

СЪОБЩЕНИЕ ЗА МЕДИИТЕ  
Прес офис  
Пепи Димитрова  
тел: 963 23 66, 0888 009333  
e-mail: [dimitrova@o3bg.com](mailto:dimitrova@o3bg.com)

26.03.2010 г.

## БЪЛГАРИЯ Е НА 5-О МЯСТО В КЛАСАЦИЯ ЗА НОВИ ТЪРГОВСКИ ЦЕНТРОВЕ

според класация на Cushman&Wakefield

- завършените през 2009-та г. търговски имоти в Европа са с 19% по-малко от тези за 2008-ма
- Русия оглавява класацията с 2.5 милиона кв.м. търговски центрове в процес на изграждане
- сделки на стойност 22.4 милиарда евро са сключени на Стария континент през миналата година

България е в ТОП 5 на страните, с най-голям обем търговски центрове в строеж в годината, в която Европейският пазар на този сегмент отбелязва рекорден спад от 19%. Forton International, партньор за България, Сърбия и Македония на световния гигант в бизнес консултирането Cushman&Wakefield, предоставиха доклада „Развитие на търговските центрове в Европа” през 2009-та. Повече от 600 000 кв.м. нови търговски площи предстои да бъдат завършени и отдадени у нас през 2010 и 2011 година, което ще ни изведе на по-челни позиции и в класацията на „Квадратни метри търговска площ на 1000 души”, където засега заемаме предпоследно място с едва 28.2 кв.м. Според доклада страната ни, заедно с Хърватска, отбелязва най-висок процентен ръст по отношение на новоизлезли търговски имоти, макар отварянето на голяма част от тях да бе отложено за 2010 година.

„През последните години строителството на търговски центрове набра скорост и в България през 2010 г е планирано да излязат около 300 000 кв.м. нови търговски площи. Това е огромен обем за мащабите на нашия пазар.”, коментира Сергей Койнов, Изпълнителен директор на Forton International. „Тази търговска площ предлага на практика неограничени възможности за развитие на българските търговци. Въпреки значително по-ниските наемни нива, особено извън София, отдаването на нови площи в условията на икономическа криза и свито потребление, е трудно. Затова е твърде вероятно откриването на известна част от планираните търговски центрове отново да се отложи за следващите няколко години. ”

„Откритите в началото на годината търговски центрове доказаха, че потребителите в големите градове са все още активни. Опасенията и предпазливостта на търговците са свързани с платежоспособността в по-малките населени места.”, допълва Димитър Киферов, мениджър Търговски площи във Forton International.

Развитието на търговските центрове на Стария континент съществено се е забавило, сочи анализът на Cushman&Wakefield. През изминалата година е отбелязан спад, непознат през последните 15 години. Общо около 7.4 милиона кв.м. нови търговски площи са се появили през 2009 година – приблизително 19% по-малко в сравнение с 2008 година. През 2010 година се

очаква около 6.1 милиона кв.м. нови търговски площи да видят бял свят. През 2011 пък развитието на шопинг центровете вероятно ще удари дъното за последните 7 години с около едва 5 млн. кв.м. търговски площи, което представлява около 46% спад от обемите през 2008 година, когато общата площ на новите търговски имоти е била около 9.3 милиона кв.м.

Първите две места в класацията на търговски центрове в процес на изграждане се заемат съответно от Русия и Турция, където се наблюдава и най-динамично развитие на пазара през 2009 година.

Общо 256 нови търговски центрове са отворили врати в Европа, в резултат на което общата търговска площ на Стария континент в момента възлиза на 128.3 милиона кв.м. Най-голям дял от всички нови площи представляват тези в Централна и Източна Европа – 57% от всички. В момента на 1000 жители население в рамките на Европейския съюз се падат около 225.6 кв.м. търговски площи.

През 2009 повечето страни в ЦИЕ са претърпели спад по отношение на завършените търговски проекти. Най-голям е бил той в Румъния – 57%. Единствено Полша и Словакия бележат ръст в сравнение с нивата от 2008-ма година.

В Западна Европа общата картина остава непроменена и Италия продължава да заема водеща позиция. В страната в момента има около 1 милион кв.м. площи в процес на изграждане. МОЛ-овете извън градовете в Италия остават изключително популярни сред участниците на пазара. Франция пък е успяла да попадне в топ 5 в класацията на завършените търговски площи за първи път от 15 години насам. Във Великобритания пък се намира Stratford City в Лондон – най-големият търговски център в процес на изграждане в момента с площ от 186 500 кв.м.

Инвестиционните продажби също са забавили темпото си, сочат данните на Cushman&Wakefield. Общият обем сделки, сключени през годината, възлизат на около 22.4 милиарда евро за цяла Европа – с една трета по-малко, отколкото през 2008-ма година. Обемите при сделките с търговски площи са достигнали дъното си през първото тримесечие на 2009-а на повечето европейски пазари.

Нивата на възвръщаемост се стабилизират в по-голямата част от континента през втората половина на 2009 година. Средната доходност в първокачествен МОЛ в Европа достигна пик през септември – 7.54%. През същия месец на 2007-ма година тази стойност е била 5.47%.

Очакванията за 2010-а година са тя да бъде изпълнена с предизвикателства, рисковете да се запазят, но активността на инвеститорите да нарасне. В резултат от това на някои пазари ще се очертаят понижения в нивата на възвръщаемост. „В България прогнозата е за плавно нарастване на обема реализирани търговски площи, но при всички положения не лавинообразно, а бавно - с темповете на възстановяване на цялата икономика на страната.”, коментира Сергей Койнов, изпълнителен директор на Forton International.”