



# Retail Real Estate

## Bulgaria Market Review

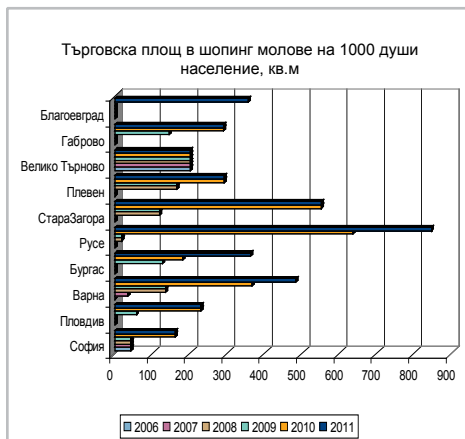
БЪЛГАРИЯ, 2009

### България отблизо

- За деветмесечието на 2009 БВП достига номинален стойностен обем от 48 061.0 млн. лева. В реално изражение той намалява спрямо същия период на 2008 година с 4.8%.
- Износът (FOB) за януари – септември 2009 г. е 8469.7 млн. евро, като намалява с 28.9% (3434.6 млн. евро) в сравнение с този за същия период на 2008 г. (11 904.4 млн. евро). Вносът (FOB) за януари - септември 2009 г. е 11 699.4 млн. евро, като намалява с 35.6% (6 561.5 млн. евро) спрямо същия период на 2008 г. (18 160.8 млн. евро).
- По данни на Националния статистически институт през октомври 2009 г. в страната е отчетена месечна инфлация от 0.1% спрямо предходния месец. Годишната инфлация за октомври 2009 г. спрямо октомври 2008 г. е минус 0.3%. Инфлацията от началото на годината (октомври 2009 г. спрямо декември 2008 г.) е 0.0%. Предходната година равнището на безработица е с 1.66 процентни пункта по-високо.
- Намалява чуждестранната инвестиционна активност. По предварителни данни преките чуждестранни инвестиции в страната за януари - септември 2009 г. възлизат на 2112.1 млн. евро (6.3% от БВП), при 5075.9 млн. евро (14.9% от БВП) за януари – септември 2008 г., като намаляват с 58.39%.

### Шопинг центрове

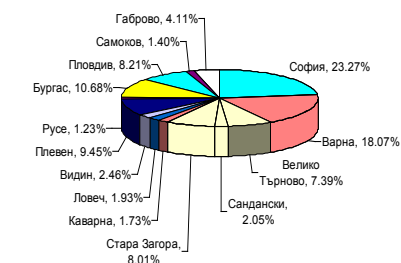
Негативните икономически тенденции, съпътстващи 2009 в национален и световен мащаб, оставят своите отпечатъци и върху сегмента на търговските площи. Тъй като той се намира в пряка корелация от основни макро-показатели като безработица, инфлация, доходи, покупателна способност на населението и др., той се очертава като един от най-засегнатите от финансовата криза. Значителното намаляване на чуждестранните инвестиции, както и ограниченото финансиране под формата на банкови кредити, неизменно забавят развитието му, което се изразява в няколко основни аспекта: проектиране на значително по-малко нови шопинг центрове, “замразяване” на значителен брой от старите проекти, забавяне строителството на тези в процес на изграждане, все по-трудно привличане на наематели, повишаване на процента на незаемот на търговските площи, намаляване на доходността и пр.



Новите проекти за шопинг центрове през 2009 са изключително малко на брой и са съсредоточени в градовете София (Арко Тауърс Мол), Пловдив (Тримонциум Център), Благоевград (Сити Мол), Сливен (Сити Център Сливен и Мол Сливен) и Добрич (Сентрал Мол Добрич).

Логично “замразените” проекти са значително повече на брой. В тази група попадат Европа Парк, България Мол, Софийски Акрополис, Олимпийан Мол енд Тауър, Цариградски Мол в София, Гранд Галерия в Бургас, Фокус Мол в Благоевград, Шумен Плаза Център, Търговище Ритейл Парк, Мол Сити Център Казанлък, Мол Хасково и много други.

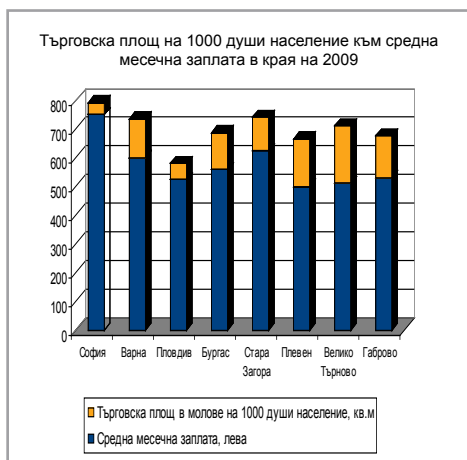
Териториално разпределение на съществуващи шопинг центрове в България на база нетна отдаваема площ



През 2009 в България са открити два нови мола от среден клас - Мол Пловдив (GLA 20 000 кв.м) и Бургас Плаза (GLA 26 000 кв.м), и един малък - Тера Център Мол в Габрово (GLA 10 000 кв.м). Тези три обекта са първи от типа мол за съответните градове. С откриването им, общата площ на функциониращите в страната шопинг центрове достига 243 460 кв.м, т.е. от началото на годината наличните

търговски площи в молове в страната са се увеличили с 29.87%.

В края на 2009 показателят “търговски площи в молове на 1000 души население” средно за страната е в размер на 32 кв.м, докато в края на 2008 той е 25 кв.м, а в края на 2007 - едва 12 кв.м. Независимо от увеличението, тази цифра все още е под средното ниво за Европа. В действителност, ако всички планирани за 2009 година молове бяха отрити, този показател щеше да бъде 58 кв.м.



Към момента, в страната са в процес на изграждане 641 830 кв.м търговски площи (GLA) в шопинг центрове. Съгласно инвеститорските планове, около 80% от тях трябва да бъдат завършени и въведени в експлоатация през 2010 година. В резултат на повишеното предлагане, привличането на наематели става все по-трудно, особено за инвеститорите с по-малък опит и липса на утвърдени позиции в бранша. Голяма част от новооткриващите се молове стартират с непълна заетост, което крие голям риск от скорошно проваляне на проекта поради лош tenant mix. Вече има и случаи на забавяне откриването на готови молове именно поради липса на наематели.



### High streets

Кризата дава своето отражение и по отношение на главните търговски улици в големите градове, където за разлика от предходните години, вече е възможно освен да се наемат, също и да се закупят площи. В София, например, вече лесно може да бъде наето помещение на улиците Граф Игнатиев и Раковска, и дори в търговската част на бул. Витоша. Повод за освобождаване на помещения на търговските улици е и преместването на бизнеса в откритите молове. Като цяло, обаче, за разлика от второстепенните търговски артерии, обемът на предлагането на подобни площи не е голям.

### Аутлет центрове

Най-забавено през периода, е развитието на аутлет центрите като през 2009 в страната е открит само един подобен център - City Outlet Sofia, разположен на разклона за Казичене и заемащ площ от 600 кв.м. Така функционираще обекти от този тип в страната стават два (Princess Outlet Center, открит през 2007, макар че той не е традиционен аутлет център). Единственият аутлет център в процес на изграждане в страната в края на 2009 остава София Аутлет Център (GLA 15 000 кв.м), чието откриване предстои през март 2010.

София Аутлет Център ще бъде разположен между магазините Метро и Технополис в столичния квартал Младост. Разгърнатата му застроена площ ще бъде 36 567 кв.м. Търговският комплекс ще обединява магазини за облекла, аксесоари, спортни стоки и заведения за хранене. Сред марките, които ще имат магазини в търговския център, са: Geox, Puma, Playlife, Converse, Tommy Hilfiger, Mango, Nike, Incanto, Ecco, Adidas, Za-Za, Oxette, Cocodrillo, Sisley, Arzberg, Home, Subway, Segafredo, Rollman, Lloyd, Ferrante, Vayk, Canali, Levi's, Ripcurl, Pepe Jeans. Професионалното управление на комплекса е възложено на британската компания GVA Grimley LLP-Outlet Services, която е специализирана в управлението на аутлет центрове.

През пролетта на 2010 се очаква старта на изграждането на Castle Outlet Center (близо до София).

Изоставането в развитието на аутлет сегмента не е поради липса на интерес от страна на инвеститорите и крайните клиенти, а заради липсата на потенциални наематели. Този тип площи следва логично развитието на пазара на търговски площи, който в България все още не е достигнал зрялост и няма налице необходим обем стокооборот в маркови магазини, който да захранва откриването на аутлет представителства на марките.

### Хипермаркети

За разлика от всички останали представители на сегмента, хипермаркетите получават добри възможности за експанзия, тъй като по-голямата част, главно т.нар. “дискаунтъри” запазват оборотите си въпреки трудната икономическа ситуация. За тях това е добър момент за закупуване и наемане на площи - парцели и търговски помещения - с атрактивни цени, където да разкрият нови обекти. През годината, на територията на страната нови обекти откриват Carrefour, Villa, Техномаркет, Вахта, Пикадили, Кауфланд, Plus, Penny Market и др. През 2010 се очаква първият обект на германската веригата за бързооборотни стоки Lidl.

Развитие се наблюдава и за Convinient store департаментите на големите хранителни вериги. От наличието на пазара на модерни търговски площи на разумна цена, в централните части на градовете и кварталите, се възползват много компании. След дълго чакане на подобна перспектива, през 2010 своите планове ще могат да реализират: Billa, Пикадили Експрес, ЦБА, Елемаг, ПроМаркет и новата българска верига Мандарин.

### Търсене

Търсенето на търговски площи за закупуване и наемане през 2009 остава на нива значително по-ниски в сравнение с предходните години като преобладава второто. Тази тенденция е валидна не само по отношение на моловете, но и за площите в централните градски части. Все пак, най-атраktivни за наемане остават търговските обекти, ситуирани на т.нар. high streets. За София това са ул. Граф Игнатиев, бул. Витоша, ул. Алабин и Солунска в търговската си част, бул. Патриарх Евтимий, бул. Васил Левски и бул. Стамболийски. Интерес има не само към главните булеварди, а и към техни пресечки, основно поради по-ниската цена. По-търсени са малки помещения с площ между 60 и 100 кв.м, главно поради по-ниските разходи, свързани с тяхното наемане и поддържане.

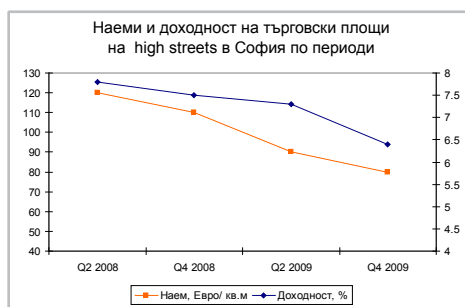
Световно известни вериги модни стоки търсят активно и значително по-големи площи на т.н. high streets, но все още наемодателите не са готови да направят компромис с наемната цена, за сметка на дългосрочния, нискорисков, престижен наемател.

През 2009 нови представителства в България откриха Promod, Deichmann, дрогерии DM, LLP, а през 2010 в страната ще навлязат и дългочакваните марки на Inditex, Peek&Cloppenburg, GAP, Sephora, Humanic.

### Цени

Наемните стойности на търговските площи в шопинг центровете през периода бележат значително понижение. При предоговаряне на цените от страна на настоящи наематели, пониженията са в размер до 30%, докато за период от 1 година офертните стойности са намалели с 25 и дори до 50% в зависимост от конкретния обект. Характерна за периода е и по-голямата гъвкавост от страна на инвеститорите, които за да задържат и повишат заетостта на своите обекти предлагат различни схеми на заплащане и други допълнителни отстъпки, сред които възможност за заплащане на наема през първата година като процент от оборота, отстъпки по довършителните работи и др.

Подобна е ситуацията и с наемните стойности на търговските обекти, разположени на high streets. Средно за големите градове на страната те са се понижали с 29.5%. В София понижението е в размер на 27%, а във Варна - 30%. Измененията са изчислени на годишна база при офертни цени.



### Доходност

Тъй като наемните цени на търговските площи се понижават със значително по-големи темпове от продажбените, доходността на имотите в сегмента също намалява. Към декември 2009 средната доходност на търговските площи на high streets в София е 6.4% (-1.1 пр.п. ) спрямо декември 2008), а във Варна - 7% (-1.0 пр.п. спрямо декември 2008).

### Прогнози за 2010 година

- Световната финансова криза, понижената активност от страна на големите търговски марки и повишеното предлагане ще доведат до значително нарастване на процента на незаемот на търговските площи. Най-потърпеливи ще бъдат шопинг центровете с неатраktivно местоположение, лошо управление и липса на предварително подготвена концепция и маркетингов план. Освен в моловете, процентът на незаемот ще се увеличи и за търговските обекти извън главните търговски улици и булеварди.
- През 2010 пазарът ще коригира средните нива на доходност и това ще бъде много добър момент за покупка на търговски площи.
- През 2009 инвестиционната активност в сегмента все още е много слаба, но 2010 ще бъде подходяща за стартиране реализирането на търговски проект с оглед атраktivните цени на строителните дейности и предстоящото възстановяване на пазара.
- Наемателите (с изключение на хипермаркетите) ще продължат да бъдат предпазливи в експанзията си и ще избягват влизането в проекти "на зелено", които не са се доказали и позиционирали на пазара.
- До края на 2010 се очаква да бъдат завършени 504 830 кв.м търговски площи в шопинг центровете, в резултат на което, на 1000 души от населението на България ще се падат по над 98 кв.м търговска площ в молове.
- Шопинг центровете, предвидени за откриване през следващата една година ще стартират с по-ниска заетост или откриването им ще бъде забавено.

Град	Продажбена цена high streets, Euro/кв.м	Наемна цена high streets, Euro/кв.м	Наемна цена шопинг центрове, Euro/кв.м	Доходност, %
София	15000	80	30	6.40
Варна	12000	70	25	7.00
Бургас	4000	40	25	12.00
Пловдив	4500	50	25	13.30
Стара Загора	5000	60	20	14.40

## ШОПИНГ ЦЕНТРОВЕ В ПРОЦЕС НА ИЗГРАЖДАНЕ КЪМ ДЕКЕМВРИ 2009

Шопинг център	Местоположение	GLA, кв.м	Година на завършване
Карфур Цариградско	София	66 000	2010
Сердика Център	София	53 000	2010
Мега Мол София	София	24 000	2010
Варна Тауърс Мол	Варна	23 400	2010
Гранд Мол Варна	Варна	52 000	2010
Галерия Варна	Варна	38 000	2011
Галерия Пловдив	Пловдив	43 000	2010
Мол Марково Тепе	Пловдив	17 000	2010
Галерия Стара Загора	Стара Загора	26 000	2010
Сити Мол (Карфур) Стара Загора	Стара Загора	24 500	2010
Мол Стара Загора	Стара Загора	21 000	2010
Сън Сити Център	Бургас	11 200	2010
Галерия Бургас	Бургас	37 000	2011
Гранд Плаза Русе	Русе	37 500	2010
Мол Русе	Русе	36 000	2010
Мега Мол Русе	Русе	17 800	2010
Дунав Мол	Русе	17 000	2010
Галерия Русе	Русе	37 000	2011
Мол Габрово	Габрово	10 000	2010
Мол Плевен	Плевен	17 500	2010
Фокус Мол Благоевград	Благоевград	25 000	2011
Централ Мол Добрич	Добрич	7930	2010

## ЗА ПОВЕЧЕ ИНФОРМАЦИЯ

Моля, свържете се с:

Добромир Ганев, Директор  
Тел./Факс 02 987 47 47

Информацията в този доклад е представена от източници, считани за надеждни. GVA Sollers Solutions не поема гаранции, пряко или косвено, за нейната достоверност. Всяко заинтересовано лице трябва да потърси допълнително уверение за точността на информацията. GVA Sollers Solutions не дава никакви изрични или подразбиращи се гаранции относно този документ и съдържащата се в него информация, както и не поема никаква отговорност за каквито и да е загуби, вреди или пропуснати ползи, претърпени в резултат на използването на този документ.

ул. Граф Игнатиев 39, етаж 1  
София, 1000  
България,  
Тел. 02 987 93 93  
Факс 02 987 47 47  
office@gvasollers.com  
www.gvasollers.com

## ПОВЕЧЕ ЗА GVA

GVA Worldwide е организация, обединяваща под едно крило водещи световни фирми, специализирани в сегмента на търговските имоти. Идеята, заложена в организацията е, чрез локално действие и мощни международни връзки да се предоставят най-качествени услуги в сферата на недвижимите имоти, ориентирани към специфичните нужди на всеки клиент.

Понастоящем, GVA Worldwide обслужва ключови пазари в 28 държави. Организацията се състои от над 3 650 професионално обучени специалисти, работещи в 106 офиса в целия свят. През 2008 година, партньорските компании на организацията са реализирали сделки за над 30 милиарда долара и са управлявали над 175 млн. кв. фута площи в офисни, промишлени, търговски и специализирани имоти, което я нарежда сред Топ 5 на компаниите в бранша в световен мащаб.

## ПОВЕЧЕ ЗА GVA SOLLERS SOLUTIONS

GVA Sollers Solutions, член на международната консултантска компания GVA Worldwide, е част от групата на ФОРОС - Национална Компания Недвижими Имоти, водещ участник на пазара на бизнес имоти в България от 1993 г. и предлагаща пълен набор от услуги и решения в областта на концептуалното и инвестиционно консултиране, управление на проекти, консултантски и брокерски услуги, и др. Компанията оперира в сегмента на бизнес имотите и по-конкретно в секторите индустриални, офис и търговски площи и парцели.

GVA Sollers предоставя на своите клиенти пълен набор от услуги и цялостни решения, които да ги подпомогнат при осъществяване на своите бизнес цели. Благодарение на доброто познаване на местния пазар и дългогодишния си опит, Компанията предоставя качествени услуги на широк кръг от национални и международни клиенти на територията на цялата страна.

Структурата и мениджмънта на GVA Sollers са ефективно организирани и имат за цел да предоставят оптимално решение на клиентите на Компанията съобразно техните индивидуални изисквания и желания.

От 2009 GVA Sollers е член на организацията GVA Worldwide и неин изключителен представител за България.

### Услуги:

- Професионално консултиране
- Консултиране на корпоративни клиенти
- Инвестиционно консултиране
- Управление на собственост
- Създаване и реализиране на концепции за големи проекти
- Пазарни анализи
- Стратегически мениджмънт
- Планиране
- Управление и цялостно маркетизиране на проекти
- Оценяване на недвижимата собственост
- Пазарни оценки
- Посредничество при сделки с недвижимата собственост
- Наемни отношения

### Предимства:

- 16-годишен опит и добро познаване на местния пазар
- Професионализъм
- Образовани, отговорни, интелигентни и амбициозни служители
- Гарантирана юридическа закрила на нашите клиенти
- Добра репутация

GVA Sollers си сътрудничи с широк кръг от български и чуждестранни инвеститори, инвестиционни фондове, банки и институции. Някои от най-големите проекти, над които Компанията е работила са Pfohe Mall Varna, Western Park Mall Sofia, City Center Stara Zagora, Бизнес Парк Варна.