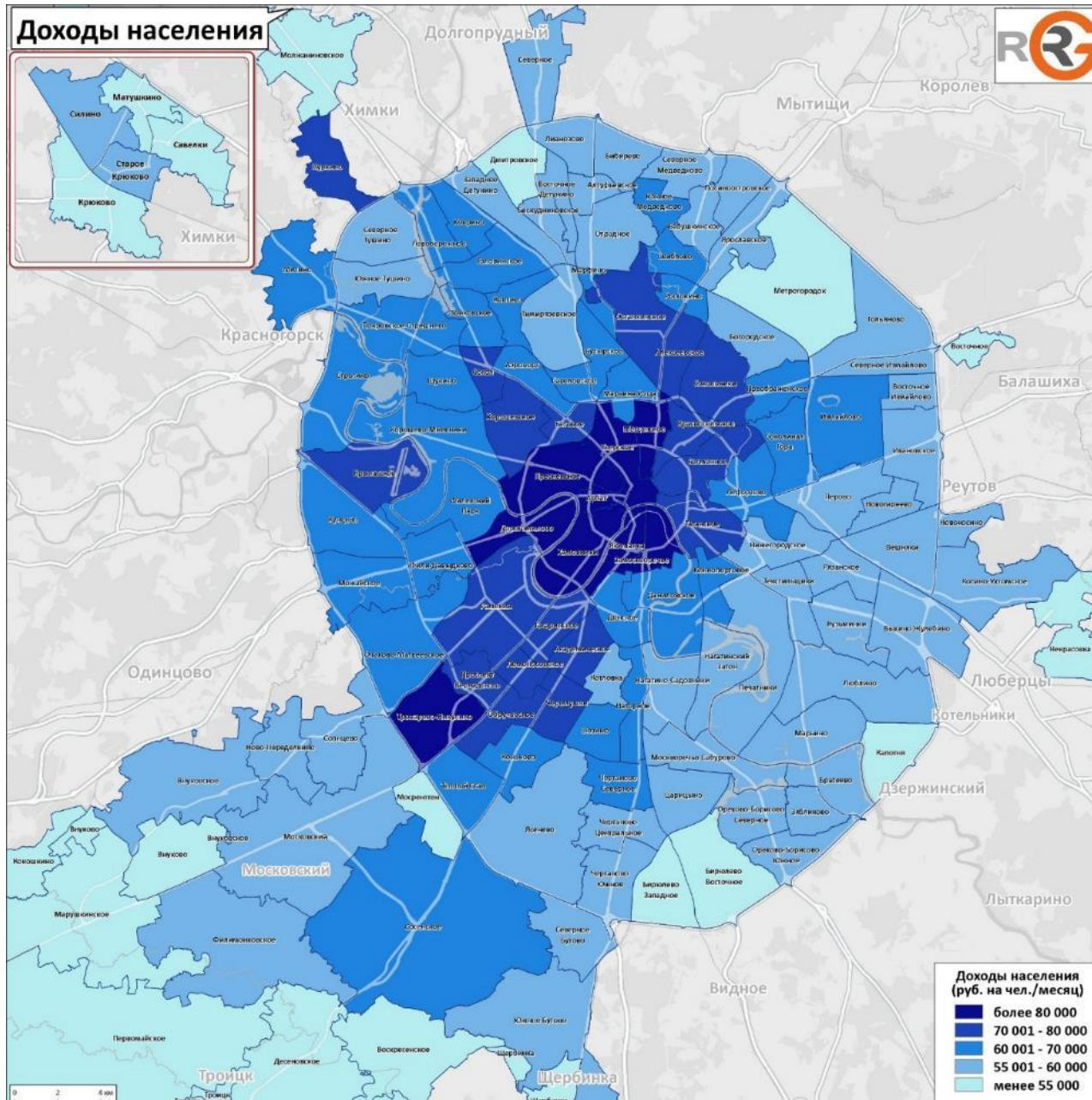
● Численность «дневного» населения



Торговые объекты работают не только на «ночное» население.

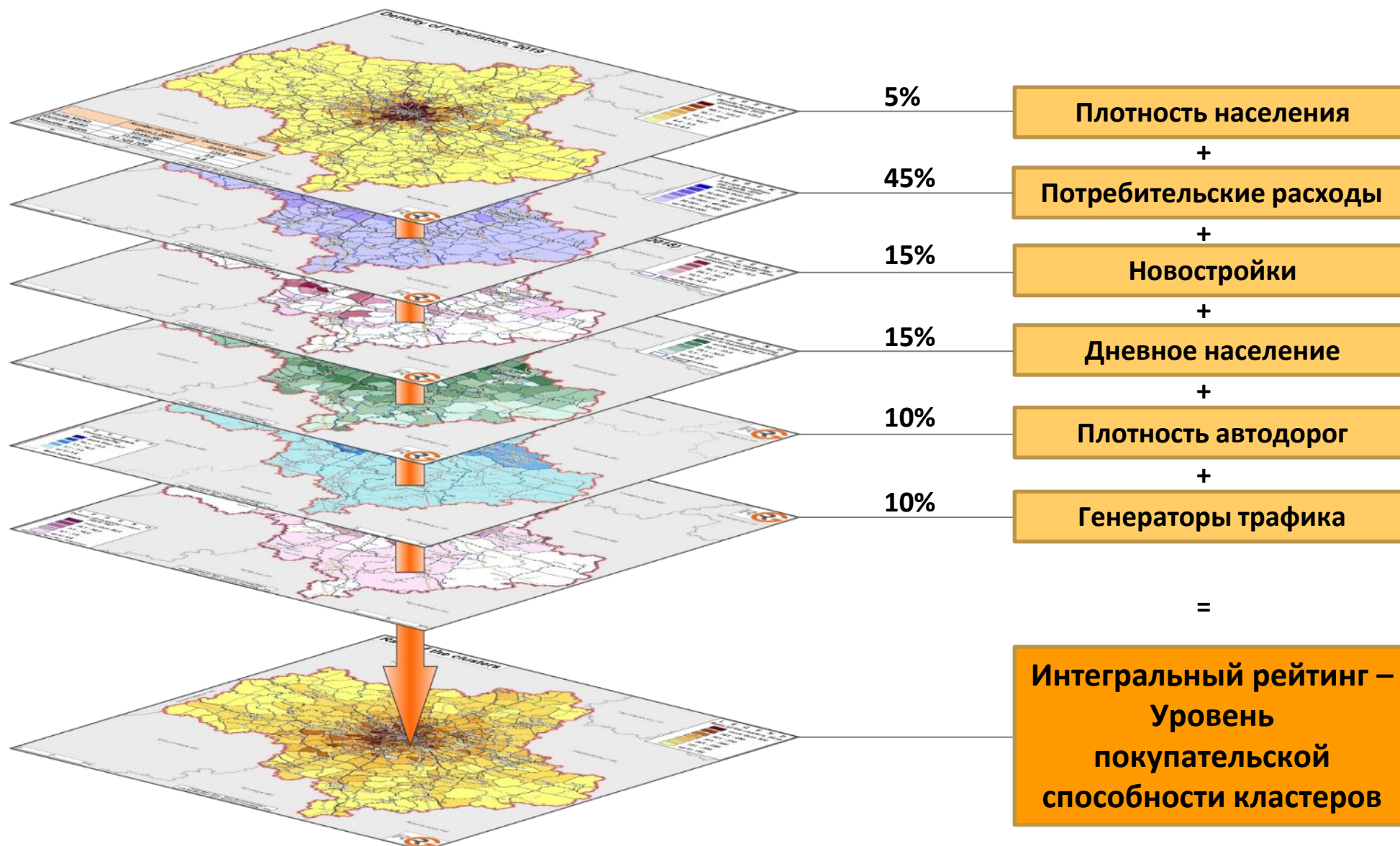


● Модель уровня жизни населения

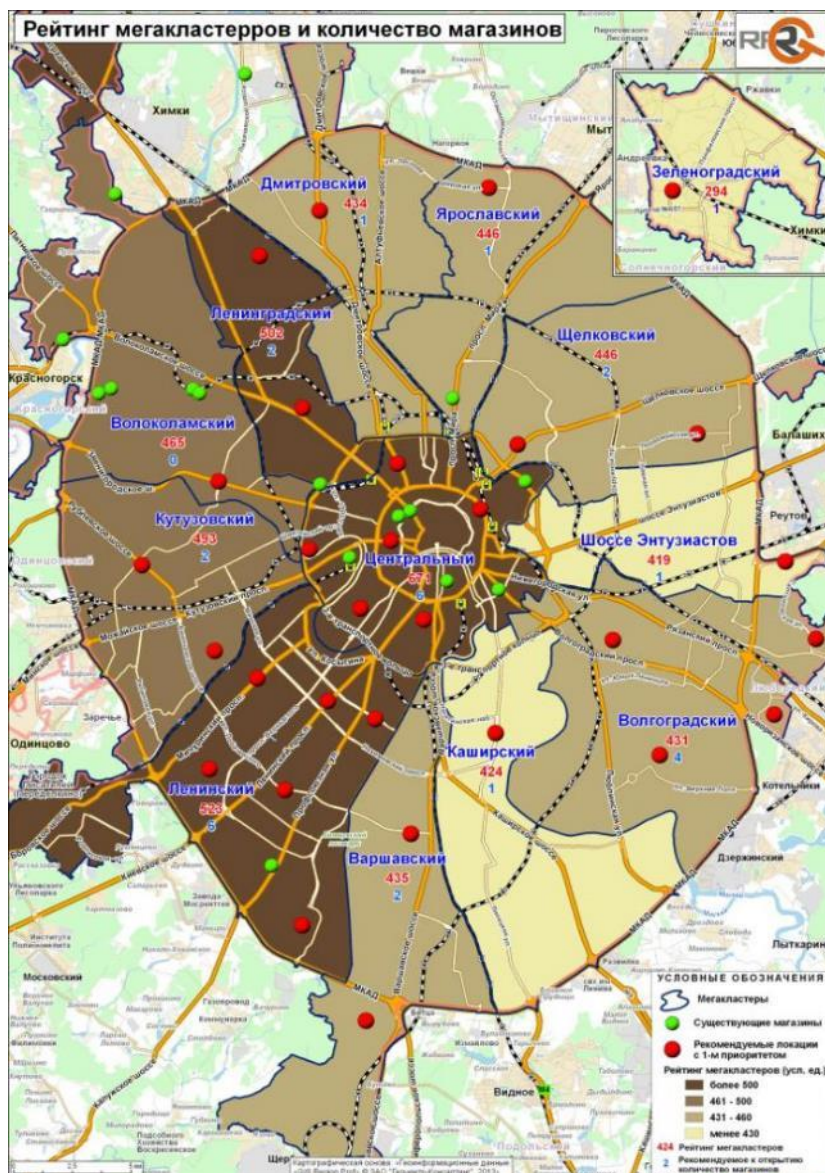


- **Модели** уровня доходов и потребительских расходов позволяют оценивать **объем** покупательского потенциала.
- **Использование** различных **косвенных источников** – стоимость продажи и аренды жилья, качество и структура жилого фонда, данные BIG Data и пр.

Разработка плана развития сети в городах и регионах с использованием кластерного анализа



Разработка плана развития сети в городах и регионах с использованием кластерного анализа

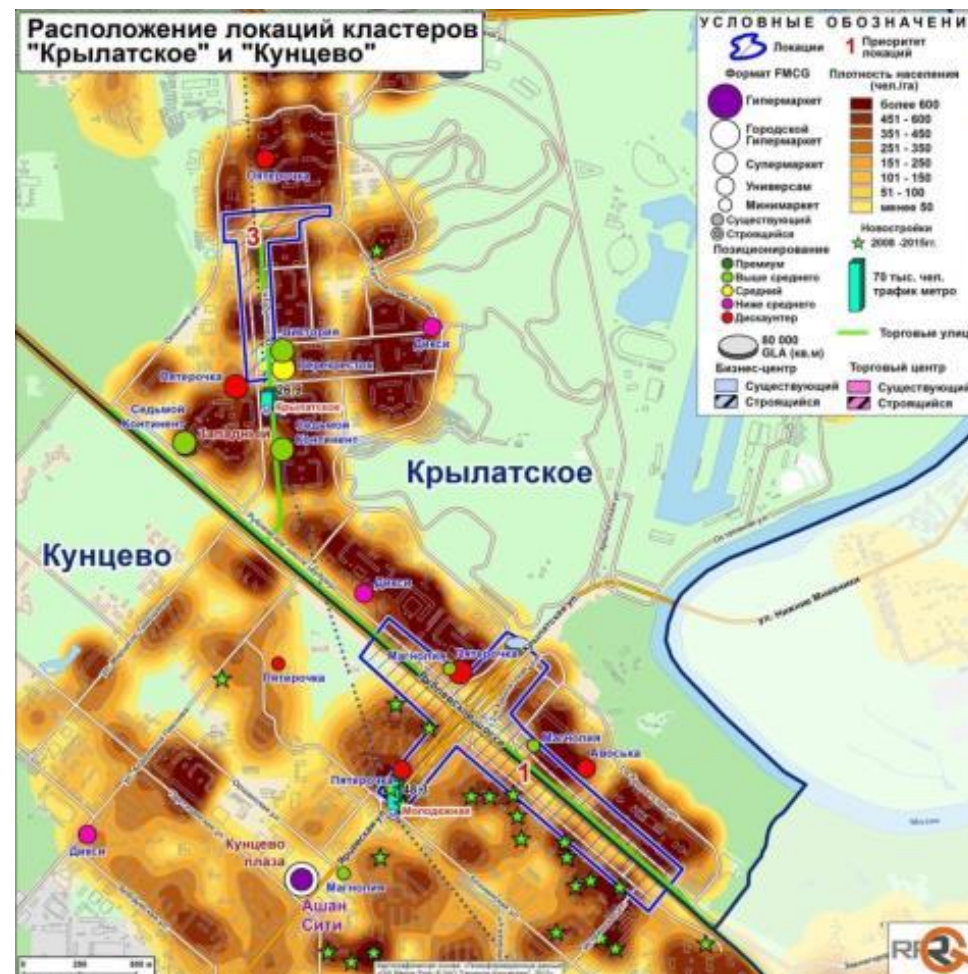
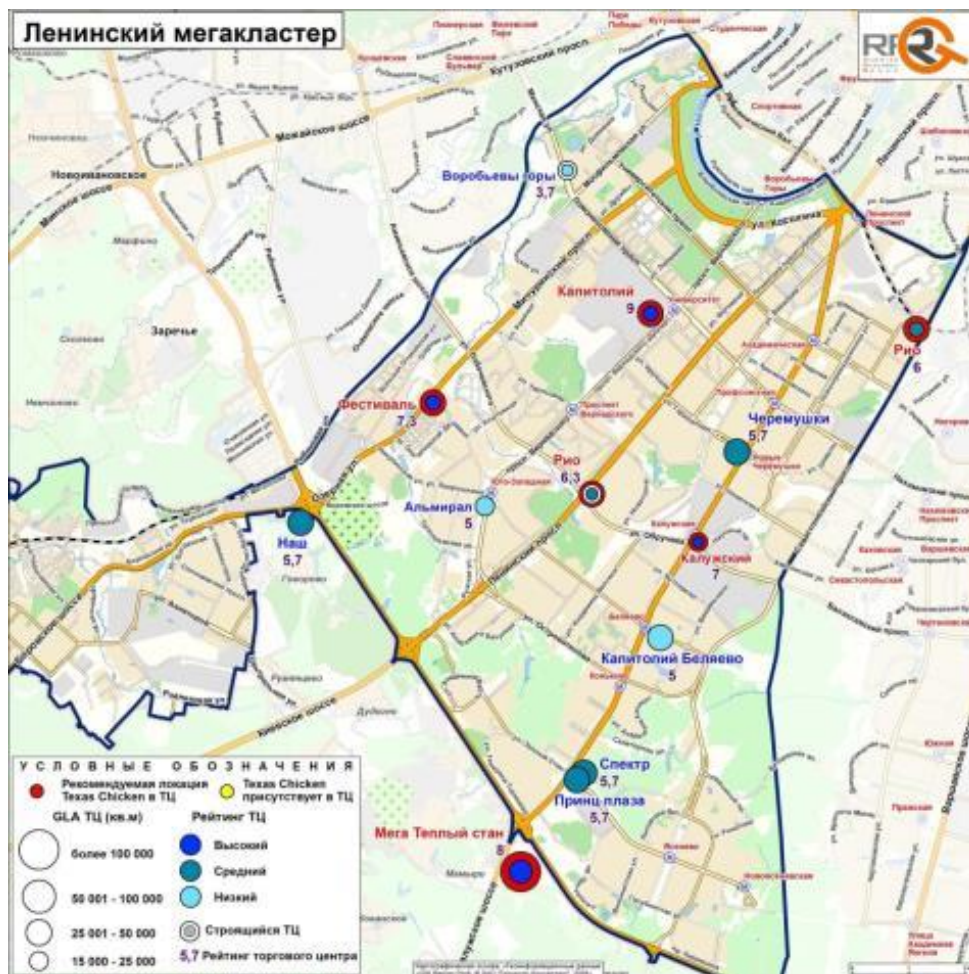


- Кластерный анализ города (районирование);
- Анализ влияющих геодемографических факторов (прямых и косвенных);
- Конкурентный анализ и расчет потенциала кластеров;
- Определение концентрации ЦА;
- Выделение наиболее приоритетных для развития кластеров;
- Выбор наиболее высокопотенциальных локаций внутри кластера.

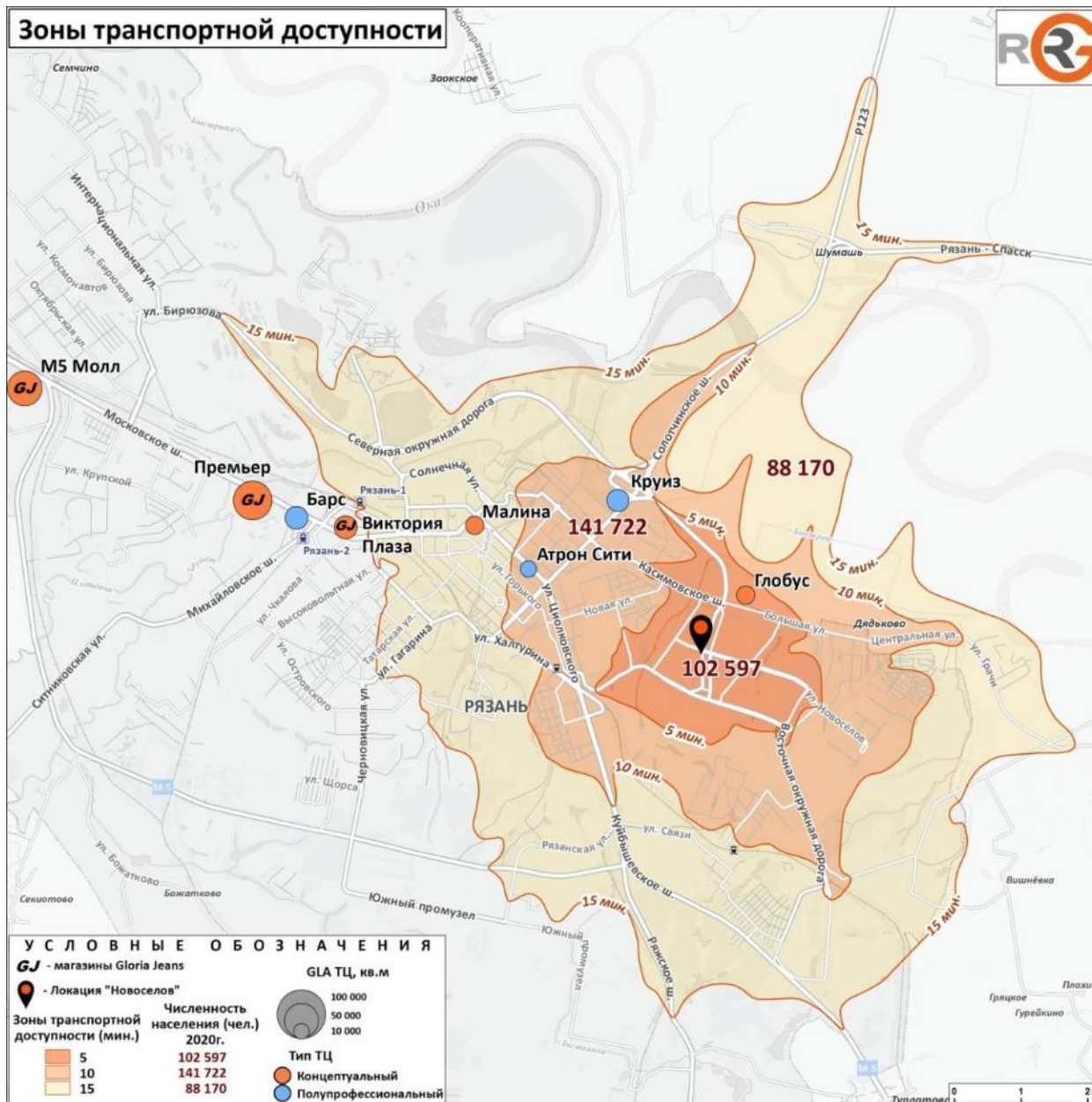
Клиенты:



● Локации в торговых центрах или стрит-ритейле

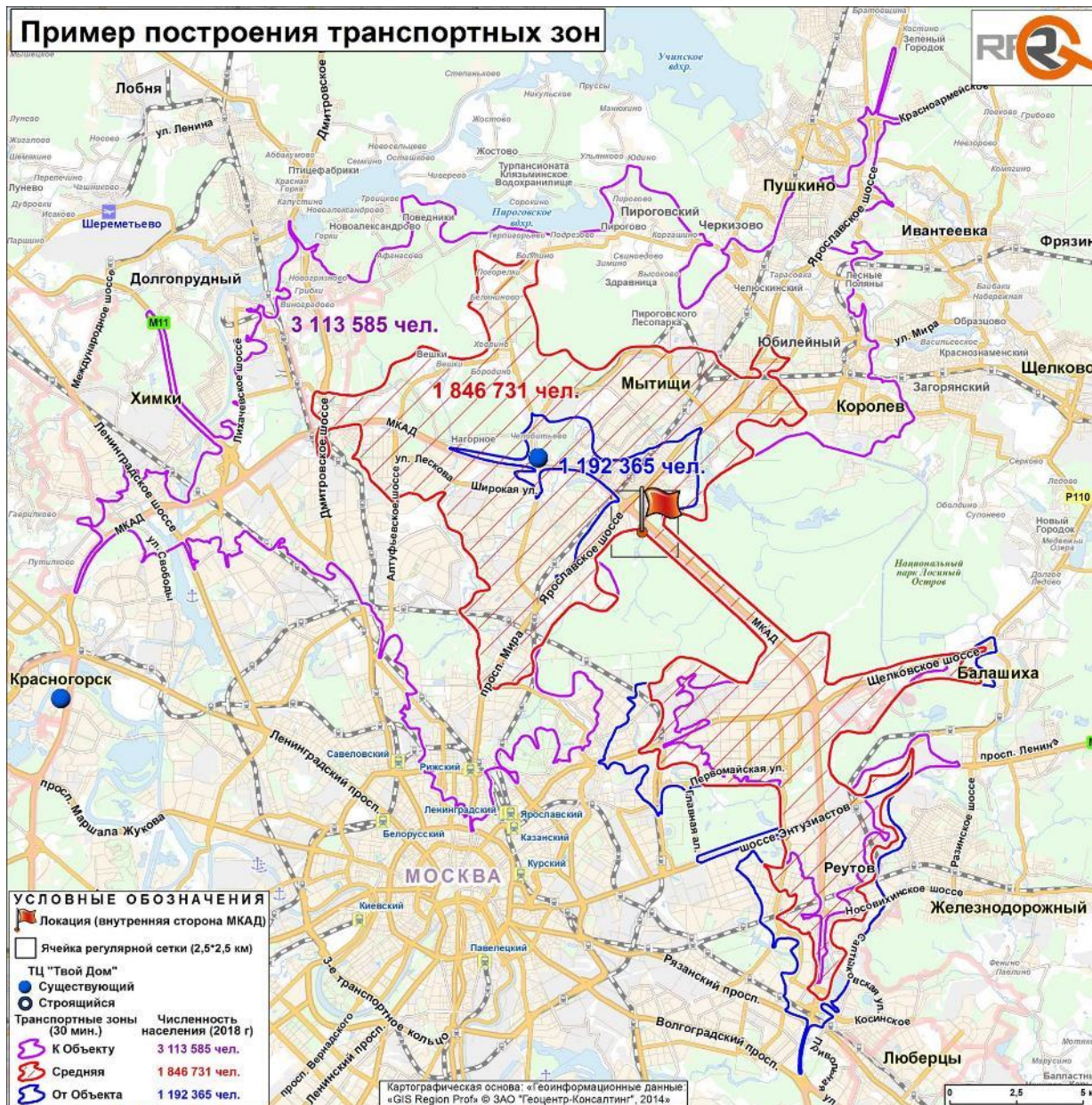


● Потенциал в зонах транспортной доступности



- **Зоны доступности** позволяют укрупненно оценивать покупательский потенциал торгового объекта.
- **Время достижения** ТЦ связано с передвижением на транспорте по дорожно-транспортной сети, а не по прямой.
- Расчет времени достижения ТЦ на основе детального графа дорожного движения позволяет **максимально точно смоделировать реальную ситуацию**. Учитываются:
 - Различные преграды
 - Скорость
 - «Пробки»
 - Развороты и пр.

● Моделирование зон доступности



➤ Как моделировать зоны доступности?

- Моделирование при движении:
- к ТЦ – проживает 3,1 млн чел.
 - от ТЦ – проживает 1,2 млн чел.

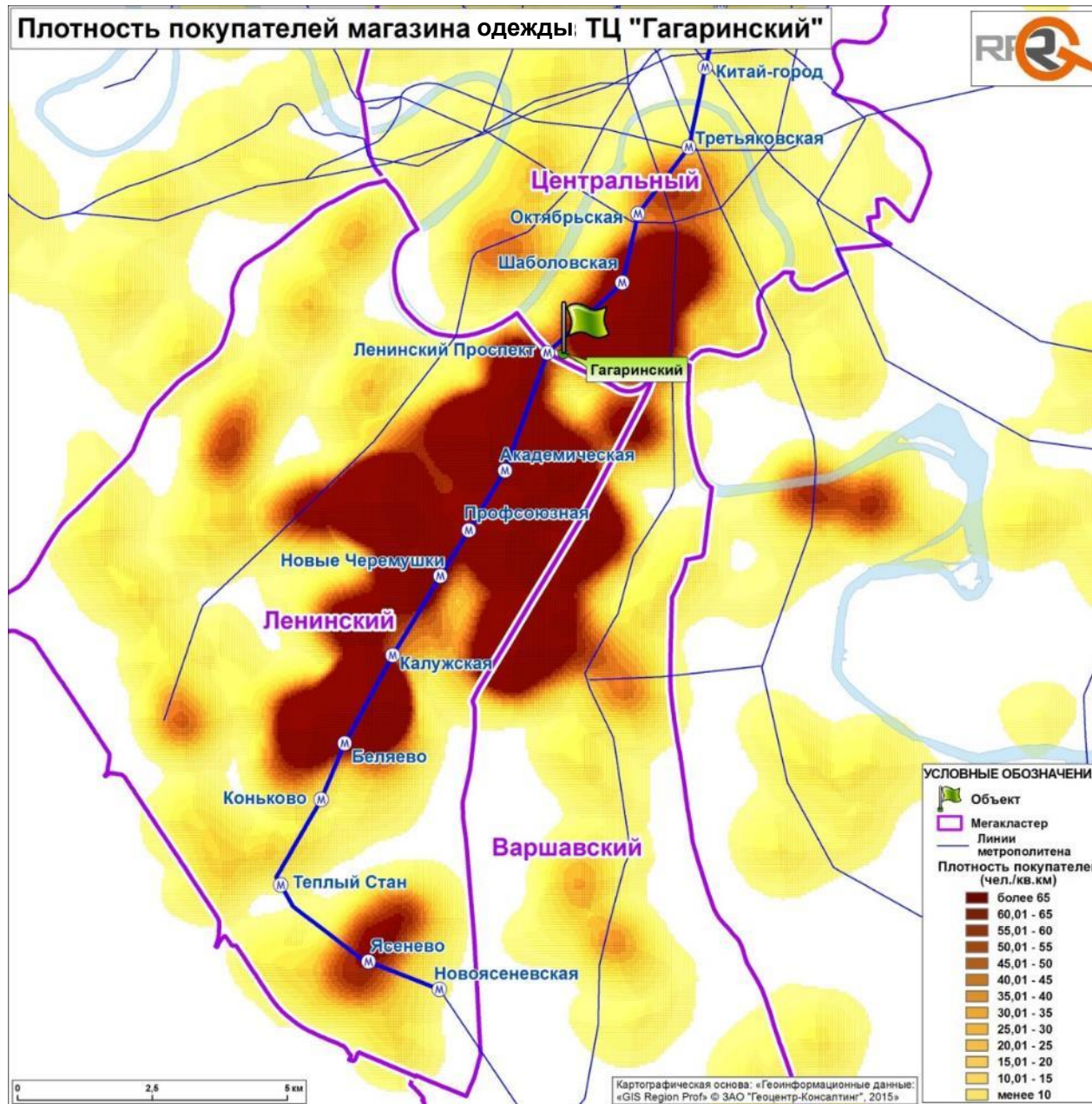
Различие в 2,5 раза!

➤ Практика показывает, что человек при выборе торгового центра для посещения учитывает, как **время достижения до объекта**, так и **время в пути обратно до дома**. Бывает так, что до ТЦ можно добраться за 20 минут, а вот обратно нужно будет потратить час, либо наоборот.



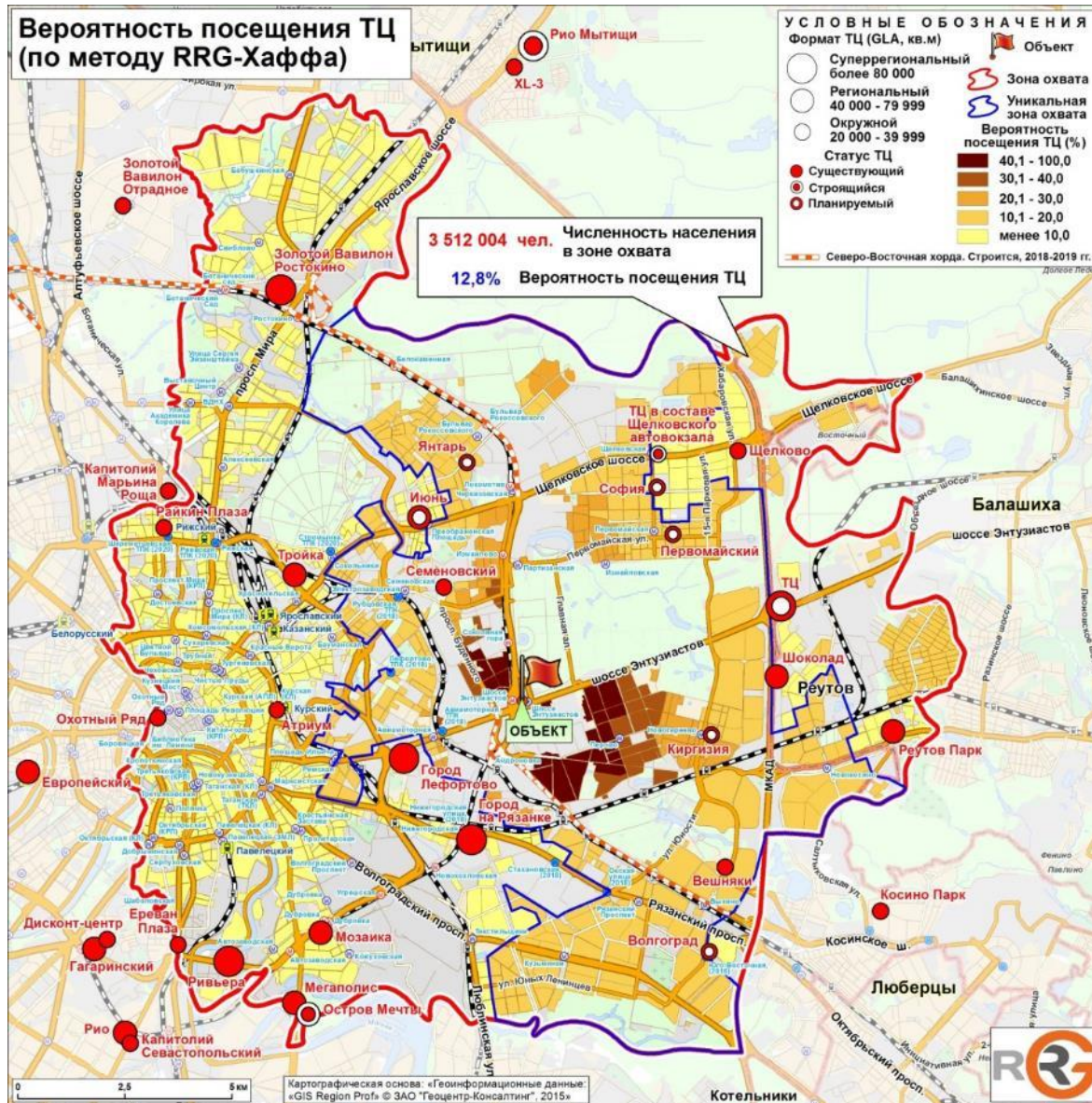
Необходимо учитывать оба направления!

● Анализ зон охвата существующих торговых объектов



- Зона охвата – это территория где проживают покупатели.
- Зона охвата часто не совпадает с зоной транспортной доступности.
- Зная текущую зону охвата, можно расширять и влиять на нее.

Модифицированная гравитационная модель RRG-Хаффа



Расчет вероятности посещения, зоны охвата и товарооборота для любого торгового объекта – супермаркета, гипермаркета, торгового центра.

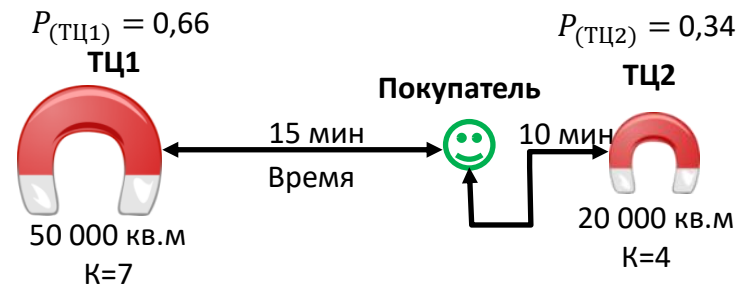


David L. Huff (1931-2014)

$$P_{ij} = \frac{\sqrt{S_j} K_j T_{ij}^{-\beta}}{\sum_{j=1}^n \sqrt{S_j} K_j T_{ij}^{-\beta}}$$

Торговые объекты – это магниты для покупателей.

Пример:



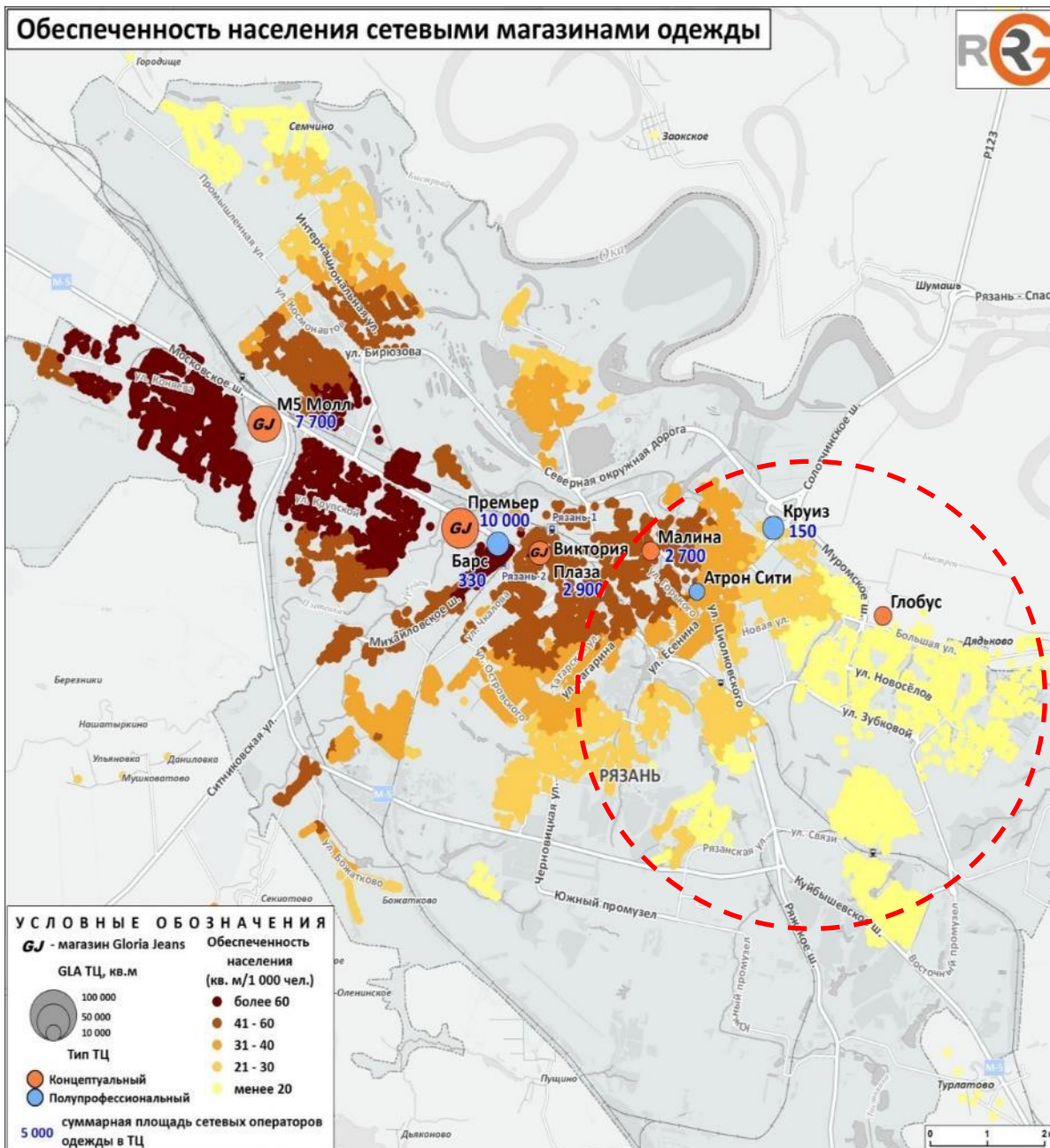
$$P_{(ТЦ1)} = \frac{\sqrt{50000} * 7 / 15^{1,5}}{\sqrt{50000} * 7 / 15^{1,5} + \sqrt{20000} * 4 / 10^{1,5}} = 0,66$$

Составление рейтинга торговых центров и сетей для конкурентного анализа (сила притяжения)

- Оценка торговых центров по различным характеристикам.
- Разработка рейтинга привлекательности торговых центров в зависимости от значимости характеристик для целей исследования.
- Использование рейтинга в гравитационной модели.

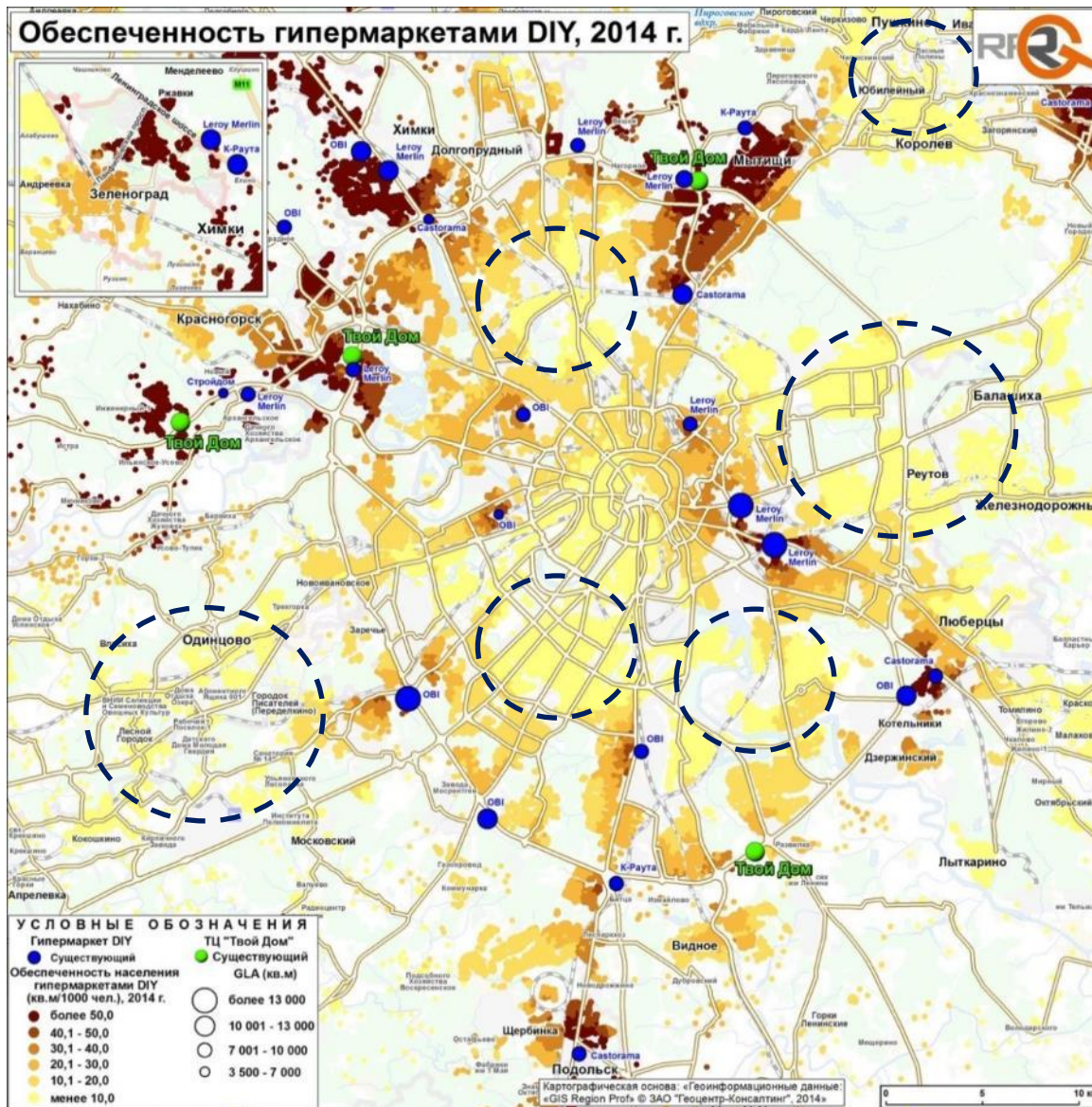
№ блока	Название блока	Перечень анализируемых характеристик объектов
1	Местоположение	Видимость
		Окружение, близость к центру
		Пешеходная доступность
		Доступность на автомобиле
		Доступность на общественном транспорте
		Автомобильный трафик
		Пешеходный трафик
2	Концепция	Обеспеченность паркингом (размер и удобство парковки)
		Структура по площади и представленность якорных и сетевых операторов по основным товарным группам: FMCG, DIY, мебель и товары для дома, электроника и бытовая техника, детские товары, спортивные товары, кинотеатр и развлечения, общественное питание, одежда и обувь и др.
		Доля якорных арендаторов
		Качество и сбалансированность пула арендаторов, концепция

Поиск «Белых пятен»



- Оценка обеспеченности населения торговыми объектами – один из ключевых показателей уровня развития рынка.
- Как корректно посчитать?
- Конкурентный анализ с использованием гравитационной модели RRG-Хаффа.
- Расчет истинной обеспеченности населения торговыми объектами (кв.м или оборот) – распределение до уровня каждого дома.
- Определение «Белых пятен» - где не хватает торговли.

Поиск «Белых пятен»

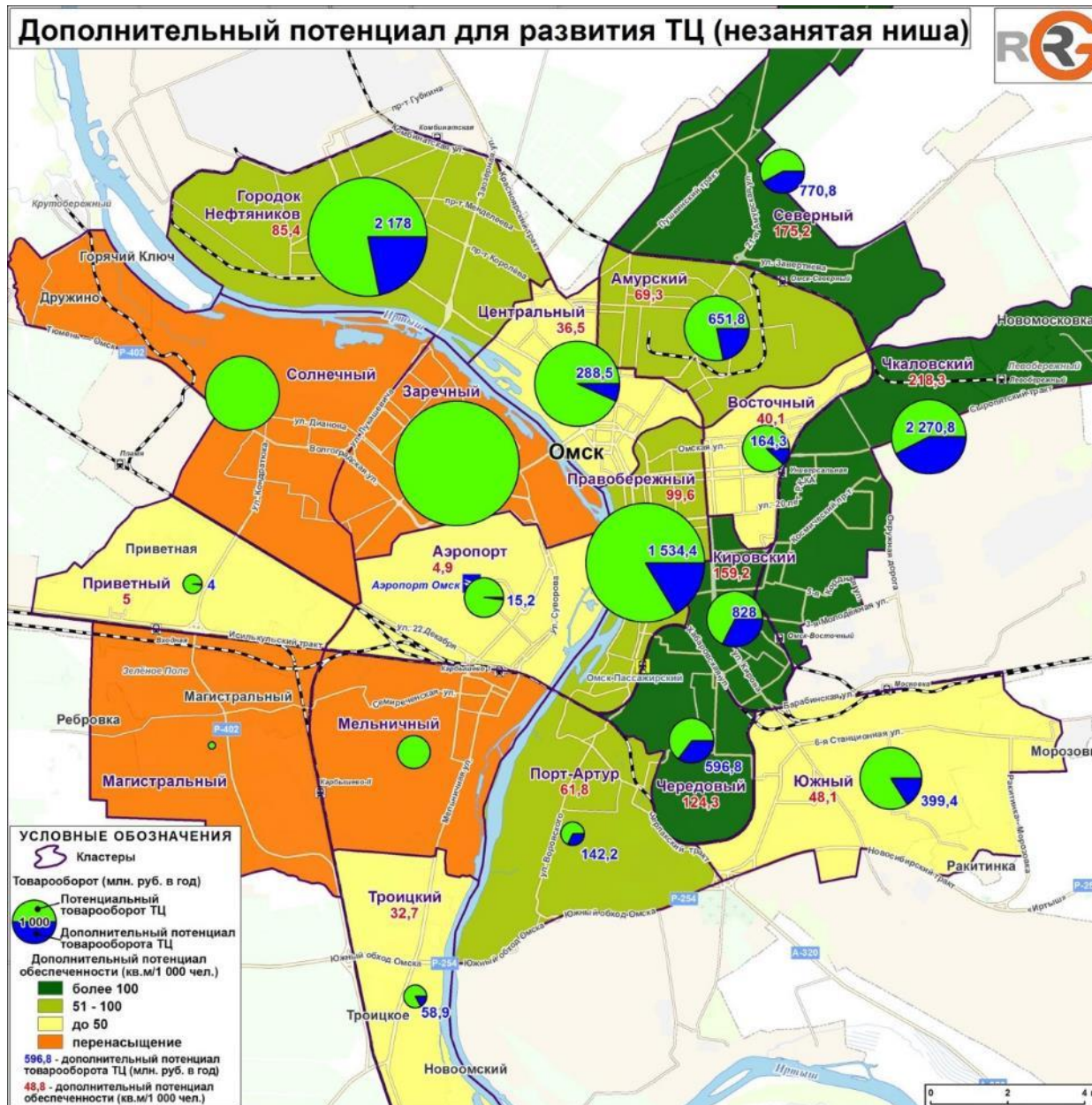


- Оценка точек насыщения, в зависимости от формат и торгового сегмента.
- Расчет незанятой ниши (свободный рыночный потенциал в кв.м).
- Определение «Белых пятен» - лучшие места для открытия и определение формата.

Клиенты:

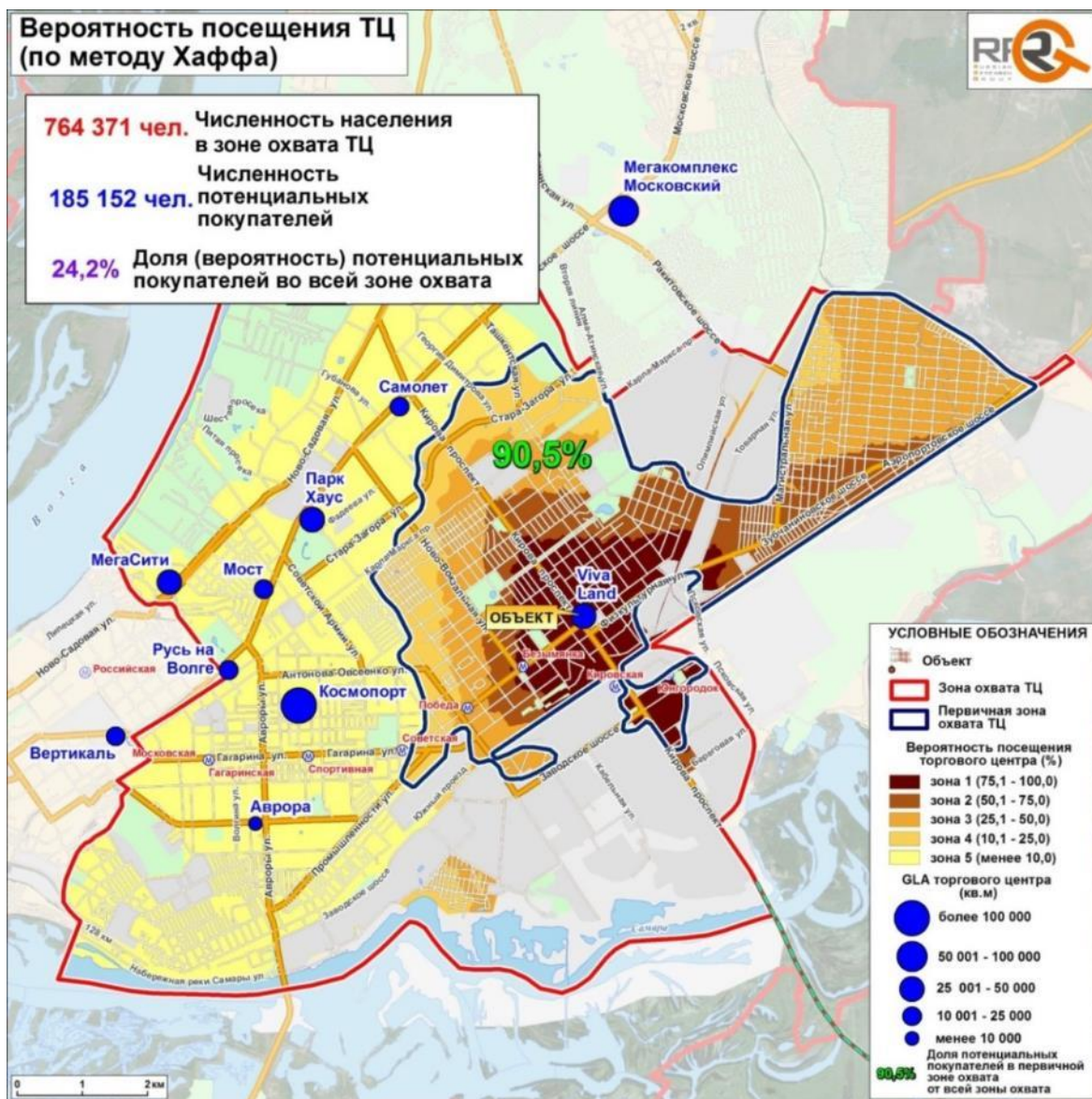


«Белые пятна»



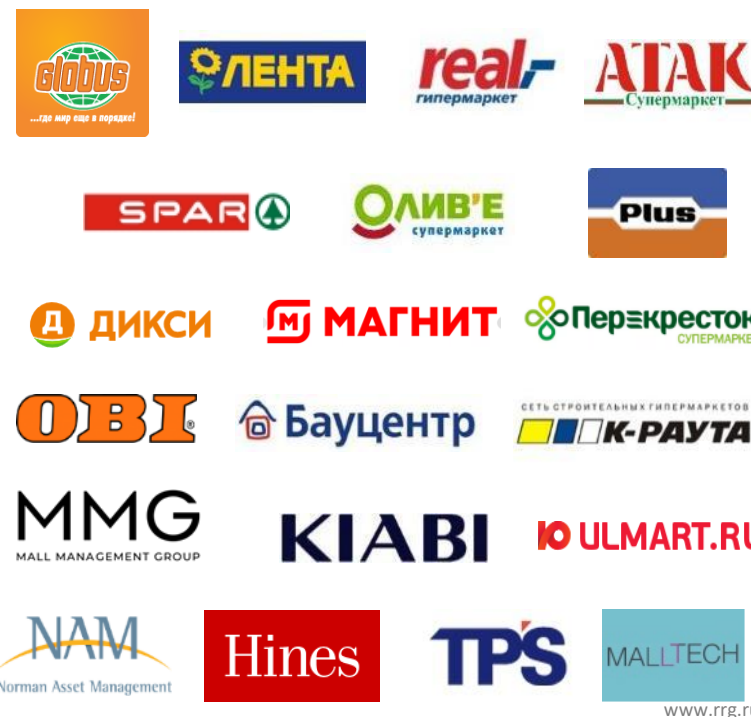
- Расчет незанятой ниши (свободный рыночный потенциал в деньгах).
- Возможность с математической точностью выразить недостаток торговых площадей в различных сегментах в конкретном месте.
- Определение «Белых пятен» - лучшие места для открытия и определение формата.

Разработка моделей и оценка потенциального т/о магазина или ТЦ

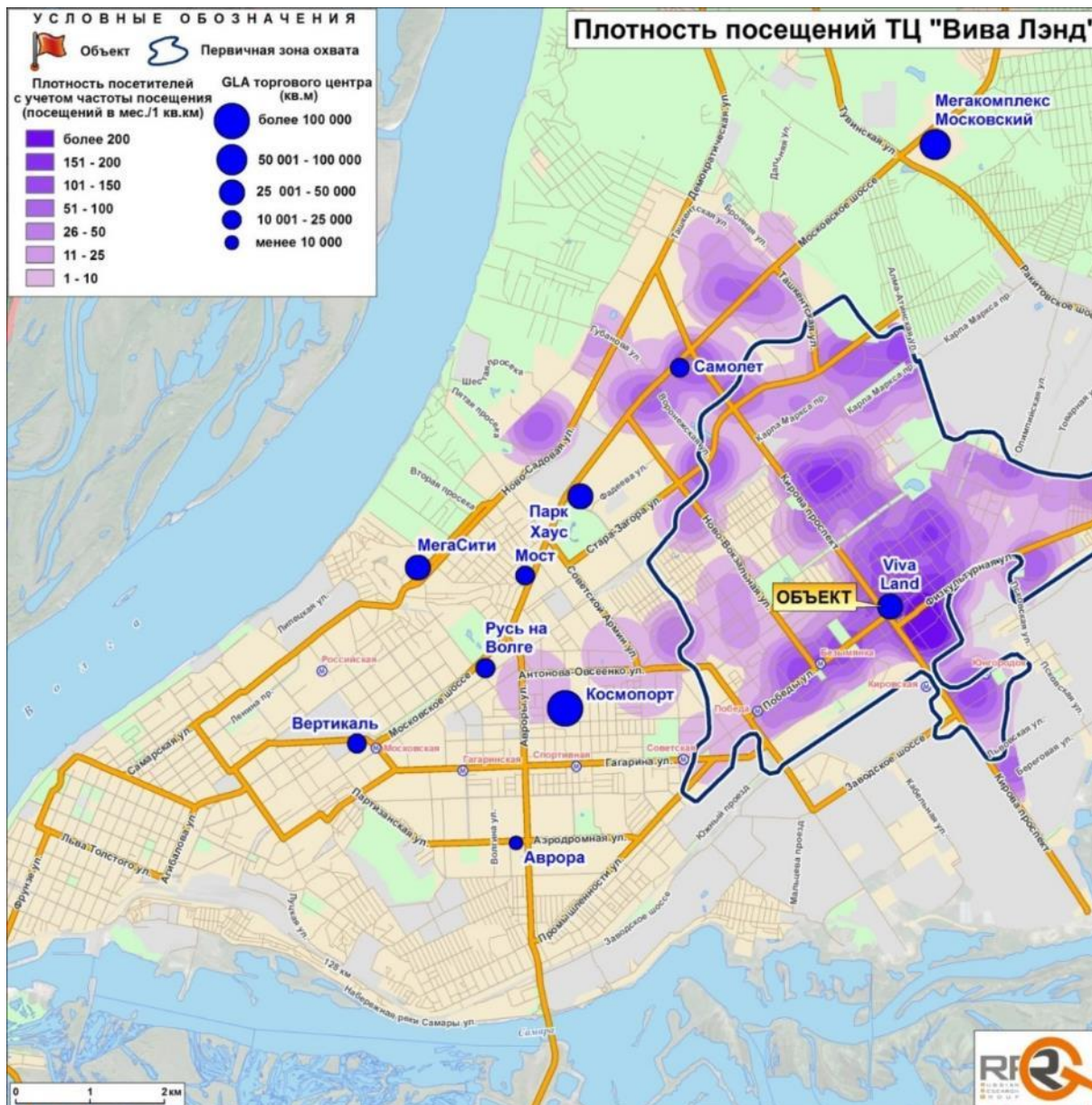


- Анализ местоположения.
- Определение зоны охвата.
- Конкурентный анализ.
- Определение вероятности посещения и доли проникновения.
- Оценка расходов, частоты посещения и среднего чека.
- Оценка посещаемости.
- Расчет потенциального товарооборота.

Наш опыт:



Гемаркетинговые исследования целевой аудитории и динамики рыночных показателей



Количественные исследования:

- Уличных опросы.
- Телефонные опросы (CATI).
- Онлайн-опросы через мобильные устройства.

Наблюдения:

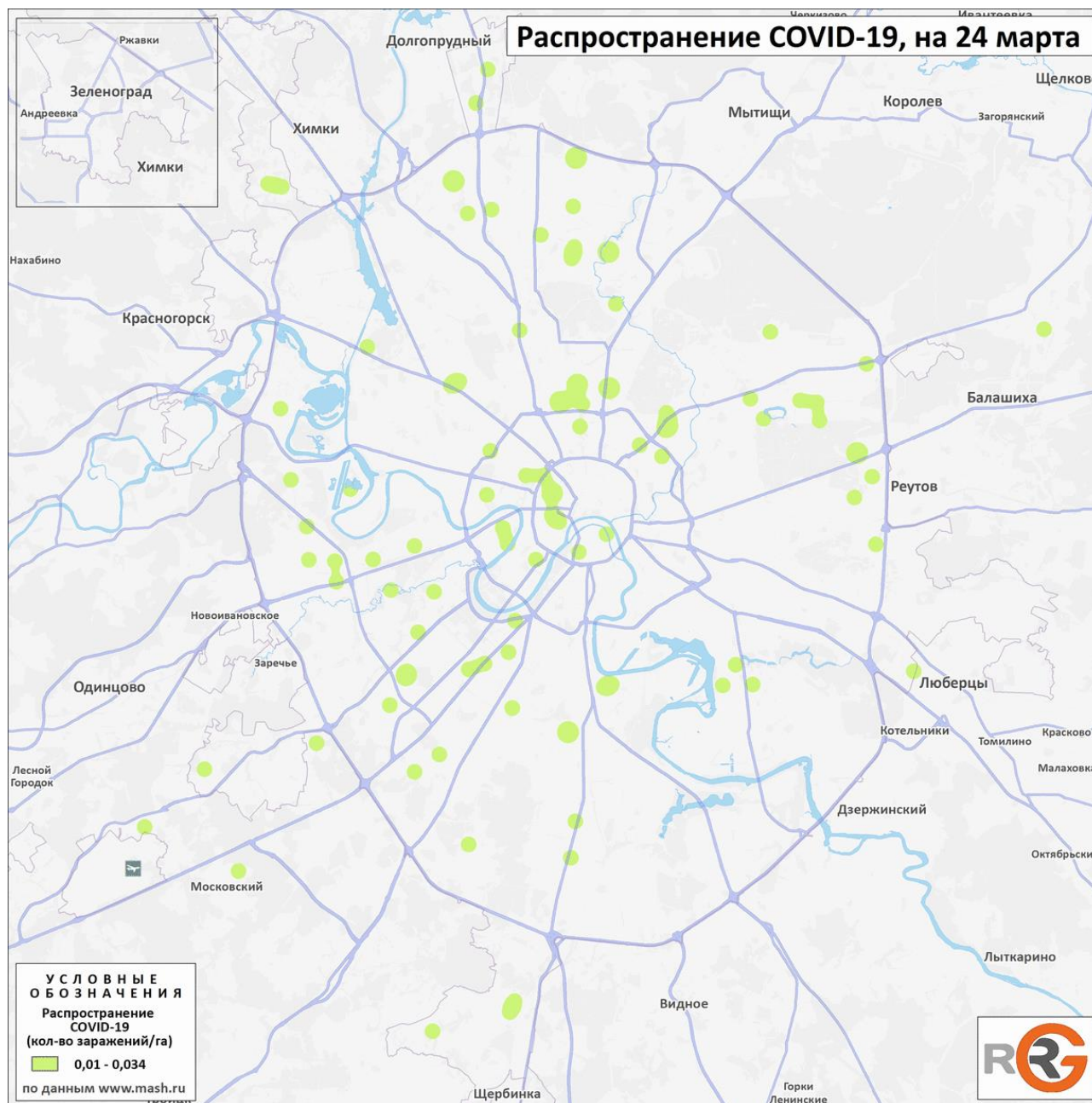
- Замеры потоков.
- Ценовой мониторинг.

● Исследование ЦА через мобильные устройства



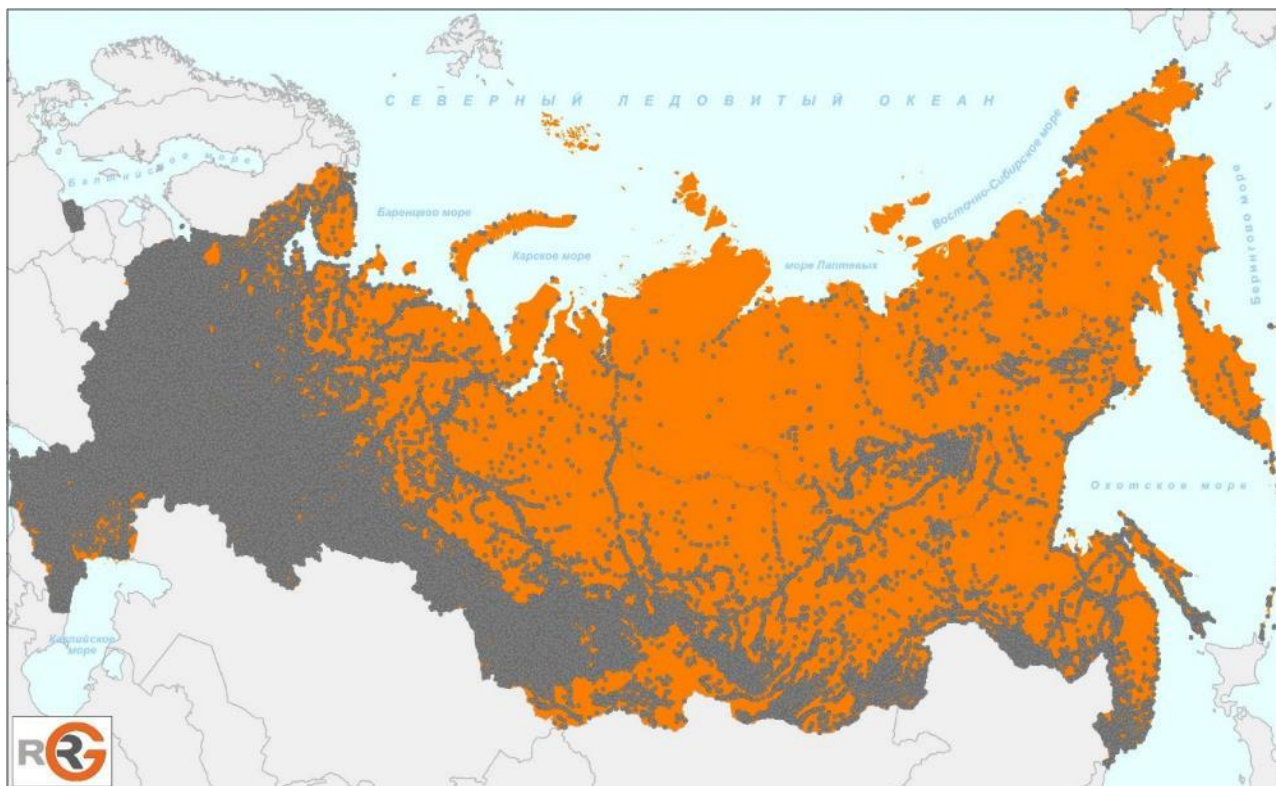
- **Использование онлайн-опросов** на основании BigData сотовых операторов позволяет получить ряд преимуществ перед классическими опросами.
- Возможность таргетирования **на определенную территорию** – жители зоны охвата;
- Возможность таргетирования **на определенную ЦА** – пол, возраст, различные целевые группы по интересам, ценностям, предпочтениям и пр.;
- **Дистанционный способ** – безопасность во время пандемии, удобство для респондентов;
- **Скорость и качество** проведения.

● Мониторинг территорий и разработка рекомендаций



- **Динамика распространения COVID-2019.**
- **Рекомендации карантинных мер по размещению и работе социальной и коммерческой инфраструктуры.**
- **Рейтинг привлекательности территорий во время проведения карантина.**
- **Изменение структуры ритейла и уровня вакансий.**

● Огромная территория – проблема мониторинга и анализа



- **Выбор городов и регионов с высоким потенциалом развития;**
- **Определение объема рынка, точки насыщения и уровня конкуренции;**
- **Выявление наиболее важных социально-экономических характеристик и показателей уровня развития торговой недвижимости;**
- **Классификация и рейтинги территорий на основе различных математических моделей;**
- **Предиктивные модели на основе методов машинного обучения.**

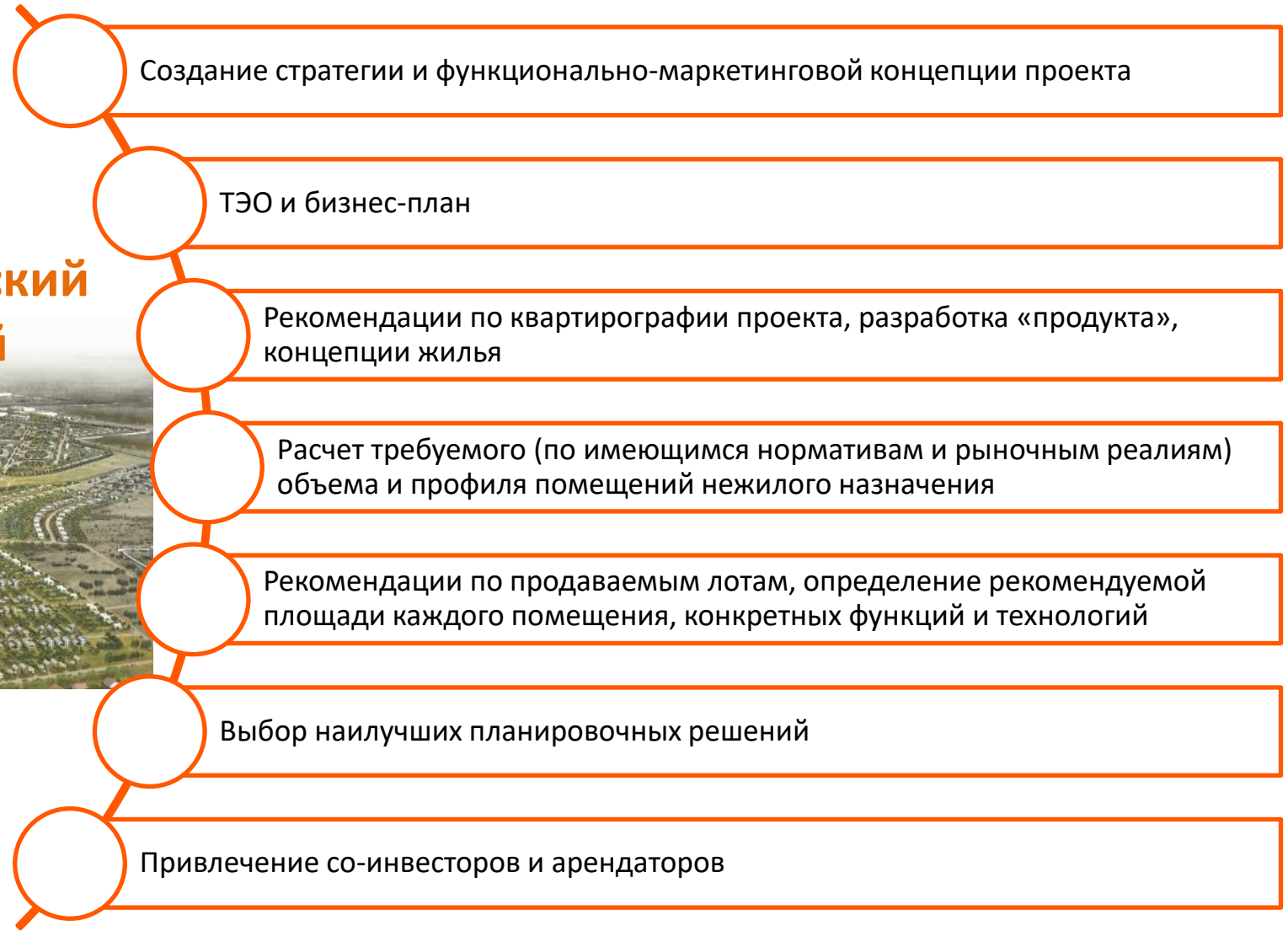
Большие данные с географической привязкой:

- **Согласно Всероссийской переписи населения 2010 в России было зарегистрировано более 155 тыс. населенных пунктов. Микроданные переписи позволяют проводить детальный анализ жителей.**
- **Более 56 млн домохозяйств. Данные ЦИК о количестве домохозяйств в каждом доме.**
- **Более 1 млн многоквартирных жилых домов. Открытые данные «Реформа ЖКХ» - десятки параметров домов.**
- **Миллионы объектов коммерческой и торговой недвижимости.**

Проекты комплексного освоения территории



КОТ= урбанистический кластер с идеей





Комплексное сопровождение проекта с 2011 года.

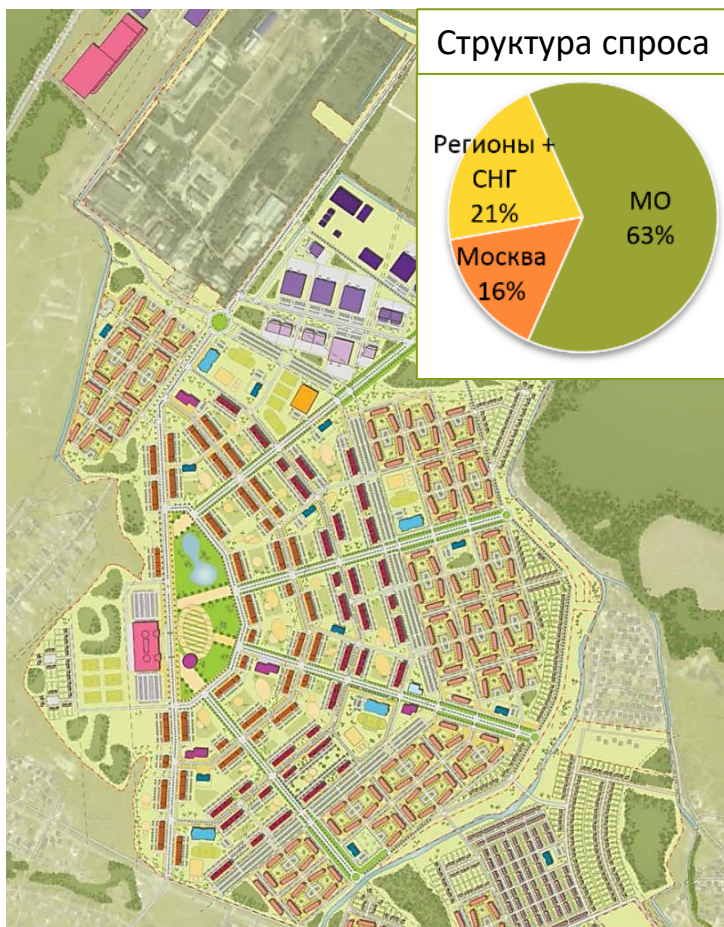
Коммерческие объекты – 236 000 кв.м

Жилье -760 000 кв.м (4 очереди)

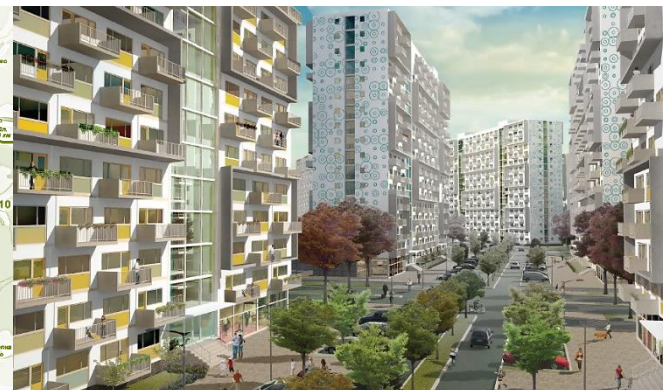


Что было сделано:

- Анализ урбанистической ситуации
- Кластерный анализ территории, расчет «дневного» и «ночного» населения в будущем, анализ конкуренции.
- Расчет эффективного баланса нежилых помещений в проекте
- Разработка рекомендаций по размещению коммерческих объектов: их состав, сочетание, объемы, функциональное наполнение, коммерческие условия, основные технические требования, размер и конфигурация, высота потолков, размер витрин, количество парковочных мест и пр.
- Разработка концепции отдельных объектов коммерческой недвижимости: торговый центр, ресторанный комплекс с фреш-маркетом, детский центр, спортивно-развлекательный центр и т.п.
- Формирование функциональной концепции стрит-ритейла
- Сопровождение процесса проектирования проекта, оптимизация планировочных решений



Площадь территории – 392 га. Жилье – 1,1 млн. кв.м



Что было сделано:

- Анализ местоположения проекта, кластерный анализ
- Анализ проектов комплексной застройки
- Определение перспективных вариантов использования объекта
- Маркетинговые исследования рынка
- Анализ потенциальной целевой аудитории
- Баланс проекта (создание полноценного жилого района эконом- и комфорт-классов с социальной, торговой и спортивно-оздоровительной инфраструктурой). Определение стратегии развития
- Рекомендации по концепции освоения территории
- Оценка сроков реализации проекта по этапам
- Разработка финансовой модели и проведение анализа инвестиционной привлекательности проекта
- Подготовка инвестиционных меморандумов
- *Градостроительная концепция застройки разработана профессиональным архитектурно-проектным бюро C Concept Design B.V. (Голландия).*





Площадь территории – 132 га. Жилье – 173 тыс. кв.м

Что было сделано:

- Анализ потенциала рынка в сфере жилой, загородной, курортной и коммерческой недвижимости
- Определение целевой аудитории проекта
- Разработка концепции застройки (жилье, инфраструктура (социальная, коммерческая, спортивная), гостиницы, торговый центр, благоустройство набережной, аквапарк, лунапарк, концертный зал, и т.п.)
- Инвестиционный анализ проекта

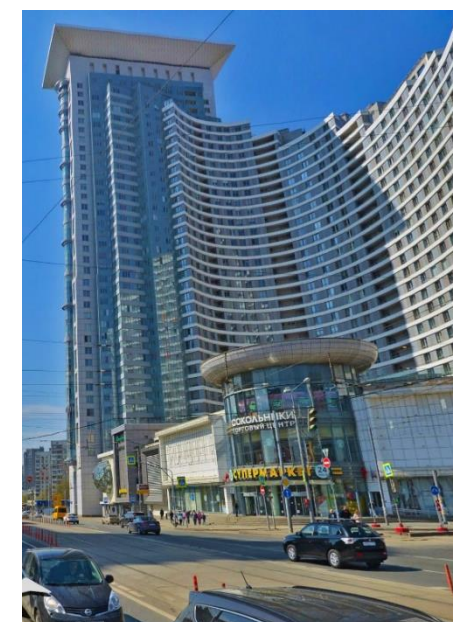
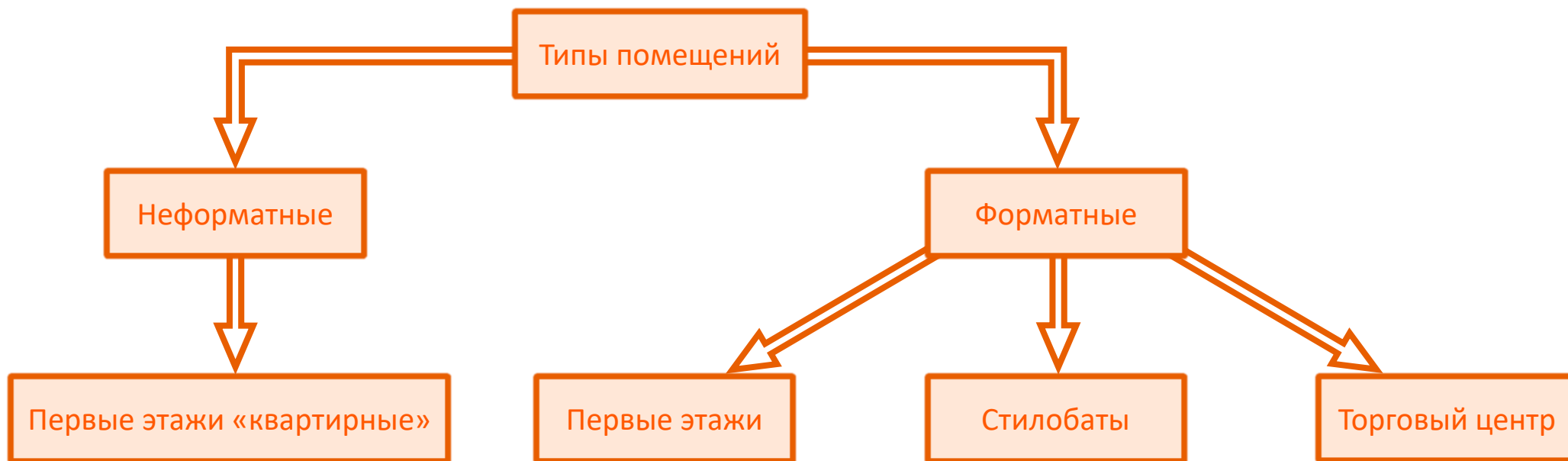
ПАРТНЕР
ХОЛДИНГ



Разработка концепции объектов инфраструктуры в ЖК



● Виды помещений в спальных районах



Москва, Тушино



Общая площадь жилья – 512 тыс. кв.м.
Площадь БЦ – 265 тыс. кв.м



Что было сделано:

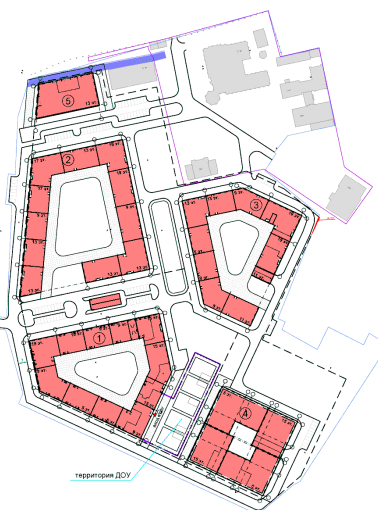
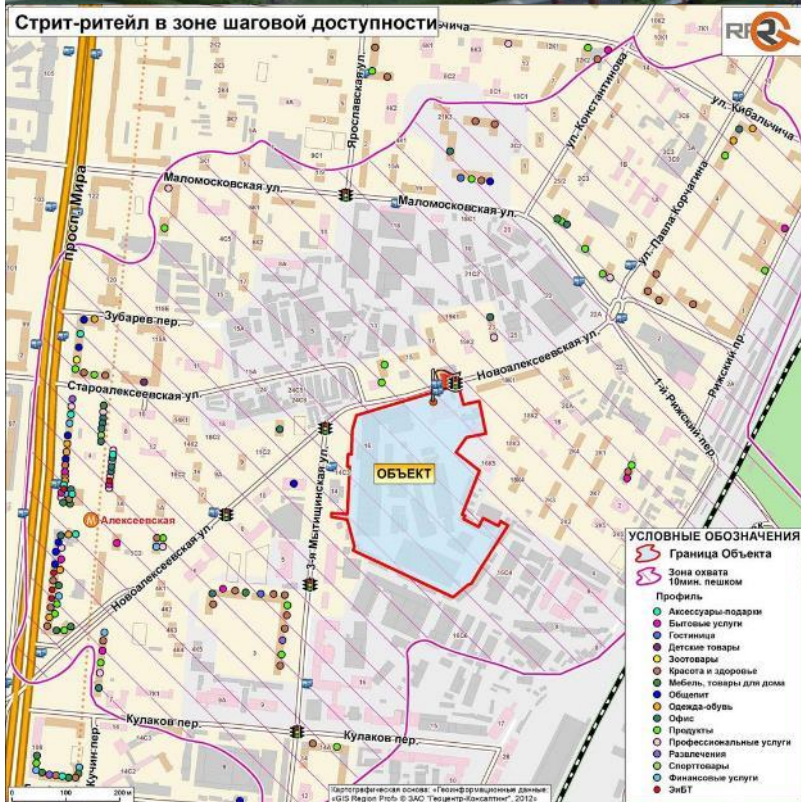
- Анализ местоположения, кластерный анализ, динамика численности дневного и ночного населения.
- Анализ конкуренции, инфраструктуры в БЦ и ЖК, бенчмарк.
- Расчет необходимого объема коммерческих помещений.
- Разработка рекомендаций по размещению коммерческих объектов: структура, зонирование.
- Прогноз доходной части проекта
- Оценка объемов и сроков реализации коммерческих помещений.

ЖК «Серебряный фонтан». Москва, ул. Новоалексеевская, 16



ЭТАЛОН

Площадь территории – 7,4 га. Площадь жилых корпусов – 163 тыс. кв. м. Нежилые помещения – 25,5 тыс. кв. м



Что было сделано:

- Анализ конкурентного окружения по возможным направлениям использования помещений;
- Разработана концепция и позиционирование проекта;
- Концепция приспособления памятников архитектуры под коммерческое использование;
- Расчет требуемого объема и профиля помещений нежилого назначения;
- Рекомендации по объему и профилю объектов коммерческой и социальной инфраструктуры, а также внутренним планировочным решениям объекта.

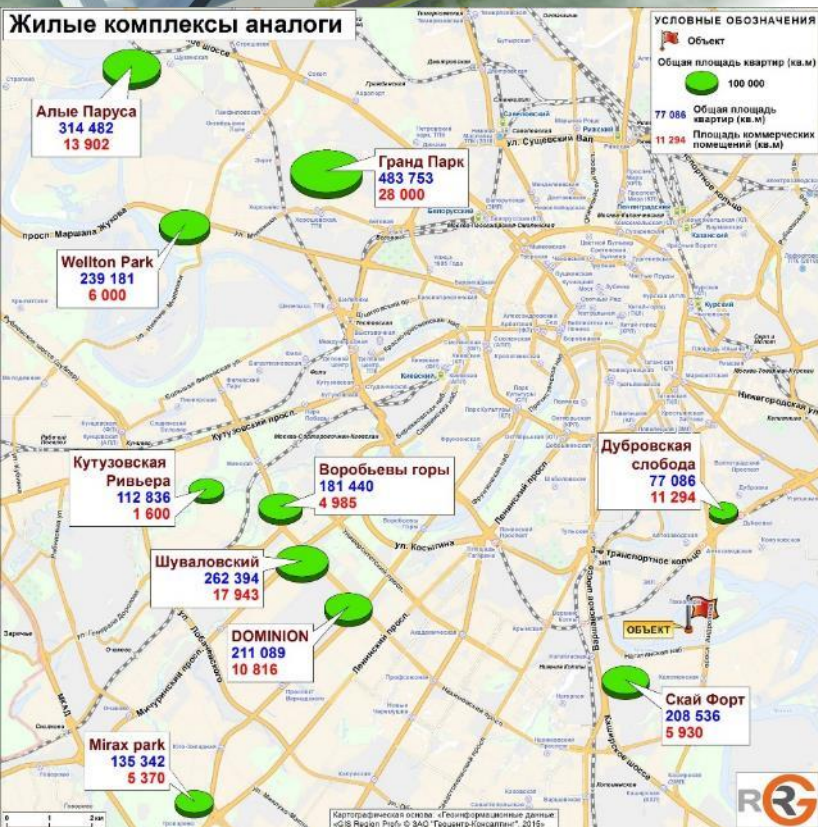
ЖК Central Park. Москва, Проектируемый проезд 7024



ЭТАЛОН



Площадь участка – 21,2 га
 186 тыс. кв. м квартир бизнес-класса
 Общий объем коммерческих площадей первых этажей – 10,9 тыс. кв.м.



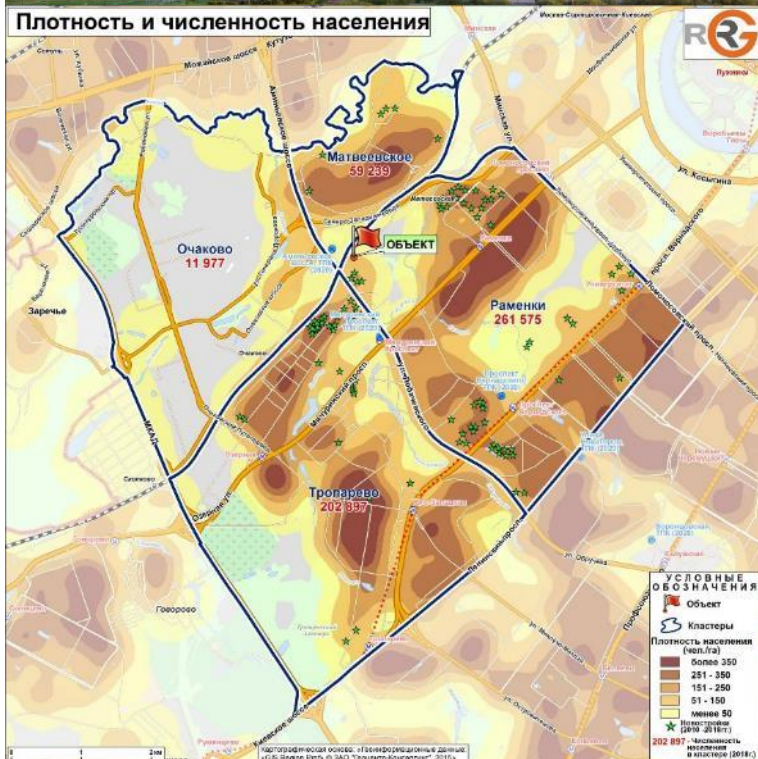
Что было сделано:

- Анализ местоположения, кластерный анализ.
- Маркетинговые исследования, анализ инфраструктуры в ЖК.
- Бенчмарк российских и зарубежных аналогов.
- Расчет необходимого объема коммерческих помещений.
- Разработка рекомендаций по размещению коммерческих объектов: структура, зонирование.
- Прогноз цен продаж и ставок аренды.

ЖК Крылья. Москва, ул. Лобачевского, вл. 120



Площадь участка – 8 га
 Площадь квартир – 113,4 тыс. кв.м
 Коммерческие площади на первых этажах – 4,1 тыс. кв.м



Что было сделано:

- Анализ местоположения, кластерный анализ.
- Маркетинговые исследования, анализ инфраструктуры в ЖК.
- Бенчмарк российских и зарубежных аналогов.
- Расчет необходимого объема коммерческих помещений.
- Разработка рекомендаций по размещению коммерческих объектов: структура, зонирование.
- Прогноз цен продаж и ставок аренды.
- Прогноз динамики продаж.

ЖК LOFT.FM. Москва, ул. Нижегородская, дом 32, стр. 3



Площадь земельного участка: 4,5 тыс. кв. м.
Общая площадь здания: 14,4 тыс. кв. м



Что было сделано:

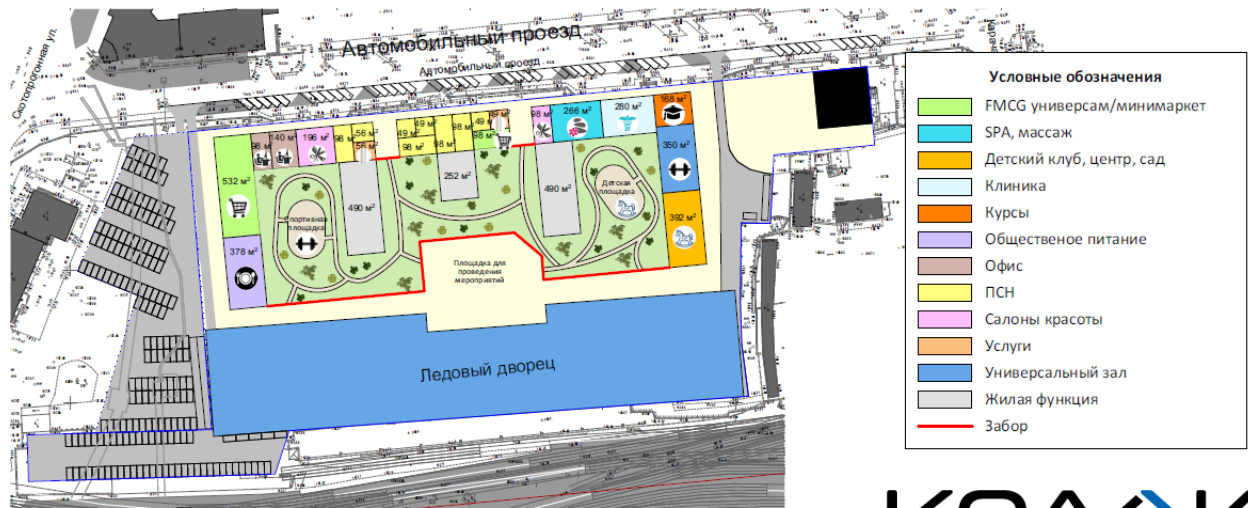
- Маркетинговые исследования рынка;
- Разработана концепция и позиционирование проекта;
- Рекомендации по размещению апартаментов на Объекте.
- Рекомендации по коммерческой инфраструктуре, план аренды (продажи) объектов (арендные ставки, цены продаж)



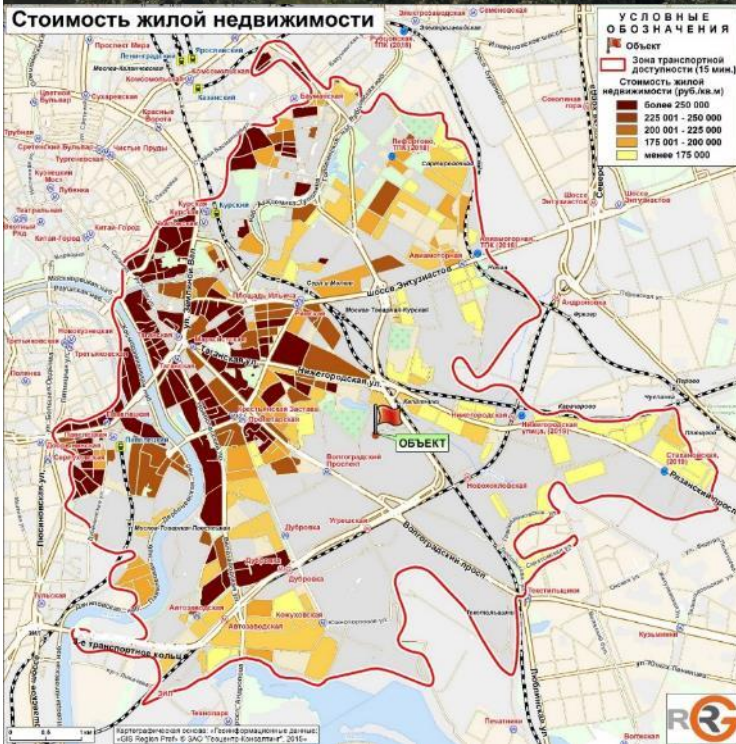
ЖК. Москва, Автомобильный проезд



Площадь участка: 3,0 га
 Площадь застройки 58 тыс. кв. м + Ледовый дворец



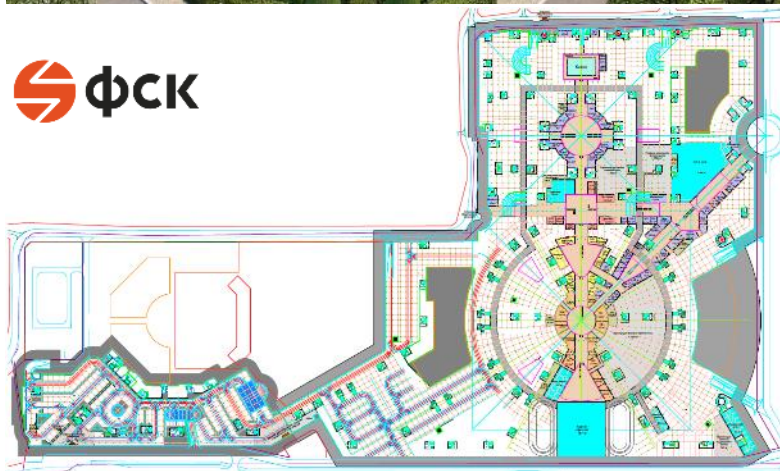
КОЛДИ



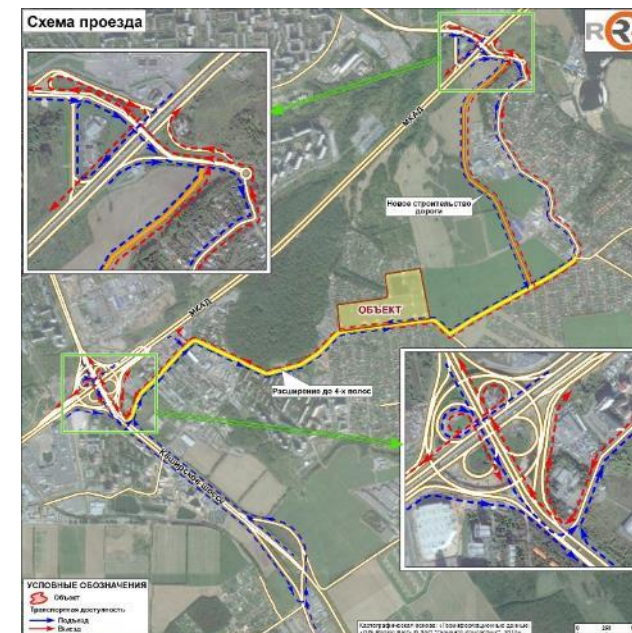
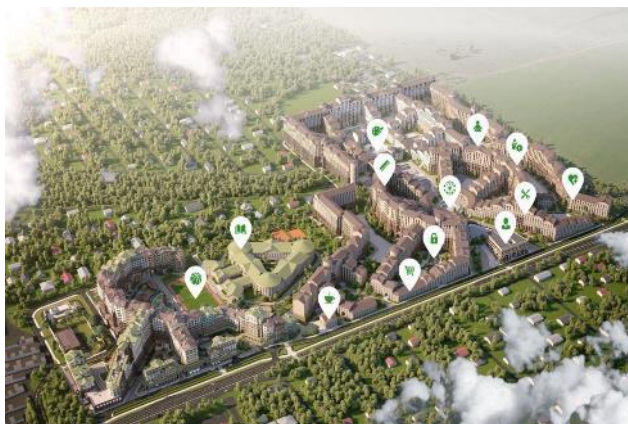
Что было сделано:

- Маркетинговый аудит проекта
- Анализ местоположения
- Маркетинговые исследования рынка торговой, жилой недвижимости и апартментов
- Разработка концепции застройки участка
- Рекомендации по концепции проекта, квартирографии, дополнительной инфраструктуре.
- Прогноз цен продаж, ставок аренды.
- Анализ экономической эффективности проекта.

ЖК Римский. Московская область, Ленинский район



Участок – 24,6 га. Площадь квартир – 300 тыс. кв. м.
24 тыс. кв. м коммерческой инфраструктуры.



Что было сделано:

- Анализ местоположения
- Маркетинговые исследования рынка
- Анализ аналогичных жилых комплексов в МО
- Предброкеридж
- Разработка концепции объектов коммерческой недвижимости: функционал, площади, планировочные решения
- Прогноз доходной части проекта



ЖК Сколковский. Московская область, г. Одинцово



Участок – 24,4 га.
 Площадь квартир – 300 тыс. кв. м.
 24 тыс. кв. м коммерческой инфраструктуры.



Что было сделано:

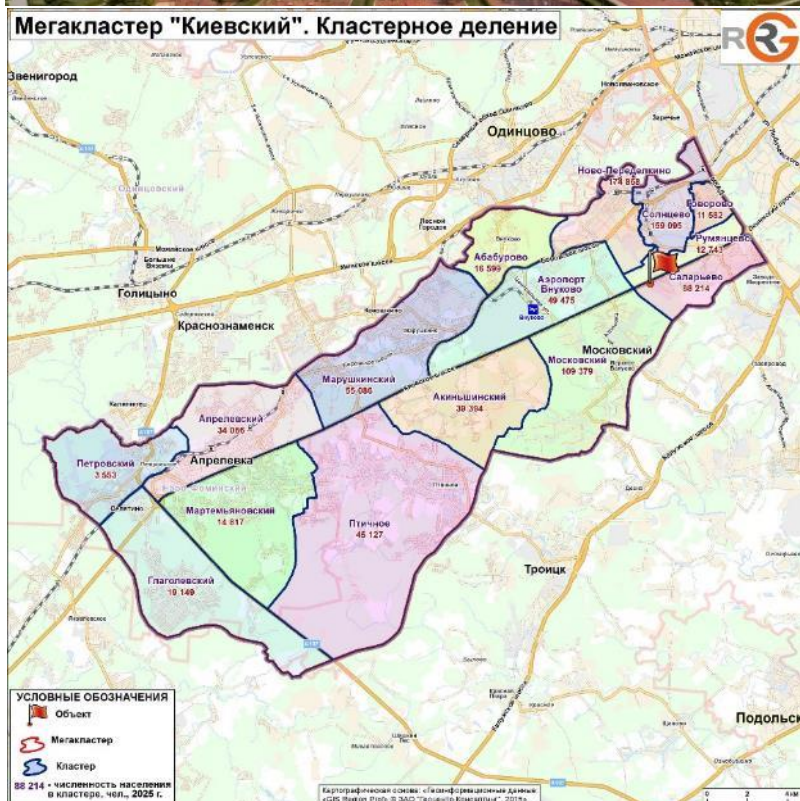
- Анализ местоположения
- Маркетинговые исследования рынка
- Предброкеридж
- Разработка концепции объектов коммерческой недвижимости: функционал, площади, планировочные решения
- Рекомендации по использованию площадей паркинга
- Прогноз доходной части проекта



ЖК Филатов Луг. Москва, поселение Московский



Участок – 36 га.
Общая площадь жилья – 286 тыс. кв.м



Что было сделано:

- Анализ проекта и местоположения
- Маркетинговые исследования рынка
- Рекомендации по отдельно стоящим объектам коммерческой недвижимости (торговый центр с МФК)
- Рекомендации по объему коммерческих помещений на первых этажах жилых домов

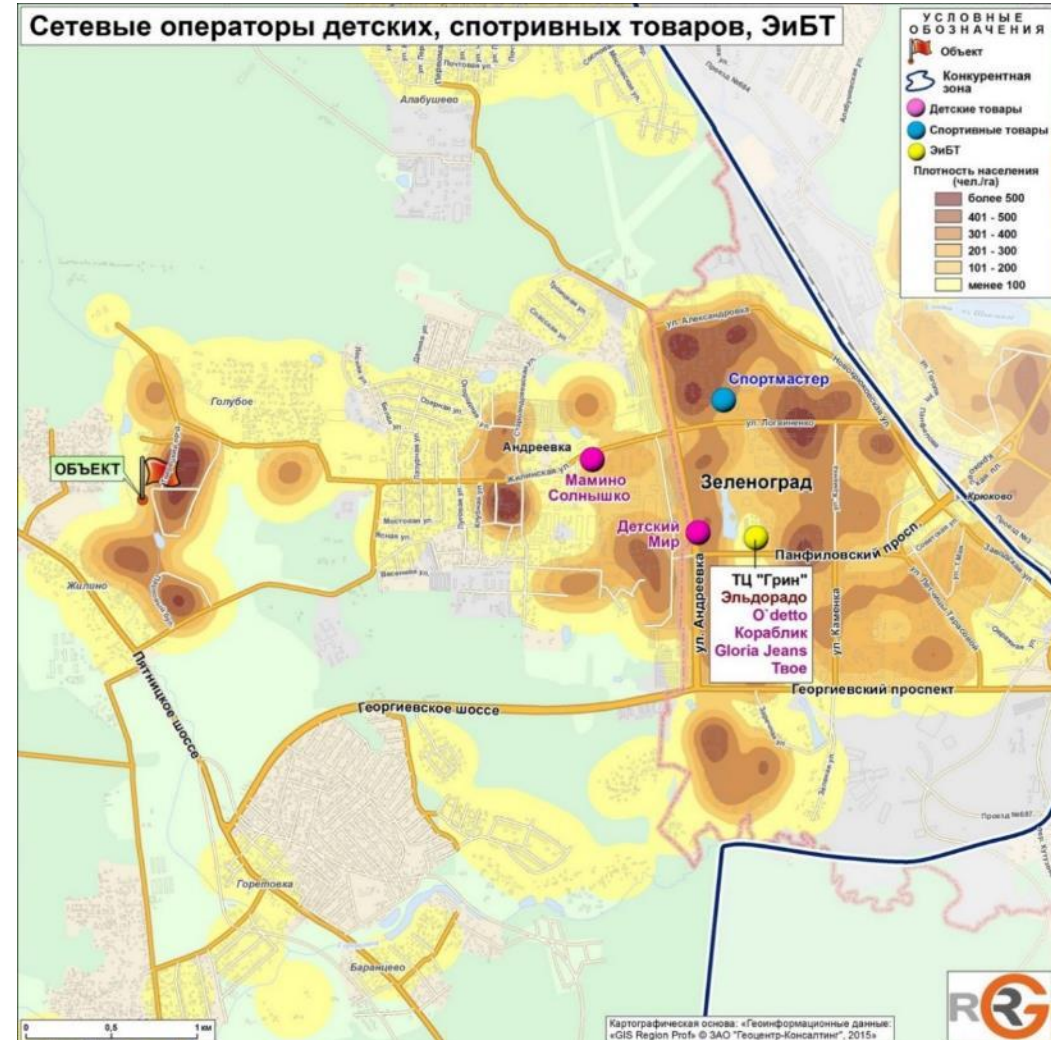
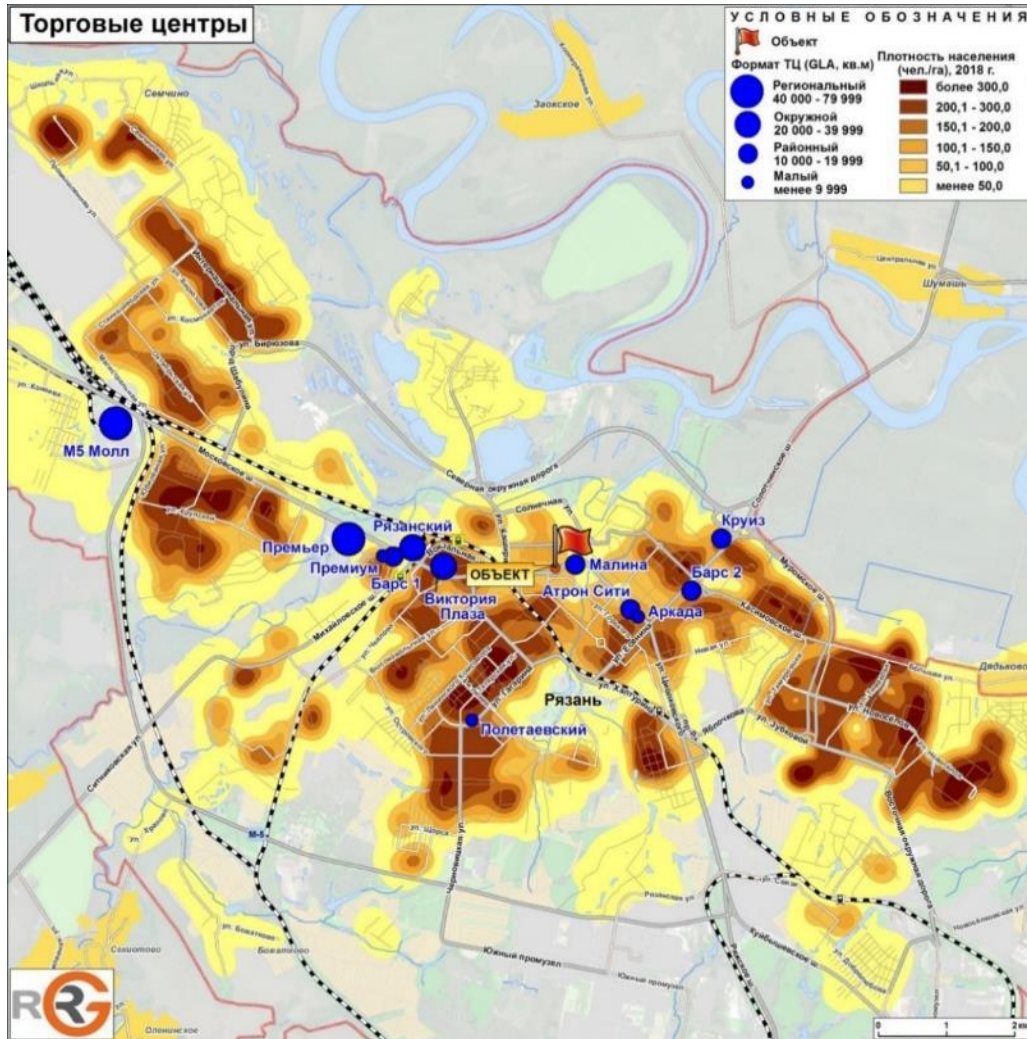
**Разработка концепции,
редевелопмент существующих
объектов**



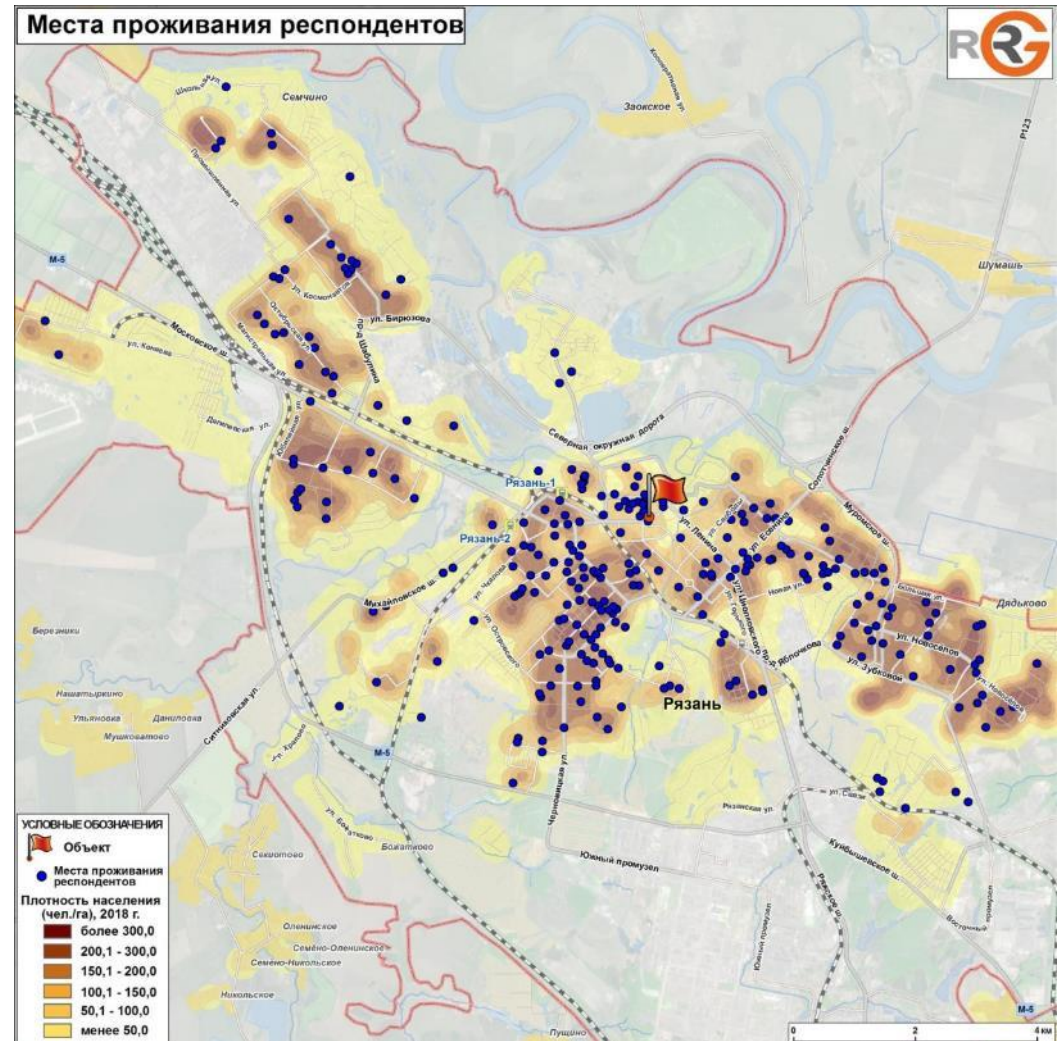
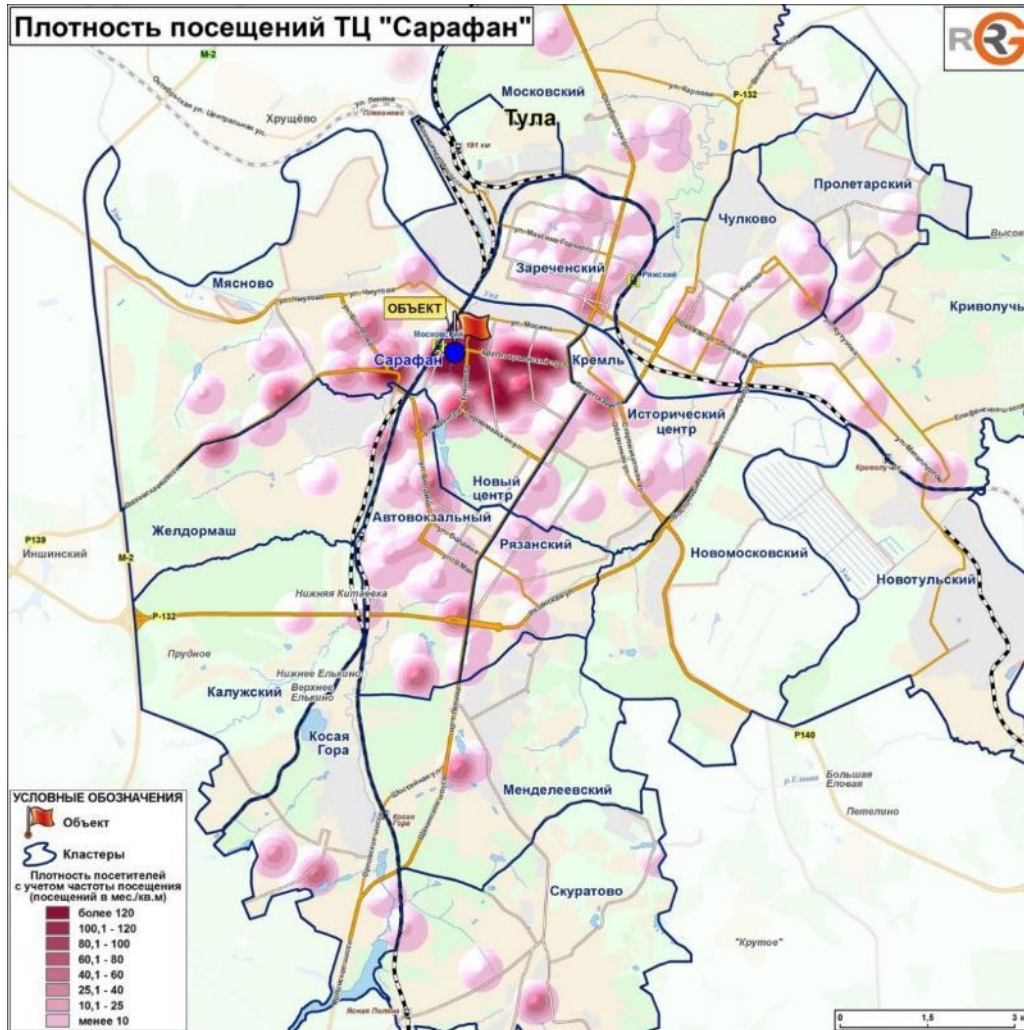
● Анализ местоположения: примеры



● Анализ конкуренции: примеры



● Анализ потребителей ТЦ: примеры



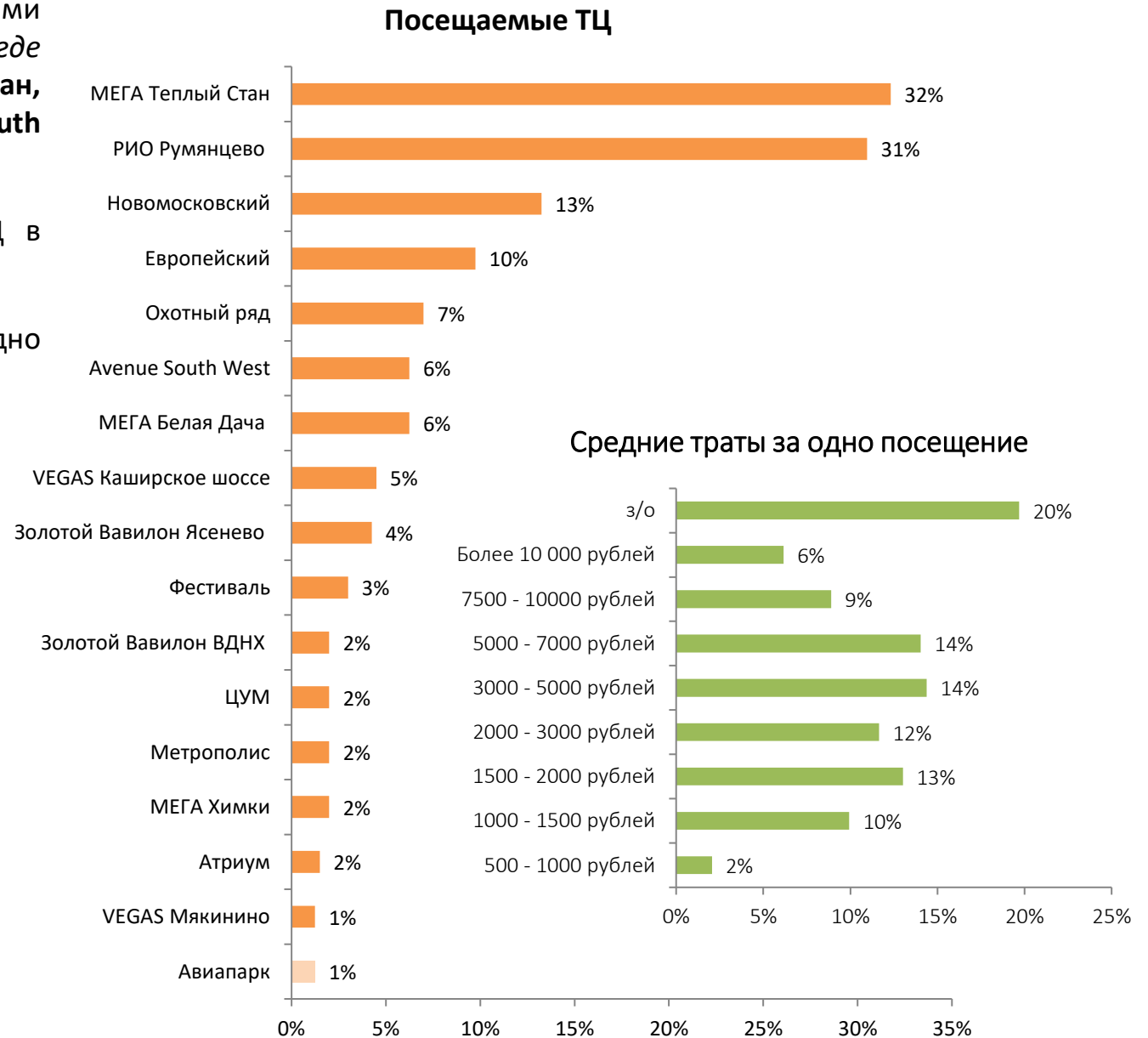
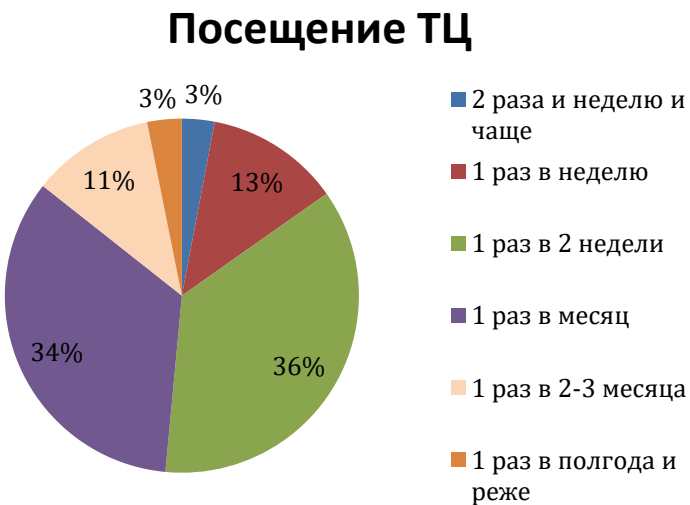
● Потребительское поведение: торговый центр (пример)



По результатам опроса самыми посещаемыми объектами стали (не считая те ТРЦ, где проводился опрос): **МЕГА Теплый Стан, Европейский, Охотный ряд и Avenue South West.**

Каждый третий респондент посещает ТЦ в среднем 2 раза в месяц.

Примерно **треть** респондентов тратят за одно посещение больше **5 тыс. руб.**



● Определение потенциала рынка, выявление рыночных ниш (пример)



Вид продукта	Обеспеченность 2022 год		Точка насыщения , кв. м/1000 чел.)	Потенциал, кв. м
	кв.м	кв.м/1000 человек		
0-5 минутная зона транспортной доступности (47,6 тыс. человек)				
FMCG универсамы и супермаркеты	4 617	97	115	860
0-10 минутная зона транспортной доступности (113,9 тыс. человек)				
Малые торговые центры	12 289	108	115	808
Районные торговые центры	127	1	100	11 261
Детские товары	615	5	22	1 890
0-20 минутная зона транспортной доступности (963,3 тыс. человек)				
Окружные торговые центры	116 701	121	75	-44 456
Региональные торговые центры	188 332	196	75	-116 087
Суперрегиональные торговые центры	152 677	158	45	-109 330
FMCG гипермаркеты	89 922	93	75	4 478
Мебель все форматы	49 582	51	20	-30 317
ЭиБТ	19 401	20	16	-3 989
Спортовары	13 154	14	10	-3 522

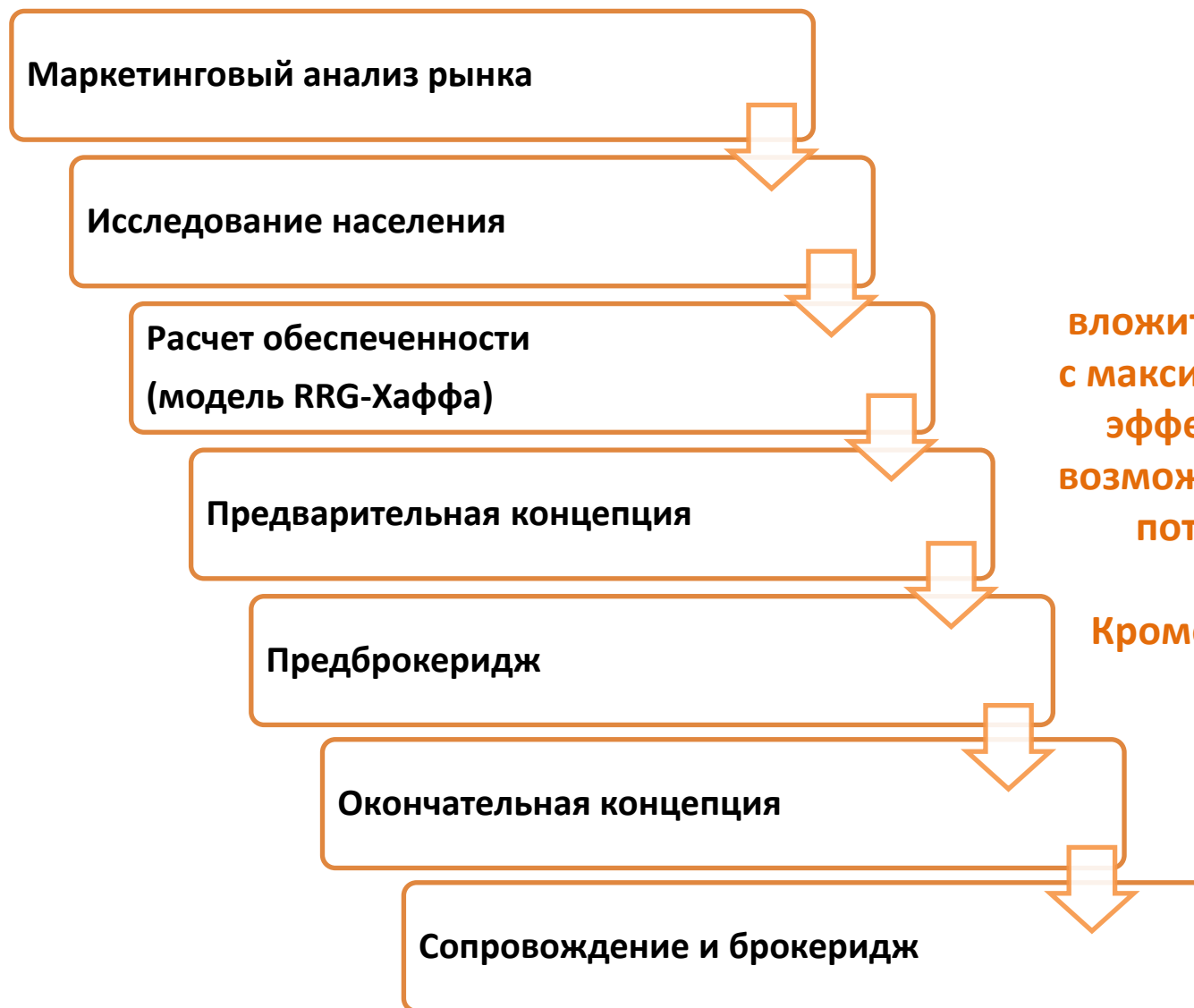
Потенциал рынка рассчитывается через обеспеченность жителей конкурентной зоны арендопригодными торговыми площадями и измеряется в расчете на каждую 1000 ее жителей. Размер потенциала определяется как разница между расчетной фактической обеспеченностью и предельной обеспеченностью (точкой насыщения). Итоговый объем рыночной ниши в квадратных метрах определяется как произведение вычисленного удельного показателя обеспеченности и численности населения конкурентной зоны.

При этом для разных арендаторов и торговых центров разных масштабов определяется разная конкурентная зона, в зависимости от того, сколько времени готов потратить потребитель

По итогам анализа в ближайших конкурентных зонах (0-5 и 0-10 минут на автомобиле) к 2022 году будет иметься потенциал в нишах **районные торговые центры, универсамы и супермаркеты FMCG, детские товары.**

С точки зрения торговых форматов более–менее устойчивый потенциал есть только в супермаркетах FMCG.

● Разработка концепции ТЦ



**Главная идея-
вложить в проект ту концепцию, которая
с максимальной вероятностью наиболее
эффективно будет использовать все
возможности локации, и реализовать все
потребности целевой аудитории!**

**Кроме того в концепции должна быть
ключевая идея!**

● Расчет основных показателей экономики проекта: примеры



Наименование показателя, ед. измерения	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4
Выручка от продажи, тыс. руб.	256 000	214 750	120 000	307 000
Суммарные затраты с учетом всех налогов и агентских вознаграждений, тыс. руб.	227 000	193 621	107 529	251 840
Баланс проекта (выручка минус затраты), тыс. руб.	29 000	21 129	12 471	55 160
Рентабельность затрат	13%	11%	12%	22%

Наименование показателя, ед. измерения	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4
Чистый дисконтированный доход (NPV), тыс. руб.	4 325	436	2 692	24 433
Внутренняя норма доходности (IRR) (номинальная ставка)	17,2%	15,3%	18,4%	26,9%
Период окупаемости инвестиций, лет	2,8	2,9	2,2	2,7
Индекс прибыльности инвестиций	1,025	1,003	1,035	1,133
Сумма вложений инвестора в проект (потребность в денежных средствах), тыс. руб.	189 594	167 008	84 066	201 007

ТРЦ Ривьера, г. Москва, Автозаводская ул., 18. Анализ потенциала, «мягкая реконцепция», брокеридж

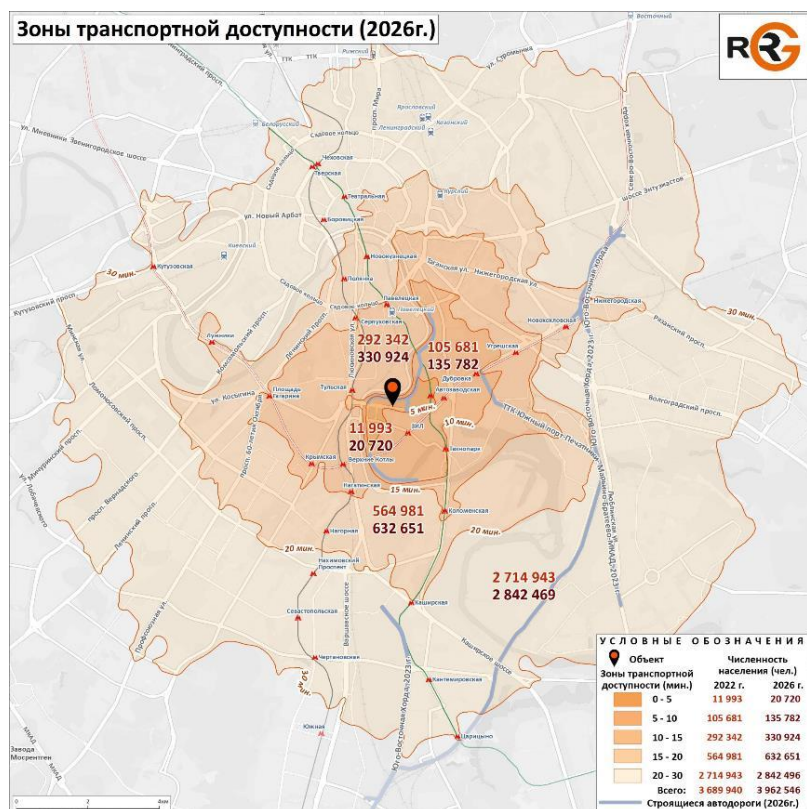


Характеристики объекта:

Общая площадь: 298 000 кв. м
Арендная площадь: 100 000 кв. м
Больше 200 арендаторов

Что было сделано:

- Комплексный аудит проекта, в т.ч. эффективность работы операторов
- Исследование покупателей
- Прогноз роста товарооборота с учетом изменения зоны охвата и окружения
- Тестирование гипотезы по созданию городского аутлета
- Заключение о стратегии развития центра: продуктивное наполнение, баланс арендаторов, маркетинг
- Брокеридж проекта в соответствии с выбранной стратегией без его закрытия – «мягкая» реконцепция



Торговая галерея в составе МФК Technopark Plaza, г. Москва, пр-т Андропова, 10. Брокеридж проекта



Характеристики объекта:

Общая площадь: 57 500 кв. м

Торговая галерея (GLA): 3 400 кв. м

Что было сделано:

- Брокеридж проекта с учетом изменившейся зоны охвата и транспортной ситуации
- Подготовка гис-аналитических материалов для арендаторов
- Проведен тендер на выбор оператора фудхолла
- Привлекли оператора «Вкусно и Точка» на 450 м2 с обновлением планировочного решения под размещение оператора, совместно с командой найдены технологические решения для размещения. К открытию – сентябрь 2023
- Среди других операторов: «Правда кофе», «Лавандерия» и др.



**ТРЦ Смола, г. Смоленск, мкр Королевка, улица Маршала Еременко.
Концепция, сопровождение, брокеридж**



Характеристики объекта:

GBA 14 000 кв. м

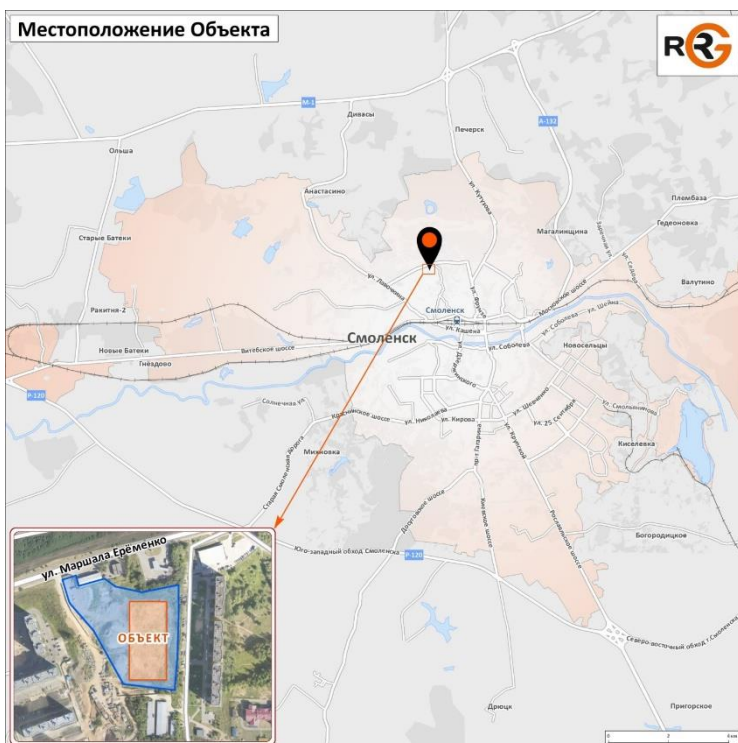
GLA 10 000 кв. м

**ГОРОДСКОЙ
КУРОРТ
ТЕРМЫ**



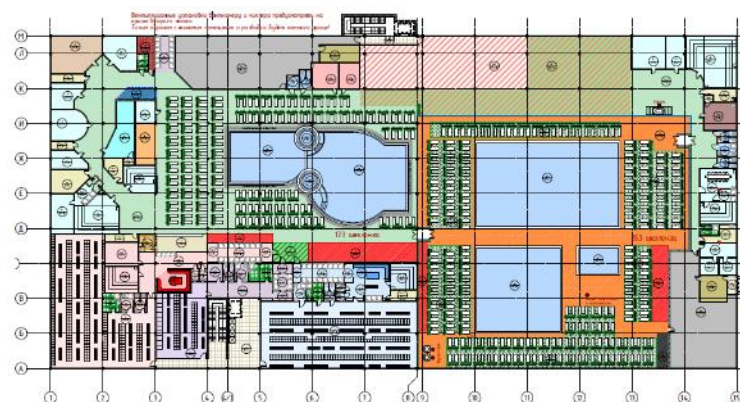
Открытие IV квартал 2023 года

ТРЦ Смола, г. Смоленск, мкр Королевка, улица Маршала Еременко. Концепция, сопровождение, брокеридж



Что было сделано:

- Разработана концепция ТРК, проведен тендер на архитектора и брендинговое агентство, участвовали в нейминге, формировании позиционирования и айдентики
- Брокерское сопровождение проектирования, адаптация планировок под актуальные форматы, составление арендной политики и арендного плана
- Участвовали в привлечении оператора термального курорта – организация проперти туров, переговоров, анализ предложений, выбор оптимального для заказчика
- Идет активный брокеридж проекта. Ввод в эксплуатацию – весна 2024. В переговорах Детский мир, ДНС, Подружка и др.



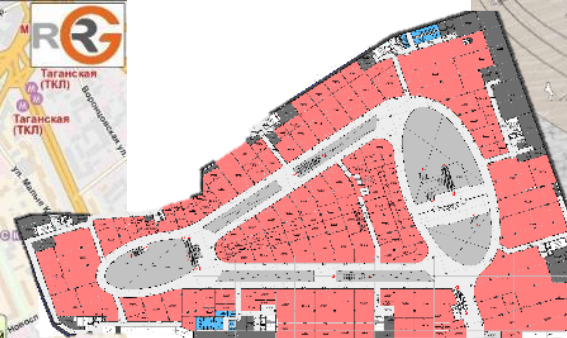
● ТРЦ «Павелецкая Плаза». г. Москва, Павелецкая площадь



Что было сделано:

- Аудит разработанной концепции и выработка рекомендаций по оптимизации концепции;
- Определение целевой аудитории и ее характеристик;
- Расчет маркетинговых показателей Объекта с помощью модели RRG – Хаффа.

Общая площадь	73 000 кв. м
Арендная площадь	33 100 кв. м
Паркинг	Подземный, 420 м/м

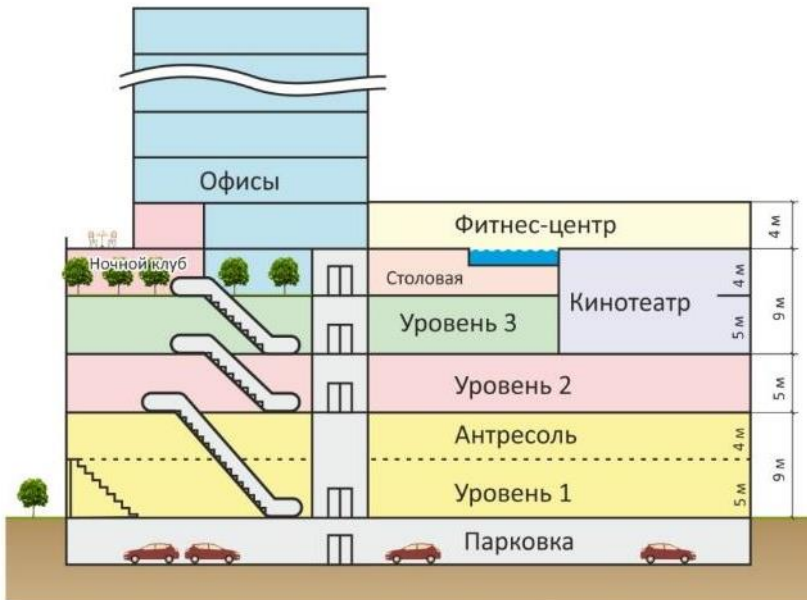


МФК «Слава». г. Москва, Ленинградский проспект.

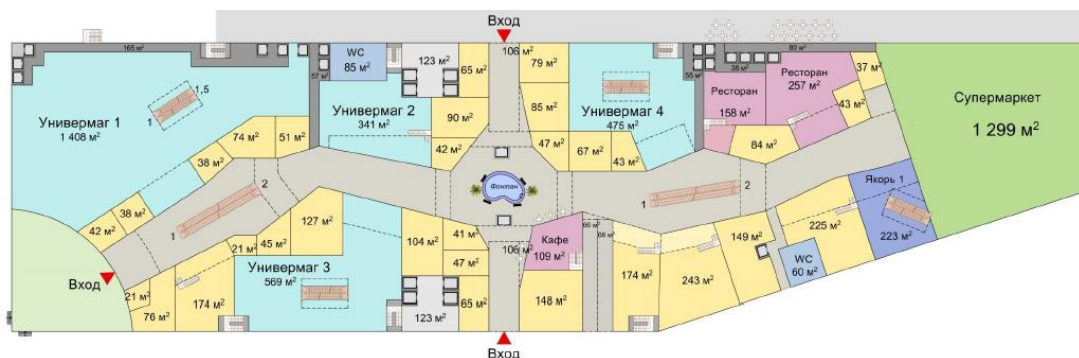


Что было сделано:

- Анализ и оптимизация концепции строительства многофункционального комплекса на территории МОАО «Слава» (Второй часовой завод)



ГОСУДАРСТВЕННАЯ КОРПОРАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И ВЫСШЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ВНЕШЭКОНОМБАНК) ВЭБИНВЕСТ



ТЦ в ЖК «Сердце Столицы». Москва



Характеристики объекта:

Общая площадь: 17 000 кв. м

Арендная площадь: 13 200 кв. м

Открытие: конец 2018 г.



Что было сделано:

- Аудит проектных решений, разработка концепции проекта и финансовой модели, рекомендован – мебельно-интерьерный центр. С конца 2016 – эксклюзивный брокеридж.
- Разработка стратегии развития объекта, рекомендации по позиционированию объекта, целевому пулу арендаторов
- Рекомендовано интерьерное направление с целью минимизации конкуренции с ТРЦ «АФИМОЛЛ» и ТЦ «ФИЛИГРАД», а также расширения зоны охвата и использования технических характеристик объекта
- В рамках брокериджа привлечены «якорные» арендаторы – «Перекресток» - 2200 кв.м и «The Дом» - 9800 кв.м. The Дом – уникальный для города центр интерьеров high end.
- Также среди арендаторов, привлеченных RRG Togas, AVE, Айлант, Главхимчистка и др.
- 80% площади торгового центра сдано в аренду до открытия и до заселения квартала
- Арендваемая площадь торгового центра увеличена на 15% за счет оптимизации планировочных решений и выбора интерьерной тематики
- Заявленный арендный план выдержан



● ТЦ «Сердце Столицы». Эксклюзивный брокеридж



Характеристики объекта:

Общая площадь здания: 17 000 кв. м

Арендная площадь: 13 200 кв. м

Открытие: конец 2018 г.

Маркетинговые и финансовые результаты:

- Выбрана стратегия развития объекта
- Подготовлены рекомендации по позиционированию объекта, выбран целевой пул арендаторов
- Рекомендовано интерьерное направление с целью минимизации конкуренции с ТРЦ «АФИМОЛЛ» и ТЦ «ФИЛИГРАД», а также расширения зоны охвата и использования технических характеристик объекта
- В рамках брокериджа привлечены «якорные» арендаторы – «Перекресток» - 2200 кв.м и «The ДОМ» - 9800 кв.м
- The Дом – уникальный для города центр интерьеров high end
- Также среди арендаторов, привлеченных RRG Togas, AVE, Айлант, Главхимчистка и др. Арендаторы, ориентированные на состоятельного клиента и соответствующие статусу ЖК бизнес класса и торгового центра
- В результате более 80% площади торгового центра было сдано в аренду до его открытия и до заселения квартала
- Арендваемая площадь торгового центра увеличена на 15% за счет оптимизации планировочных решений и выбора интерьерной тематики
- Заявленный арендный план выдержан



ТРЦ «Саларис». г. Москва, Киевское шоссе, 23-й км



Характеристики объекта:

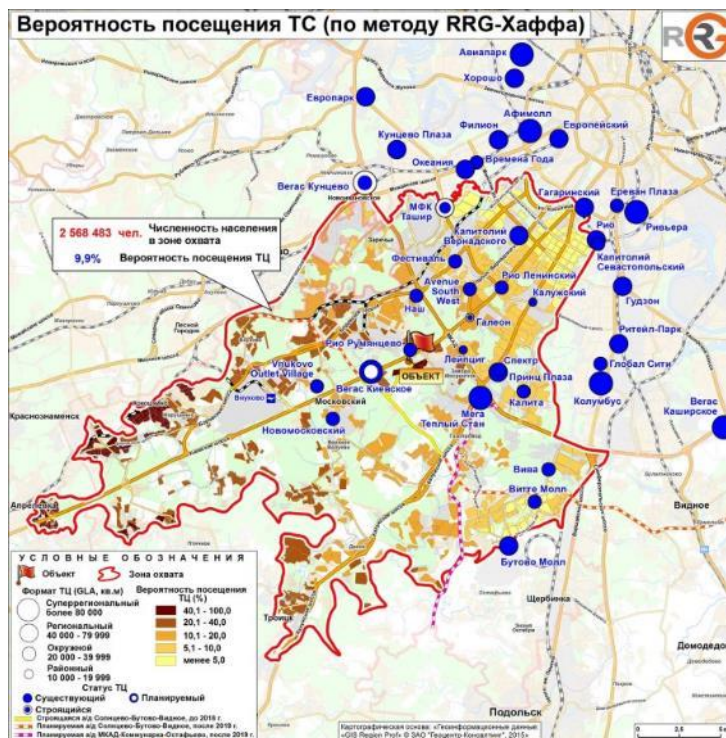
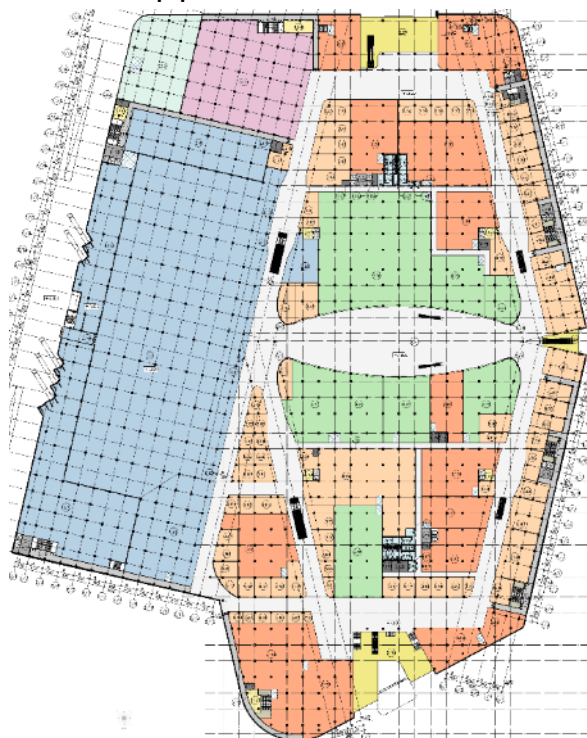
Общая площадь здания: 310 000 кв. м

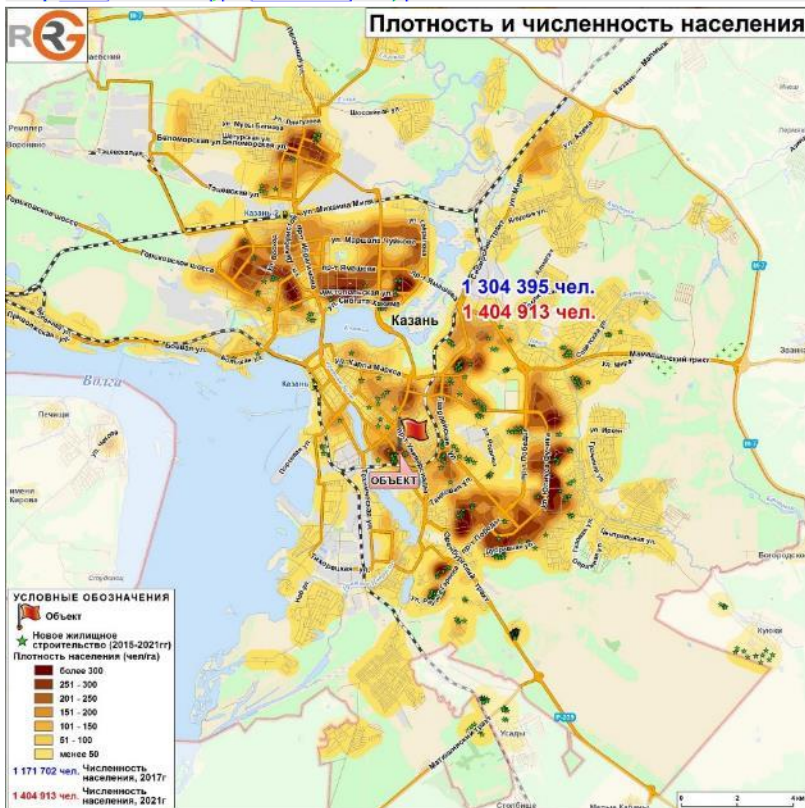
Арендная площадь: 105 000 кв. м

Паркинг: подземный 5500 м/м

Что было сделано:

- Аудит разработанной концепции и выработка рекомендаций;
- Сравнительный конкурентный анализ и составление рейтинга привлекательности потенциальных конкурентов;
- Расчет маркетинговых показателей Объекта с помощью модели RRG – Хаффа.





Характеристики объекта:

- Общая площадь здания: 137 000 кв. м
- Арендная площадь: 53 000 кв. м
- Паркинг: 1500 м/м

Что было сделано:

- Аудит разработанной концепции и выработка рекомендаций по оптимизации концепции;
- Определение целевой аудитории и ее характеристик;
- Сравнительный конкурентный анализ и составление рейтинга привлекательности потенциальных конкурентов;
- Расчет незанятых ниш;
- Расчет маркетинговых показателей Объекта с помощью модели RRG – Хаффа;
- Разработка рекомендаций по маркетинговой стратегии.

Характеристики объекта:

Общая площадь здания: 50 000 кв. м

Арендная площадь торговой зоны: 14 000 кв. м

Комплекс также включает в себя плавательную зону с бассейнами и термами на 1100 кв.м и уникальный аквапарк на 12000 кв.м

Маркетинговые и финансовые результаты:

- Подготовлено зонирование и арендный план торговой галереи, зоны общественного питания и спортивной зоны (сухая) проекта
- Составлены списки целевых резидентов и утверждена концепция дополняющих зон комплекса
- Подготовлены рекомендации по навигации и интеграции комплекса в общий парк с целью увеличения конверсии в торговой зоне проекта
- Ведется брокеридж. Среди резидентов TYR, ARENA, MAD VAWE, ABM SPORT, REEBOK, 2SCOOP, Billabong и др. арендаторы ЗОЖ, спорт, развлекательной зоны, а также сувениры и подарки. Основной магазин на бренд центры и концепции с мощной маркетинговой программой, уникальность ассортимента и ориентация на премиум
- Открытие: ноябрь 2019



ТЦ «Dream House»

Московская область, Барвихинское сельское поселение

Характеристики объекта:

Общая площадь здания: 13 500 кв. м

Арендная площадь торговой зоны: 10 000 кв. м

Что было сделано

RRG участвовала в подготовке геомаркетинговых данных по зоне охвата и количеству дневного и ночного населения с целью определения возможной посещаемости центра при реконцепции

Светлана Ярова, являясь сотрудником управляющей компании в тот момент, участвовала в реконцепции объекта:

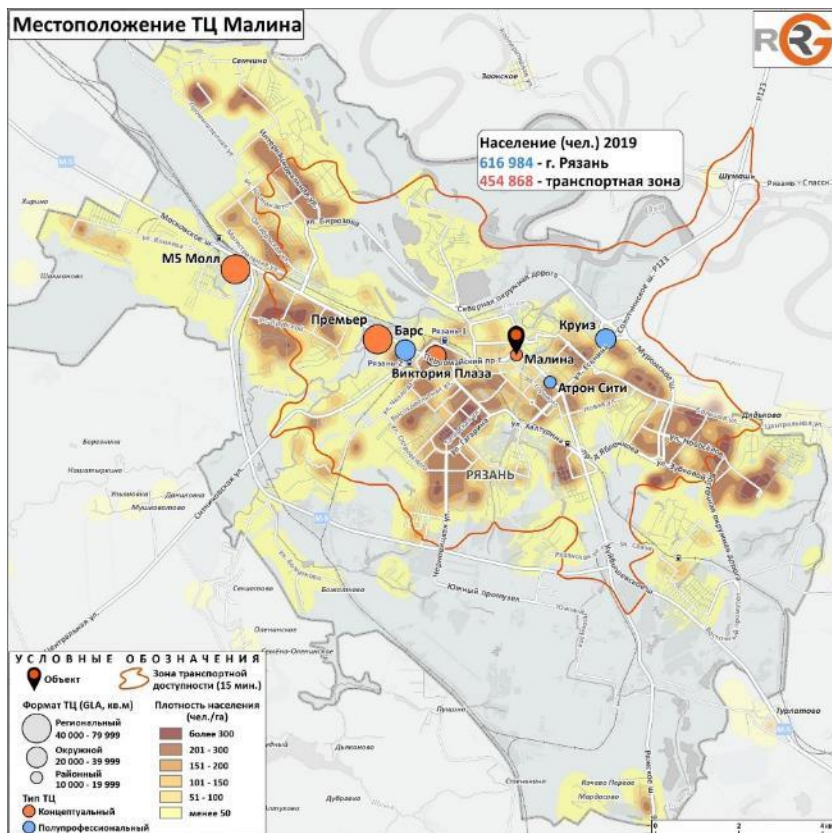
- Совместно с брокером объекта подбор целевых арендаторов
- Запуск арендаторов на ремонт и планирование программы ремонтов без закрытия центра
- Закрытие неэффективных магазинов
- Управление арендными отношениями
- Выстраивание с целевой аудиторией программы лояльности и принятия новой концепции центра
- За 8 месяцев было планомерно заменено более 15 арендаторов. Среди новых открытий Fit-end-Go, BORK, RASCINI, COSMOTHECA, Kaligula Weekend, Buro Beauty, расширение Иль де Ботэ и Golden Gym, Kaligula Weekend и др.

Маркетинговые и финансовые результаты

- Новый состав арендаторов соответствует стратегии формирования сервисного торгового центра у дома и нуждам первичной зоны охвата
- Собираемость аренды выросла более чем на 30%, увеличился оборот торгового центра. Снижена вакансия.



● ТЦ «Малина». г. Рязань, ул. Соборная, д. 15а



Малина

Характеристики объекта:
Общая площадь: 21 500 кв. м
Арендная площадь: 15 000 кв. м
Паркинг: подземный
отапливаемый на 250 м/м



Что было сделано:

- Аудит разработанной концепции (реконцепция действующего центра)
- Оптимизация планировок
- Эксклюзивный брокеридж: привлечение новых арендаторов, релокация и оптимизация условий аренды и внешнего вида магазинов текущих арендаторов
- Рекомендации по навигации и стратегии продвижения центра

● ТЦ «Малина». г. Рязань, ул. Соборная, д. 15а



Новая концепция объекта:

- Формирование максимально сбалансированного набора предложений товаров и услуг, а также создание более комфортного и современного пространства
- Разработка нового бренда и обновленного дизайн-проекта внутреннего интерьера с новой навигацией, благоустройство территории и обновление фасада ТРЦ

Маркетинговые и финансовые результаты:

- Рост посещаемости на 35%
- Заполняемость увеличены до 95%
- Средний рост оборота арендаторов 10-20%
- Рост ставки аренды по операторам галереи – 20%, по якорным арендаторам – 5-10%
- Подписан договор с FAMILIA на 1215 кв. м – выход в г. Рязань в обновленной концепции
- INCITY – релокация и оптимизация концепта (с дисконта на регулярный магазин)
- Начала работу культовая для Рязани сетевая кофейня «Римские каникулы», которая открылась в новом дизайне и формате
- Отрылся первый в г. Рязани магазин федеральной сети магазинов косметики и парфюмерии «Подружка»
- Перемещен и расширен популярный в городе магазин «Книжный Барс»
- Открыты сетевые магазины: Milana, eObuv, TopGun, Билайн, Milavitsa, Дефиле, Gipfel
- Брокеридж объекта продолжается.



ТРЦ «Авиатор». г. Жуковский, ул. Баженова, д. 2а



Характеристики объекта:

Общая площадь здания: 24 000 кв. м

Арендная площадь: 14 770 кв. м

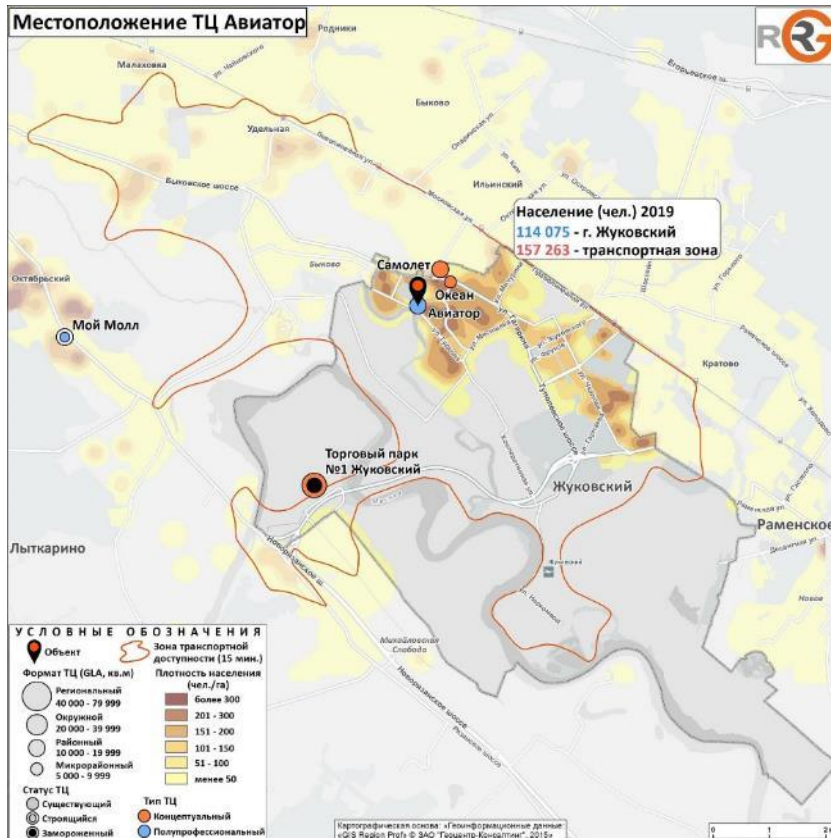
Паркинг: 300 м/м

Что было сделано:

- Варианты реконцепции торгового центра: функциональное зонирование Объекта, рекомендации по планировочным решениям, определение арендуемых зон и мест общего пользования, расположение арендаторов по форматам: якорные, мини-якорные, развлекательная функция, торговая галерея, общественное питание и т.п. Выбор оптимального варианта.
- Эксклюзивный брокеридж. В рамках брокериджа открыты FUNDAY – 1 в городе, ZENDEN – 1 в городе, увеличен, релоцирован и открыт в новой концепции Кораблик, 585 и SUNLIGHT – 1 в городе и др.

Маркетинговый и финансовый результат:

- Общий арендный поток увеличен более чем на 70% с момента старта реконцепции
- Рост посещаемости на 30%
- Пул арендаторов стал более устойчивым и сбалансированным
- Реконцепция проводится без закрытия торгового центра
- Вакансия на июнь 2019 г. составляет менее 5%



ТЦ «Океан». г. Жуковский, ул. Гагарина, д. 67



Характеристики объекта:

- Общая площадь: 7 085 кв. м
- Арендная площадь: 5 496 кв. м
- Паркинг: 125 м/м



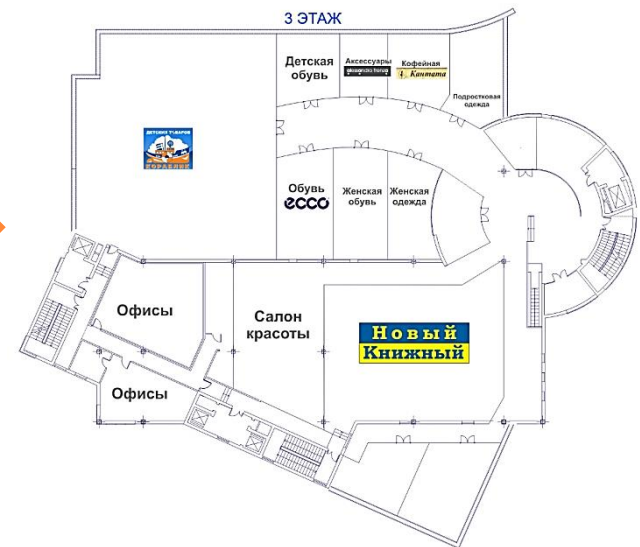
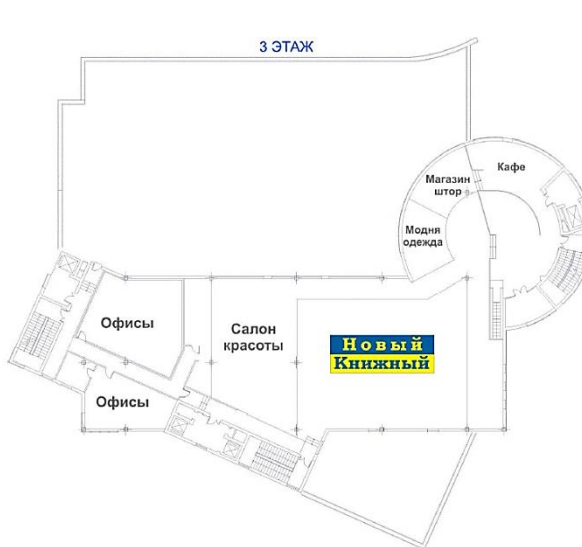
Что было сделано:

Оценка целесообразности достройки третьего этажа и рекомендации по пулу арендаторов



Новая концепция объекта:

- Общая площадь здания: 8 285 кв. м
- Арендная площадь: 6 280 кв. м



Маркетинговый и финансовые результаты:

- Увеличение арендного потока на 20%
- Премия CRE Awards 2007 в категории «Малый торговый центр»



● ТЦ «Малый ГУМ». г. Владивосток, ул. Светланская, д. 45



Характеристики объекта (I очередь):

Общая площадь: 8 697 кв. м

Арендная площадь: 5 669 кв. м

Что было сделано:

- Комплексный анализ работающего объекта
- Формирование единых рекомендаций по оптимизации работы ТРЦ и созданию единого концептуального решения с учетом планируемой второй очереди

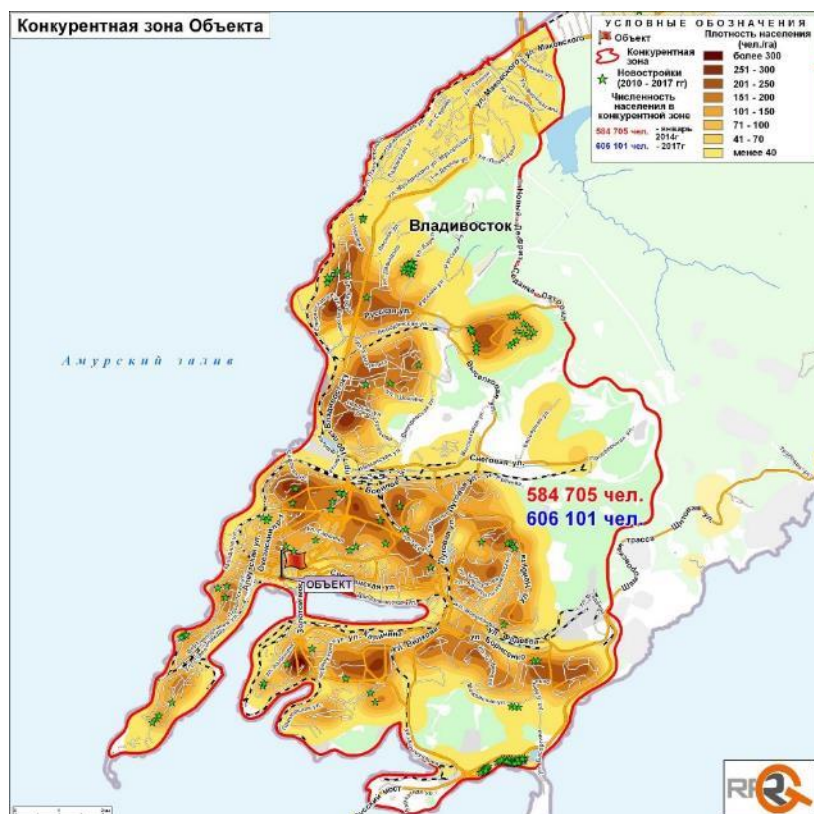
Характеристики объекта (II очередь):

Общая площадь: 8 498 кв. м

Арендная площадь: 6 371 кв. м

Маркетинговые и финансовые результаты:

- Проект функционирует
- Продан инвестору как действующий бизнес



ТЦ «Орех». г. Орехово-Зуево, ул. Ленина, д. 78: Редевелопмент имущественного комплекса



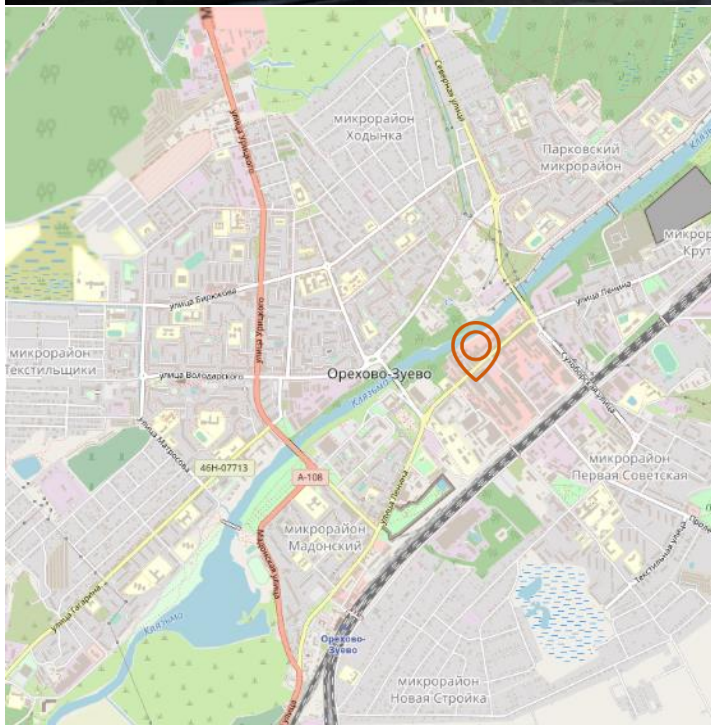
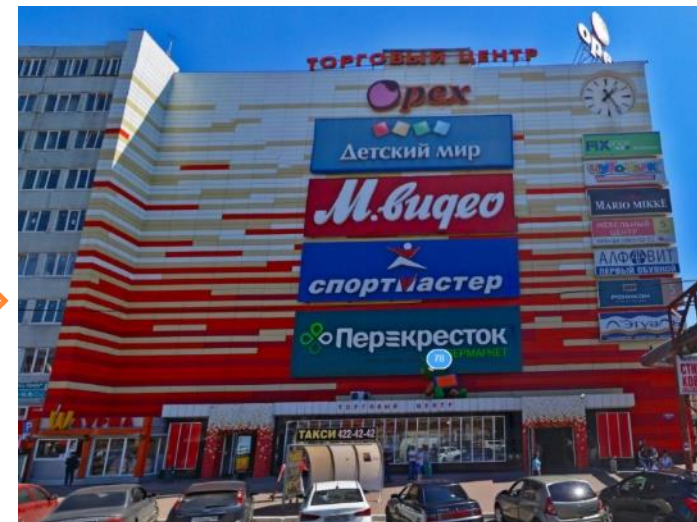
Характеристики объекта:

- Площадь объекта: 26 000 кв. м
- Площадь земельного участка: 1,9 га
- Этажность: 4 этажа
- Паркинг: 300 машиномест



Что было сделано:

- Концепция редевелопмента
- Сопровождение проектирования
- Брокеридж



Новая концепция объекта:

- Современный концептуальный торговый центр
- Потенциальные посетители и покупатели – все жители Орехово-Зуево

Маркетинговые и финансовые результаты:

- Объект реконструирован, функционирует
- Лучшие якорные операторы: «Перекресток», «М.Видео», «Спортмастер», «Детский Мир». Сети: Nike, O'Stin, Little Big, Colin's, «Яшма», Valtera, «Связной», «Книжный Лабиринт», «Диваны и Кресла», «8 Марта» и др.





Москва, ул. Ленинская Слобода, 19 стр 1,
БЦ Омега Плаза +7 495 981 00 12