



21 апреля 2006 года в Москве завершила свою работу III-я Международная выставка «МОЛЛ-2006» – единственная в России выставка торговой недвижимости и розничных сетей.

В этом году ее экспонентами стали 150 компаний из 21 региона России, а также Австралии, Германии, Канады, Украины, Швеции. Основную часть экспозиции заняли девелоперские и управляющие компании, которые представили действующие торговые центры, планы создания новых проектов, технологии управления торговой недвижимостью. Был предложен широкий спектр консалтинговых услуг: от проведения исследований рынка, создания концепции объекта до его брендинга и продвижения.

Специальные разделы были посвящены сетевым проектам операторов розничной торговли и развлечений, а также оборудованию и услугам для современных форматов торговли. Можно было познакомиться с последними достижениями в проектировании, архитектуре, дизайне, строительстве и эксплуатации торговых центров, в оснащении кинотеатров, игровых комнат, в сфере автоматизации, обеспечения безопасности, клининге.

Эксперты отмечают переход отечественной индустрии торговых центров из экстенсивной стадии – в интенсивную. Грамотный маркетинг и продвижение

проектов стали жизненно необходимы в условиях возрастающей конкуренции. В 2004 году, когда специализированная выставка только появилась, это не было очевидно для многих игроков рынка. «МОЛЛ-2006» наглядно показал, что ситуация кардинально изменилась: за два года значительно выросло количество

тов было заключено непосредственно между экспонентами выставки.

Положительные отзывы получила деловая программа. Около 500 специалистов приняли участие в международных конференциях «Концепция российского торгового центра» и «Представление сетевых марочных брендов в региональном

наиболее развитых городах страны. Зарубежные девелоперские компании пока присматриваются к российскому рынку и будут выступать на выставке еще в течение ближайших двух лет в качестве посетителей.

Идея и поддержка проведения выставки – Российский совет торговых центров.

Организаторами выставки «МОЛЛ-2006» стали компании Russian Retail Solutions и Messe Дюссельдорф Москва.

Выставка проводится **при содействии** ЗАО «Экспоцентр».

Поддержка: Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Московская международная бизнес ассоциация, Российская ассоциация франчайзинга.

Юридическая поддержка: Capital Legal Services.

Официальный спонсор: ROSS Group.

Спонсор: АО «Торговый Квартал».

Официальное издание: журнал «Молл». **Информационный спонсор:** «Ведомости. Недвижимость». Генеральный интернет-партнер: Rambler-недвижимость. **Генеральный партнер в Украине:** журнал «Торговое дело».

Информационные партнеры: журналы «Building Business», «Commercial Real Estate», «Display Russia», Europaproperty.com, «Food & Drinks. Продукты и напитки», «Loyalty.info», «P.O.S.Materials», «Real Estate Quarterly», «Архитектура и строительство России», «Архитектурный вестник», «Бизнес журнал», «Магазин и ресторан», «Мир & Дом. Business», «Мое дело», «Модный magazine», «Московские торги», «Новости торговли», «Российская торговля», «Оборудование», «Торговое оборудование в России», «Торговое оборудование. Лучший выбор», «Современная торговля», «Строительство», «Управление магазином», «Электроника»; информационные агентства AK&M, RWAY, «Поиск»; интернет-порталы RussianRealty.ru, Arendator.ru, РБК-Недвижимость, Retail.ru, Retailer.ru, Guide to Property, Apartment.ru, «Горячая Линия Недвижимости», издательский дом «Контракт».

Российский совет торговых центров является профессиональной организацией девелоперов, архитекторов, специалистов по маркетингу, управляющих, владельцев торговых центров и операторов розничной сети, общепита и услуг. Совет был создан в июне 2002 года при поддержке Международного совета торговых центров. В настоящее время членами Совета являются более 70 компаний.



компаний-экспонентов (с 67 в 2004 г. до 150 в 2006), повысился уровень представления торговых объектов, услуг. Дизайн стендов, качество презентационных материалов стали соответствовать современным стандартам.

«МОЛЛ-2006» посетили более 3700 специалистов (на территории выставки компанией «ВатКом» были установлены системы подсчета). Стенды работали с перегрузкой. Участники выставки отметили, что с экспозицией пришли познакомиться те, кто уполномочен принимать решения, четко понимает свои задачи.

Форум является своеобразным клубом для участников профессионального сообщества. Он предоставляет возможность планомерного продвижения своих проектов, услуг. Много контрак-

товом центре», организованных Российским советом торговых центров. Большой интерес был проявлен к семинарам компаний Trade Help (Украина), Рэйс-Телеком, «Атомус» совместно с компанией Facilities Software Management GmbH, Московской телекоммуникационной корпорации (КОМКОР) и Института автоматизированных систем.

У выставки – хороший потенциал для развития. Организаторы предполагают, что в 2007 году экспозиция увеличится более чем на четверть. Это обусловлено стремительным ростом российского рынка торговой недвижимости, а также эффективностью работы на выставке «МОЛЛ-2006». Ожидается, что будут активно представлены проекты торговых центров, реализуемые в

Рынок торговой недвижимости России как на ладони

Итоги III-й Международной выставки «МОЛЛ-2006»

(19-21 апреля 2006 г., Москва, «Экспоцентр» на Красной Пресне)