

# КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

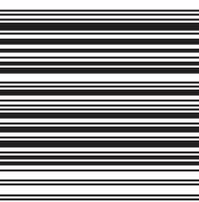
ИНВЕСТИЦИИ В КОММЕРЧЕСКУЮ  
НЕДВИЖИМОСТЬ: ВРЕМЯ ПОКУПАТЬ/19  
СТАВКИ АРЕНДЫ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ  
СТРЕМИТЕЛЬНО ПАДАЮТ/20  
СМЕНИТЕ ОФИС: В НА А/22

Среда, 18 февраля 2009 №29  
(№4083 с момента возобновления издания)  
Цветные тематические страницы №17-32  
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»  
Рег. №01243 22 декабря 1997 года.  
Распространяются только в составе газеты.

**Коммерсантъ**

# BUSINESS GUIDE

4 601865 000233



09108



[www.kommersant.ru](http://www.kommersant.ru)



ОЛЬГА СОЛОМАТИНА,  
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE  
«КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

## СТРАХ БЕЛОГО ЛИСТА

Может быть, я ошибаюсь, но чем дольше я наблюдаю ситуацию на столичном рынке коммерческой недвижимости, тем больше убеждаюсь, что новый, 2009 год стоит начать с белого листа. Перестать сравнивать арендные ставки, проценты по кредитам и темпы роста года нынешнего с успешным предыдущим. Поскольку назад пути нет.

Чем меньше мы будем вспоминать грандиозные проекты и размеры прибыли прошлого года, тем успешнее начнем действовать в меняющейся экономической ситуации. Помощи госрегуляторов и генпрядов на государственных стройках на всех не хватит, если они вообще будут. Есть ощущение, что такая замечательная вещь, как государственно-частное партнерство в реализации масштабных инфраструктурных проектов, например, пока останется голубой мечтой обеих сторон. Что касается любой московской недвижимости, то, на мой взгляд, у нее нет оснований оставаться одной из самых дорогих в мире, а заодно и одной из самых прибыльных. Оно того не стоит ни по качеству, ни по содержанию.

Многие, кто внес свою лепту в стремительный рост цен, сейчас опасаются, что их объекты недвижимости перейдут в собственность банков. Думаю, в текущем году нас ждет несколько запоминающихся смен владельцев. Хозяева положения оказались калифами на час. Особенно на фоне стремительно обесценивающегося рубля. Рост евро, который некоторые рекомендуют закладывать в соотношении к рублю один к семи-десяти уже на лето,— лишний повод отказать от поездки на МИПИМ. С собственными стендами в этом году во Францию поедут, похоже, только госчиновники. Остальные участники рынка — существенно уменьшенными делегациями, состоящими теперь, как правило, из первого лица компании.

Актуальность и результативность международных выставок, как показывает практика, во время кризиса только возрастает. Поэтому, пользуясь случаем, расскажу о новых Business Guide Expo, которые мы будем выпускать начиная с этого года. Expo Guide станет тематическими страницами газеты «Коммерсантъ», посвященными крупным отраслевым выставкам. Работать над новым проектом мы собираемся в партнерстве с их организаторами. К МИПИМ по известным причинам вряд ли успеем, а вот на МАПИК, думаю, уже почитаем.



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

# SALE НЕ ТАК ДАВНО РЫНОК КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ ОТЛИЧАЛСЯ ВЫСОКОЙ ПРИБЫЛЬНОСТЬЮ И СТРЕМИТЕЛЬНЫМИ ТЕМПАМИ РОСТА. В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ БЛАГОДАРЯ ДОСТУПНЫМ КРЕДИТАМ. СЕГОДНЯ СИТУАЦИЯ КАРДИНАЛЬНО ИЗМЕНИЛАСЬ: ДЕНЕГ НЕТ, ИЛИ ОНИ СЛИШКОМ ДОРОГИ. РЕЗУЛЬТАТОМ СТАЛА МАСШТАБНАЯ РАСПРОДАЖА ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ. ВЕСНА-ЛЕТО СТАНУТ УДАЧНЫМ ВРЕМЕНЕМ ДЛЯ СОВЕРШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ СДЕЛОК. НАТАЛЬЯ ЯМНИЦКАЯ

**УРОЖАЙНЫЙ ГОД** Год назад доходность объектов коммерческой недвижимости приносила высокую прибыль — 10–40% годовых в зависимости от объекта и сектора рынка. Максимальную прибыль (до 40%) приносила торговая недвижимость. Второе место по уровню доходности занимала офисная недвижимость, вложения в которую приносили от 15 до 30% в год. Несколько меньше (10–15%) можно было заработать на объектах складской или гостиничной недвижимости.

В прошлом году, как и сейчас, для частного инвестирования была наиболее доступна недвижимость формата стрит-ритейл. Но если в прошлом году цена «входного билета» составляла минимум \$5 тыс., то сейчас он обойдется почти на 40% дешевле. По данным компании GVA Sawyer, небольшое помещение площадью 40–50 кв. м в офисно-жилом комплексе на Братиславской (пять минут ходьбы от метро «Братиславская») можно приобрести по цене 132 тыс. руб. за 1 кв. м, причем общие вложения составят минимум \$150 тыс. К примеру, в марте 2008 года минимальная цена предложения помещений стрит-ритейла составляла порядка \$450 тыс. За эти деньги можно было приобрести небольшое помещение (87 кв. м) около станции метро «Царицыно» на первом этаже жилого дома. За \$880 тыс. можно было стать собственником аналогичного помещения — правда, площадь его будет почти в два с половиной раза больше (220 кв. м) — у станции метро «Свиблово».

Год назад, располагая бюджетом в \$1–1,5 млн можно было заняться размещением средств в офисную недвижимость. Например, купить помещение площадью 258 кв. м в БЦ «Зенит-Интер V» за \$1 млн 250 тыс. Подобной суммы было достаточно для покупки помещений и в других строящихся бизнес-центрах.

Сейчас за \$1 млн можно приобрести большие площади — 300–400 кв. м в строящихся бизнес-центрах, например в БЦ «Марьяна роща» (17-й проезд Марьиной Рощи, вл. 4). В то время как офисное помещение площадью 480 кв. м практически в центре города, в БЦ The Yard, расположенном недалеко от пересечения Звенигородского шоссе и ТТК, составит \$1,5 млн.

Складскую недвижимость кризис пока почти не затронул — понижение ставок есть и здесь, но пока не столь значительное. Арендные ставки в этом сегменте выросли с января по декабрь 2008 года на 7,6%, но основной рост стали изменения, происшедшие в первой половине 2008 года. С сентября по декабрь уже происходило снижение ставок в пределах 6%. Эта тенденция наверняка сохранится. С учетом потенциального падения доходности торговых сетей уже через несколько месяцев начнется сокращение объемов занимаемых площадей в складских комплексах.

Тем не менее складские комплексы выигрывают в сравнении с другими видами коммерческой недвижимости из-за существенно более низкой стоимости строительства.

## ДЕНЕГ НЕТ

Большинство сделок купли-продажи коммерческой недвижимости до кризиса осуществлялось с помощью кредитного финансирования. Размер кредитного плеча доходил до 70%, а иногда и 85%. Теперь же инвесторам приходится рассчитывать только на собственные средства, и миллионные сделки не наблюдаются. При отсутствии финансирования для западных инвесторов

московская коммерческая недвижимость стала приносить такую же доходность, как европейская. При этом рынки Европы, конечно, более стабильны: недвижимость там является активом более ликвидным, чем в России, и более привлекательным для инвесторов. Кроме того, даже инвесторы, заинтересованные в покупке коммерческой недвижимости в России (большинство сейчас, правда, интересуется только Мо-



480 КВ. М В БИЗНЕС-ЦЕНТРЕ THE YARD, РАСПОЛОЖЕННОМ НЕДАЛЕКО ОТ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ ЗВЕНИГОРОДСКОГО ШОССЕ И ТТК, МОЖНО ПРИОБРЕСТИ ЗА \$1,5 МЛН.

По данным консультантов, стоимость объектов коммерческой недвижимости, выставленных сегодня на продажу, снизилась в сравнении с 2008 годом на 60%.

## В ИНТЕРЕСАХ СТОРОН

Неплохие перспективы в период экономического спада открываются и перед отельным бизнесом — в первую очередь потому, что он несет прогнозируемый регулярный приток живых денег. Правда, здесь есть несколько существенных «но». Из-за кризиса сократился поток клиентов отельного бизнеса. «Поток гостей во всех сегментах отелей: в бизнес-отелях, загородных и рекреационных отелях — снизился на 20–50% в зависимости от региона», — отмечает управляющий директор КС ГОСТ Вадим Прасов.

При этом цена «входного билета» для инвестора изменилась незначительно, поскольку на данный момент панических распродаж недвижимости нет, стоимость строительства изменилась незначительно, и хотя стоимость земли в зависимости от региона меняется, в этом сегменте наблюдается стагнация и инвесторы, как правило, находятся пока в ожидании. «Например, отель международного класса в категории „три“ или „четыре звезды“ должен насчитывать минимум 150 номеров, каждый из которых обойдется частному инвестору в \$100 тыс. без учета стоимости земли», — отмечает директор по развитию бизне-

ска и Санкт-Петербург), заняли выжидательную позицию: они ждут, когда остановится падение рынка и какие цены можно будет назвать справедливыми. Другими словами, ждут дна. Показателем достижения дна или справедливой цены станут сделки — не разовые, а начало активного совершения сделок. Что касается открытия новых кредитных линий, то их, считают консультанты, в 2009 году ждать

не стоит. До начала кризиса одними из самых активных инвесторов на московском рынке коммерческой недвижимости выступали немецкие банки. Осенью западные банки перестали кредитовать объекты недвижимости в России, и если новый год мы еще встречали с надеждой на то, что эти деньги скоро вернутся, то в январе ситуация еще больше ужесточилась. Западные банки обращаются к своим правительствам за по-

мощью, им идут навстречу, но требуют (и правительства Германии прежде всего), чтобы финансисты изменили стратегию развития банков и минимизировали риски. Так как Россия относится к растущим рынкам, то доля экономических, политических, административных и других рисков здесь высока. Поэтому активность западных банков в 2009 году будет минимальной, если не нулевой.

Инвестиции в индустрию гостеприимства потребуют от инвестора вложений в создание собственной управляющей компании или заключения договора с профессиональными управленцами, от которых во многом будет зависеть успех инвестиционного проекта. «До кризиса управляющая компания могла обещать инвестору минимум 15% годовых от вложенных средств», — рассказывает Михаил Фельдман, коммерческий директор AZIMUT Hotels Company. — Сейчас рынка нет, говорить о доходности новых вложений рано. По крайней мере — до конца второго квартала 2009 года».

Прогнозировать доходность любого вида коммерческой недвижимости, нужно сказать, сегодня не берется никто. Понятно, что инвестиции эти такие же длинные, как вложение средств в фондовый рынок. Правда, с более предсказуемым результатом.

Кроме того, часть экспертов рекомендует подождать с инвестициями в коммерческую недвижимость до весны, если не до лета. Поскольку они не уверены, что цены уже достигли своего дна. Тем не менее они рекомендуют внимательно следить за объектами, появляющимися на рынке: в декабре—январе в Москве состоялось несколько сделок купли-продажи объектов за 20% от их докризисной стоимости. Причем вкладывать деньги рекомендуют в готовые объекты, а к стартапам стоит относиться куда более придирчиво, чем прежде. ■

**СТОИМОСТЬ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, ВЫСТАВЛЕННЫХ НА ПРОДАЖУ, СНИЗИЛАСЬ В СРАВНЕНИИ С 2008 ГОДОМ НА 60%**

# МНИМЫЙ БАНКРОТ

## В ОТНОШЕНИЯХ РИТЕЙЛЕРОВ И ДЕВЕЛОПЕРОВ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДЕЙ НАСТУПИЛА ФАЗА ОТКРЫТОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ. ТОРГОВЫЕ СЕТИ НАСТАИВАЮТ НА СНИЖЕНИИ АРЕНДНЫХ СТАВОК ДО 50% И ПЕРЕХОДЕ ОТ ФИКСИРОВАННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ К ПРОЦЕНТУ ОТ ОБОРОТОВ. СОБСТВЕННИКИ ТЦ ИНОГДА ГОТОВЫ ПОЙТИ НА УСТУПКИ, НО, КАК ПРАВИЛО, СТОЯТ ПЕРЕД ВЫБОРОМ, ЗАМОРОЗИТЬ СТАВКУ, РИСКУЯ ПОТЕРЯТЬ АРЕНДАТОРОВ, ИЛИ ЖЕ ОПУСТИТЬ ЕЕ, РИСКУЯ ОБАНКРОТИТЬСЯ.

АРИНА КОВИНА, ОЛЬГА МЕЛЬНИКОВА

**КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ** В ноябре 2008 года ритейлеры обратились к собственникам ТЦ через Ассоциацию предприятий индустрии моды (АПИМ). По словам участников ассоциации, они вынуждены были прибегнуть к открытым источникам, чтобы обозначить свою позицию, так как на рынке до сих пор существовал «диктат со стороны девелоперов», которые навязывали свои условия. Суть открытого письма заключается в том, что начиная с июля 2008 года прибыли от продаж в связи с кризисом начали стремительно уменьшаться. И на сегодня падение спроса в среднем составляет 25%.

Президент одежды сети Finn Flare Ксения Рясова в качестве примера приводит данные о торговых оборотах фирмы в Ангарске, где уже полтора года работает магазин финского производителя одежды. Городок с населением менее 250 тыс. жителей, продажи Finn Flare здесь за год (к октябрю 2008-го) выросли почти в полтора раза. В декабре в Ангарске закрылся химический завод. Через две недели продажи Finn Flare упали на 25%.

Рост безработицы или пессимизм еще работающих потребителей относительно ближайшего экономического будущего, если верить ритейлерам, обходится им с сентября 2008 года в среднем в 10–30% ежемесячной выручки. Розничные операторы озабочены тем, что «люди в новогодние праздники отгуляли на последние» и в наступившем 2009-м падение спроса достигнет 70%.

У одежды сместился фокус: теперь им важно не столько заработать, сколько не уйти в минус (в 2008 году средняя по рынку рентабельность составляла около 20%). Чтобы остаться хоть в небольшом плюсе, ритейлеры вплотную озаботились снижением основной затратной статьи — арендной платы в торговых центрах. Наем помещения съедает у операторов 10–20% оборота. Чем позднее открывался магазин, тем выше процент.

Ритейлеры хотят снижения арендных ставок от 25 до 50%. «Мы вынуждены идти на переговоры об уменьшении арендных ставок, поскольку договоры аренды заключались при других рыночных условиях», — рассказала генеральный директор компании «Вещь!» Ольга Еремеева. По ее словам, арендодатели, нацеленные на долгосрочное партнерское сотрудничество, а не на извлечение краткосрочной выгоды, идут на переговоры о снижении арендных ставок, часть из них согласна на пересмотр условий в пользу процента от оборота. «Каждый ритейлер добивается своих условий — они зависят от проходимости торгового центра, расположения магазина внутри здания, а также оборотов ритейлера», — уточнила Ольга Еремеева. Некоторым компаниям с начала года удалось заключить контракты по новым ставкам. Крупным арендаторам собственники идут навстречу, так как без них торговому центру будет сложнее работать. Например, «Евросети», по словам вице-президента по коммерции «Евросети» Виктора Луканина, удается договориться о 20-процентном дисконте.

Тем не менее не всегда удается прийти к соглашению. Так, магазин премиальной продуктовой сети «Глобус Гурмэ» на Новом Арбате в торговом центре «Весна» прекра-



**МАГАЗИН СЕТИ «ГЛОБУС ГУРМЭ» НА НОВОМ АРБАТЕ В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ «ВЕСНА» ЗАКРЫЛСЯ. СТОРОНЫ НЕ СМОГЛИ ДОГОВОРИТЬСЯ О СНИЖЕНИИ АРЕНДНОЙ ПЛАТЫ**

тил свое существование, потому что не смог договориться с владельцами ТЦ о скидке на арендную плату. Консультанты подтверждают, что к ним чаще всего обращаются ритейлеры, особенно региональные. Они просят помочь надавить на арендодателей, так как находятся в безвыходной ситуации: их ставка арендной платы привязана к проценту от выручки, которая и без того упала.

Мечта всех ритейлеров — платить аренду, размер которой определяется в процентах от оборота. Или хотя бы разделить платежи на фиксированную часть и плавающую, привязанную к обороту, как это принято в Европе.

**ЗАЛОЖНИКИ КРЕДИТОВ** Владельцы торговых центров оказались перед необходимостью смириться с катастрофическим падением рентабельности и возможным банкротством. В начале декабря они сочинили ответное открытое письмо, в котором напомнили, что развитие форматного ритейла возможно только за счет новых и расширяемых торговых центров, окупаемость этих моллов — 8–11 лет. В письме Российского совета торговых центров (около 70 членов) девелоперы дали понять, что сокращение расходов «неизбежно спровоцирует снижение класса торговых центров и превращение их в депрессивные объекты, больше подходящие под определение „рынок“».

«Для владельцев и управляющих ТРЦ не представляется возможным участвовать в „общих“ переговорах и единых акциях, направленных на коллективный передел

### ПРОЦЕНТЫ С ОБОРОТА МОЖНО СОСЧИТАТЬ

Гибкая система арендных ставок крайне невыгодна девелоперам, поскольку снижает прибыль, которую генерирует ТЦ. И в случае продажи торгового объекта его и без того низкая из-за кризиса цена опустится почти до нуля. Однако наличие высоких ставок не спасет девелоперов, так как ритейлеры «освободят помещения», а продать торговый центр

с пустующими площадями будет невозможно. Однако, по словам девелоперов, ритейлеры часто используют «серые» схемы: предоставляют ложную информацию о своих прибылях, искусственно занижая цифры. Узнать реальные финансовые показатели компаний-продавцов подчас не представляется возможным. Представители сетей с этим не согласны: по их мнению, в случае перехода

условий, объективно сформированных рынком», — говорится в обращении.

Главная рекомендация собственникам состоит в том, чтобы не идти на уступки арендаторам, а рассматривать каждый случай в отдельности. Возможно, некоторым владельцам торговых площадей придется пойти навстречу арендаторам, но это необходимо делать не в массовом порядке, считает один из участников ассоциации, владелец ADG Group Михаил Печерский.

Девелоперы, с одной стороны, имеют многочисленные кредиты. С другой — длительный срок окупаемости своих объектов, который в несколько раз выше, чем в сегменте жилья или офисов. Сокращение арендных выплат в этих условиях может затруднить выполнение кредитных обязательств.

Ритейлеры, требующие снижения ставок, по мнению большинства девелоперов, просто «симулянты, пытающиеся под шумок улучшить себе условия». Таких симулянтов управляющие моллами видят в двух из трех переговорщиков. Ритейлеры терпят убытки не только от высоких арендных ставок, считают собственники ТЦ. Они страдают от роста собственных расходов. Ведь в связи с девальвацией рубля затраты на импорт продукции повысились, а цены на нее при этом остались на том же уровне либо снизились, отчего уменьшается «маржа». И в этой ситуации торговые сети пытаются снизить свою основную статью расходов — арендные выплаты. При этом основным доводом для своих требований арендаторы считают спад платежеспособности населения и уменьшение спроса на их продукцию. Сами же девелоперы утверждают, что ходить в торговые центры люди меньше не стали.

Краеугольным камнем в споре о размере ставок в ТЦ стало падение спроса и покупательской способности. Мнения о том, насколько сокращаются продажи, разделились. Ритейлеры и собственники ТЦ оперируют собственной статистикой.

По данным агентства Jones Lang La Salle, на которые ссылаются девелоперы, в декабре объем розничных продаж в Москве вырос на 17%. «В конце декабря прибыли могли вырасти разве что по сравнению с показателями предыдущего месяца», — возражает Ольга Еремеева. По ее словам, выручка в декабре 2008 года была ниже аналогичного периода прошлого года. А в октябре было зафиксировано падение спроса на 15%, добавила госпожа Еремеева.

Большинство ритейлеров грозит отказаться от помещений с непомерно высокой арендой. «Возможно массовое закрытие торговых точек в действующих ТЦ и расторжение договоров с владельцами объектов, запланированных к открытию в течение 2009–2010 годов», — говорится в письме АПИМ. По их мнению, снижение арендных ставок в торговых центрах неизбежно: девелоперам выгодно получать минимальный доход, чем оставаться ни с чем. Ритейлеры уверены, что сейчас нет торговых объектов, в которые выстроилась бы «очередь» из арендаторов. Поэтому девелоперы должны снижать ставки, поскольку сдавать площади по старым докризисным показателям будет нево-

зможно, а поиски претендента на вакантное место даже в проходимом торговом центре могут растянуться на месяцы.

зможно, а поиски претендента на вакантное место даже в проходимом торговом центре могут растянуться на месяцы.

**ТРЕТЬЯ СТОРОНА** Ритейлеры забывают (или делают вид), что на ситуацию влияет еще одна заинтересованная сторона — банки, на чьи деньги, собственно, торговые центры по большей части построены. «Даже если я захочу перейти на процент от оборота, то мне все равно придется согласовывать это с банком-кредитором. Я представляю его позицию, и сразу отвечаю „нет“», — говорит Вячеслав Сосинский, исполнительный директор «Росевродевелопмента».

С учетом средней доходности торгового центра критичным для молодого молла, по мнению Марины Малахатко, коммерческого директора DVI Group, оказывается падение арендных ставок на 40%. Потеряв возможность платить по кредиту, инвестору придется отдавать банку торговый центр. Такие процессы активно происходят в Прибалтике, на Украине и уже начались в России. Первым сдался екатеринбургский девелопер «КИТ-капитал»: он успел открыть 6 центров из 40 до того, как подал в суд заявление о признании себя банкротом.

Пусть арендаторы уходят, говорят собственники ТЦ, но огласить весь wait-лист управляющие торговыми центрами не торопятся. За последние месяцы его длина у большинства из них сократилась как минимум вдвое — по крайней мере, такие данные приводят в DVI Group. Поэтому у ритейлеров есть все основания относиться с недоверием к словам владельцев моллов.

У ритейлеров, генерирующих потоки посетителей в торговых центрах, уже есть первые успехи в схватке за ставку в построенных моллах. Крупнейшая сеть бытовой техники «Эльдорадо» в середине января в ультимативной форме предложила партнерам-девелоперам перейти на процент с оборота (4%), в противном случае угрожая покинуть торговый центр. Аналитики считают, что сеть, таким образом, запросила скидку примерно в 20–40%. По оценкам экспертов, уже в первой половине января согласились на снижение арендной ставки не менее 80% арендодатели.

Чтобы угодить одновременно и банку, требующему проценты по кредиту, и генераторам, которые настаивают на снижении аренды, девелоперу придется отыгрываться на ритейлерах не крупных, отказывая им в адекватном снижении ставки. Чем позже инвестор вышел на рынок торговых центров, тем меньше у него свободы для маневра арендной ставкой, ведь затраты на строительство центра (кредиты, земля, стройматериалы) у такого инвестора были выше, чем у его коллег, которые сделали это раньше.

Факт снижения ставок девелоперы признавать пока отказываются. Одни — потому что боятся массового обращения со стороны ритейла, другие — потому что не намерены идти на уступки. А вот у инвесторов, которые только достраивают центры, падение ставок приобрело обвальную характер и снизилось в среднем на 20–30%.

Так или иначе, эксперты ожидают падения ставок в течение 2009 года на 10–15% для удачных ТЦ и до 50% — для неуспешных. ■

**С УЧЕТОМ СРЕДНЕЙ ДОХОДНОСТИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА КРИТИЧНЫМ ДЛЯ МОЛОДОГО МОЛЛА ОКАЗЫВАЕТСЯ ПАДЕНИЕ АРЕНДНЫХ СТАВОК НА 40%. ПОТЕРЯВ ВОЗМОЖНОСТЬ ПЛАТИТЬ ПО КРЕДИТУ, ИНВЕСТОРУ ПРИДЕТСЯ ОДАВАТЬ БАНКУ ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР**

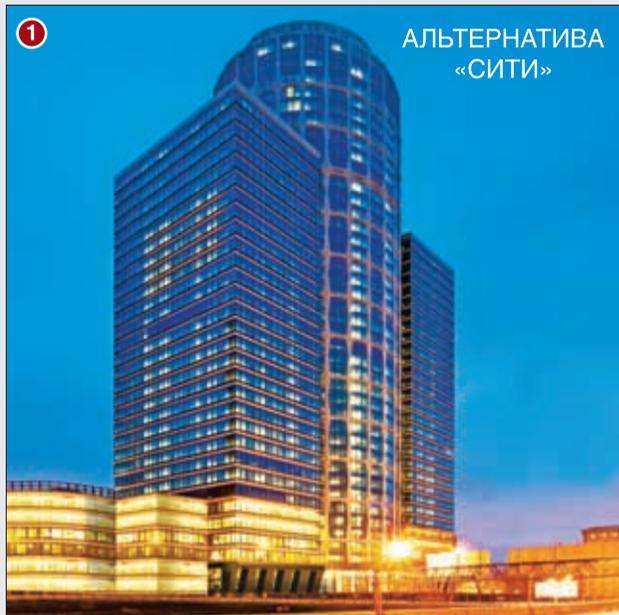


ТРЕНД

# «ДС ДЕВЕЛОПМЕНТ» ПРЕДСТАВЛЯЕТ

## NORDSTAR TOWER

ГОТОВЫЙ БИЗНЕС-ЦЕНТР  
КЛАССА А НА БЕГОВОЙ



1 АЛЬТЕРНАТИВА  
«СИТИ»

- M** ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ – 147 000 КВ. М
- A** АРЕНДУЕМАЯ ПЛОЩАДЬ – 79 650 КВ. М
- S** ПРЕДЛАГАЮТСЯ БЛОКИ ОТ 840 КВ. М
- P** КОЛИЧЕСТВО МАШИНОМЕСТ – 1200

- Здание построено
- Комфортное планирование офисного пространства – основной шаг колонн 9х9
- Отличная транспортная доступность. Рядом Третье транспортное кольцо, Хорошевское шоссе, Звенигородский проспект, улица 1905 года
- 3 минуты пешком до ст. м. «Беговая»
- Панорамные виды на город и деловой район «Москва-Сити»
- Площадь этажа – 2 600 кв. м
- 26 скоростных лифтов Schindler
- Самый вместительный паркинг на ТТК (1 машиноместо на 60 кв. м)

## ОРУЖЕЙНЫЙ

МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС  
КЛАССА А+ НА САДОВОМ КОЛЬЦЕ



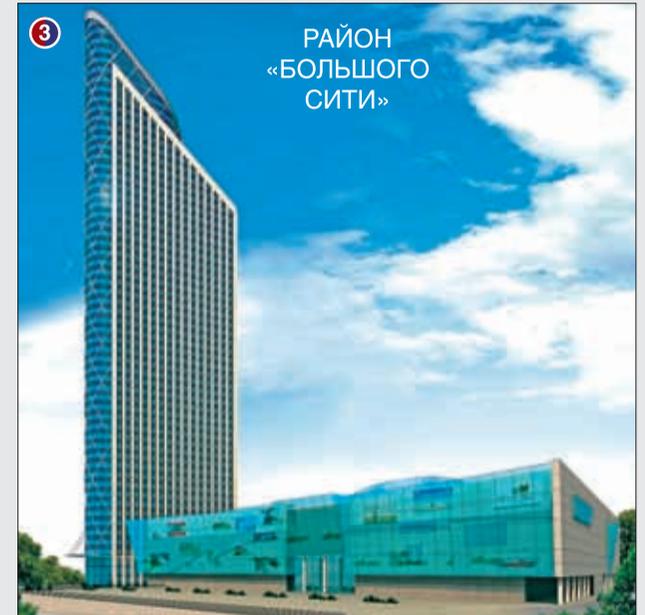
2 ПОСЛЕДНИЙ  
КРУПНЫЙ  
ОФИСНЫЙ  
КОМПЛЕКС  
В ЦАО

- M** ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ – 152 000 КВ. М
- A** ПЛОЩАДЬ ОФИСНОЙ ЧАСТИ – 69 000 КВ. М
- S** ПРЕДЛАГАЮТСЯ БЛОКИ ОТ 810 КВ. М
- A** ПЛОЩАДЬ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА – 7 000 КВ. М
- S** ПЛОЩАДЬ ФИТНЕС-ЦЕНТРА – 3 000 КВ. М
- P** ПАРКОВКА – 1 300 М/М

- Многофункциональный комплекс в престижном центре
- Великолепная транспортная доступность. Рядом Олимпийский и Ленинградский проспекты, улицы Тверская и Долгоруковская. Близость станций метрополитена «Маяковская» и «Новослободская»
- Панорамное остекление, открывающее уникальные виды на Москву
- Площадь этажа от 800 до 5 400 кв. м
- Развитая инфраструктура центра города, а также торговый комплекс и фитнес-центр в самом здании
- Высокотехнологичные инженерные системы с компьютеризированным диспетчерским управлением
- Эффективно организованная система вертикального транспорта (44 современных скоростных лифта)
- Исключительно высокая для центра города обеспеченность машиноместами

## ЗВЕНИГОРОДСКИЙ

МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ  
КОМПЛЕКС



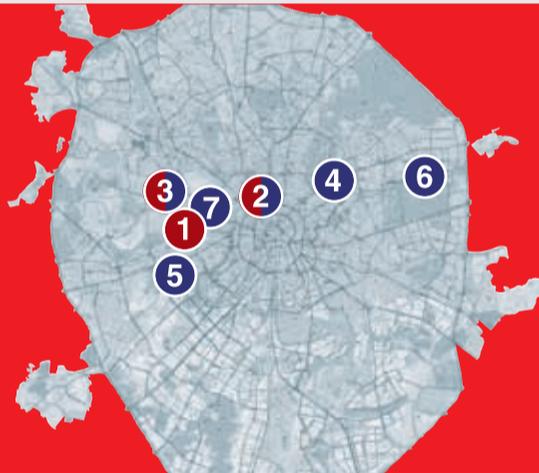
3 РАЙОН  
«БОЛЬШОГО  
СИТИ»

- M** ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ КОМПЛЕКСА – 362 500 КВ. М
- A** ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА – 160 000 КВ. М
- A** ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ ОФИСНОГО ЦЕНТРА – 202 500 КВ. М
- S** ПРЕДЛАГАЮТСЯ БЛОКИ ОТ 450 КВ. М
- P** НАДЗЕМНЫЙ И ПОДЗЕМНЫЙ ПАРКИНГИ – 3 400 М/М

- Хорошая транспортная доступность. Рядом Третье транспортное кольцо, Звенигородский проспект
- Развитая инфраструктура: 6-уровневый торговый комплекс с крупным супермаркетом и обширной развлекательной зоной (каток, мультиплекс, детский игровой центр, киноконцертный зал и др.)
- Фитнес-центр
- Компьютеризированная интеллектуальная система управления зданием
- Эффективно организованная система вертикального транспорта (27 современных скоростных лифтов)

## ЛУЧШИЕ БИЗНЕС- ЦЕНТРЫ

- 1 ГОТОВЫЙ БИЗНЕС-ЦЕНТР КЛАССА А NORDSTAR TOWER
- 2 МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС КЛАССА А+ ОРУЖЕЙНЫЙ
- 3 МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС ЗВЕНИГОРОДСКИЙ



- 2 КОМПЛЕКС ОРУЖЕЙНЫЙ
- 3 КОМПЛЕКС ЗВЕНИГОРОДСКИЙ
- 4 ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР СОКОЛЬНИКИ
- 5 ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР МОСФИЛЬМОВСКИЙ
- 6 ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР ИЗМАЙЛОВСКИЙ
- 7 ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР НА БЕГОВОЙ

## ЛУЧШИЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

### СОКОЛЬНИКИ торговый центр



4

ул. Русаковская, вл. 37-39

Современный торговый центр в стилобатной части высотного жилого комплекса класса Premium «Дом в Сокольниках»

- M** Общая площадь – 24 900 кв. м
- A** Торговая площадь – 13 000 кв. м
- P** Подземный паркинг на 97 машиномест

- Удобное расположение непосредственно у станции метро «Сокольники»
- Великолепная транспортная доступность – рядом проходят основные магистрали округа: улицы Русаковская и Стромынка, Третье транспортное кольцо, Щелковское шоссе
- Готовый объект
- Для торгового центра разработана эффективная концепция, подобраны арендаторы

### МОСФИЛЬМОВСКИЙ торговый центр



5

ул. Пырьева, вл. 2

Предлагается торговый центр, расположенный на пересечении улиц Пырьева и Мосфильмовская

- M** Общая площадь – 14 760 кв. м
- A** Торговая площадь – 8 780 кв. м
- P** Подземный паркинг на 67 машиномест

- Отличная пешеходная доступность и доступность наземным транспортом
- Первый современный торговый центр в данном районе
- Постоянный поток покупателей за счет прилегания к жилому комплексу
- Современные инженерные системы
- Современная архитектура и дизайн

### ИЗМАЙЛОВСКИЙ торговый центр



6

ул. 4-я Парковая, вл. 16

Предлагается торговый центр, расположенный в стилобатной части жилого комплекса «Измайловский»

- M** Общая площадь – 17 600 кв. м
- A** Торговая площадь – 9 100 кв. м
- P** Паркинг на 136 машиномест

- Пешеходная доступность – в 5 минутах пешком от станции метро «Измайловская». Удобный доступ к магистралям – Измайловскому бульвару, Первомайской улице, Щелковскому шоссе
- Первый современный торговый центр в данном районе
- Современные архитектура и дизайн
- Подземный паркинг
- Современные инженерные системы

### НА БЕГОВОЙ торговый центр



7

Хорошевское шоссе, вл. 2-20

Современный торговый центр в 1 минуте от метро

- M** Общая площадь – 19 600 кв. м
- A** Торговая площадь – 10 600 кв. м
- P** Паркинг на 70 машиномест

- Удобное расположение непосредственно у станции метро «Беговая»
- Великолепная транспортная доступность – рядом проходят крупные городские магистрали: Третье транспортное кольцо, Хорошевское шоссе и Ленинградский проспект
- Готовый объект
- Для торгового центра разработана эффективная концепция, подобраны арендаторы

ПРОДАЖА / АРЕНДА +7 (495) 28-710-28, +7 (903) 131-99-87

# ЗАГНАЛИ В УГОЛ

## АРЕНДНЫЕ СТАВКИ НА ОФИСНЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ В СТОЛИЧНЫХ БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ УСТРЕМИЛИСЬ ВНИЗ, НО НИКТО НЕ МОЖЕТ НАЗВАТЬ ТОЧНЫЕ ЦЕНЫ. В ПОПЫТКАХ ДОГОВОРИТЬСЯ МЕЖДУ СОБОЙ ВЛАДЕЛЬЦЫ ПОМЕЩЕНИЙ И АРЕНДАТОРЫ ДОХОДЯТ ДО ШАНТАЖА И СУДЕБНЫХ ИСКОВ.

ОЛЬГА ГОВЕРДОВСКАЯ

**ПОБЕГ С ТОНУЩЕГО КОРАБЛЯ** Осенью прошлого года компании начали массово съезжать из арендуемых офисов и в ультимативной форме требовать у арендодателей снижения ставок. Владельцы помещений напоминают о штрафных санкциях и изо всех сил пытаются сделать дисконт минимальным. Так или иначе, переговоры с арендодателями ведут практически все арендаторы, которые сняли свой офис в период 2007–2008 годов. О результатах говорить пока рано. Некоторые утверждают, что кризис приведет к тому, что арендаторы помещений класса В в массовом порядке переедут в подешевевший класс А. Более того, есть компании, которые всерьез рассматривают, что ставка аренды сравняется с ценой эксплуатации недвижимости, или с процентом от «тающего» в условиях кризиса оборота бизнеса.

На первый взгляд у арендодателей нет шансов уговорить своих клиентов сохранить докризисные цены. О снижении активности арендаторов говорит невероятное количество рекламных растяжек с предложением аренды офиса «по выгодным ценам». «Несмотря на долгосрочные договоры и штрафные санкции (от депозита за три месяца до кабальных условий — оплаты всего срока аренды), владельцы коммерческой недвижимости заинтересованы во что бы то ни стало сохранить клиентов», — говорит заместитель генерального директора Vesco Consulting Олег Разин. — При нынешнем уровне вакантных площадей (30–40%, по моим субъективным оценкам, из-за большого объема субаренды, который сложно подсчитать) их просто не найти. Кроме того, переезд всегда сопряжен с ремонтом или переделкой помещения, что означает дополнительные затраты для владельца». И еще неизвестно, на каких условиях найдется новый клиент и как быстро это произойдет. Так что в любом случае старый арендатор выгоднее даже новых двух.

Однако не все готовы идти на уступки. IT-компания IBS расторгла предварительный договор с «ДОН-строем» по аренде 36,8 тыс. кв. м в комплексе Nordstar Tower, так как девелопер отказался снижать ставку аренды. Владелец бизнес-центра «Павелецкая тауэр» турецкая Enka и вовсе подала в арбитражный суд Москвы иск на авиакомпанию «Сибирь» о неисполнении обязательств по договорам аренды на общую сумму \$1,52 млн. Причиной спора стал отказ арендатора платить завышенные ставки и нежелание собственника пересматривать условия контракта. Однако такие скандалы пока скорее исключение из правил. Чаще всего вопрос снижения ставки стороны предпочитают решать кулуарно, и этому есть вполне логичное объяснение.

**ТОРГ ПЛАТЕЖОМ КРАСЕН** По словам вице-президента Coreglink Group Ильи Шершнева, арендаторы, обремененные контрактами, находятся в очень сложном



СОБСТВЕННИК БИЗНЕС-ЦЕНТРА NORDSTAR TOWER ОТКАЗАЛСЯ СНИЗИТЬ СТАВКИ АРЕНДЫ И ЛИШИЛСЯ АРЕНДАТОРА 36,8 ТЫС. КВ. М ПЛОЩАДЕЙ — IT-КОМПАНИЯ IBS РАСТОРГЛА ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ДОГОВОР

положении. «Владельцы идут на уступки неохотно, — подтверждает старший юрист департамента «Недвижимость. Земля. Строительство» фирмы «Вегас Лекс» Игорь Чумаченко. — Но рычаги влияния у арендаторов, безусловно, есть. Многие зависят от того, как составлен дого-

вор. Например, очень часто в контрактах не совсем корректно прописан срок аренды. Если доказать, что он не определен, арендатор может расторгнуть договор без штрафных санкций, предупредив арендодателя за три месяца». Юристы утверждают, что арендатор может

### СТАВКИ АРЕНДЫ ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ В 4 КВАРТАЛЕ 2008 ГОДА

	КЛАСС А	КЛАСС В+	КЛАСС В-
БАЗОВАЯ СТАВКА АРЕНДЫ (\$/КВ. М/ГОД)	750-950	500-700	450-600
ОПЕРАЦИОННЫЕ РАСХОДЫ (\$/КВ. М/ГОД)	110-150	100-120	70-90

ИСТОЧНИК: JLL.

пригрозить судом по поводу суммы депозита, предоплаты и штрафных санкций (чаще всего депозит вносится арендатором в размере арендной платы за несколько месяцев). Дело в том, что в суде «депозит», оставленный арендодателем в случае расторжения договора, может быть трактован как необоснованное обогащение владельца помещений. «Даже если это не удастся доказать, то, согласно статье 333 ГК, сумма неустойки с учетом обстоятельств дела может быть уменьшена судом», — добавляет господин Чумаченко.

Кроме того, арендодатель не всегда может проверить платежеспособность компании-контрагента. «Собственник вряд ли чего добьется, если арендатор банкрот или окажется, что контракт заключен на ООО, на чьем балансе ничего нет», — говорит господин Шершнев. По словам директора отдела офисной недвижимости Knight Frank Russia and CIS Валентина Стобецкого, никто не хочет видеть своего арендатора банкротом и если рынок диктует условия, то надо адаптироваться. «Впрочем, я думаю, мы в ближайшее время увидим множество судебных процессов на эту тему, и тогда будут прецеденты», — добавляет господин Стобецкий. Но пока стороны не спешат выносить сор из избы.

**СВОИ ЛЮДИ — СОЧТЕМСЯ** Так или иначе, возможны следующие основные варианты разрешения спора по-хорошему — подписать дополнительное соглашение к контракту, перезаключить договор по новым ценам или передать «лишние» площади в субаренду. Однако в последнем случае стоит помнить, что компаний, готовых арендовать офис, очень мало и арендатору придется конкурировать с профессиональными собственниками зданий. Более того, субаренда, то есть оптимизация площадей, не решает всех проблем и не исключает переговоров о снижении ставки. Даже если стороны договорились, при подписании дополнительного соглашения встает вопрос валюты оплаты. Подавляющее большинство договоров были заключены в долларах США или евро. По словам директора по развитию сети супермаркетов «Азбука вкуса» Сергея Руссова, до кризиса этот пункт ограничивался только фантазией арендодателя — доходило до четырех-пяти видов валюты, включая самые экзотические. Сейчас игроки рынка путаются в показаниях.

### ПРЯМАЯ РЕЧЬ ВЫ ПЕРЕЕЗЖАТЬ НЕ СОБИРАЕТЕСЬ?

**Сергей Приданцев, президент ОАО «КОМСТАР-ОТС»:**

— Не собираемся, потому что мы ничего не арендуем, все офисные здания находятся в собственности. Так что нас эта проблема, слава богу, не касается, да и снижение арендных ставок, объективно говоря, не настолько революционно, чтобы из-за этого менять офис.хлопот с переездом все равно будет больше.

**Рустэм Хадидуллин, заместитель председателя правления банка «АК БАРС»:**

— Да, в ближайшее время перемещаем наши дополнительные московские офисы. Появился более широкий выбор помещений, причем цены на аренду снизились, по моим оценкам, на 30–40%. Мы переезжаем из района, близкого к третьему транс-

портному кольцу, в офисы в районе Садового кольца. Помещения будут меньше по площади, но зато престижнее классом — вместо В+ планируем арендовать А: они отличаются лучшей инфраструктурой, сервисом. А головной московский офис у нас в собственности.

**Сергей Карпуничев, генеральный директор COLUMBUS IT RUSSIA:**

— Пока мы не намерены переезжать. Помоему, даже сегодня возможная разница в цене не оправдывает расходов на переезд и ремонт, кроме того, наш офис нам нравится, для нас это важно. Зато сложившаяся ситуация дает возможность более продуктивно торговаться с арендодателем по поводу нынешних ставок. Наши коллеги поступают аналогично.

**Вадим Куликов, председатель совета директоров компании «ЭКОВЕЙ»:**

— Наверное, пока нет. Хотя этот вопрос все чаще встает на повестке дня на собраниях совета директоров нашей компании. Нам удалось зафиксировать арендные ставки в 2009 году на уровне конца 2008-го. Однако в любом случае издержки на аренду придется сократить на 20–30%: у нас много офисов, разбросанных по стране, для оптимизации арендных платежей их придется объединять.

**Мирослав Мельник, председатель совета директоров компании «БЕТТА-ГРУПП»:**

— Как бы ни была привлекательна ситуация на рынке аренды, не надо забывать народную мудрость, которая гласит, что один пе-

реезд равен двум пожарам. Мы не снимали помещения в офисных центрах групп А или В, а старались арендовать отдельные здания в центре города. Причем с собственниками заключали долгосрочные договоры аренды. В связи с нынешней ситуацией на рынке мы стараемся договориться о снижении арендных ставок, и нам идут навстречу.

**Владимир Маркин, президент объединенной металлургической компании:**

— Собираемся. У нас офис на Волгоградке, а скоро мы переедем на Бережковскую набережную. В конце зимы — начале весны должны перебраться, к этому времени здание сдадут в эксплуатацию. Это будет полностью наше строение. Собственное здание гораздо лучше, чем снимаемое: ты не за-

висишь, во-первых, от колебаний арендной ставки, а во-вторых, от прихотей арендатора. Сейчас арендные ставки упали, но кто знает, что будет с ними в перспективе.

**Владимир Полеванов, президент консорциума «Золотой мост»:**

— У меня офис в Замоскворечье, и пока мы переезжать не собираемся. Я давно понял, что связываться с московскими властями в вопросе аренды нельзя. Они слишком часто во время игры меняют правила. Поэтому мы всегда искали частных арендодателей. А так как еще в прошлом году предвидели кризисную ситуацию, то заключили долгосрочный договор аренды. Поэтому сейчас нам никто арендных ставок не поднимал, и мы можем не задумываться о том, чтобы переехать в офис подешевле.

## ТРЕНД

Одни говорят, что сегодня, когда рынок продавца превратился в рынок покупателя, предпочтение отдается фиксированной ставке в валюте (как правило, доллар США) с четким коридором колебаний или максимальным значением курса. В то же время, по словам господина Разина, в конце прошлого года несколько арендодателей уже прогорели, указав в допсоглашениях ценовой коридор — курс ЦБ, но не больше 30 рублей за доллар. «Сейчас уже не знаю. Точно не в долларах и евро», — говорит господин Разин. Арендаторы голосуют за рубли или зафиксированный ценовой коридор валют, а их оппоненты — за текущие курсы доллара и евро. Единой практики не существует.

Арендодатели пытаются отвлечь внимание клиентов, поставив скидку в зависимости от размера занимаемой площади. «Если компания занимает несколько тысяч квадратных метров, то ей будет проще договориться о скидках», — говорит управляющий партнер Rapogama Estate Омар Гаджиев. — Если речь идет о маленьком арендаторе, снимающем площадь до 500 кв. м, то ему будет сложнее. Как вариант, можно объединиться несколькими арендаторам для того, чтобы совместными усилиями убедить арендодателя пойти на уступки». По данным Rapogama Estate собственники ведут себя сейчас достаточно гибко: они готовы давать скидки по аренде и снижаться по ставкам до 20–30%, а для арендаторов, снимающих большие площади (от 10 тыс. кв. м), дисконт может составить и 40–50%. Но не в размере дело.

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АФФЕКТ** Эксперты говорят, что никто не обнаруживает цены только потому, что собственники пытаются удержать рушащийся рынок. Арендодатели, особенно крупные, сознательно не оглашают ставки, да и арендаторы хранят тайну сделок с оглядкой на коллег. Например, в компании «Тройка Диалог» и банке «Возрождение» мы с удивлением обнаружили, что арендная ставка является коммерческой тайной. Другие крупные арендаторы просто сообщили, что довольны условиями владельцев помещений или ведут переговоры.

«Дело в том, что собственники пробуют для разных арендаторов разные скидки, и не дай бог один узнает об условиях другого. Какая тут справедливая цена. В одном и том же здании могут сидеть компании по совершенно разным ставкам», — говорит директор по развитию компании «Дэвис» Денис Сойников.



ГРИГОРИЙ СОВЧЕНКО  
ВЛАДЕЛЕЦ БИЗНЕС-ЦЕНТРА «ПАВЕЦКАЯ ТУАЗР» ТУРЕЦКАЯ ЕНКА ПОДАЛА ИСК НА АВИАКОМПАНИЮ «СИБИРЬ», ЗАДОЛЖАВШУЮ ЕЙ ПО ДОГОВОРАМ АРЕНДЫ \$1,52 МЛН.

Валентин Стобецкий оценивает увеличение доли свободных помещений на рынке с 4–5% до уровня 15–18% за счет зданий, вводимых в эксплуатацию, и увеличения предложения по субаренде, констатирует снижение арендных ставок на 25–30% по сравнению с уровнем августа 2008 года. «Сегодня, с точки зрения арендатора, справедливая базовая арендная ставка за помещения класса А в районе Садового кольца должна составлять \$600–700 за 1 кв. м в год, а для класса В — \$400–550 за 1 кв. м в год. Возможна дальнейшая коррекция ставок и предложения дополнительных бонусов арендатору (отделка, арендные каникулы)», — говорит эксперт. В Vesso признаются, что «сбили» цену на свой особняк класса В на Никольямской улице на 35%. Однако по городу снижение еще больше. В башне «Федерация» офисы сдаются по \$900 за 1 кв. м в год, а совсем недавно ставка составляла \$1800. На главной торговой улице, где еще недавно ставки достигали \$10 тыс. за 1 кв. м в год, можно найти немало помещений по \$600 за 1 кв. м в год. «Но это субаренда, так как собственник не хочет совсем потерять место», — комментирует господин Разин. По его словам, сейчас справедливая цена класса А составляет \$800, В — \$550–600, то есть рынок офисной недвижимости опустился до уровня 2006 года. Илья Шершневу добавляет, что с декабря на рынке царит хаос: «Какая цена адекватна, в долларах или евро? Я думаю, что можно смело просить скидку в 50% по долларовым ценам». «Во многом собственники принимают решения в результате психологических факторов», — резюмирует Валентин Стобецкий. Кроме того, впервые за многие годы проявилась тенденция сокращения сроков аренды. Долгосрочные договоры на три-пять лет сейчас практически никто не заключает: компании предпочитают максимум годовой договор аренды. «Объясняется это просто: арендаторы не хотят фиксировать нынешние ставки, ожидая дальнейшего снижения в течение года», — говорит господин Гаджиев. Сергей Руссов приводит, по его словам, интересные примеры: в США в этом году собственники согласились отменить арендную плату и ограничиться взиманием только эксплуатационных и коммунальных платежей. «С учетом динамики развития событий в российской экономике можно ожидать, что подобные решения очень скоро появятся и на нашем рынке», — рассуждает он. ■

# КОМСТАР > СВЯЗЬ > БИЗНЕС

## Комплексные решения для объектов недвижимости

«КОМСТАР – Объединенные ТелеСистемы» предлагает застройщикам и девелоперам обеспечить объекты недвижимости полным набором современных телекоммуникационных услуг: телефонии, передачи данных, высокоскоростного доступа в Интернет, виртуальных частных сетей, цифрового телевидения. Для нас нет невыполнимых задач! Мы найдем оптимальное телекоммуникационное решение для каждого клиента с учетом всех потребностей и особенностей ведения бизнеса.



ОАО «КОМСТАР – ОТС»  
119121, Москва, Смоленская-Сенная пл., д. 27, стр. 2  
тел.: (495) 956-00-00 info@comstar-uts.ru www.comstar-uts.ru

# КРИЗИС ПЕРЕПРОИЗВОДСТВА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС

## В РАВНОЙ СТЕПЕНИ УДАРИЛ ПО ВСЕМУ РЫНКУ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В МОСКОВСКОМ РЕГИОНЕ. ОДНАКО ПЕРВЫМ НА СЕБЕ УДАР ПОЧУВСТВОВАЛ СКЛАДСКОЙ СЕГМЕНТ, КОТОРЫЙ ЗА ВЕСЬ ПРОШЛЫЙ ГОД СМОГ ВВЕСТИ НЕ БОЛЕЕ ОДНОЙ ТРЕТИ ЗАЯВЛЕННЫХ ПЛОЩАДЕЙ. ГОД НАЗАД КОНСУЛЬТАНТЫ И ДЕВЕЛОПЕРЫ ГОВОРИЛИ О ДЕФИЦИТЕ СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ — СЕГОДНЯ ОНИ СТОЛКНУЛИСЬ С ИХ ПЕРЕПРОИЗВОДСТВОМ. АЛЕКСЕЙ ЛОССАН

**STATUS QUO** «После рекордно большого ввода новых складских площадей класса А в 2007 году в Московском регионе — примерно 1 млн кв. м в конце третьего квартала 2007 года — мы предположили, что в 2008 году объем нового предложения составит примерно 1,5 млн кв. м качественных складских помещений», — говорит руководитель отдела исследований промышленной и складской недвижимости CB Richard Ellis Байрам Карлиев. Однако этот прогноз не оправдался. Показатель был пересмотрен в сторону понижения до 1 млн кв. м в самом начале 2008 года под влиянием того фактора, что строительные компании под давлением финансовых рынков стали пересматривать ставки генподряда.

«Третий квартал 2008 года уже показал, что даже пересмотренные нами показатели ввода новых площадей не будут достигнуты, и мы заново пересмотрели новое качественное предложение по складскому сегменту в сторону понижения примерно до 500 тыс. кв. м», — добавляет эксперт. Таким образом, прогноз был сокращен в три раза, однако реальная активность московских девелоперов не достигла даже этого уровня.

По данным Colliers International, по итогам 2008 года в эксплуатацию было сдано около 450 тыс. кв. м высококачественных складских площадей. В общей сложности российские девелоперы в прошлом году возвели пять значимых объектов. В частности, компания «ТЛК Томилино» закончила наконец строить одноименный комплекс площадью 140 тыс. кв. м на Новорязанском шоссе в 6 км от МКАД. В свою очередь, на Симферопольском шоссе в 14 км от МКАД «Лого Групп» построила логистический парк «Покров» площадью 61 тыс. кв. м. Компания «Феликс» на Варшавском шоссе в 21 км от МКАД возвела первую фазу Южного логистического терминала площадью 53,3 тыс. кв. м. Кроме того, компания «Эспро Девелопмент» на 40-м км Новорижского шоссе построила первые три фазы индустриального парка «Истра» общей площадью 145 тыс. кв. м. А «Росевродевелопмент» на 24-м км Киевского шоссе возвел вторую фазу логистического парка «Крекшино» площадью 44,6 тыс. кв. м.

Если посмотреть на то, на каких трассах находятся вышедшие на рынок объекты, то можно увидеть пути развития рынка логистических услуг. «Эти направле-



СЕГОДНЯШНИЕ СТАВКИ НА СКЛАДСКИЕ ПОМЕЩЕНИЯ — ЭТО МАКСИМАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ, КОТОРЫЕ МОГУТ ВЫДЕРЖАТЬ ИХ АРЕНДАТОРЫ

ния характеризуют себя как автомагистрали с хорошей транспортной доступностью и развязками», — говорит управляющий партнер Panorama Estate Омар Гаджиев. Не трудно догадаться, что все эти объекты также находятся вдоль автомобильных, а не железнодорожных

трасс, что свидетельствует в пользу продолжающегося развития автомобильной логистики.

**ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ** Участники рынка выделяют несколько причин, которые не позволили отечествен-

ным девелоперам реализовать все заявленные проекты. Это в первую очередь связано с ошибками в планировании строительства и сложностями в процессе оформления разрешительной документации. В текущем году ситуация усугубилась под влиянием сложностей в привлечении финансирования.

### СКЛАДЫ РЖД

Вслед за программой создания единой сети модернизированных железнодорожных вокзалов компания «Российские железные дороги» решила заняться реконструкцией принадлежащих ей складских площадей.

В конце 2008 года в ходе совещания по вопросам развития железнодорожного транспорта глава компании Владимир Якунин сообщил, что РЖД планирует создать «дочку» по управлению принадлежащими ей логистическими активами. «Мы будем развивать эту работу и, скорее всего, создадим специальную компанию, которая будет непосредственно заниматься данным видом деятельности», — заявил на совещании президент РЖД.

Развитие терминальной сети РЖД будет осуществлять новое специализированное подразделение компании — Центр по развитию терминалов. «Целью создания центра является определение мест для расположения опорных грузовых терминалов ОАО РЖД, а также тех станций, где будет производиться модернизация имеющихся

мощностей», — сообщили в пресс-службе железнодорожной компании. Предполагается, что создание новой структуры позволит ускорить разработку единой политики РЖД в сфере транспортно-логистической деятельности компании. К концу первого

квартала текущего года будет решено, в какой форме станет функционировать новая компания — как подразделение одного из департаментов РЖД либо как филиал.

В любом случае, как и для управления вокзалами, для этого будет создана специ-

альная дирекция по терминально-логистической деятельности РЖД, которая и станет выполнять функции оператора строящихся и проектируемых терминалов компании. Первый пилотный проект по созданию логистического центра будет реализован в подмосковном поселке Белый Раст.

В общей сложности предполагается создать не менее 30 таких центров, которые будут расположены в основных грузообразующих регионах страны, а также в портах. При этом финансирование их строительства, скорее всего, будет осуществляться по принципу частно-государственного партнерства. В свою очередь, концепция логистического центра включает в себя не только создание терминалов, но и оказание определенных сервисных услуг. В частности, речь идет о предпродажной подготовке груза и предоставлении холодильных установок для хранения скоропортящихся продуктов.

«Новые грузовые терминалы РЖД будут обладать таким техническим оснаще-

нием и использовать такие логистические технологии, чтобы в результате компания получила единую терминальную структуру, а не разрозненные объекты, не имеющие системной взаимосвязи. Для этого будут созданы единые нормативы их деятельности, гарантирующие публичность и доступность данных объектов для клиентов», — сообщили в пресс-службе РЖД. То есть фактически речь идет о создании единого логистического центра.

В компании уже подготовили семь технико-экономических обоснований по перспективным проектам новых терминалов. Эти документы предусматривают создание новых крупных терминальных комплексов в Калининграде, Краснодаре, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Самаре, Ростове-на-Дону и Москве, в районе Ховрино. Создаваемая структура будет заниматься всеми необходимыми предпроектными разработками и их выводом на инвестиционные контракты с заинтересованными компаниями.



ЕВГЕНИЙ ДУДИН



НЕКОТОРЫЕ СОБСТВЕННИКИ ПРЕДЛОЖИЛИ СВОИМ АРЕНДАТОРАМ СНИЖЕНИЕ СТАВОК В ТЕКУЩЕМ ГОДУ, НО РАСПЛАТИТЬСЯ ЗА ДИСКОНТ ПРИДЕТСЯ ЗА СЧЕТ ПОВЫШЕНИЯ АРЕНДНОЙ ПЛАТЫ В БУДУЩЕМ ГОДУ

Сейчас многие объекты, находящиеся на стадии проектирования, замораживаются, реализация некоторых откладывается на неопределенный срок либо принимается решение об отказе от строительства. Таким образом, отложенный ввод 1 млн кв. м площадей, с одной стороны, является следствием невысокого профессионализма. По словам Байрама Карлиева, на московский рынок за последние несколько лет было выведено более 2 млн кв. м качественного предложения складских помещений. «Эти темпы спекулятивного девелопмента складской недвижимости подогревались спекулятивным спросом в основном со стороны дистрибуторских компаний и местных провайдеров логистических услуг», — отмечает он.

Складской сегмент первым испытал на себе влияние глобального финансового кризиса, начавшего набирать

обороты в конце третьего квартала 2007 года. Девелоперы складской недвижимости начали ощущать негативное влияние кризиса, с одной стороны, и нежелание генеральных подрядчиков фиксировать цены по контрактам на приемлемом для девелоперов уровне из-за усиливающейся инфляции, с другой стороны. Невозможность девелоперов демонтировать фиксированные цены на строительство и во многих случаях отсутствие предварительных договоров аренды с надежными арендаторами сделали еще более трудным получение выгодного финансирования. Осенью начались серьезные проблемы у ритейлеров, что неминуемо привело и к падению спроса на складские услуги.

**СТАВКИ** Если смотреть только на статистические данные, кажется, что складскую недвижимость кризис пока

почти не затронул: арендные ставки в этом сегменте выросли с января по декабрь 2008 года на 7,6%. Однако основой роста стали изменения, происшедшие в первой половине 2008 года. С сентября по декабрь уже происходило снижение ставок в пределах 6%.

Но в итоге в сегменте складской недвижимости резкого падения ставок аренды нет. Они остаются на уровне 2007–2008 годов. Если в некоторых складских комплексах и было незначительное снижение ставок, то затем они вернулись к \$130–135 за квадратный метр — такова сегодня рыночная стоимость аренды квадратного метра складов.

Ставки на рынке складской недвижимости изменились мало по нескольким причинам: этот рынок всегда был менее рентабельным с точки зрения роста капитальной стоимости, нежели офисная или торговая недвижимость. Кро-

ме того, существующие ставки — это максимальные цены, которые могут выдержать арендаторы: ритейлеры, логисты.

Однако тенденция к снижению арендных ставок в 2009 году остается. Цены наверняка будут падать, поскольку неминуемо случится падение доходности торговых сетей, приостановка развития многих ритейлеров. Уже через несколько месяцев пустующих складских площадей будет на порядок больше, нежели в феврале 2009 года.

Предвидя негативное развитие событий некоторые компании, к примеру «Евразия Логистик», предложили своим арендаторам снижение ставок в текущем году, но расплатиться за дисконт придется за счет повышения арендной платы в будущем 2010 году

**ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ** В текущем году, по мнению экспертов, складской рынок будет развиваться в связке с сегментом торговли. Основные объемы для современных складских площадей формируют товары народного потребления — продукты питания, бытовая техника и электроника, автомобильные запчасти и т. п. Спрос на складские площади снизился, однако и предложение снизилось тоже, в результате ожидается, что в 2009 году рынок будет находиться в относительном равновесии. Более того, девелоперские компании продолжают строить свои складские комплексы, хотя уже и не в таких объемах, как раньше.

В частности, «Росевродевелопмент» планирует возвести третью фазу логистического парка «Крекшино» площадью 57,5 тыс. кв. м. В свою очередь, «Эспро Девелопмент» строит четвертую фазу индустриального парка «Истра» площадью 26 тыс. кв. м. Компания Giffels все-таки планирует возвести индустриальный парк «Южные ворота» площадью 71,3 тыс. кв. м на Каширском шоссе в 30 км от МКАД. EG Logistics и Raven Russia возводят логистический комплекс площадью 53 тыс. кв. м на 20-м км Дмитровского шоссе. Компания «Трилоджи Девелопмент» предполагает построить «Трилоджи парк „Томилино“» площадью 120 тыс. кв. м на 8-м км Новорязанского шоссе. «Эспро Девелопмент» возводит первую фазу индустриального парка «Восточный» площадью 55 тыс. кв. м на Горьковском шоссе в 44 км от МКАД. А компания Accent строит Агротерминал на 20-м км Варшавского шоссе.

Стоит учитывать, что строительство склада с нуля занимает около двух лет. Вероятно, новые площади появятся в Московском регионе как раз к началу нового экономического роста. Некоторые эксперты считают, что рынок складской недвижимости станет наиболее привлекательным для инвесторов в период выхода из кризиса. Поскольку ранее он был недооценен из-за более низких сроков окупаемости. Сейчас мы видим проблему и с арендаторами, и с финансированием. Но складская недвижимость «выигрывает» в сравнении с другими видами коммерческой недвижимости из-за существенно более низкой стоимости строительства. ■

## РИТЕЙЛЕРЫ СЛАБЕЮТ ВМЕСТЕ С РУБЛЕМ

Если среднегодовой валютный курс в 2009 году составит 35 руб. за \$1, а индекс потребительских цен (ИПЦ) достигнет 13%, то годовая выручка компаний продуктовой розницы сократится на 11–12% относительно базового сценария, а чистая прибыль — вплоть до 100%, если торговая сеть имеет долг в иностранной валюте, прогнозируют аналитики ИК «Ренессанс Капитал».

В настоящее время в рамках базового сценария эксперты ИК прогнозируют среднегодовой курс рубля в 2009 году на уровне 30,5 руб./\$1 и ИПЦ на уровне 10,7%. Задолженность в долларах имеют Х5 Retail Group, ОАО «Дикси групп» и ОАО «Седьмой континент». Среди российских ритейлеров наиболее чувствительной к негативному влиянию ослабления курса рубля относительно доллара США является компания «Седьмой континент», уверены аналитики. Эффект курсовых разниц будет негативным для всех компаний торговой розницы РФ, поскольку 100% выручки они получают в рублях, добавляют эксперты. Прогнозные цены акций ритейлеров РФ на конец 2009 года при этом будут ниже на 7–37%, чем цены, рассчитанные экспертами ИК на основе их базового сценария.

По данным Росстата, инфляция в январе 2009 года ускорилась до 2,4%, оказавшись на 0,1% больше, чем в январе 2008 года. Если не учитывать сезонный рост тарифов госмонополий, основной вклад в рост потребительских цен внес быстро дорожающий импорт. Торговые сети считают, что падение стоимости рубля приведет к удорожанию продовольствия на 25–45% в 2009 году. Подобный эффект уже наблюдается в Казахстане, где розница сразу же «отыграла» одномоментную девальвацию тенге ростом цен на 20–30%. Экономисты считают, что эффект девальвации рубля отразится на инфляции в феврале-марте 2009 года и будет смягчен кредитным шоком.

Согласно опубликованной инфляционной статистике Росстата, в январе 2009 года потребительские цены увеличились на 2,4% (2,3% в январе 2008 года). Основной вклад в рост потребительских цен внесли тарифы на услуги госмонополий, которые увеличились на 6,3% (цены на услуги ЖКХ выросли на 14,4%). Цены на продовольственные товары выросли на 1,4%, а на непродовольственные — всего на 0,7% благодаря подешевевшему на 4,2% бензину.

По сравнению с январем 2008 года в январе 2009-го (с 1,1 до 1,3%) увеличилась и

базовая инфляция, которая не включает сезонное и административное увеличение цен. «Увеличение базовой инфляции началось еще во второй половине декабря 2008 года и отражает эффект девальвации рубля», — убежден Владимир Тихомиров из «Уралсиба». Как среди продовольственных, так и среди непродовольственных цен лидерами роста в январе были импортные товары. Сахар-песок за месяц подорожал на 11,5%. «Трудно объяснить такой скачок. Возможно, на рост цены сахара повлияли проблемы с Украиной», — говорит Дмитрий Белоусов из Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП). Среди непродовольственных товаров более всего подорожали медикаменты (на 3,1%), большая доля которых — импорт.

Представители торговых сетей обнародовали свои прогнозы роста цен на продовольствие на брифинге «Потребительские цены на продовольственном рынке-2009». «Цены будут расти — и сильно. До конца года рост составит около 30%», — считает вице-президент «Дикси групп» Илья Якубсон. Председатель правления объединенной компании «Холидей» Сергей Степанов, в свою очередь, прогнозирует более высокий рост цен на продовольствие. По его сло-

вам, «рост цен будет значительным — в лучшем случае 25%, в худшем — 45%».

По оценке исполнительного директора торгового дома «Семья» (Калининград), председателя координационного совета Союза независимых сетей России Олега Пономарева, в первом квартале цены на продовольствие вырастут на 6–7%, а по итогам года — на 20%. Основной причиной подорожания продовольствия ритейлеры считают ослабление рубля — оно выливается в рост цен на импорт.

Опрошенные экономисты считают, что в январе 2009 года эффект декабрьской девальвации рубля в полную силу отразится на потребительских ценах с лагом в два-три месяца, то есть в феврале-апреле 2009 года. Этот лаг отражает эффект управляемой постепенной девальвации рубля. В то же время скорость роста цен может быть и выше: правительство Казахстана, в среду объявившее о разовой девальвации тенге на 18–20%, уже к четвергу столкнулось с сопоставимым ростом розничных цен на большинство товаров. Рост цен на бытовую технику и электронику составил 20–30%. На 2–4 тыс. тенге (23%) возросла стоимость билетов на международные рейсы крупнейшего авиаперевозчика Казахстана

авиакомпания «Эйр Астана». В Алма-Ате многие магазины закрылись на переучет, в продовольственных магазинах цены повысились на 20–30%.

Мнения экономистов о том, как подорожание импорта отразится на потребительских ценах в 2009 году, разошлись. Юлия Цепляева из Merrill Lynch считает, что инфляция в 2009 году составит порядка 11%, что на 2% меньше официального прогноза. «Помимо девальвации есть факторы, которые играют против инфляции. В 2008 году рост М2 составил всего 1,2%. И денежный фактор, и фактор сжатия спроса — сокращение доходов населения — играют против инфляции», — поясняет она.

Дмитрий Белоусов из ЦМАКП считает, что 13% инфляции — это минимум: «Скорее нужно ориентироваться на 15–16% в 2009 году». Владимир Тихомиров из «Уралсиба» прогнозирует рост потребительских цен на 13,8% и считает, что инфляция может оказаться существенно выше, если рубль продолжит слабеть. Разница в прогнозах во многом объясняется тем, что влияние сокращения денежной массы на потребительскую инфляцию долгосрочно и слабо предсказуемо, тогда как девальвационный шок влияет на цены быстрее.

# ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ

## ПРИМЕРОВ НЕУСПЕШНЫХ ПРОЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ НА РЫНКЕ ДОСТАТОЧНО. ПРИЧИНЫ НЕУДАЧ РАЗНЫЕ. ОДНИ ОБЪЕКТЫ СТРОИЛИСЬ ЕЩЕ В СЕРЕДИНЕ 90-Х ГОДОВ, КОГДА О КОНКУРЕНЦИИ ЗНАЛИ ТОЛЬКО ИЗ УЧЕБНИКОВ, ДРУГИЕ — РЕЗУЛЬТАТ БЕЗРАССУДНОЙ ЭКОНОМИИ. В 2009 ГОДУ, СЧИТАЮТ УЧАСТНИКИ РЫНКА, МНОГИМ ОБЪЕКТАМ НЕДВИЖИМОСТИ ПРИДЕТСЯ ПОНИЗИТЬ КЛАСС, ЗАНЯТЬСЯ РЕПОЗИЦИОНИРОВАНИЕМ ИЛИ ДАЖЕ РЕДЕВЕЛОПМЕНТОМ.

ДЕНИС ТЫКУЛОВ

**РАБОТЫ НАД ОШИБКАМИ** Особенно много примеров неудачных проектов в сфере торговой недвижимости. «Торговый центр — это не просто коробка здания с набором арендаторов, — объясняет генеральный директор «Росевродевелопмента» Иван Ситников. — Это высокотехнологичный конвейер по выкачиванию денег из кошельков потребителей». Хрестоматийный пример девелоперской неудачи — торговый комплекс «Гвоздь». Из-за неправильной планировки объекта большинство покупателей просто не доходят до верхних этажей здания. Кроме того, добраться до «Гвоздя» сложно как на личном, так и на общественном транспорте.

К примерам неудачной концепции можно отнести и ТЦ «Французские галереи». Комплекс ориентирован на обеспеченных покупателей, однако люди с достатком выше среднего предпочитают передвигаться на автомобиле, а разработчики концепции этого торгового комплекса забыли предусмотреть удобный подъезд к нему. Есть проблемы и у ТЦ «Веймарт-1», расположенного на 26-м км МКАД, и у центра «Южный». Список можно продолжить. Но зачастую достаточно восполнить один пробел, чтобы серьезно улучшить ситуацию.

«Например, если температура в магазине из-за плохой системы кондиционирования превышает 25–26 градусов, продажи могут снизиться до 30%», — приводит пример генеральный директор компании «Магазин магазинов» Анна Ширяева. Еще одна серьезная проблема — транспортная доступность. Человек должен иметь физическую возможность подъехать к торговому центру, а затем вернуться на проезжую часть и продолжить путь в нужном направлении. «Центр „Западный“, расположенный на дублере Рублевского шоссе, смог существенно увеличить посещаемость, „пробив“ подъезд с основного шоссе.



ПОСЛЕ РЕПЕРПЛАНИРОВКИ ПОСЕЩАЕМОСТЬ ТЦ «ДРУЖБА» УВЕЛИЧИЛАСЬ ВДВОЕ

Иногда ошибки можно исправить еще на стадии проектирования. В частности, комплекс XL на Ярославском шоссе, принадлежащий ООО «Рамзэн», первоначально позиционировался как торговый центр, специализирующийся на продаже стройматериалов. Однако владельцы объекта не учли того, что рядом расположена Мытищин-

ская ярмарка, где продавалась та же продукция, но зачастую дешевле. «Поскольку участок земли позволял, было принято решение построить вторую очередь торгового центра, — говорит начальник аналитического отдела «Нового города» Наталья Ветлугина. — Однако рядом располагались «Ашан» и «Мосмарт», что серьезно увеличивало конкуренцию». В результате большая часть площадей была отдана под развлекательную зону, которая включала в себя не только обычные боулинг и кино-

театр, но и аквапарк «Ква-ква-парк». До кризиса доходность центра составляла не меньше 25% годовых.

Впрочем, далеко не всегда удается обойтись «малой кровью». В частности, ТЦ «Дружба», расположенный в районе метро «Новослободская», пришлось закрывать на реконструкцию. Комплекс был построен компанией «СТ Девелопмент» Шалвы Чигиринского в конце 90-х годов на месте продовольственного рынка и продан китайской госкомпанией «Центр развития торговли и управления инвестициями в Европу». Однако в начале 2000-х годов в Москве стали появляться качественные торговые центры. В 2003 году китайские чиновники поняли, что «Дружба» по целому ряду параметров, в том числе объемно-планировочным решениям, позиционированию и составу арендаторов не соответствует современным стандартам. Посещаемость торгового центра составляла в среднем 10 тыс. человек в будни и 12 тыс. человек — в выходные. В предварительном исследовании было выявлено, что в этом районе много вузов и торговый комплекс посещает много молодежи. «В результате компания решила отказаться от многих арендаторов в пользу молодежных марок», — рассказывает госпожа Ширяева. В конце 2006 года комплекс был закрыт на реконструкцию на три месяца. За это время там была осуществлена внутренняя перепланировка, позволившая усовершенствовать навигацию по центру, а главное, торговый центр получил третий этаж площадью более 1,6 тыс. кв. м, который занял магазин «Спортмастер». «После этого посещаемость торгового центра увеличилась вдвое — до 20 тыс. человек в будни и 23 тыс. человек в выходные и праздничные дни, — отмечает Анна Ширяева. — А арендный доход владельцев за первый год вырос на 30%».

Достаточно неудачных проектов и у владельцев других секторов недвижимости. В 2003 году на 71-м км

### «ИНВЕТОР МОЖЕТ ИЗВЛЕЧЬ ВЫГОДУ ОТ СНИЖЕНИЯ ЦЕН»

ПАВЕЛ АННЕНКОВ,  
директор компании «Аптрэнд»:



— В 2008 году в какой-то момент казалось, что гостиничный бум в нашей стране наконец-то наступил. Все участники рынка его долго ждали, и казалось, что отечественные девелоперы и инвесторы все-таки обратили взоры на этот сегмент рынка недвижимости, который они долго считали неинтересным с точки зрения сроков окупаемости вложений, размеров необходимых инвестиций и сложности реализации проекта. Для примера, средний срок окупаемости торгового центра составляет четыре-семь лет, бизнес-центра — пять-восемь лет, а гостиницы — все восемь-десять лет.

Развития гостиничного рынка России ждали туристы как российские, так и иностранные. Им надоело платить по \$300 за номер в самой простой трехзвездной гостинице в Москве и \$1 тыс. за номер в столичном «пятизвезднике». Зарубежные аналитические издания в прошлом году назвали московские гостиницы самыми дорогими в Европе. Что касается практически полного отсутствия нормальных гостиниц в региональных городах, то эта тема стала одной из наиболее обсуждаемых на всех последних конференциях по гостиничному бизнесу.

В прошлом году большинство международных гостиничных сетей, собиравшихся выходить на российский рынок, перешли от слов к делу. Стали появляться реально подписанные контракты на управление. Rezidor (бренды Park Inn, Radisson) подписали контракт на управление отелями под брендом Radisson в Москве, Тюмени, Ростове-на-Дону, под брендом Park Inn — в Санкт-Петербурге, Ижевске, Волгограде, Туле. Hilton (бренды Hilton, Double Tree by Hilton, Hilton Garden Inn, Hampton) — контракт на управление отелями под брендом Hilton Double Tree в Новосибирске и Перми, под брендом Hilton Garden Inn — в Перми. Wyndham (бренды Ramada, Days Inn, Wyndham) подписали контракт на отель Ramada в Екатеринбурге. Accor (бренды Ibis, Novotel, Sofitel) подписали контракты на отели Novotel в Москве и Екатеринбурге, Ibis — в Санкт-Петербурге и Омске.

Девелоперы вкладывали деньги в проектирование, оплачивая недешевые услуги именитых зарубежных архитектурных бюро, многие проекты уже были в стадии начального строительства. Проектировались отели сети Kempinski в Ростове-на-Дону и Подмоскovie, отели Radisson — в Москве и Тюмени, пятизвездный Intercontinental в Москве и многие другие. И вдруг осенью случилось то, о чем мы все с вами знаем.

Нельзя оценить, пострадал ли гостиничный сегмент больше, чем сегменты торговой или офисной недвижимости. Многие крупные гостиничные девелоперы банки закрыли кредитные линии или подняли процентные ставки до такого уровня, что по ним не интересно сейчас привлекать заемные средства. То же самое произошло и на рынке строительства торговых и бизнес-центров.

С одной стороны, строительство гостиницы более капиталоемкий проект, чем строительство торгового или офисного центра. Чаще всего схема финансирования была следующая: на свои деньги инвестор покупал участок земли и разрабатывал проект строительства, а заемными средствами оплачивал расходы на стройку и оснащение отеля. В этом как раз и есть главное отличие строительства гостиницы от торгового или офисного центра: на этапе завершения строительных работ владелец торгового или офисного центра уже начинает получать арендный доход — его бизнес уже работает, так как отделкой помещений занимаются за свой счет сами арендаторы.

Владелец же гостиницы после окончания строительных работ приступает к внутренней отделке помещений и ее оснащению всем необходимым: мебелью, оборудованием и т. д. Этап оснащения и внут-

ренней отделки длится около года, и его бюджет может составлять до 40% от общей стоимости всех затрат. К тому же этот этап достаточно непростой в реализации и требует привлечения высокопрофессиональных кадров. Его можно сравнить с завершением ремонта и мебелировкой большого количества одинаковых квартир. А доход от работы отеля владелец начинает получать только после его открытия.

С другой стороны, поскольку на рынке девелопмента гостиниц было много, как ни на каком другом рынке недвижимости, частных инвесторов, которые строили объекты без привлечения заемных средств, проекты, финансируемые таким образом, практически не пострадали. Инвестор может еще и извлечь сейчас выгоду от снижения цен на строительные работы и материалы. Здесь надо заметить, что все-таки большинство таких проектов — это мини-отели или отели, которые не будут управляться профессиональными гостиничными операторами.

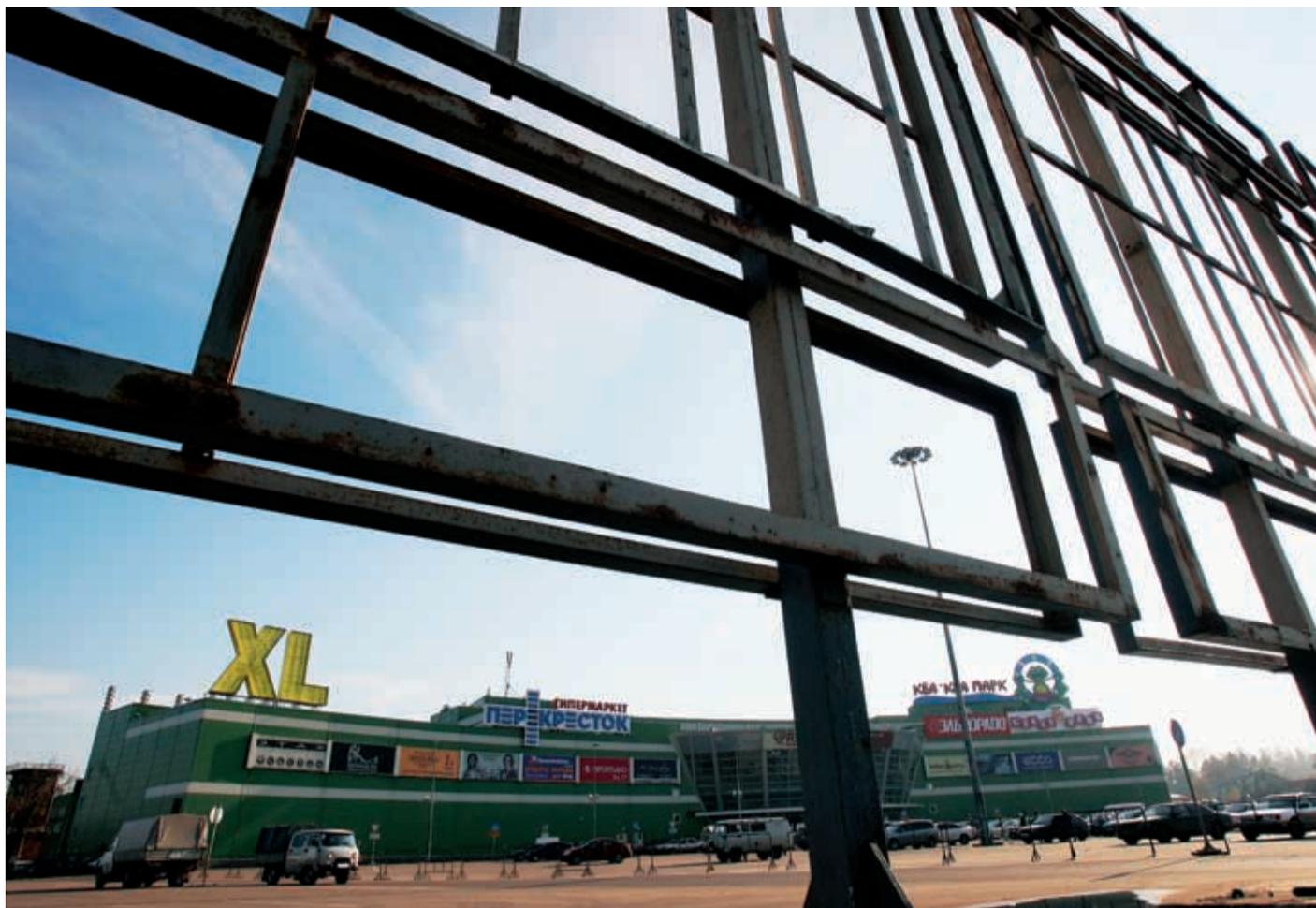
В результате, на мой взгляд, в 2009 году будут достраиваться объекты, которые уже находятся на финальной стадии реализации: в этом случае дешевле будет найти деньги и завершить строительство, чем замораживать проект. Поскольку когда гостиница откроется, она в тот же день начнет

генерировать прибыль и станет для владельца работающим активом, приносящим живые деньги.

Кроме того, продолжится разработка гостиничных проектов на бумаге. Стадия проектирования не такая капиталоемкая, как строительство, поэтому инвестор может не спеша вкладывать деньги в разработку архитектурного проекта здания отеля, дизайн-проекта интерьеров и отшлифовать бизнес-план и бюджет, ожидая, когда ситуация с кризисом финансирования разрешится.

Также в последнее время наметилась тенденция импортозамещения европейских товаров при комплектации гостиниц из-за роста курса евро к рублю. Некоторые инвесторы, особенно иностранные, будут осторожно вкладывать деньги в подешевевшие участки земли под строительство гостиниц в привлекательных местах в городах-миллионниках.

Потребителям же гостиничных услуг ничего не остается, как ждать окончания кризиса и появления на рынке отелей международного уровня по приемлемым ценам. Хотя московские гостиницы уже стали снижать цены из-за уменьшения потока бизнес-туристов. Ведь одной из составляющих расходов, которую урезают в компаниях в кризис в первую очередь, являются командировки сотрудников.



В ТОРГОВОМ КОМПЛЕКСЕ XL БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ ПЛОЩАДЕЙ ОТДАНА ПОД РАЗВЛЕКАТЕЛЬНУЮ ЗОНУ

МКАД у внешней его стороны было построено трехэтажное складское здание площадью 8 тыс. кв. м. Стоимость вложений в проект составила порядка \$5 млн. Складские помещения не самое эффективное использование участка, который хорошо виден с кольцевой автодороги. Кроме того, трехэтажный склад неудобен в эксплуатации. Сдать здание в аренду можно было по \$110–130 за 1 кв. м, и срок окупаемости составил бы не меньше семи лет. Поэтому было принято решение о редевелопменте. Логистический комплекс переделали в торговый центр, поставили эскалаторы, соорудили атриум, сделали внутреннюю отделку. Дополнительные вложения в проект составили около \$2 млн, зато капитализация объекта, да и ставки, сразу выросли примерно втрое, а срок окупаемости вложений сократился до трех-трех с половиной лет. Здание было полностью сдано под магазин «Кухнистрой», владельцы которого арендовали бывший склад сразу на десять лет.

**ТОЛЬКО ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ** Нередко причина неуспеха кроется на первый взгляд в ошибках позиционирования и маркетинга. Отель «Акватория лета», открывшийся в мае 2005 года в Ейске на Азовском море, стал первым отелем в России, где водные виды спорта — виндсерфинг, кайтсерфинг и вейкбординг — включались в стоимость проживания. Инвестиции в проект, по словам генерального директора Avant Group Андрея Канорского, составили порядка \$5 млн. Большая часть этой суммы — больше \$3 млн — ушла на строительство гостиницы и покупку участка. А остальное, по данным компании, — на рекламу (\$250 тыс.), создание концепции (\$400 тыс.) и закупку оборудования (комплектация гостиницы и ресторана — \$900 тыс.; спортивного инвентаря — \$350 тыс.). Цена стандартного номера на двух человек с питанием составляет 3,5–4 тыс. рублей.

**ЕСЛИ ТЕМПЕРАТУРА В МАГАЗИНЕ ИЗ-ЗА ПЛОХОЙ СИСТЕМЫ КОНДИЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕВЫШАЕТ 25–26 ГРАДУСОВ, ПРОДАЖИ МОГУТ СНИЗИТЬСЯ ДО 30%**

На момент открытия проект позиционировался как отель для экстремалов. Основную рекламу давали в журналах и телепередачах, посвященных экстремальным видам спорта. Но как выяснилось совсем скоро, это было ошибкой, поскольку отпугнуло потенциальных гостей, не готовых активно заниматься спортом.

Ситуацию отчасти спас проходящий в мае Ейский кубок, который обеспечил к открытию около 30% загрузки. То есть из 160 мест было заполнено меньше 50. Исправить положение решили за счет турфирм, отдавая им 25–30%, что в два-три раза больше, чем в среднем по рынку. «Но продукт достаточно специфический, и агенты толком не могли объяснить клиентам, что они продают», — признает директор по развитию Avant Group Артем Колесов. — Кроме того, у нас была запутанная система тарифов: предлагалось около десяти различных программ». В частности, предлагался отдельно виндсерфинг, отдельно кайтсерфинг, отдельно вейкборд, а кроме того, все варианты совмещений этих программ. К концу сезона (на Азовском море сезон длится с мая по сентябрь) компании удалось выйти на среднесезонную заполняемость 55%.

В межсезонье компания сделала ставку на проведение праздников. «Когда входили в нашу первую зиму, то была жуткая уверенность в том, что мы всколыхнем рынок корпоративного отдыха Ростова и Краснодара», — вспоминает господин Колесов. — На Хэллоуин делали уютные комнаты из старых гидрокостюмов, варили «кровь» на кухне, в общем, все по-настоящему, люди до сих пор вспоминают». В основном отрывались на праздниках жители Краснодара и Ростова, но приезжали в межсезонье даже москвичи, на которых приходилось 10%. А 15% мест на Хэллоуин скупили жители Ейска.

Однако если на праздники загрузка отеля доходила до 100%, то в остальное время клиентов практически не было. С сентября по апрель средняя загрузка составила порядка 25%. «Отель работал в убыток», — констатирует господин Колесов. К началу 2006 года руководство «Акватории лета» приняло стратегическое решение о вхождении в сеть Heliopark Hotel Management, где пообещали, что загрузка вырастет до 75% в сезон и до 50% — в межсезонье. «Когда входили в сеть, то руководство настаивало, чтобы мы закрыли сайт отеля и наш отдел про-

даж», — рассказывает Артем Колесов. — Хорошо, что этого не сделали». В 2006 году заполняемость осталась на прежнем уровне, при этом сам Heliopark продал всего 8% путевок.

«Взяв отель обратно под собственное управление, мы начали анализировать ситуацию», — продолжает господин Колесов. — Во-первых, мы поняли, что экстремальное позиционирование отеля отпугивает людей, не имеющих опыта виндсерфинга и кайтсерфинга». Отелю придумали новый имидж — «каникулы для взрослых». Рекламные средства были перенаправлены из журналов об экстриме в деловые издания, а серферов на рекламных иллюстрациях заменили отдыхающими в смешных шапочках, сидящими на водном мотоцикле.

Поняв, что покупатели, да и продавцы в турагентствах, путаются в огромном количестве программ, оставили всего две — «Спорт-1» (включены все спортивные программы, за исключением вейкборда) и «Спорт-2» (включены все спортивные программы).

Кроме того, в Avant Group решили сделать ставку на клубность, отказавшись от нецелевой аудитории, в частности от детей до 14 лет. Дело в том, что отеле постоянно возникали конфликты между родителями и клиентами, отдыхавшими без детей. Последних предпочли потому, что у этой группы отдыхающих средний чек на дополнительные услуги был на 30% выше. Отказались на время высокого сезона (июль—август) и от проведения корпоративных праздников. «Нарушается принцип клубности», — объясняет господин Колесов. При этом гостиница стала сезонной — работает лишь с мая по сентябрь, а на остальное время ее консервируют. Теперь с 90% сотрудников компания подписывает сезонный контракт, ведь зарплата сотрудников — это основная часть затрат. А весь период консервации обходится компании примерно в 1 млн рублей. В результате, отмечает Андрей Канорский, сезон 2007 года показал хороший рывок. Средний чек вырос на 30%, до \$60–70, а среднесезонная загрузка — до 85%. «В высокий сезон были дни, когда загрузка доходила до 105% за счет дополнительных мест», — хвастается господин Канорский. Тем не менее из-за первых ошибок срок окупаемости отеля вырос с запланированных семи до восьми с половиной лет. И это по самым оптимистичным — докризисным — прогнозам. ■

Валерия Мельникова

реклама

**ЭКСПРЕСС-АРЕНДА** — новая услуга на рынке недвижимости от фирмы EURAPLACE. Полностью укомплектованный офис и система обслуживания существенно экономят Ваше время, избавляя от многочисленных сложностей, связанных с обустройством и наладкой рабочих мест.

**ЭКСПРЕСС-АРЕНДА** — это гибкие условия аренды готового офиса размером от 10 кв. метров и на срок от 1 дня. Индивидуальные пожелания обсуждаются по тел.: 223-56-37.

**ЭКСПРЕСС-АРЕНДА**  
**ОТ 10 м<sup>2</sup>**  
**223-56-37**  
[www.euraplace.ru](http://www.euraplace.ru)

\* «Аэропарк» - Волгоградский пр-т, д. 43, литер. 3 • ТЦ «Гамма» - ул. Б. Яковлева, д. 22 • БЦ - ул. Миссионерская, д. 46/2, стр. 3 • БЦ - Серебряничковской перекр., д. 12, стр. 1 • БЦ - 3-й Голубинский пер., д. 18, стр. 6 • 2-й Паладиум - ул. Бутырская, д. 92

# ОЛИМПИЙСКИЕ ГОРКИ

## ОЛИМПИЙСКОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО — ОДИН ИЗ НЕМНОГИХ ГАРАНТИРОВАННЫХ В КРИЗИСНОЕ ВРЕМЯ ЗАКАЗОВ. ПРАВДА, ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЗАРАБОТАТЬ НА НЕМ СМОГУТ НЕМНОГИЕ ДЕВЕЛОПЕРСКИЕ И ИНВЕСТИЦИОННЫЕ КОМПАНИИ. КОМУ-ТО НЕ ХВАТАЕТ ОПЫТА, ДРУГИМ — ДЕНЕГ, А ТРЕТЬИМ — ЖЕЛАНИЯ. ОСНОВНЫМ ЗАСТРОЙЩИКОМ В СОЧИ БУДЕТ ГОСУДАРСТВО.

ТАТЬЯНА КОМАРОВА

**НЕВОЛЬНАЯ БОРЬБА** В августе прошлого года «Олимпстрой» должен был провести аукцион на возведение олимпийских объектов в Сочи. На конкурс было выставлено четыре лота, каждый из которых включал спортивный объект и гостиницу. В лот №1 входило строительство малой ледовой арены на 7 тыс. мест и трехзвездной гостиницы «Имеретинская» на 8 тыс. номеров. В лот №2 — большого ледового дворца на 12 тыс. мест и пятизвездной гостиницы «Малый Ахун» на 1,3 тыс. номеров. В лот №3 — ледовой арены для керлинга на 3 тыс. мест и трехзвездной гостиницы на 300 номеров. В лот №4 — большой ледовой арены на 12 тыс. мест и четырехзвездной гостиницы «Малый Ахун» на 3,1 тыс. номеров. Но мероприятие не состоялось: на аукцион не было подано ни одной заявки.

Потенциальных инвесторов отпугнула необходимость строительства спортивных объектов. Срок их окупаемости, как правило, более десяти лет. «Спортивные объекты не та недвижимость, о которой можно рассуждать с точки зрения доходности. Затраты на строительство всегда значительны, а единственный возможный доход — от сдачи в аренду — нерегулярен и невелик», — говорит Омар Гаджиев, управляющий партнер компании Panorama Estate. «Нужно рассмотреть возможность последующего коммерческого использования этих объектов. Если это специфический объект, например бобслейная трасса, то строительство такого объекта инвестору вообще не интересно», — считает Алексей Тимофеев, генеральный директор «МТ-Девелопмент».

К тому же одна из особенностей возведения спортивных объектов для Олимпиады — это строгие стандарты, поэтому такое строительство дороже, чем строительство обычных спортивных объектов. Поэтому инвестируют в строительство спортивных объектов пока только крупные корпорации, для которых это не вложения, а затраты, «социальное обременение». Так, «Газпром» строит Горно-туристический центр с лыжными трассами и стадионом, «Руснефть» — крытый конькобежный центр на 8 тыс. человек. А санно-бобслейной трассой занимается неизвестная в строительных кругах компания «Стройпрофи-Юг».

**КОММЕРЧЕСКИЙ ИНТЕРЕС** В рамках олимпийского строительства в Сочи должны быть возведены многие коммерческие объекты — гостиницы, бизнес-центры. «Для инвесторов участие в олимпийском строительстве выгодно. У них довольно низкая аренда земли на долгий срок, к тому же внешние коммуникации ко всем этим гостиницам (например, дороги и пр.) — задача нашей госкорпорации, за инвестором только сам объект. Кроме того, инвестору представляются требования по количеству номеров и их звездности, а в целом проект гостиницы он утверждает сам. Планируемые гостиницы должны располагаться на побережье, где будет выстроена вся социальная, развлекательная и спортивная инфраструктура», — приводят аргументы в пресс-службе ГК «Олимпстрой». 25 февраля состоится очередной аукцион, на котором инвесторам из прежних лотов предложат вложить деньги только в гостиницы — спортивные объекты решено построить за свой государственный счет.

**В СТРОИТЕЛЬСТВО СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ В СОЧИ ПОКА ВКЛАДЫВАЮТ ДЕНЬГИ ТОЛЬКО КРУПНЫЕ КОРПОРАЦИИ, ДЛЯ КОТОРЫХ ПОДОБНЫЕ АКЦИИ НЕ ИНВЕСТИЦИИ, А ЗАТРАТЫ, «СОЦИАЛЬНОЕ ОБРЕМЕНЕНИЕ»**



**СБЕРБАНК ПОКУПАЕТ 25% АКЦИЙ ОАО «КРАСНАЯ ПОЛЯНА», КОТОРОЕ СТРОИТ КОМПЛЕКС «ГОРНАЯ КАРУСЕЛЬ» — ЧАСТНЫЙ ПРОЕКТ БУДЕТ ДОСТРАИВАТЬСЯ ЗА ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ДЕНЬГИ**

Но в строительство туристических деревень, гостиниц и курортов вкладываются тоже в основном крупные корпорации или местные игроки. Первоначально предполагалось, что большой интерес к перспективной российской недвижимости проявят иностранные инвесторы, но финансовый кризис сделал эти надежды несбыточными. А крупных российских инвесторов настораживает идея вложений в курортные объекты Сочи: туристические потоки здесь пока только сокращаются. «Если инвестор думает о строительстве развлекательной недвижимости, встает вопрос, есть ли для нее рынок кроме Олимпиады. Например, если участок расположен так, что посетители там будут только во время Олимпиады, то большие вложения в этот проект не окупятся», — рассуждает Алексей Тимофеев. — Мы не планируем участвовать в олимпийском строительстве прежде всего потому, что не очень уверены в долгосрочном клиентском потенциале Сочи. У нас были предложения по участию в олимпийском строительстве, но себестоимость и условия были настолько высоки, что мы сочли их неоправданно высокими. У нас есть другие предложения — с меньшими необходимыми издержками».

Не вдохновляет инвесторов и ситуация с земельными участками в Сочи. Показательна в этом плане история с компанией «Роза Хутор», которая строит одноименный горнолыжный курорт. Его строительство было одобрено правительством еще в 2003 году; в следующем году компания выиграла конкурс на право заключения первого из договоров долгосрочной аренды земельного участка в районе плато Роза Хутор у Сочинского национального парка. Но 10 декабря прошлого года строительство курорта, шедшее полным ходом, пришлось остановить: Росимущезакономбанка. Впрочем, государственные банки и раньше помогали крупным «донорам» олимпийских строек. В сентябре 2008 года «дочка» «Интерроса» «Роза хутор» уже заключила соглашение с ВЭБом о финансировании строительства горнолыжного курорта (компаниям были выделены средства в размере \$750 млн сроком на 15 лет). За счет этого строительство курорта вплоть до декабря прошлого

### ДЕНЬГИ ВСЕГДА

Для олимпийских строек деньги у государства найдутся в любой кризис. В январе стало известно, что крупным частным инвесторам, занимающимся строительством инфраструктурных и спортивных объектов, правительство собирается выделить деньги из государственных резервов, например фонда национального благосостояния. Деньги будут выделены через кредиты Вне-

шэкономбанка. Впрочем, государственные банки и раньше помогали крупным «донорам» олимпийских строек. В сентябре 2008 года «дочка» «Интерроса» «Роза хутор» уже заключила соглашение с ВЭБом о финансировании строительства горнолыжного курорта (компаниям были выделены средства в размере \$750 млн сроком на 15 лет). За счет этого строительство курорта вплоть до декабря прошлого

года выиграло в суде дело о признании договора аренды земли незаконным. 4 февраля компания заключила с другими сторонами мировое соглашение, и строительство объекта будет возобновлено. Но если такая ситуация стала возможна при строительстве курорта на 540 га «Интерросом», то легко предположить, что менее крупные инвесторы ожидают для себя еще больших сложностей, учитывая, что вопрос об отчуждении многих участков для строительства олимпийских объектов еще не решен.

Наконец, картину изрядно портит финансовый кризис. Официально об отказе от проекта пока не сообщил ни один инвестор и, как уверяют в «Олимпстрое», строительство идет по графику. Но из-за тяжелого финансового положения строительной отрасли сложности с реализацией объектов уже есть и будут усугубляться. Так, осенью из-за недостатка средств было приостановлено строительство больницы в Красной Поляне. Причем если на строительство инфраструктуры инвесторам обещана поддержка госбанков, то инвесторам коммерческих объектов, по словам министра транспорта РФ Игоря Левитина, по «указке сверху» денег давать не будут.

**ПЕРСПЕКТИВНЫЙ СУБПОДРЯД** Зато будут давать деньги на реализацию проектов «Олимпстрой». Кризис добавил корпорации работ (многие объекты были переданы на реализацию «Олимпстрой», поскольку частных инвесторов на них не нашлось), но и финансирования. В конце января правительство увеличило размер имущественного взноса в государственную корпорацию: «Олимпстрой» получит от государства до 242,2 млрд руб. (вместо предполагавшегося первоначально 61 млрд руб.).

года шло даже опережающими темпами и скоро будет сдана первая очередь. В конце прошлого года Сбербанк РФ выделил кредит в 1 млрд рублей ОАО «Красная Поляна» (принадлежит Нацбизнесбанку) на строительство горнолыжно-туристического комплекса «Горная карусель». Под Новый год открылась первая горнолыжная трасса, входящая в курорт, — на ней одновременно могут кататься 2 тыс. человек.

В ноябре прошлого года очередной взнос вырос уже на 25 млрд руб., до 181 млрд руб. Кроме того, на эти деньги можно будет построить больше. По расчетам вице-преьера Дмитрия Козака, из-за падения цен на стройматериалы стоимость строительства может уменьшиться на 30%.

Возможно, строителям достанутся и новые объекты, которые ранее возводились на частные средства, а теперь будут переходить под контроль государства. Начало уже положено: Сбербанк покупает 25% акций ОАО «Красная Поляна», которое строит комплекс «Горная карусель». Так что стабильности в работе прибавится.

«Если говорить о возведении спортивных объектов в Сочи, то они будут строиться на государственные деньги и использоваться для проведения Олимпийских игр, а впоследствии — для нужд города. Стало быть, выгода застройщика заключается только в получении государственного заказа на подряд», — полагает Омар Гаджиев. Но в кризисных условиях участие в олимпийской стройке, пусть и в качестве подрядчиков или fee-девелоперов, может быть одним из самых надежных вариантов выживания для застройщиков. «Для исполнителей (генподрядчик) это гарантированное финансирование и загрузка мощностей на ближайшие три года», — говорят в «Олимпстрое».

Правда, для большинства российских компаний участие в олимпийской стройке обещает быть нелегким. «Основная сложность реализации подобных строительных объектов — отсутствие у большинства отечественных подрядчиков опыта возведения спортивных сооружений. Например, ледовые дворцы у нас сейчас возводятся повсеместно (да и то львиную долю заказов забирают шведы), а вот бобслейная трасса в стране всего одна — в подмосковном Парамонове, открытая в прошлом году. При этом трасс, соответствующих требованиям МОК, в мире всего около десяти», — замечает Омар Гаджиев. Именно поэтому для возведения сочинской санно-бобслейной трассы пригласили профессионалов в этой области — компанию Teggy Goudzovsky, ведь для такого важного мероприятия, как Олимпиада, высочайшее качество спортивных объектов — главный приоритет.

Как полагает господин Гаджиев, компаниям, не имеющим опыта возведения спортивных сооружений, в тендере участвовать бессмысленно — слишком высока ответственность за результат. Практически все архитектурные эскизы будущих сочинских олимпийских объектов делали иностранные компании, обладающие богатым опытом в этой области. Например, сочинский конькобежный центр проектирует итальянский архитектор Алессандро Цоппини, участвовавший в проектировании объектов для зимней Олимпиады-2006 в Турине.

Да и тем, кто будет заниматься строительством менее специализированных объектов, предстоит нелегкая работа. Безусловно, в нынешней ситуации любой компании было бы выгодно взяться за олимпийский подряд, ведь деньги на строительство олимпийских объектов уже выделены государством. Но далеко не все подрядчики способны работать в таких условиях — в жестких временных рамках и без права на ошибку. Не у всех застройщиков желания совпадают с возможностями. ■



# НЕВЫГОДНАЯ ЭКОНОМИЯ

РОССИЙСКИЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ НЕ ОЗАБОЧЕНЫ ТЕМ, ЧТОБЫ СТРОИТЬ ЗДАНИЯ, ЭКСПЛУАТАЦИЯ КОТОРЫХ ТРЕБУЕТ НЕБОЛЬШИХ ЭНЕРГОЗАТРАТ. ПОТОМУ ЧТО СТРОИТЬ ТАК ДОРОГО И НЕЭФФЕКТИВНО. ОДНАКО ТЕМ, КТО ХОЧЕТ, ЧТОБЫ ПОСТРОЕННЫЕ КОМПАНИЕЙ ОБЪЕКТЫ БЫЛИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫ И ДЕСЯТЬ ЛЕТ СПУСТЯ, НЕ СТОИТ ИГНОРИРОВАТЬ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ УЖЕ СЕГОДНЯ.

АННА НИКОЛЬСКАЯ

**ПОЧЕМУ НЕ ЭКОНОМИМ?** Энергосберегающие технологии высокочрезвычайно в мире. Срок их окупаемости доходит до 10–15 лет, что малопривлекательно для инвесторов. «Но государство прибегает к мерам, стимулирующим использование энергосберегающих технологий. Один из наиболее часто применяемых в США приемов — снижение арендной ставки на землю», — объяснил Лоуренс Полак, заместитель генерального директора компании Colliers International.

После принятия в 1997 году Киотского протокола, когда страны (в том числе и Россия) договорились о снижении потребления энергии из невозобновляемых источников, уменьшении парникового эффекта и т. д., экологическому строительству стало уделяться много внимания. Например, для членов ЕС обязательно выполнение директивы совета Европейского союза по энергетическим характеристикам зданий 2002/91/ЕС. В целом ряде европейских стран были разработаны специальные целевые государственные программы по приведению всех объектов регулярной застройки к условно-пассивному уровню потребления энергии.

Например, в 2008 году Финляндия начала выполнять требования ЕС по теплоизоляции зданий. «С 2010 года мы полностью перейдем на работу по стандартам Евросоюза», — рассказал представитель мэрии Хельсинки Юхани Нортамаа. «С 2010 года по закону в Финляндии будут строить только энергоэффективные (сберегающие энергию) дома, а с 2012-го — уже только пассивные — это сооружения, потребляющие мало энергии, около 10% от удельной энергии на единицу объема, потребляемой большинством современных зданий», — добавил старший исследователь по материалам и строительству Технического исследовательского центра Финляндии Юри Нейминен. В идеале пассивный дом должен быть независимой энергосистемой, вообще не требующей расходов на поддержание комфортной температуры. Отопление пассивного дома должно происходить благодаря теплу, выделяемому живущими в нем людьми, бытовыми приборами и альтернативными источниками энергии. Горячее водоснабжение осуществляется за счет установок возобновляемой энергии, например тепловых насосов или солнечных коллекторов.

В Финляндии средства на реконструкцию старых домов под новые стандарты выделяет государство. Обычно ее стоимость составляет €250–450 за 1 кв. м (сюда входит модернизация систем теплоснабжения и вентиляции). Такая реконструкция обходится в €250 за 1 кв. м, если же речь идет об утеплении фасадов, окон и пр., то стоимость возрастает до €1,5 тыс. за 1 кв. м. Если стоимость реконструкции превысит €2 тыс. за 1 кв. м, то принимается решение о сносе здания.

В России не только нет законодательной базы в сфере энергосбережения, но и власти никак не стимулируют тех, кто хотел бы строить здания с применением энергосберегающих технологий: налоговых льгот для них нет. Федеральный закон «О техническом регулировании» не может заставить застройщиков быть экономнее, так как внедрение энергоэффективных и энергосберегающих технологий — дело добровольное. По словам исполнительного директора Центра по эффективному использованию энергии Игоря Башмакова, скоро все может стать еще хуже, так как с 2010 года нормы по

**НА ТРУБЕ**

Летом 2008 года Россия стала третьей после Германии и Голландии страной, сертифицировавшей новую технологию внутренней проводки газа, полностью исключая его утечки, которые могут привести к взрывам. Компания TECE получила разрешение Ростехнадзора на применение металлополимерных труб TECEflex. «В Германии полимерные трубы используются уже давно,

они хорошо зарекомендовали себя в водопроводных и отопительных сетях», — рассказывает Томас Фелингс, генеральный директор TECE GmbH, — и только в газовой отрасли продолжали господствовать медь и сталь. Мы хотели полностью вытеснить их со строительных площадок. Это очевидный этап развития, ведь в магистральных газопроводах давно и успешно применяют PE-трубы». Несмотря на то что продукт не-



ГОСТИНИЦА В СОЧИ, ПОСТРОЕННАЯ ПО ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИМ ТЕХНОЛОГИЯМ КОМПАНИИ НОНКА. — ИСКЛЮЧЕНИЕ ИЗ ПРАВИЛ. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РОССИИ ПОКА ДОРОГИ И НЕПОПУЛЯРНЫ

стандартам теплозащиты перестанут быть обязательными. Он считает, что недобросовестные застройщики могут этим воспользоваться и начать экономить на теплоизоляции.

Игорь Абуев, главный инженер ОАО «Инсолар», занимающегося созданием энергосберегающих инженерных систем тепло- и холодоснабжения зданий, отмечает, что застройщиков пугает необходимость увеличения капитальных инвестиций. Но когда-нибудь девелоперам придется сделать выбор в пользу строительства зданий, требующих меньших энергозатрат. Энергия будет дорожать, расходы на нее — увеличиваться, и когда у арендатора появится возможность выбрать между офисом, в котором расходы на электричество минимальны, и обычным, то у девелоперов, не думающих об этом сегодня, останется меньше конкурентных преимуществ. Впрочем, девелоперы принимают в расчет соображения экономии посредством снижения энергозатрат, если собираются после окончания строительства эксплуатировать здание сами.

**ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ В ДЕТАЛЯХ**

Два основных пути энергосбережения — это постепенный отказ от ТЭЦ и переход к использованию возобновляемых и экологических источников энергии (ветра, солнца, воды и земли), а также применение в строительстве энергосберегающих материалов и технологий, что позволяет снизить энергопотери зданий. Совмещение этих способов ведет к появлению так называемых пассивных зданий.

Установка солнечных батарей — один из самых доступных и популярных способов экономить энергию. Безусловно, наиболее эффективно их применение в регионах с боль-

дешевый, необходимый экономический эффект достигается за счет быстрого монтажа, минимальных затрат на транспортировку и хранение (в сравнении со сталью) и полного отсутствия затрат на обслуживание желтых газопроводов в течение всего срока их службы (более 50 лет). Качественное повышение безопасности ВДГО достигается за счет минимизации влияния человеческого фактора при мон-

таже — это ключевая особенность трубопроводов TECEflex. К этому можно прибавить полное отсутствие коррозии и обусловленных ей утечек.

шим числом солнечных дней. Но возможно оно и в северных широтах. Во всяком случае, в финском городе Отаниеми еще в 1973–1979 годах построили комплекс Eсоно-Нouse, где помимо планировочных решений, учитывающих местные условия и местоположение, применяется особая система вентиляции. Воздух нагревается за счет солнечных лучей, а тепло аккумулируется в специальных стеклопакетах и жалюзи.

Второй шаг к энергосбережению — использование в строительстве материалов, не позволяющих теплу уходить из здания. На Западе это индустрия, на которую работают научно-исследовательские институты, финансируемые из государственного бюджета; исследования заказывают и коммерческие компании, специализирующиеся на производстве материалов для теплоизоляции. Одной из задач при реконструкции зданий, например, является создание наиболее тонких утеплителей, позволяющих снижать потери площадей. По словам заместителя исполнительного директора концерна SPU Янне Юрмалайна, в конструкциях SPU-слои утеплитель значительно тоньше: изоляционный слой из полиуретана составляет 24 см, а минеральной ваты — 40 см. Правда, использование минеральной ваты почти в три раза дешевле, чем SPU.

В России подобные материалы тоже производят, однако особой популярностью они не пользуются. «У нас в России еще есть серьезные противники, они говорят: зачем нужен та-

кой слой утеплителя, пока такие дешевые энергоносители?», — говорит Юрий Савкин, заместитель генерального директора по маркетингу ЗАО «Мосстрой-31», занимающегося производством утеплителя пенополистирол. По словам академика Александра Кудрявцева, в Российской академии архитектуры и строительных наук были разработаны бетоны, которые позволяют экономить 50% электроэнергии. «Мы попытались построить такой энергосберегающий дом в Орле, согласовали во всех инстанциях, кроме энергетиков, потому что они посчитали, что будут продавать меньше энергии, а им это невыгодно», — объяснил господин Кудрявцев.

Цели энергосбережения могут служить и окна. Как рассказал Георгий Сидельников, руководитель отдела продаж московского представительства компании «Росса Ракенне СПб» (Нонка), в своих зданиях компания использует оконные системы очень высокого уровня — двойные деревянные рамы с применением современных сберегающих теплопакетов с инертным газом, имеющих селективное покрытие. «Такой пакет пропускает солнечные лучи, но не выпускает тепло обратно, и оно удерживается внутри дома. Холодный сезон в России очень длинный, сохранить тепло — важнейшая задача. Поэтому мы используем тройное остекление со стеклопакетами, которые обладают выдающимися теплоизоляционными качествами», — объясняет господин Сидельников.

Для того чтобы построй здание, не нуждающееся в большом количестве энергии, нужно использовать сразу все имеющиеся возможности. «Недостаточно просто положить на крышу утеплитель. Нужно обеспечить хорошую пароизоляцию, воздухообмен и общую изоляцию. Утеплитель хорошо работает, когда он сухой. Мы применяем пароизоляционные мембраны и пленки, для того чтобы избежать потерю паромембраны, с одной стороны, а с другой — обеспечить проветривание подкровельного пространства», — добавил господин Сидельников. По его словам, паро- и влагопроницаемые мембраны, применяемые Нонка, в отличие от полиэтиленовых пленок, можно сравнить с обувью из гортекса: в одну сторону пропускает, в другую — нет.

А вот два других вида энергосбережения, которые популярны в США, — использование дождевой воды для хозяйственных нужд, а кровли зданий как площадки для озеленения — вряд ли могут применяться в России. «Для России, где тарифы на воду остаются одними из самых низких в мире, использование дождевой воды в хозяйственных целях неактуально. Такое техническое решение для российских девелоперов станет скорее источником дополнительных затрат, нежели источником экономии», — полагает Александр Головачев, технический директор компании Colliers International FM.

Что же касается озеленения кровли зданий, то в нашей стране, особенно в средней полосе и севернее, это малоэффективно, поскольку требует больших денежных затрат. ■

**Компания-собственник ПРЕДЛАГАЕТ НА ПРОДАЖУ ИМУЩЕСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС в г. Серпухове Московской области (80 км от МКАД), состоящий из капитальных строений свободного назначения общей площадью 9,5 тыс. кв. м, расположенных на территории 2 га твердого покрытия**

Коммуникации: электроэнергия 1МВт, водоснабжение, канализация – городские, централизованные, газ среднего давления, железнодорожные пути в стадии строительства. Имущественный комплекс состоит из **производственно-административного корпуса площадью 1427 кв. м; примыкания к цеху – 398 кв. м; производственного корпуса – 7555 кв. м** (4 мостовых крана по 10 т и 16 т, высота потолка 13,1 м, полы бетон – 300 т/кв. м).



Имущество и земля в собственности, продавец в единственном числе

**Контактное лицо: Ольга 8 (926) 451-21-03**

Реклама

# БИЛЕТ В ОДИН КОНЕЦ

ЕЩЕ ОСЕНЬЮ 2008-ГО НЕКОТОРЫЕ ДУМАЛИ, ЧТО КРИЗИС НЕ ПОВЛИЯЕТ НА СФЕРУ ГОСТЕПРИИМСТВА. ПОЭТОМУ ПЕРВЫМИ ГЕРОЯМИ В СЕРИИ ИНТЕРВЬЮ ВВ ПОД УСЛОВНЫМ НАЗВАНИЕМ «ВАША АНТИКРИЗИСНАЯ ПРОГРАММА» СТАЛИ РУКОВОДИТЕЛИ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ — ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ «ГЕЛИОПАРК ГРУПП», ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «ГЕЛИОПАРК ОТЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ» ДМИТРИЙ СТЕПАНЕНКО И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «ГОСТ ОТЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ» СЕРГЕЙ КОЛЕСНИКОВ.

## «ПРИВОЖУ БАЛАНС К ПОЛОЖИТЕЛЬНОМУ РЕЗУЛЬТАТУ»



**СЕРГЕЙ КОЛЕСНИКОВ:**  
«В МОСКВЕ ЦЕНА НЕ ВЛИЯЕТ НА ЗАГРУЗКУ ГОСТИНИЦЫ»

**BUSINESS GUIDE:** Говорят, вы считаете, что цена не влияет на загрузку отеля?

**СЕРГЕЙ КОЛЕСНИКОВ:** Прежде чем что-то делать, надо понять, где ты работаешь, кто твой клиент и выстроить нормальный продукт. На сегодняшний день Москва — город не туристический. В субботу и воскресенье, несмотря на самые низкие в неделю цены (стоимость номера в выходные ниже будничной на 50%, а то и меньше), гостиницы пустуют.

Новогодние каникулы для столичных отелей — весь январь — это катастрофа для рынка гостеприимства. Гостиницы, где среднегодовая загрузка 80%, в этот период имеют загрузку 15%. А цена в этой ситуации не влияет на загрузку гостиницы. Конкурентным преимуществом гостиницы в Москве сегодня является ее расположение и статус. Бизнес-туристы не хотят менять свои привычки. Если гость привык останавливаться в «Риц», он будет останавливаться там вне зависимости от цены. И будет проводить там деловой завтрак, а не пойдет в соседнюю кофейню, потому что это статусно.

**ВВ:** Какие гостиницы нужны тем, кто приезжает в Москву?  
**С. К.:** Все зависит от статуса. Мы сейчас заключаем договоры с корпоративными клиентами. Директорам я предлагаю «четыре звезды», а их подчиненным — более низкий формат. Москва, когда шло активное развитие инвестиционной деятельности, нуждалась в гостиницах «четыре-пять звезд». «Трехзвездники» — утопия, потому что сегодня никто не приезжает в Москву больше чем на день-

два, если это не топ-менеджер компании. Может быть, сейчас появится потребность в апарта-отелях высокого уровня с долгосрочным проживанием и высоким уровнем сервиса в центре города. Это, конечно, не уровень «Волги», но что-то похожее по идеологии и месторасположению.

**ВВ:** Какие объекты сегодня находятся в управлении компании «ГОСТ Отель Менеджмент»?

**С. К.:** Компания как таковая появилась в марте 2008 года в рамках холдинга «Базовый элемент» с целью выделения сегмента лакшери из-под управления компании «Русские отели». Нам передали в управление сочинский отель «Родина», который запустили «Русские отели», а затем нам передали бутик-отель «Аурелио» в Австрийских Альпах. Изначально предполагалось, что наша структура будет заниматься только верхним ценовым сегментом гостиниц, принадлежащих холдингу, созданием новых бутик-отелей, в центре Москвы в том числе. Но затем по решению акционера нам начали передавать и другие объекты. Первой была гостиница «Сретенская» в центре Москвы. Она ближе к «четырем звездам», но отель не сертифицирован как «четыре звезды», поскольку это не влияет на его загрузку. Следующим объектом, который нам передали, стал горнолыжный курорт «Гладенькая» в Хакасии — хороший четырехзвездный спорт-отель и рядом с ним санаторного вида гостиница. Кроме этого нам передали горнолыжную трассу с подъемниками, хотя редко когда управляющей компании приходится заниматься горнолыжными склонами. То есть получился «микс». Плохо это или хорошо? Скажем так, опыт огромный. После этого нам стали передавать санатории, развитие которых мне понравились больше всего.

**ВВ:** Почему?

**С. К.:** Это непаханое поле. Санатории всегда существовали по другим законам. Управление санаторием «Валу-

ево» оказалось интересным занятием. Коллектив был готов к переменам.

В советские времена санатории существовали при производствах и министерствах. Ни о какой окупаемости не было и речи. Качеством их работы считалось уменьшение количества больничных листов. Руководил процессом главный врач. Когда ни с того ни с сего в санатории появляется управленец, между ним и главным врачом начинается война. В результате рушится продукт. Сегодня в санаториях нет программ. Почему сегодня у главврачей в кабинетах висят иконы, а не дипломы об окончании курсов? Различные СПА-программы в санаториях с обвалившейся штучатуркой выглядят неубедительно. Свою задачу я сейчас вижу в создании на базе санатория «Валуево» уникальных медицинских программ. Я познакомился с академиком Левиным, который разрабатывал программы для успешнейшего санатория «Кивач», и веду с ним переговоры. Чтобы в дальнейшем создать компанию по управлению именно санаториями.

**ВВ:** В чем, по-вашему, успех «Кивача»?

**С. К.:** Помимо разработки авторских методик они снесли все стены и сделали только люксы. Врачи вначале были в шоке, не верили, что к ним поедут, но поехали — очередь на полгода вперед при стоимости минимального контракта 32 тыс. рублей.

**ВВ:** Как вы оптимизируете процессы в своих подконтрольных объектах?

**С. К.:** Убираю всех родных и близких и привожу баланс к положительному результату. Ко мне недавно пришли первый раз на защиту минусового бюджета на будущий год. И на вопрос, где они собираются взять недостающие миллионы, ответили — попросить. Я все управленцам говорю: у вас есть три основных волшебных документа — кешфло, бюджет и баланс. Удивительно, но многие не привыкли считать.

## «КЛИЕНТЫ НЕМНОГО ОЖИВАЮТ, НО С ДРУГИМИ БЮДЖЕТАМИ»



**ДМИТРИЙ СТЕПАНЕНКО:**  
«СЕЙЧАС НУЖНО НЕ ПЕРЕЖИДАТЬ, А ПРОЯВЛЯТЬ АКТИВНОСТЬ НА РЫНКЕ»

**BUSINESS GUIDE:** Кризис почувствовали?

**ДМИТРИЙ СТЕПАНЕНКО:** Почувствовали, как и все остальные. Что касается нас — а в сеть входят городские, загородные и курортные отели, то ситуация на сегодняшний день сложилась следующая. В городских бизнес-отелях есть не большой спад загрузки, поскольку деловая активность уменьшилась. Но количество гостей Heliopark снизилось только на 10%, при том что в среднем по Москве загрузка гостиниц упала на 30%. То есть у нас дела идут несколько лучше. Более того, в нашем отеле в Пскове, к примеру, вообще нет особых изменений по загрузке. А в гостинице в Челябинске загрузка хуже, чем в Москве, поскольку спад деловой активности из-за специфики предприятий региона там выше.

**ВВ:** Что касается курортных отелей...

**Д. С.:** Кризис пришел в межсезонье, и только в следующий отпускной сезон можно будет понять, что произойдет в этом секторе рынка гостеприимства. Пока турагентства, как обычно, заключили с нами договоры и занимаются продажами. Сейчас же курортные гостиницы, как и в аналогичные месяцы прошлого и любого другого года, загружены мало: не сезон.

Если говорить об Украине — в Ялте у Heliopark есть гостиница «Сосновая роща», то в этом году загрузка на но-

вогодние каникулы у нас была ниже обычной: гости отказывались от забронированных номеров в канун праздников. Но все мы знаем, как стремительно в это время развивался на Украине кризис. Причем остальные гостиницы в это время стояли совсем пустые. Отель «Сосновая роща» сейчас один из немногих в Крыму работает, а не закрыт до высокого сезона.

**ВВ:** В ваших подмосковных гостиницах тоже стало меньше гостей?

**Д. С.:** Спада по частным клиентам мы пока не заметили. Корпоративных клиентов действительно стало гораздо меньше уже перед Новым годом. Часть наших постоянных корпоративных клиентов отказалась от празднования в отелях сети Нового года, проведения корпоративов и семинаров. Но, с другой стороны, появились новые компании, которые раньше выезжали на корпоративные мероприятия за границу, а теперь, пересмотрев бюджет, заинтересовались нашими условиями. В цифрах получается, что из примерно 1,5 тыс. корпоративных клиентов 20 компаний отказались от продолжения сотрудничества, но появились 50 новых, с которыми идут переговоры.

**ВВ:** Что изменилось в компании по причине кризиса?

**Д. С.:** Мы понимаем, что сейчас нужно не пережидать, а проявлять активность на рынке. Наш отдел развития ищет новых клиентов. Это то подразделение компании, которое совсем не было сокращено (хотя, конечно, пришлось урезать зарплаты). Работы у отдела развития стало гораздо больше, поскольку многие компании сейчас пересматривают свои бюджеты, и, значит, самое время рассказать им о тех возможностях, которые может предоставить корпоративным клиентам Heliopark. В прошлом декабре спад обра-

щений был очень существенный. К примеру, в нашем колл-центре в день было один-два звонка, тогда как обычно телефоны трезвонили весь день. Сейчас корпоративные клиенты немного оживают. Но с другими бюджетами.

**ВВ:** В компании Heliopark прошли сокращения?

**Д. С.:** Нам повезло: так совпало, что в мае 2008 года мы начали проводить реструктуризацию компании «Гелиопарк отель менеджмент». С ростом количества отелей в сети в центральном офисе компании увеличивалось количество персонала. В итоге это стало бы нерентабельно. Мы перевели экспертов на объекты, а в офисе остались только те, кто занимается созданием стандартов и контролем за ними. Поскольку основная реструктуризация к октябрю-ноябрю прошлого года уже была проведена, серьезного сокращения штата проводить не пришлось. Хотя частные случаи, конечно, были. При слиянии отделов, к примеру. Хотя сначала мы думали сократить персонал на 30%, но потом решили, что это сильно ударит по качеству обслуживания, а в конечном счете — по уровню загрузки отелей.

**ВВ:** Какие нововведения в компании в связи с кризисом?

**Д. С.:** Мы урезали затраты компании. Развиваем программы лояльности постоянных гостей. Спецпредложения стали предлагать более активно.

**ВВ:** Давайте поговорим о новых проектах Heliopark. Что, например, сейчас происходит с гостиницей «Карусель» в Ясной Поляне, которая должна была открыться еще осенью?

**Д. С.:** «Карусель» почти готова к запуску. Строители устраняют мелкие дефекты, идет сдача госкомиссии и регистрация прав. Мы открылись бы раньше, если бы не кризис, а сейчас спешить смысла нет. В нынешней ситуации

**ВВ:** Компании пришлось резко снизить штат и расходы...

**С. К.:** Мы находимся сейчас в режиме жесткой экономии. Количество людей ограничено, и многое приходится делать минимальным персоналом. Поэтому что-то не доводится до конца. Например, это касается нашего сайта. Бесспорно, он необходим, но основной рекламой является сарафанное радио. Особенно когда цена вопроса высока.

**ВВ:** Возвращаясь к проектам, в каком состоянии вы получили объекты в управление?

**С. К.:** Мне достались рабочие объекты. Хотя в моем представлении многое было категорически не правильно. Что касается отеля «Родина», мы получили его в сезон и поэтому присматривались, не вмешиваясь. Летом там была загрузка порядка 60%, но там высокая доля дополнительных услуг и высокое ценовое предложение. Осенью мы поменяли руководство — с этого мы начинаем на всех наших объектах. Поскольку на местах должны быть профессиональные и лояльные управленцы, иначе позитивного результата получить невозможно. Затем начали бюджетное планирование. Затем сократили 30% персонала. С теми, кто остался, было заключено дополнительное соглашение о переходе в низкий сезон на 24-часовую рабочую неделю.

**ВВ:** Что нас ждет в 2009 году?

**С. К.:** Выживет тот, кто на сегодняшний день пойдет по пути разумного менеджмента, создания конкурентоспособного продукта, создаст нормальную управляющую компанию, а это в первую очередь люди. То, что много компаний прекратит свое существование, — безусловно, то, что рынок очистится, — безусловно, то, что нас ожидает тяжелый год, а может, и не один, — безусловно, это нас ждет. Вместе с тем, у таких компаний, как наша, появятся дополнительные возможности. В период кризиса на первые роли выходят управленцы, способные сохранить бизнес.

Интервью взяла **ОЛЬГА СОЛОМАТИНА**

правильнее поддерживать уже существующие объекты, а не выводить на рынок новые. Дешевле не спеша доделывать все необходимое и открыть «Карусель» к новому сезону — весной.

**ВВ:** Будут ли в этом году открыты другие проекты сети?

**Д. С.:** Да, но сроки запуска передвинулись. В гостинице в Пензе идут отделочные работы. Комплектация ее определена, и к июлю все необходимое будет завезено. В Балашихе закрыли контур здания, начинаются отделочные работы. Сейчас идет выбор поставщиков мебели и оборудования.

В Кокакове готовы четыре пилотных номера, пилотный финский домик и таунхаус. Собственник гостиницы решил не спешить: поэтапные строительные работы обходятся дешевле. Открыть гостиницу решено к высокому сезону 2010 года. На то же время запланировано открытие отелей Heliopark в Тольятти (сейчас идет проектирование, экспертиза), Дубне и Нижнем Новгороде.

**ВВ:** Как вы думаете, что нас ждет в текущем году?

**Д. С.:** Мое мнение несколько изменилось. В том году мы думали, что гостиничный бизнес кризис особо не коснется, а сегодня очевидно — он затронет всех. В Москве уже сейчас загрузка снизилась на 30%. Загородные отели летом также ожидают спад. Что касается регионов, мы заложили в бюджет этого года падение там загрузки на 10–15%. Пик кризиса, по нашим расчетам, придется на март-апрель, а потом, вероятно, ситуация начнет выравниваться. Надо готовиться к худшему, а надеяться на лучшее. Главное, что у нас есть взаимопонимание с нашими партнерами, ощущение, что мы все в одной лодке и выкрулить можно, только поддерживая бизнес друг друга.

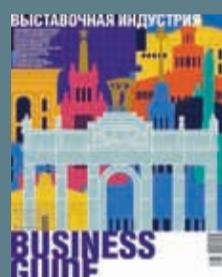
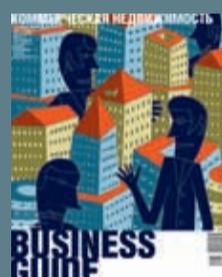
Интервью взяла **ОЛЬГА СОЛОМАТИНА**

ТЕМАТИЧЕСКИЕ  
СТРАНИЦЫ  
ГАЗЕТЫ

## Коммерсантъ



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА  
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА  
СМЕЖНИКИ  
ИНВЕТОРЫ  
КОНКУРЕНТЫ  
АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС



# BUSINESS GUIDE

# LOOTCH



## Неповторимая архитектура вашего офиса

- ↳ Общая арендуемая площадь комплекса: 29 000 м<sup>2</sup>
- ↳ Ресторан на территории комплекса
- ↳ Охраняемая парковка (коэффициент 1:100)
- ↳ 5 минут пешком от метро Фрунзенская и Спортивная
- ↳ Готовность второй очереди к отделке: 4 кв. 2009



A Hogus project

[www.hogus.ru](http://www.hogus.ru) +7 (495) 644-04-44

РЕКЛАМА