

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

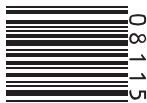
ЗАКАНЧИВАЕТСЯ
СТРОИТЕЛЬСТВО НОВОГО
ВЫСТАВОЧНОГО ЦЕНТРА
В МОСКВЕ / 27
ИСКУССТВЕННЫЕ ОСТРОВА:
НАСЫПНЫЕ СОТКИ
ДОРОЖЕ ЕСТЕСТВЕННЫХ / 29
ФАРМАЦЕВТЫ
НЕ СПЕШАТ ВКЛАДЫВАТЬСЯ
В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ
СКЛАДЫ / 34
КАК ВЫБРАТЬ УПРАВЛЯЮЩЮЮ
КОМПАНИЮ ДЛЯ ГОСТИНИЦЫ / 41

Вторник, 8 апреля 2008 №58
(№3875 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №25–48
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года.
Распространяются только в составе газеты.

Коммерсантъ

BUSINESS
GUIDE

4 601865 000226



08 1 15

НОВЫЕ ОФИСНЫЕ ЦЕНТРЫ В МОСКВЕ



ГОРОД СТОЛИЦ

Краснопресненская набережная,
ММДЦ «МОСКВА-СИТИ», участок №9

«Город Столиц» является частью инвестиционно-строительного проекта ММДЦ «МОСКВА-СИТИ» площадью около 3 000 000 кв. м.

«Город Столиц» превосходно расположен на первой линии застройки комплекса «Москва-Сити» всего в 4 км от Кремля, на Краснопресненской набережной.

Фронтальный 18-этажный комплекс и две башни высотой 73 и 62 этажа, названные в честь двух столиц, Москвы и Санкт-Петербурга, предоставляют уникальное пространство для жизни, работы и отдыха.

Партнер проекта – Сбербанк России ОАО



Генеральная лицензия №1481, выдана Банком России 03.10.2002 г.

- Общая площадь офисного комплекса – 80 000 кв. м
- Офисные помещения – от 400 кв. м
- Офисы расположены на 4-17 этажах
- Развитая инфраструктура – рестораны, SPA- и фитнес-клуб, торговый центр, столовая для сотрудников
- Захватывающие виды из окон на исторический центр города, излучину Москвы-реки, высотки, храм Христа Спасителя
- Подземная 6-уровневая парковка
- Парковка для посетителей
- **Завершение строительства:**
Фаза 1 – II кв. 2008 года
Фаза 2 – II кв. 2009 года

АРЕНДА И ПРОДАЖА:

WWW.CAPITALCITY.RU



CAPITAL GROUP

+7 (495) 771 77 77

Якиманский пер., вл. 6



ЗАВЕРШЕНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВА: 1 кв. 2009 г.

IMPERIAL HOUSE

- Офисное здание «премиум»-класса
- Роскошное расположение в самом сердце исторического города
- Развитая инфраструктура района
- Подземная автостоянка на 147 м/мест для арендаторов
- Основные транспортные магистрали – Садовое кольцо, Большая Якиманка, Ленинский проспект
- Ближайшие станции метро «Полянка» и «Октябрьская»
- Арендваемая площадь офисных помещений – 10 000 кв. м

Аренда:



771 77 77



737 80 00



258 51 51

Кочновский пр-д, вл. 4



ЗАВЕРШЕНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВА: 3 кв. 2008 г.

АВИАТОР

- Офисное здание класса В+
- Входит в состав многофункционального комплекса «АЭРОБУС»
- Расположен в 10 минутах ходьбы от станции метро «Аэропорт»
- Арендваемая площадь – 21 080 кв. м
- Подземная и наземная автостоянки на 224 м/места

Аренда:



771 77 77



737 80 00



258 51 51

Ленинградское шоссе, д. 37



ГОТОВО К ОТДЕЛКЕ

ГОРОД ЯХТ

- Помещения с отдельным входом на первом этаже площадью 295 кв.м и 450 кв.м
- Отдельно стоящее 3-этажное здание, общей площадью 4 700 кв.м
- Развитая инфраструктура комплекса
- Подземный паркинг
- Доступность основных транспортных потоков и скоростной подъезд к аэропорту Шереметьево

Продажа:



771 77 77

на правах рекламы

WWW.CAPITALGROUP.RU



CAPITAL GROUP

Лич. ПО 1 99 02 27 0 7710360850 003984 1



ОЛЬГА СОЛОМАТИНА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

НАЦИОНАЛЬНЫЙ РЕБРЕНДИНГ

Закончилась одна из самых влиятельных мировых выставок недвижимости МИПИМ. В Канне в этом году было зарегистрировано 770 российских компаний, которые представляли сотни проектов. Хочу поделиться самым сильным впечатлением: стенд Чеченской Республики в павильоне «Регионы России». Появление проектов из города Грозный на выставке, где традиционно ищут инвесторов — серьезная заявка. На мой взгляд, еще более красноречивая, чем 90-процентная явка чеченских избирателей на президентских выборах.

Потенциальным инвесторам представили три проекта. Первый — жилой район «Площадь Минутка», он расположен в южной части города Грозного и включает в себя пять микрорайонов. Общая площадь — 66,53 га, численность населения — 14 тыс. человек. Собственные средства акционеров — правительства Чеченской Республики — составляют 50%.

Второе инвестиционное предложение — строительство и эксплуатация в Грозном четырехзвездного гостиничного комплекса «Отель Кавказ». В качестве уникальных составляющих проекта обозначены место расположения в исторической части города и поддержка администрации города. Выкуп всего земельного участка, отводимого под гостиничный комплекс, не требуется (предполагается долгосрочная аренда). После завершения строительных работ территория может быть оформлена в собственность. Сметная стоимость инвестиционного проекта составляет €14,147 млн. Собственные средства акционеров — Министерства жилищно-коммунального хозяйства Чеченской Республики, ГУП «Республиканское гостиничное хозяйство» — составляют 28,53% необходимой суммы.

Третье — предполагает инвестиции в размере €416,7 тыс. в проект по использованию гидроэнергетических ресурсов на реке Аргун. Заявка подготовлена Министерством промышленности и энергетики Чеченской Республики — ГУП «Аргунэнерго».

Кроме того, из буклета, подготовленного для этого павильона МЭРТом, мы узнаем, что на территории чеченской республики расположено много санаториев разной специализации. В отдельной графе указано, что среднедушевой уровень доходов населения в прошлом году составил \$211, а индекс роста этого уровня доходов населения увеличился (в % к 2006 году) на 185 пунктов...



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

СТУДЕНЫЙ ДЕВЕЛОПМЕНТ В МОСКВЕ В ПАРКЕ «КРАСНАЯ ПРЕСНЯ» ДОСТРАИВАЕТСЯ УНИКАЛЬНЫЙ ДЛЯ ГОРОДА ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР. ИМ СТАНЕТ ВОССТАНОВЛЕННЫЙ ПАМЯТНИК XVIII–XIX ВЕКОВ — УСАДЬБА «СТУДЕНЕЦ». В РАМКАХ ПРОЕКТА БУДЕТ БЛАГОУСТРОЕН И САМ ПАРК ПЛОЩАДЬЮ 16,5 ГА. ФАКТИЧЕСКИ РЕЧЬ ИДЕТ О СОЗДАНИИ ПЕРВОГО В МОСКВЕ ЧАСТНОГО ПАРКА. УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИЕЙ СТАНЕТ ДЕВЕЛОПЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПОДРЯДЧИК И ОДИН ИЗ АКЦИОНЕРОВ ПРОЕКТА — КОМПАНИЯ «ДЕКРА». АЛЕКСЕЙ СЕРГЕЕВ

В дореволюционной Москве только состоятельные люди могли позволить себе покупать бочки с родниковой водой. Поэтому название московской усадьбы «Студенец», означающее глубокий колодец, прокопанный до холодной водяной жилы, уже говорит о высоком положении ее владельцев. Первым хозяином усадьбы принято считать героя Куликовской битвы, двоюродного брата Дмитрия Донского князя Владимира Храброго. Позднее усадьба перешла к семейству князей Гагариных, однако наибольшую известность она получила благодаря другому владельцу — герою Отечественной войны 1812 года Арсению Закревскому, впоследствии министру внутренних дел, генерал-адъютанту императора Николая I и московскому военному генерал-губернатору. Высокопоставленный ветеран превратил свою усадьбу в памятник войне 1812 года. В усадебном саду были прокопаны каналы, заполненные родниковой водой, и каждый из образованных ими прямоугольных островков был посвящен военачальнику, под командованием которого пришлось воевать самому Закревскому. Кроме того, над родником была сооружена белокаменная восьмигранная башня, названная «Октагоном». В советское время усадьба была переименована в парк культуры и отдыха «Красная Пресня», а затем практически заброшена.

МНОГО ЛЕТ СПУСТЯ Современная история «Студенца» долгое время напоминала рассказ о малоэффективном долгострое. В 1999 году столичный мэр Юрий Лужков подписал постановление № 1149 «О восстановлении

памятника садово-паркового искусства XVIII–XIX вв. — усадьбы „Студенец“». Согласно этому документу, малоизвестная компания «Стройспортинвест» должна была на собственные \$15,8 млн спроектировать и восстановить, согласно генеральному плану, парк и главное здание усадьбы. Взамен инвестор должен был получить в аренду на 49 лет все воссоздаваемые исторические сооружения. В свою очередь город накладывал на него свои ограничения: все работы должны были быть закончены до 2004 года. Однако сроки затянулись, и в марте 2004-го появилось новое постановление московского правительства № 131-ПП «О мерах по обеспечению восстановления памятника садово-паркового искусства XVIII–XIX вв. — усадьбы „Студенец“». В этом документе сумма привлеченных инвестиций осталась той же, однако были изменены сроки проведения работ и условия сотрудничества.

Как следует из постановления, к 2004 году компания «Стройспортинвест» уже разработала и согласовала всю проектную документацию, провела историко-культурные и археологические исследования, получила положительное заключение государственной экологической экспертизы, а также подготовилась к строительству. Но начать, а тем более закончить строительные работы еще не успела. Поэтому новым постановлением сроки выполнения работ были сдвинуты: главное здание инвестор обязался восстановить к концу 2007 года, а затем — реконструировать парк. Взамен компания «Стройспортинвест» уже могла получить 100% общей площади главного здания с флигелями не в аренду на 49 лет, а в частную собствен-

ность. Такие условия уже не могли не заинтересовать более крупных игроков московского строительного рынка.

НОВЫЙ КОМПАНИОН «Однажды председатель совета директоров компании „Декра“ Сергей Денисов из окна своего офиса обратил внимание на стройку, то начинающуюся, то прекращавшуюся в Краснопресненском парке. Он начал интересоваться, что это за объект», — рассказывает генеральный директор компании «Студенец» Оксана Осичкина. По ее словам, интерес Сергея Денисова не прошел просто так, и в 2006 году «Декра» смогла приобрести этот проект, уже согласованный с властями города предыдущим владельцем.

Схема работы осталась прежней. По условиям договора с правительством Москвы, в собственность компании переходит здание усадьбы, однако в рамках инвестиционной нагрузки инвестор занимается благоустройством парка, площадь которого составляет 16,5 га. По словам Оксаны Осичкиной, восстановление усадьбы проводилось по чудом уцелевшей гравюре и по чертежам аналогичных зданий в Европе. «Само здание усадьбы было первоначально выстроено по чертежам известного архитектора XIX века Д. И. Жиллярди, и мы сверяли наше здание с другими его проектами, реализованными приблизительно в то же время», — рассказывает она.

Новый инвестор переоценил общие расходы на восстановление усадьбы. «Затраты на воссоздание парка вполне могут превысить означенную сумму инвестиционной нагрузки», — говорит госпожа Осичкина. На реконструк-



НА РЕКОНСТРУКЦИЮ УСАДЬБЫ «СТУДЕНЕЦ» КОМПАНИЯ «ДЕКРА» УЖЕ ПОТРАТИЛА БОЛЕЕ \$20 МЛН, А РАБОТЫ ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ ПАРКА ЕЩЕ ДАЖЕ НЕ НАЧИНАЛИСЬ

ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА



У КОМПАНИИ «ДЕКРА» В РОССИИ НЕТ КОНКУРЕНТОВ — РАЗВИТИЕМ ПАРКОВ ТАКОГО ФОРМАТА У НАС НИ ОДНА КОМПАНИЯ НЕ ЗАНИМАЕТСЯ

цию усадьбы компания уже потратила более \$20 млн, а работы по восстановлению парка еще даже не начинались. Однако эту ношу «Декре» не придется нести в одиночку. В рамках этого проекта компания выступает в роли девелопера и генерального подрядчика, являясь и акционером проекта. Однако у проекта есть еще один акционер — компания «Стройгазконсалтинг», специализирующаяся на строительстве газопроводов и обустройстве месторождений для «Газпрома». В аналогичных проектах эта структура никогда ранее не была замечена. Большинство своих зданий компания построила в Новом Уренгое в поселке Новозаполярный. В самой «Декре» детали сотрудничества с таким необычным партнером не раскрывают, а участники рынка о них ничего не знают.

В настоящий момент здание усадьбы уже реконструировано, и ее интерьерами занимается европейский декоратор Жак Гарсиа. После завершения дизайнерских работ «Декра» должна приступить к реконструкции парка. Планируется, что реконструкция парка завершится в конце 2009 года, но точную дату назвать пока невозможно —

сроки окончания работ зависят от очень многих факторов. После реконструкции парк в любом случае останется городской собственностью и открытым для общего доступа. В настоящий момент прорабатываются различные варианты того, как будет осуществляться управление обновленным парком. Наш пристальный интерес к этому понятен — здание находится на его территории», — рассказывает Оксана Осичкина. Фактически речь идет о создании первого в Москве частного парка, управляющей компанией которого станет сама «Декра».

НЕТИПИЧНЫЙ СЛУЧАЙ По мнению экспертов, «Студенец» отличается от всех аналогичных проектов. «Я знаю несколько проектов по девелопменту парков в России, но в большинстве случаев парк рассматривается лишь как возможность получить участок под застройку», — говорит директор по развитию Swiss Realty Group Илья Шершнеф. По его словам, проектов по профессиональному девелопменту парковой зоны как целостной городской среды много, но они реализуются без учета международного опыта и



по советским стандартам. Большая часть парковых проектов предполагает значительную долю строительства.

По сути, единственным конкурентом «Декры» в этом сегменте является компания «Парк Девелопмент», контрольный пакет которой принадлежит бывшему первому замминистра имущественных отношений РФ Александру Браверману. Его компаньоном является опытный девелопер — бывший помощник Владимира Ресина Ирина Сергеева. В 2001 году она вместе с Александром Чигиринским создала крупнейшую региональную строительную компанию в России «Стройинвестрегион», которую в 2006 году продала ГК «ПИК». Теперь Ирина Сергеева вместе с Александром Браверманом занялись реализацией парковых проектов в Омске, Калининграде, Перми и Краснодаре.

«В качестве примера можно привести проект многофункционального паркового комплекса „Парк 300-летия города Омска“. Комплекс предполагает размещение гостиницы, развлекательной и торговой составляющих, а также ресторанов и спортивного центра», — говорит заместитель генерального директора Vesco Consulting Олег Разин. По его словам, проекты компании «Парк Девелопмент» являются привлекательным бизнесом, прежде всего, за счет развлекательной составляющей: аттракционов, колеса обозрения, кафе и ресторанов. Иными словами, речь идет фактически о торгово-развлекательном центре большой площади. Сейчас компания Александра Бравермана и Ирины Сергеевой достраивает парк развлечений в центре Калининграда. При этом «Парк Девелопмент» занимается строительством новых объектов, а не восстановлением старых.

Строители «Студенца» пошли иным путем, поскольку из-за «историчности» объекта его владельцы вынуждены зарабатывать по-другому. «Здание усадьбы будет использоваться и как выставочная площадка, и как площадка для проведения мероприятий практически любого уровня. Сейчас для каждого человека, который хоть мало-мальски знаком с процессом организации каких-либо публичных мероприятий, не секрет, что в Москве не хватает специализированных площадей. Уникальность „Студенца“ в том, что это будет историческое здание, оборудованное по последнему слову техники», — рассказывает Оксана Осичкина. По ее словам, залы усадьбы будут оснащены самым современным световым, звуковым и видеопроекционным оборудованием в Москве, в здании даже предусмотрена возможность проведения прямых трансляций в телестудии всего мира.

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ По мнению экспертов, «Декра» сделала правильный выбор, решив сконцентрироваться на выставочной составляющей. По данным

«Индикаторов рынка недвижимости», доходность выставочного дела в Москве сегодня сопоставима с рентабельностью складов и составляет 14–17%. В частности, недельная аренда одного квадратного метра в Экспоцентре составляет \$100. Таким образом, квадратный метр выставочных площадей, по оценкам «Индикаторов рынка недвижимости» может принести \$3–5 тыс. в год — столько же, сколько приносят торговые площади на Тверской. Если «Декра» сможет создать хотя бы 3 тыс. кв. м выставочных площадей, ее годовой cash-flow при самом пессимистичном сценарии составит \$9 млн. Следовательно, компания возместит затраты на реконструкцию усадьбы уже через три года.

На реальность такого развития событий указывает, прежде всего, недостаток выставочных площадей в Москве, который, по словам Юрия Лужкова, составляет как минимум 500 тыс. кв. м. Именно по этой причине на столичном рынке недвижимости периодически появляются слухи о проекте строительства нового выставочного центра. В условиях дефицита у «Студенца» есть неплохие шансы получить свою долю рынка. «Близость к „Москва-Сити“, Экспоцентру на Красной Пресне, а также к Центру международной торговли делает его очень привлекательным», — говорит Олег Разин. Однако некоторые эксперты более осторожны в своих прогнозах. «Проект выглядит перспективным. Выгодное расположение гарантирует рыночную востребованность отреставрированной усадьбы в качестве выставочного зала и места для проведения различных мероприятий, однако пока оценки давать сложно — слишком мало публичной информации. С одной стороны, необходимость обустройства парка создает дополнительные издержки. С другой, само по себе наличие парка увеличивает стоимость и привлекательность проекта», — считает исполнительный директор УК «Финам Менеджмент» Андрей Шульга.

В самой «Декре» предпочитают не строить далеко идущих планов. «Мы, конечно, не думаем составлять конкуренцию ВВЦ или Экспоцентру — площадь здания усадьбы существенно меньше, да и формат помещений не таков. Тем не менее, три больших многофункциональных зала, вместимость каждого составляет около 600 человек, и два небольших, рассчитанных на 160 человек, могут быть использованы для каких-то знаковых экспозиций», — отмечает Оксана Осичкина. По ее словам, не стоит забывать, что «Студенец» — это просто очень красивое здание, «которое является бесспорным украшением парка „Красная Пресня“». ■

дорожная ветка связывает аэропорт Внуково с Киевским вокзалом. В перспективе ветку этого направления железной дороги должны протянуть до территории бизнес-центра «Москва-Сити». Первоначально предполагалось, что генподряд на строительные работы администрация аэропорта поручит консультанту и разработчику проекта — компании «Интеко». Сейчас сотрудники «Интеко»

настаивают, что с передачей документации по проекту заказчику их сотрудничество с аэропортом Внуково можно считать законченным. Эта информация, нужно сказать, удивила руководство аэропорта — по их мнению, строительством выставочного центра сейчас занимается правительство Москвы. Пока стороны не могут договориться и не дают комментариев по поводу этого проекта.

Riga Park

RP

Продажа инвестиционного проекта

Многофункциональный комплекс «РигаПарк»

Московская область, Истринский район, Новорижское шоссе 18 км
Площадь з/у 8 га, собственность
Общая площадь по проекту 131 800 м²:

- офисы 8 000 м²;
- торгово-развлекательный комплекс 9 500 м²;
- гостиница 7 300 м²;
- апартаменты 48 000 м²;
- паркинг 59 000 м²

Тел. (495) 7821114

Реклама

www.riga-park.ru

ЧУДО-ОСТРОВА

для УВЕЛИЧЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ — ВСЕ СРЕДСТВА ХОРОШИ. ДАЛЬШЕ ВСЕХ В НАПРАВЛЕНИИ РАСШИРЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ ПЛОЩАДЕЙ ПРОДВИНУЛАСЬ ЯПОНИЯ. ИЗ-ЗА КАТАСТРОФИЧЕСКОЙ НЕХВАТКИ ЗЕМЛИ ПОД СТРОИТЕЛЬСТВО В XX ВЕКЕ В ТОКИО ПОЯВИЛИСЬ ТАК НАЗЫВАЕМЫЕ МУСОРНЫЕ — ИСКУССТВЕННЫЕ ОСТРОВА. САМЫЙ ИЗВЕСТНЫЙ ОСТРОВНОЙ ПРОЕКТ ПОСЛЕДНЕГО ВРЕМЕНИ — ИСКУССТВЕННЫЕ «ПАЛЬМОВЫЕ ОСТРОВА» В ДУБАЕ. ВСЛЕД ЗА АЗИАТСКИМИ СТРАНАМИ СВОЮ ЛЕПТУ В ЭТО НАПРАВЛЕНИЕ РЕШИЛИ ВНЕСТИ И РОССИЙСКИЕ СТРОИТЕЛИ.

АЛЕКСЕЙ ЛОССАН, ОБОЗРЕВАТЕЛЬ ЖУРНАЛА «КОМПАНИЯ», СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ VG

СПИСОК КОРАБЛЕЙ Почти в каждом крупном российском регионе за последние годы был анонсирован проект строительства искусственного острова. Больше всего повезло югу страны — здесь запланировано строительство сразу нескольких таких островов. Причем стоимость сотки искусственной земли в разных проектах отличается в десятки и сотни раз. Так, в рамках сочинского островного комплекса «Новый Берег» планируется создать 72 га новой земли, на которой будет построено 2,5 млн кв. м жилой и коммерческой недвижимости. Общая стоимость только строительно-монтажных работ, по данным заказчика проекта ЗАО «Единый перерабатывающий комплекс», составит \$9,47 млрд. Таким образом, цена на одной сотки земли будет фантастическая — \$1,3 млн.

Меньшие затраты предусмотрены в рамках строительства в том же городе Сочи острова «Хомар» площадью 23 га. Себестоимость строительства острова составляет €800 млн, а одна сотка земли обойдется строителям примерно в €348 тыс. Еще в 2006 году администрация Краснодарского края выступила с инициативой строительства в Сочи искусственного острова «Дагомар» площадью 21,7 га с причалами для яхт и малых судов. Намыв сотки земли здесь должен обойтись в смешную сумму — \$359. Кроме того, в этом же регионе заявлено еще несколько проектов островов: «Аква-мир», «Спутник», «Старый город», «Аква-центр» и две марины с яхт-клубами, но самым ам-



ПОЯВЛЕНИЕ «МОРСКОГО ФАСАДА» БЫЛО БЫ НЕВОЗМОЖНО БЕЗ ЛИЧНОГО УЧАСТИЯ ГУБЕРНАТОРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

бициозным сочинским островным проектом стал «Остров Федерация». В рамках этого проекта предполагается построить искусственный остров площадью 250 га, по форме повторяющий контуры Российской Федерации. Здесь потребуются вложить \$6,45 млрд, или \$258 тыс. за сотку. Автором концепции, сильно похожей на дубайский насыпной архипелаг The World, является голландский архитектор Эрик ван Эгераат. Девелопером проекта выступает петербургская компания «М-Индустия», которая сумела привлечь в качестве соинвестора арабскую Allied Business Consultants LLC.

Большинство перечисленных проектов пока далеки от реализации. Только компания «Хомар» подписала соглашение с японской Sennepotomori, которая должна поделиться с россиянами опытом по строительству искусственных островов. Представители японской стороны пообещали завершить строительство острова со всеми объектами в 2013 году. Однако проект до сих пор не согласован с администрацией Сочи и не значится в планах подготовки города к Олимпиаде-2014. Стоит отметить, что помимо сочинских проектов, на Гребном канале в Нижнем Новгороде планируется реализовать проект «Остров», подразумевающий возведение культурно-развлекательного комплекса в центре города. В комплекс войдут многофункциональный спортивный зал, яхт-клуб, развлекательный центр, на строительство которых будет потрачено →



K R A S N A Y A R O Z A

ДЕЛОВОЙ КВАРТАЛ 1875

Для компании с именем, историей и традициями предлагаем:

- Размеренную деловую жизнь без шума и суеты
- Тихие зеленые дворики, музеи и памятники архитектуры
- Сервис, превосходящий ожидания
- Уникальную услугу бизнес-консьержа
- Дух успешности и процветания, сложившийся веками



PROPERTIES www.kr-pro.ru +7 (495) 780 40 40

Бизнес-центр Морозов



Офис класса А. Плюс музей и усадьба.

«Морозов» — это бизнес-центр класса А+ в историческом центре Столицы на территории Делового Квартала «Красная Роза 1875».

- Прекрасная транспортная доступность
- Огромная площадь делового квартала 5,7 га
- Общая площадь бизнес-центра «Морозов» 61 000 кв.м
- Площадь типового этажа 3500 кв. м
- Автоматизированная система управления зданием
- Круглосуточная охрана, многоуровневые паркинги
- Лоты в аренду от 450 кв. м
- Свободные планировки для эффективной организации пространства

Реклама



\$400 млн. Несмотря на название, это проект освоения настоящего острова, а не намывание искусственного.

Однако самым крупным и пока единственным начатым проектом по строительству насыпной территории является «Морской фасад» в Санкт-Петербурге. «В Финском заливе на площади в 476,7 га планируется возвести новый пассажирский порт, жилые кварталы и множество объектов коммерческой недвижимости. Главным из них станет новый терминал пассажирского порта. В настоящий момент Санкт-Петербургский порт не позволяет принимать крупные международные лайнеры. Большие корабли, которые захотят в Финский залив, вынуждены вставать на якорь в отдалении от берега, и оттуда туристов доставляют в северную столицу. Новый терминал поможет решить эту проблему», — рассказывает заместитель директора департамента по связям с общественностью УК «Морской фасад» Татьяна Скоропад. Кроме того из федерального бюджета были выделены \$300 млн на углубление Петровского фарватера и строительство подходных каналов. В данном случае строители не намывают территорию, а наоборот углубляют дно. Помимо этого, по данным УК «Морской фасад», в рамках проекта необходимо решить несколько инженерных вопросов. В частности, нужно обеспечить новую территорию электроэнергией. В строительство новой ТЭЦ придется вложить около \$630 млн, еще \$600 млн пойдет на реконструкцию электрических и тепловых сетей. Такие гигантские средства планируется привлечь за счет реализации ряда девелоперских проектов и продажи «намытых» участков частным инвесторам. Эта статья дохода в УК «Морской фасад» является основной и предполагает до 2011 года привлечение \$10 млрд.

К реализации проекта УК «Морской фасад» подошла серьезно. «Международная архитектурная компания Gensler разработала мастер-план территории, который в свою очередь был одобрен архитектурным градостроительным советом в декабре 2006 года. В ноябре 2007 года правительство Санкт-Петербурга приняло проект планировки и проект межевания территории. По плану на Васильевском острове должен появиться новый городской район, в котором будет проживать до 35 тыс. человек, а еще 60 тыс. человек будут в нем работать», — рассказывает Татьяна Скоропад. План строительства рассчитан по годам. К концу 2008 года планируется намыт 155 га земли, в 2009 году — еще 85 га, в 2010-м — 50 га, а в 2011-м — 75 га. К настоящему времени строители «Морского фасада» уже намыли в общей сложности 70 га. Образование территории ведется с помощью технологии гидронамыва с использованием песка, добытого из морских месторождений. В результате западный берег Васильевского острова выдвинется в Финский залив на 800–1200 м, на что потребуется около 24 млн кубометров песка. При этом строители одновременно с намывом территории строят первые объекты. Например, два причала будущего порта уже готовы, и в августе-сентябре 2008 года к ним пришвартуются первые суда. Успех «Морского фасада» в противоположность бездеятельности авторов других проектов эксперты объясняют государственной необходимостью. «Не стоит путать инфраструктурные проекты и более коммерческие. Например, „Морской фасад“ — это, в первую очередь, инфраструктурный проект. Он родился еще в 1960-е годы. Просто сегодня появилась экономическая целесообразность его реализации, и он стал приобретать черты коммерческого проекта», — считает Владислав Луцков.

ВЫГОДНО СТРОИТЬ Прибыльность островных проектов зависит от региона, в котором проект реализуется. «Подобные проекты оправданы там, где стоимость земли уже существенно выше себестоимости насыпи, а также освоена существенная часть береговой линии. В тех случаях, когда на берегу разруха, говорить о насыпании островов просто смешно. Хотя во многих городах могут быть интересны проекты по освоению естественных остро-

САМЫМ КРУПНЫМ И ПОКА ЕДИНСТВЕННЫМ НАЧАТЫМ ПРОЕКТОМ ПО СТРОИТЕЛЬСТВУ НАСЫПНОЙ ТЕРРИТОРИИ ЯВЛЯЕТСЯ «МОРСКОЙ ФАСАД» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ



«ОСТРОВ ФЕДЕРАЦИЯ», ПОВТОРЯЮЩИЙ СВОИМИ ОЧЕРТАНИЯМИ КОНТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ОБОЙДЕТСЯ В \$6,45 МЛРД, ИЛИ \$258 ТЫС. ЗА СОТКУ

вов, которые находятся в городской черте», — считает директор по развитию Swiss Realty Group Илья Шершнев. Таким образом, чтобы оценить перспективность того или иного искусственного острова нужно сравнить стоимость земли на материке и себестоимость строительства «островного» участка суши. «По нашим данным, адекватная стоимость строительства одного кв. км искусственного острова составляет \$50–60 млн. Пожалуй, в стране еще нет регионов, где земля стоила бы так дорого. Исходя из этого, насыпной остров в России — это проект с крайне высокими сроками окупаемости — от 15 лет», — говорит руководитель группы финансовой экспертизы ИК «ФИНАМ» Юрий Еремин. Однако, по мнению других экспертов, такой прогноз слишком негативен. Даже если стоимость одного квадратного километра составит \$60 млн, одна сотка обойдется девелоперу всего в \$5–6 тыс. В России уже есть несколько регионов, где такие проекты будут выгодны, если даже стоимость строительства буде в 10 раз выше.

«Строительство искусственных насыпных территорий целесообразно в случаях, когда ресурсы земельных участков

хорошего качества ограничены, или стоимость земли очень высока. Так, к примеру, после того как стало известно, что в Сочи пройдет олимпиада, цены на землю резко подскочили. В связи с этим, построить искусственный остров стало дешевле, нежели приобрести земельный участок на побережье», — говорит руководитель отдела коммерческой недвижимости Vesco Consulting Кира Бутба. В частности, по ее словам, стоимость сотки земли в Сочи составляет \$120–150 тыс. По данным директора аналитического консалтингового центра холдинга «МИЭЛЬ» Владислава Луцкова, в Сочи есть предложения и более \$200 тыс. за сотку. Стоит также напомнить, что еще в 2007 году на сочинском рынке были поставлены рекорды в \$800 тыс. за сотку. Однако, как отмечает большинство экспертов, все эти сделки носят исключительно спекулятивный характер, и своеобразным индикатором средневзвешенной стоимости сочинской земли станет цена, за которую будет выкупать участки под строительство олимпийских объектов государство. Если этот показатель не опустится ниже \$60 тыс. за сотку, строительство насыпных островов останется очень прибыльным. «В России насыпные острова востребованы, безусловно, в Сочи, так как это наш единственный теплый регион на морском побережье, в котором катастрофически не хватает земли в связи с тем, что прибрежная полоса ограничена гор-

ным хребтом. Более того, недвижимость и земля в Сочи уже очень дорогие. Потому здесь насыпать остров сейчас экономически целесообразно», — отмечает Владислав Луцков. Более того, по его словам, стоит учитывать, что в стоимость строительства острова входит создание всех необходимых коммуникаций, а сами девелоперы будут не отягощены различного рода обременениями. «Себестоимость строительства оказывается ниже, чем на материковой части. Поэтому проекты строительства на искусственных островах могут иметь большую рентабельность, чем аналогичные при возведении объектов на суше», — считает Кира Бутба. Однако то, что может быть выгодно с экономической точки зрения, далеко не всегда реализуемо в контексте существующего законодательства и технологий.

ГЛАВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ Основная сложность, которая стоит перед строителями насыпных островов, — это отсутствие законодательных актов, регулирующих эту сферу. Иными словами, в российском праве нет понятия «искусственный остров», а, следовательно, проект его создания просто невозможно согласовать. Единственным исключением стал «Морской фасад» в Санкт-Петербурге. «Мы просто не могли намыт землю и ничего построить, пока водная территория, на которой мы работаем, не была

«ВСЕ ПРОЕКТЫ, КОТОРЫЕ МЫ ПРИВОЗИЛИ В ПРОШЛОМ ГОДУ, РЕАЛИЗУЮТСЯ»

В этом году Правительство Нижегородской области представила на МИПИМе пять инвестиционных проектов. В том числе — проект спортивно-развлекательного парка «Остров». Необходимый объем инвестиций для разных проектов варьируется от \$280 млн до \$30 млрд. Это четвертый по величине инвестиционный портфель административных образо-

ваний, представленный на выставке. Об опыте привлечения в регион иностранных инвестиций рассказал губернатор Нижегородской области ВАЛЕРИЙ ШАНЦЕВ.

BUSINESS GUIDE: По какому принципу отбирались проекты от нижегородской области для участия в выставке МИПИМ в этом году?

ВАЛЕРИЙ ШАНЦЕВ: Мы выбирали, основываясь на опыте участия в предыдущих выставках. Опыте, который мы приобрели, дважды приезжая на МИПИМ, а также участвуя в экспозициях, которые регулярно проходят в Лондоне и Париже. Здесь у инвесторов пользуются популярностью проекты реконструкции уже существующих исторических районов. То есть проекты строительства новых микрорайонов рядом с районами существующей исторической застройки, где можно не строить на ее фоне современные кварталы, сохраняя сложившийся образ городов. Исходя из этих условий, мы и отбирали участников.

BG: Многие девелоперы приносили в администрацию свои проекты?

В. Ш.: Только за 2007 году мы рассмотрели более 1100 проектов. Общей капитализацией 460 млрд рублей. И отобрали такие проекты, которые имеют направленность — реконструкцию действующего города — Нижнего Новгорода. Откровенно говоря, толпы инвесторов, интересующихся проектами в таких городах, как Арзамас, Дзержинск и сельскими районами Нижегородской области, у нас пока нет.

BG: Как Вы думаете, появятся?

В. Ш.: Да. Уже стали появляться. Но не надо спешить. У нас еще не успело изжить себя мнение, что главными и едва ли ни единственными городами для инвестиций являются Москва и Санкт-Петербург. Не стоит пытаться перескочить через следующий этап привлечения инвестиций. Поэтому мы привезли в этом году только проекты по Нижнему Новгороду, считая, что в настоящий момент это наиболее привлекательная и выгодная площадка для инвесторов. За три года мы раскатали бренд Нижнего Новгорода. Сейчас инвесторы уже знаю, где он находится, а поначалу спрашивали: где это, в Сибири?

BG: На нижегородском стенде представлены проекты из самых разных областей недвижимости...

В. Ш.: Да, все проекты разных направлений. Чисто жилье и жилье с разработанной промышленной зоны, жилье с разработкой инфраструктуры — имеются в виду гостиничные, развлекательные и торговые центры.

BG: Все представленные проекты на МИПИМе впервые?

В. Ш.: Это так. Все проекты, которые мы привозили в прошлом году — реализуются. Это два торговых центра, проектируется деловой район «Сити-Стрелка» и вот-вот начнется его строительство. Работа над этим проектом идет по частям — поскольку на месте будущего бизнес-квартала есть здания и земли, принадлежащие третьим лицам, и нужно время, чтобы с ними договориться.

BG: Можно сказать, что инвесторов для этих проектов Вы нашли на МИПИМе?

В. Ш.: Можно. К нам пришли и иностранные, и российские инвесторы, узнав на МИПИМе, что есть такие проекты.

Интервью взяла ОЛЬГА СОЛОМАТИНА



ТАК ДОЛЖЕН ВЫГЛЯДЕТЬ ОСТРОВ «ХОМАР» — ОДИН ИЗ ДЕСЯТИ ИСКУССТВЕННЫХ ОСТРОВОВ, КОТОРЫЕ ПРОЕКТИРОВЩИКИ ПРЕДЛАГАЮТ НАСЫПАТЬ В ЧЕРНОМ МОРЕ

переведена в земли поселений», — рассказывает Татьяна Скоропад. Соответствующее решение было принято на самом высоком уровне. В декабре 2005 года тогдашний глава правительства Михаил Фрадков подписал распоряжение № 2117-р, согласно которому 476,9 га земли в районе Невской губы Финского залива были переведены из земель водного фонда в земли поселений и переданы из фе-

деральной собственности в собственность Санкт-Петербурга. Предварительно это решение было согласовано с Минтранс, МПР России и Минэкономразвития. Однако процесс сдвинулся с мертвой точки только после того, как губернатор Валентина Матвиенко съездила в Дубай и воодушевилась тамошними проектами. Ни в одном регионе, где было заявлено строительство искусственных островов, аналогичного решения пока принято не было.

Однако даже если государство согласится признать воду сушей, возникнут технологические сложности. «Аналогичных проектов по образованию искусственных территорий

пока в России нет. Есть опыт у голландцев, поэтому именно они приглашены для консультаций по образованию территорий в «Морском фасаде». Дело в том, что часто в процессе строительства мы сталкиваемся с определенными сложностями и, не прекращая работ, вносим коррективы в проектные решения. Возникают задачи, с которыми мы еще не сталкивались на других объектах, поэтому работы по проекту ведутся в тесном взаимодействии с наукой. Все это происходит в рабочем порядке», — рассказывает руководитель проекта строительства гидротехнических объектов и зданий на Васильевском острове Санкт-Петербурга, представитель

корпорации «Инжтрансстрой» Сергей Польский. В частности, по его словам, у строителей возникают сложности с уплотнением грунта. «Уже сегодня накопленный опыт по образованию территорий на «Морском фасаде», без сомнения, позволит корпорации выполнить данный проект на высоком уровне качества в проектные сроки, а далее можно применить его на других объектах, а потом и поделиться знаниями с голландцами», — продолжает он. Учитывая что «Инжтрансстрой» является фактически единственным в России строителем сложных гидротехнических сооружений, другим подрядчикам придется гораздо сложнее.

В частности, трудности могут возникнуть с проведением коммуникаций. «Подвести электричество и газ, в принципе, возможно по дну акватории, но это однозначно повышает стоимость проекта на \$1000 за метр укладки трубы или кабеля. Более того, не факт, что власти позволят это осуществить. Такие проблемы решаются путем использования генераторов, вырабатывающих электричество и тепло, работающих на жидком топливе или газе, которые можно периодически доставлять на остров в специальных емкостях», — говорит генеральный директор компании «Гео Девелопмент» Максим Лещев. Но все это способствует удорожанию проекта и создает дополнительные трудности. «Инвестиции в создание такой искусственной земли в десятки раз превышают инвестиции в сложнейшие земляные работы. Создание острова требует трудоемких укрепительных работ, строительства упорных стен, способных бороться с натиском воды. Остров — это не только красивая, эстетичная идея, но еще и отдаленные коммуникации», — соглашается директор департамента маркетингового анализа компании «Масштаб» Наталья Чукаева. Потому, по ее словам, несмотря на то, что вслед за проектом «Морского фасада» еще несколько компаний думали над созданием ряда насыпных островов рядом с Финским заливом, дальше планов дело не пошло.

Возможно, в какой-то мере из-за отсутствия государственной поддержки. Ведь в том же Дубае проекты поддерживались правительством каждого эмирата и фактически находились в руках государства. Однако России пока далеко до такого централизованного строительства насыпных островов. Российские девелоперы пока не «наигрались» в более простые и понятные инвестиционные проекты, например в строительство небоскребов. ■

OFFICE & RETAIL COLLECTION

www.colliers.ru



Our Knowledge is your Property



ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ДОМ ПАРК КУЛЬТУРЫ

Новое строительство класса А
Шаговая доступность от ст. м. «Парк Культуры»
Первая линия домов на Садовом Кольце
Архитектурный проект автора Площади Европы, Здания Академии Наук и Андреевского Моста академика Юрия Платонова
Панорамные виды города
Офисы от 400 до 5 500 кв. м
Двухуровневая подземная парковка

Готовность к отделке: I квартал 2009 г.



ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ГОРОД СТОЛИЦ

Многофункциональный комплекс в Москва-Сити
Офисные помещения - 4-17 этажи
1-я очередь: II квартал 2008 г.
2-я очередь: II квартал 2009 г.



НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ - ВЕРХНИЕ ЭТАЖИ

СЕВЕРНАЯ БАШНЯ

Бизнес-центр класса Премиум в ММДЦ «Москва-Сити»
ПОМЕЩЕНИЯ ГОТОВЫ К ОТДЕЛКЕ



ХИМКИ БИЗНЕС-ПАРК

Офисный комплекс класса А
Девелопер — IKEA
Генподрядчик — ЕНКА
1-я очередь: СДАНА ПОЛНОСТЬЮ
2-я очередь: II квартал 2008 г.



Девелопер проекта
WAFI DEVELOPMENT

МОЛЛ «РОССИЯ», Москва-Сити

Общая площадь — 179 000 кв. м. GLA — 101 000 кв. м. Количество магазинов — 400. Киноконцертный зал — 5 500 мест. Парковка — 2 700 м/м. Прямые входы со ст. м. «Международная», «Деловой Центр». Удобный доступ с Третьего транспортного кольца, Кутузовского пр-та и Краснопресненской наб. Уникальный состав арендаторов.
Открытие: сентябрь 2009 г.



Девелопер проекта
WAFI DEVELOPMENT

ТВЕРСКАЯ МОЛЛ

Общая площадь — 107 000 кв. м. GLA — 36 000 кв. м. Парковка — 1 240 м/м. Уникальное местоположение в центре Москвы на площади Тверской заставы, в непосредственной близости к основной торговой артерии г. Москвы - Тверской улице, рядом с Белорусским вокзалом. 2 торговых уровня.
Открытие: IV квартал 2009 г.

МОСКВА (7-495) **258 5151**

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ (7-812) **718 3618**

САМ СЕБЕ АРХИТЕКТОР

НЕКОТОРЫЕ АРХИТЕКТОРЫ ПРИДЕРЖИВАЮТСЯ МНЕНИЯ, ЧТО ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОФИСНЫХ ИНТЕРЬЕРОВ НЕ ЗАВИСИТ ОТ МОДЫ, ЗДЕСЬ ДЕЙСТВУЮТ ИНЫЕ ПРАВИЛА И СУЩЕСТВУЮТ ДРУГИЕ КРИТЕРИИ. ТАКИЕ КАК ПРОФИЛЬ РАБОТЫ КОМПАНИИ И ПРИНЯТЫЙ В НЕЙ СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ, А ТАКЖЕ ТО, КАКОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ РУКОВОДСТВО ХОЧЕТ ПРОИЗВОДИТЬ НА ПОСЕТИТЕЛЕЙ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, КАК И ЛЮБОЕ ДРУГОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДИЗАЙНА, СОЗДАНИЕ ОФИСНЫХ ИНТЕРЬЕРОВ ПОДЧИНЯЕТСЯ ОПРЕДЕЛЕННЫМ ТЕНДЕНЦИЯМ.

АННА САМОЙЛОВА

КАДРОВЫЙ ГОЛОД Когда одна из крупнейших в стране аудиторских компаний, ФБК, получила в собственность под главный офис особняк постройки XVIII века на Мясницкой улице, известный как «дом трех композиторов», то новые хозяева вначале сделали большой ремонт. В советские времена здесь располагалась коммунальная квартира, а потом конторские службы Бауманского райсовета.

«Все 1570 кв. м мы вынуждены были не столько ремонтировать, сколько реставрировать. Любые работы в доме могли проводить только организации, имеющие лицензию на работу с памятниками, — говорит вице-президент компании ФБК по корпоративному развитию Ирина Сухова. — Мы с трудом их нашли». Руководство компании тогда не осмелилось просить архитекторов из фирмы «Аттика» ломать стены в историческом здании, интерьер офиса до сих пор кабинетный.

В Москве совсем немного специалистов, способных спроектировать интерьер в соответствии с финансовыми возможностями заказчика и его представлениями о прекрасном. Все потому, что рынок такого рода услуг еще не сформировался.

Само понятие «офисный интерьер» у нас появилось только в начале 90-х годов прошлого века. Некоторые отечественные эксперты уверены, что наши архитекторы, несмотря на свою хорошую советскую школу, уступают иностранным коллегам в умении удовлетворить требования заказчика с учетом его финансовых возможностей. Елена Баженова, член правления Союза архитекторов России, объясняет, почему так происходит.

«Долгое время заказчиком всех архитектурных работ в стране было государство, а рыночных отношений не было и рынка услуг частных архитекторов не существовало. В результате сейчас мы имеем дикий рынок архитектурских услуг. Ведь наши специалисты научились хорошо выполнять только одну вещь: изображать проект на бумаге. Но они, к сожалению, не имели практики, которая существует за рубежом, — говорит Елена Баженова. — У них архитектор проектирует в соответствии с имеющимися государственными стандартами, при этом укладываясь именно в тот бюджет, который ему предоставляет заказчик, а потом еще в течение двух-трех лет после сдачи объекта следит за результатом своей работы и несет за него ответственность».

Елена Баженова считает, что деятельность отечественных архитекторов тормозится государством: архитектурные стандарты в России разрабатываются уже больше десяти лет, и когда их утвердят, никому не известно.

Тем не менее, российские архитекторы все же получают заказы на проектировку интерьеров офисов.

НАЙТИ 10 ОТЛИЧИЙ Сравнивая отечественных и зарубежных клиентов, архитекторы указывают на различия в их предпочтениях. Российские заказчики выражают пожелания, чтобы зона для менеджеров высшего звена была оформлена претенциозно и пышно. Для них,

АРХИТЕКТОРАМ ЧАСТО ПРИХОДИТСЯ ДЕЛАТЬ ДВОЙНУЮ РАБОТУ ЗА ОДНИ И ТЕ ЖЕ ДЕНЬГИ. ЧТОБЫ КАК-ТО ОКУПИТЬ ЗАТРАТЫ, НЕКОТОРЫЕ ИЗ НИХ СРАЗУ ЗАВЫШАЮТ ЦЕНУ ПРИМЕРНО НА 20%



В МОДЕ ОТКРЫТЫЕ ПРОСТРАНСТВА, А НЕ «КАБИНЕТНАЯ СИСТЕМА» — ОФИС ПРОДЮСЕРСКОГО ЦЕНТРА ИГОРЯ МАТВИЕНКО

как правило, делают просторные отдельные кабинеты в светлой части здания. Пространство же для рядовых сотрудников выглядит гораздо скромнее.

Голландский архитектор Эрик ван Эгераат отмечает, что, в отличие от других стран, где офисные интерьеры проектируют исходя из специфики направления деятельности компании, в России более традиционный подход к планировке офисных помещений. Именно поэтому иностранному архитектору сложно бывает объяснить клиенту, что главное в планировке офиса — это сделать так, чтобы его про-

странство можно было максимально эффективно использовать для работы. «Когда мы проектируем офис, мы создаем особое пространство для рядового персонала с учетом того, что в течение дня или рабочей недели функции сотрудников постоянно меняются. То есть мы не закрепляем за каждым сотрудником рабочее место, мы предлагаем людям несколько рабочих мест, которые они могут использовать по выбору в течение дня, в зависимости от типа выполняемой работы», — говорит господин ван Эгераат.

Российские архитекторы также подтверждают, что отечественные компании пока только учатся заботиться о рядовом персонале. Например, проектируя интерьер главного офиса компании «Дон-строй», архитекторы из Unk Project

большое внимание уделили оформлению зоны ожидания и VIP-зоны. Руководство строительной компании высказало пожелание, чтобы они были двухуровневыми. В то же время зона продаж, где в течение всего рабочего дня должны находиться десятки менеджеров по работе с клиентами, по мнению заказчика, должна была быть без перегородок (open space). «Мы понимали, что работать в такой обстановке служащим компании будет очень сложно. Поэтому предложили руководству «Дон-строй» посадить каждого служащего в кабинетик с прозрачными стенами. Клиенты согласились. В результате получилось эффектно: со стороны стеклянных стенок было не видно, казалось, что все менеджеры по продажам сидят в одной комнате. А на самом деле все сидели в отдельных комнатах и не мешали друг другу».

ОТКРЫТАЯ СИСТЕМА Рассказывая о зарубежных заказчиках, российские архитекторы отмечают, что раньше те предпочитали кабинетную систему, но теперь стали все чаще выбирать планировку open space. В первую очередь это компании, работа которых состоит в создании одного определенного продукта, например, газеты или поисковой системы. В помещениях, предназначенных для таких компаний,



СТЕКЛЯННЫЕ ПЕРЕГОРОДКИ В ПЕРЕГОВОРНОЙ КОМПАНИИ «ДОН-СТРОЙ» НЕ ВИДНЫ, ЧТО ПОЗВОЛЯЕТ СОЗДАТЬ ИЛЛЮЗИЮ ЕДИНОГО ПРОСТРАНСТВА, ПРИ ЭТОМ СОТРУДНИКИ НЕ МЕШАЮТ ДРУГ ДРУГУ





РОССИЙСКИЕ ЗАКАЗЧИКИ ВЫРАЖАЮТ ПОЖЕЛАНИЯ, ЧТОБЫ ЗОНА ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ ВЫСШЕГО ЗВЕНА И ГОСТЕЙ БЫЛА ОФОРМЛЕНА ПРЕТЕНЦИОЗНО И ПЫШНО



ПОМЕЩЕНИЯ ДЛЯ РЯДОВЫХ СОТРУДНИКОВ ВЫГЛЯДЯТ ГОРАЗДО СКОРНЕЕ: МАТЕРИАЛ ПОДЕШЕВЛЕ И РАСЦЕВКИ ДЕМОКРАТИЧНЕЕ

общую комнату для рядового персонала увеличивают за счет зоны для руководителей. Заказывая планировку интерьера архитектурному бюро, хозяева офиса или арендаторы просят пренебречь кабинетами в пользу open space.

Наметилась тенденция к увеличению общего пространства в офисах. Все чаще планировка такова, что начальники находятся в общей комнате с подчиненными. «Связано это не столько со стремлением к демократичности и открытости, сколько к экономии офисных площадей, а значит и средств», — подчеркивает менеджер одного из самых авторитетных архитектурных бюро, ABD architects, Денис Кувшинников.

Хороший пример тому — российский офис интернет-компании Google, интерьер которого проектировала отечественная компания Unk Project. По словам архитектора этой компании Николая Миловидова, руководство Google с самого начала предложило минимизировать количество кабинетов, чтобы рядовые сотрудники и менеджеры сидели в общей комнате. «Мы решили совместить наше дизайнерское решение с желанием заказчика и сделали то, о чем нас просили. Но наряду с open space построили и так называемые «комнаты тишины», в которых можно было уединиться. Потолок в этих комнатах ниже потолка основного помещения. Снаружи мы отделали эти

комнаты искусственной травой, которой отделяют спортивные поля. Получились такие зеленые стога».

ПРИ ПРОЧИХ РАВНЫХ Средняя стоимость услуг отечественных архитекторов не намного ниже, чем иностранных. Российские архитекторы за квадратный метр проектировки интерьера берут €90, иностранцы — €110–120. Но не все рассчитывают цену исходя из площади интерьера. Некоторые архитекторы исходят из объема интеллектуальных затрат. Впрочем, говорить о ценах архитекторы не любят. «Нам очень трудно бывает работать с русскими клиентами, ведь они, как правило, даже не

представляют себе, какие бывают офисы, сколько стоит сделать офис. Поэтому чаще всего мы договариваемся об одном проекте, который по ходу дела перерабатываем творчески. В итоге получается, что мы делаем двойную работу за одни и те же деньги. Нам надо как-то окупить затраты, поэтому мы завышаем цену примерно на 20%. Ведь клиенты обычно не знают, чего хотят. С двумя компаниями мы сейчас судимся: они не были довольны результатами и отказались платить», — рассказывает один известный российский архитектор.

Российские проектировщики стремятся работать с иностранными компаниями и утверждают, что в последние годы те стали больше у них заказывать. «К примеру, сейчас мы работаем с американским банком «Морган Стэнли», — утверждает Денис Кувшинников, — проектируем интерьер их нового офиса. Могу сказать, что у этих заказчиков, в отличие от ряда российских клиентов, есть представление о том, как должен выглядеть их будущий офис. Это очень облегчает нашу задачу. Кроме того, мы сейчас занимаемся планировкой интерьера российского представительства Дойче банка. Эта компания сама выбрала нас. Как видите, представление о том, что иностранные заказчики не хотят с нами работать, не совсем соответствует действительности».

Представители крупных зарубежных компаний, на самом деле, расходятся во мнении, каких архитекторов лучше приглашать для проектирования офиса. К примеру, Вадим Власов глава российского представительства Европейского аэрокосмического оборонного концерна, предполагающего в ближайшие годы переехать из нынешнего офиса на Большой Ордынке, заявляет, что проектировать новый офис компания поручит российским архитекторам. «Просто это нам дешевле обойдется», — признается господин Власов.

В представительствах некоторых зарубежных банков говорят, что не стремятся работать исключительно с иностранными архитекторами. «Сейчас мы работаем с компанией ABD architects, которая помогает нам в планировке наших офисов. Правда, менеджер проекта в их команде — иностранец. Думаю, это правильная синергия. В основе нашего сотрудничества — четкое понимание того, что мы хотим получить в результате, и профессиональные предложения архитекторов, соответствующие нашим требованиям и пожеланиям. Думаю, мы получим хороший результат», — надеется Вадим Власов. ■



ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР «БУГРОВ БИЗНЕС ПАРК»

Продажа
г. Нижний Новгород, Мотальный пер.
Общая площадь после реконструкции 24000 кв.м. Арендопригодная площадь 19200 кв.м. Прилегающая территория 9 га. Ввод в эксплуатацию сентябрь 2008 г.



ТОРГОВО-ОФИСНЫЙ КОМПЛЕКС «ЛИЛЛЬ»

Аренда/Продажа
Московская обл., 1-й Успенское шоссе.
Общая площадь 8300 кв.м, блоки 100-1000 кв.м.
Ввод в эксплуатацию 1 квартал 2008 г.



БИЗНЕС-ЦЕНТР «СЕРЕБРЯНЫЙ ГОРОД»

Аренда
ул. Земляной вал, менее 2 км от Кремля.
Общая площадь 60000 кв.м, арендуемая площадь 42500 кв.м, блоки арендуемых офисных помещений от 500 кв.м. Сдан Госкомиссии.



НОВЫЙ БИЗНЕС-ЦЕНТР КЛАССА «А»

Аренда
м. Маяковская, Оружейный пер.
Двенадцатизэтажное здание общей площадью 14000 кв.м (блоки от 50 до 100 кв.м). Состояние помещений - от базового ремонта до авторского дизайна.



ОТДЕЛЬНО СТОЯЩЕЕ ЗДАНИЕ В ЮВАО

Продажа
м. Авиамоторная, ул. Авиамоторная.
Четырехэтажное здание общей площадью 1260 кв.м. 1-3 этажи - действующие рестораны, 4 этаж - медицинский центр. Возможна продажа здания с арендаторами.



ОФИСНЫЙ ЦЕНТР «КРАСНОСЕЛЬСКИЙ»

Аренда
м. Красносельская, ул. Верх. Красносельская.
Общая площадь 16900 кв.м. Офисные здания около 7400 кв.м, здание производственно-складского и офисного назначения около 9500 кв.м.



АДМИНИСТРАТИВНО-СКЛАДСКОЙ КОМПЛЕКС

Аренда
Московская обл., 15-й км МКАД.
Двухуровневый складской корпус. Общая площадь - 12820 кв.м, рабочая высота потолков - 8 м, теплый, 12 доков, 6 подъемников на 3 тонны.



ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПЛОЩАДКА С Ж/Д ПУТЯМИ

Продажа
Тульская обл., Симферопольское ш., 100 км от МКАД, земельный участок 6,6 га, 3 жд тупика (1 повышенный), бетонированная площадка 2 га, приемник цемента, 4 емкости для хранения, 400 кВА, своя скважина.

РЕКЛАМА

ЗАО «МИЭЛЬ-Коммерческая недвижимость» С условиями управления портфелем частных активов и проектными декларациями можно ознакомиться в офисе Компании по адресу: Москва, Николаямская ул., д.40, стр.1



КОММЕРЧЕСКАЯ
НЕДВИЖИМОСТЬ

+7 (495) 775-7555

WWW.CRE.MIEL.RU
CRE@MIEL.RU

РЕЦЕПТУРНЫЕ ОТДЕЛЫ

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК В РОССИИ

СТРЕМИТЕЛЬНО РАСТЕТ. ОДНАКО РЕАЛИЗОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ СТРОИТЕЛЬСТВА СОВРЕМЕННЫХ СКЛАДСКИХ ОБЪЕКТОВ ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ — ЕДИНИЧНЫЕ СЛУЧАИ НА РЫНКЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ. ДИСТРИБУТОРЫ И ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ОПЕРАТОРЫ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ ВЫНУЖДЕНЫ ЛИБО САМИ СТРОИТЬ СКЛАДЫ, ЛИБО МОДЕРНИЗИРОВАТЬ ИМЕЮЩИЕСЯ НА РЫНКЕ ОБЪЕКТЫ.

МАРИЯ ГЛУШЕНКОВА

«Для того чтобы построить склад именно для фармацевтов, девелоперу нужно, чтобы помещение уже было оформлено в собственность, что для новых объектов недвижимости всегда затруднительно», — рассказывает директор по индустриальному строительству «РосЕвроДевелопмент» Игорь Егоров. Требования к таким складским объектам предъявляются жесткие — для строительства фармацевтического склада нужна специальная лицензия. Поэтому фарм-склады строят, как правило, для нужд определенных фармацевтических компаний.

«Никто из крупных девелоперов фармацевтические склады специально не строит», — подтверждает руководитель департамента индустриальной недвижимости и землепромышленности Penpu Lane Realty Игорь Казимов. — Это склады узкой специализации, хотя возможно и есть какие-то мелкие застройщики с проектами в 15–20 тыс. кв. м. Но это риск, поскольку нужно искать специализированную компанию, которая будет эти склады арендовать. По нашим оценкам, уровень спроса на объекты для фармацевтики примерно в десять раз ниже, чем спрос на рынке в целом по складам «А» класса. И это при том, что на данный момент вообще нет свободного «А» класса, а все заявленные застройщиками проекты на этот год перенесены на начало следующего года».

«Спрос на фармацевтические склады со стороны компаний, занимающихся дистрибуцией лекарственных препаратов, есть, и он достаточно устойчивый», — считает руководитель направления индустриальная недвижимость департамента коммерческой недвижимости GVA Sawyer, Алексей Николаев. Но для компаний, занимающихся этим видом бизнеса, самая распространенная запрашиваемая площадь в среднем составляет 200–700 кв. м, что ничтожно мало по сравнению с миллионами квадратных метров, необходимых ритейлерам, к примеру.

По данным компании Blackwood, рост спроса на качественные складские площади в целом по рынку по итогам 2007 года составил около 25% и к концу года оценивался на уровне 2,2 млн кв. м. По оценкам «МИЭЛЬ-Недвижимости», на конец 2007 года общий объем складских помещений в Москве и Подмосковье составлял приблизительно 6,8 млн кв. м. Из них на долю современных комплексов класса «А» и «В» на конец 2007 года пришлось около 4,1 млн кв. м. Общие площади складских помещений для фармацевтической продукции участники рынка оце-

нивают в 400 тыс. кв. м. Наибольшая доля собственных современных складских помещений для фармацевтики приходится на крупнейших национальных дистрибуторов фармацевтической продукции — компании ЦВ «Протек» и «СИА Интернейшнл».

РАСКЛАД ПО СКЛАДАМ Единственным проектом крупного специализированного складского комплекса, который реализовывался специально для фармацевтической компании (built-to-suit), стало строительство логистического центра ТСТ «Транссервис» в городе Пушкине для компании ЦВ «Протек». По оценкам ЦМИ «Фармэксперт», по итогам 2007 года ЦВ «Протек» занял 20,84% фармрынка с учетом программы ДЛО.

Как рассказали в компании, для строительства ТСТ «Транссервис» ЦВ «Протек» создал собственную девелоперскую структуру, которая и осуществляла строительство. На сегодняшний день терминал является основным логистическим центром ЦВ «Протек», «заменив» в этой роли московский склад в Медведково. На одной территории расположены таможенный склад, распределительный центр и автоматизированный розничный комплекс для сбора заказов клиентов. Общая площадь терминала — 56 тыс. кв. м (более 50 тыс. паллето-мест). Общий объем складских помещений компании на сегодняшний день составляет 176 тыс. кв. м.

У другого крупнейшего на рынке дистрибутора, «СИА Интернейшнл», только в центральных складах компании, в Москве, производственные площади — складские помещения, конвейерные линии для комплектации заказов, погрузочно-транспортные площадки — превышают 85 тыс. кв. м.

Гораздо более скромные собственные площади имеют фармдистрибуторы, которые входят в десятку крупнейших игроков на рынке. Так, у Alliance Unichem (предыдущее название «Аптека-Холдинг», — BG) площадь центрального склада в Москве составляет 16 тыс. кв. м, а дистрибутор «Роста» владеет складским комплексом в Подольске площадью 11 тыс. кв. м. Дистрибутор «Биотек» пошел по другому пути, сконцентрировав деятельность в большей степени на арендуемых площадях. По словам директора по логистике компании Владимира Власова, только в московском регионе складские площади «Биотек» составляют порядка 40 тыс. кв. м. Из них 18 тыс. кв. м. приходится на арендуемый «Биотек» терминал. «Все зависит от экономиче-

ской целесообразности, имеет ли смысл покупать что-то в собственность», — поясняет Владимир Власов. — География нашего присутствия на сегодняшний день включает 76 регионов России. Экономическая целесообразность рассчитывается в каждом конкретном случае. Поэтому зачастую выгоднее арендовать склад, а не строить, или же отдать логистическую деятельность компании на аутсорсинг».

ЛОГИСТИЧНОЕ ПРОДОЛЖЕНИЕ Помимо крупнейших национальных дистрибуторов фармацевтической продукции, существенным объемом складских площадей, оборудованных под хранение лекарственных препаратов, сегодня владеют и логистические операторы. Причем игроков, позиционирующих себя именно для работы с фармацевтикой, становится на рынке все больше. Их основные клиенты — дочерние предприятия зарубежных фармкомпаний. Кроме того, быстрорастущим аптечным сетям, таким, например, как «Аптека 36,6», сегодня в первую очередь требуется не дистрибуция, а логистика.

Объем оборудованных площадей у компаний, изначально ориентированных на логистику, — «Сантэкс Сервис», «Орфее», FM Logistic, Tablogix, «Доминанта-Сервис» — варьируется от 4 до 10 тыс. кв. м. Например, у компании Items — старейшего игрока рынка логистики фармпродукции — клиентами являются 26 зарубежных фармацевтических компаний. По данным Items, объем складских помещений, которыми сегодня управляет компания, составляет более 30 тыс. кв. м, из них более 80% компания контролирует полностью.

Для «Национальной логистической компании» (НЛК) — крупнейшего логистического оператора, изначально непрофильного для фармрынка игрока, чей объем площадей современных складов класса «А» превышает сейчас 320 тыс. кв. м — новый формат организации складов для иностранных фармпроизводителей оказался более чем успешным. В частности, в конце 2005 года, в национальном логистическом парке «НЛК-Химки» общей площадью 80 тыс. кв. м. заработал фармсклад для компании F. Hoffmann-La Roche Ltd. на площади свыше 4 тыс. кв. м на 5 тыс. паллето-мест. В прошлом году в давно уже существующем складе «А» класса «Терминал „Рент-центр“» НЛК сдала в эксплуатацию складские площади, оборудованные специально для фармацевтической корпорации Sanofi-Aventis — ведущей в Европе и третьей по величине в мире. Увеличение спроса на логистические услуги для фармкомпаний НЛК спрогнозировала верно. На сегодняшний день у компании на площадях «А» класса «Терминала „Рент-центр“» присутствуют уже 18 зарубежных производителей лекарств.

ОТЛИЧНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ Спрос на аренду специализированных фармацевтических складов год от года растет, причем, прежде чем получить лицензию на использование фармацевтического склада, необходимы разрешения СЭС, пожарников и других государственных служб.

УМНОЖИМ НА ДВА

По оценкам экспертов DSM Group, по итогам 2007 года на долю российского фармацевтического рынка приходится 1,5% объема мирового рынка. К 2020 году она составит примерно 3%, то есть вырастет вдвое. Объем российского фармацевтического рынка в 2007 году превысил \$14 млрд, из которых лишь четверть пришлось на отечественные лекарства, а 75% — на им-

порт. Потребление лекарственных средств в России на человека оценивается в \$80 в год. В зарубежных странах эта цифра составляет \$250–500. Тем не менее, по оценкам экспертов DSM Group, несмотря на то, что рост российского фармацевтического рынка в денежном выражении составляет порядка 15–20% в год, количественный рост рынка (в упаковках) в ближайшие годы будет происходить гораздо

«Прежде всего, фармацевтический склад должен иметь определенный температурный режим (в пределах от –2 до +6 градусов)», — рассказывает Алексей Николаев. «Соответствующая температура поддерживается необходимым климатическим оборудованием (дорогостоящим), что, в конечном счете, сказывается на ставке аренды — она выше ставки аренды обычного складского помещения примерно в 1,5, а то и в 2 раза. Помещение должно иметь лицензию на хранение такой группы товаров, как лекарственные препараты. Кроме того, фармскладам необходима специальная внутренняя отделка: антипылевое покрытие на полу, стены, облицованные плиткой. Такие складские помещения нельзя строить в промышленной зоне», — уточняет эксперт.

Требования, предъявляемые к фармацевтическому складу, достаточно жесткие и регулируются, в частности, федеральным законом № 86 «О лекарственных средствах», отраслевыми стандартами об отпуске и реализации лекарственных средств и другими законодательными нормами, рассказали в компании «Протек». Среди условий, оговоренных законодательными актами, — хранение фармацевтической продукции в специально оборудованных помещениях. На фармацевтических складах обязательно должны быть помещения с режимом повышенной влажности для хранения резиновых изделий и пониженной влажности для трав, выделенные места для хранения спиртосодержащих препаратов. Кроме этого, помещение должно иметь отдельную лицензию на хранение сильнодействующих препаратов, а также соответствовать требованиям по охране, безопасности, контролю и т. д.

Естественно, оборудовать такой склад по последнему слову техники могут позволить себе только крупнейшие фармацевтические дистрибуторы и логистические операторы. В частности, стоимость оборудования фармацевтического склада площадью в 7000 кв. м для F. Hoffmann-La Roche в «НЛК-Химки» обошлось НЛК почти в \$1 млн. Строительство ТСТ «Транссервис» обошлось ЦВ «Протек» в \$84 млн, то есть \$1,5 тыс. за кв. м. Общие затраты ЦВ «Протек» на логистику в течение трех лет составили \$120 млн.

Такой объем инвестиций недоступен для мелких фармацевтических компаний. Поэтому мелкие игроки берут для фармсклада здания советской постройки и переделывают их для себя, по-своему решая вопрос с лицензированием Минздрава, пояснил один из участников рынка. Тем более что сейчас, когда высказана идея создания госкорпорации «Фармацевтический логистический комплекс», фармкомпания чувствуют себя неуверенно и не спешат вкладывать деньги в новые проекты. В частности, делятся своими соображениями участники рынка, чтобы избежать национализации, некоторые крупнейшие игроки фармацевтического рынка начали продавать доли в своем бизнесе зарубежным компаниям. По данным Ъ, в конце марта стало известно о продаже 50% минус одна акция крупнейшего фармдистрибутора «СИА Интернейшнл» американскому фонду прямых инвестиций TPG Capital. ■

медленнее. Уровень зарплат растет, и люди предпочитают покупать не большее число упаковок, а более дорогие и эффективные лекарства. Таким образом, резкое наращивание складских площадей для фармацевтической продукции не требуется. Но учитывая существующий на рынке общий дефицит складских площадей и невысокие темпы строительства, а также отложенный спрос на фармацевти-

ческие склады, этот сегмент остается привлекательным для инвестирования.



НА ТЕРРИТОРИИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ СКЛАДОВ ДЕЙСТВУЮТ ИХ СОБСТВЕННЫЕ СТРОГИЕ ПРАВИЛА

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

ВСЕ ДЛЯ ЖИЗНИ И РЕМОНТА



Известный строительный рынок в начале Горьковского шоссе через четыре года превратится в современный торговый центр. Старую специализацию решено сохранить и расширить: в одном месте можно будет купить не только все необходимое для ремонта, но и бытовую технику, а также товары для дома.

Почти все квартиры и загородные дома сейчас продаются без отделки. А превращение бетонной коробки в уютное жилье — процесс трудоемкий и долгий. Львиную долю времени и нервов отнимает хождение по магазинам. Еще бы: кафель для ванной приходится покупать в одном месте, сантехнику — совсем в другом, а стиральную машину для той же ванной — в третьем. Так и ездит счастливый обладатель новой квартиры — хорошо, если по магазинам, а все чаще по каким-нибудь складам в разных частях города. Логичный выход из затруднений — пойти и купить все в одном месте: и отделочные материалы, и обстановку. Скоро это можно будет сделать в новом торговом центре «Владимирский тракт».

Название это жителям Восточного округа, а также обитателям Балашихи и Реутова хорошо знакомо. Уже много лет в самом начале Горьковского шоссе существует строительный рынок «Владимирский тракт». С 1998 года им управляет ООО «Кром-Маркет». За это время рынок, кстати, сильно изменился. Сейчас здесь аккуратные и опрятные на вид корпуса, есть даже свой сайт с онлайн-магазином. Вряд ли многие московские рынки имеют собственные представительства в интернете. Контроль над качеством весьма строгий. В ближайшее время на рынке вводится обязательная проверка сертификатов всего ассортимента товаров. Так что контрафакт под видом стройматериалов от известного производителя здесь не продадут.

Другое дело, что даже самый цивилизованный рынок остается рынком. Будущее все же за многофункциональными торгово-развлекательными комплексами, позволяющими и площадь рациональнее использовать, и создать более комфортные условия для посетителей. Осознала необходимость перемен и дирекция «Владимирского тракта».

К сожалению, от модернизации рынков иногда страдают покупатели. Сначала закрывается привычный объект торговли, и постоянным клиентам рынка приходится искать новые места для покупки товаров. А после открытия нового торгового центра цены подчас взлетают до небес. Ни того, ни другого в обновленном «Владимирском тракте» не будет — имея определенный круг покупателей и набор уже привычных надежных арендаторов, компания «Кром-Маркет» не намерена терять ни тех, ни других. В торгово-развлекательном комплексе планируется сохранить социально ориентированные цены, чтобы москвичи и жители области с любым уровнем достатка могли подобрать товары на свой вкус. А в процессе превращения рынка в современный торговый центр решено не прерывать торговлю ни на сутки. Специально для этого строительство разделено на три очереди.

«Сначала будет строиться торгово-развлекательный центр, все это время в нескольких старых корпусах будет продолжаться торговля, — объясняет смысл поэтапного строительства директор «Кром-Маркета» Михаил Тараканов. — Потом арендаторы перейдут в новое здание, и будут построены выставочный комплекс и многоуровневая автостоянка. Последней появится четырехзвездочная гостиница».

Строительство начнется в I квартале 2009 года и полностью завершится в 2012-м. В обновленном «Владимирском тракте» будет семиэтажная торгово-развлекательная часть, площадью 71 174 кв. м (вместе с атриумом). Выставочные площади в сообщаемом с ним экспоцентре составят 27 160 кв. м (опять же, если считать атриум). Запланированная площадь отдельно стоящего офисно-гостиничного комплекса — 18 550 кв. м.

«Владимирский тракт» в своем новом виде существенно упростит жизнь покупателям. Под

одной крышей будут продаваться не только материалы для ремонта и отделки, но и предметы домашней обстановки. В числе якорных арендаторов площадей в торгово-развлекательном комплексе значатся, в том числе, сетевые магазины бытовой техники.

«Под одной крышей будет объединено все, что нужно хозяину новой квартиры, чтобы создать настоящий уют, — раскрывает концепцию будущего торгово-развлекательного комплекса Михаил Тараканов. — Посетители смогут на месте нанять бригаду кафельщиков и получить консультацию дизайнера, оформить кредит и купить все, что нужно: от плитки до телевизора».

В общем, торговля будет построена примерно так, как в больших автосалонах, когда клиент может в одном и том же месте взять автокредит, купить машину, оформить страховку, купить зимнюю резину и заказать установку акустической системы.

Для комфорта посетителей тоже будет сделано немало. Детей, чтобы зря не таскать их по торговым залам, можно будет пристроить в специальную игровую комнату. Потом после удачного шопинга покупатели смогут всей семьей пообедать в одном из находящихся здесь же ресторанов или наскоро перекусить на фуд-корте. Хотя вместо этого можно будет отправиться в кинотеатр или посетить фитнес-центр. Плюс ко всему, в торговом центре предполагается разместить спортивные магазины, товары для охоты и рыбалки, некоторое количество бутиков и продуктовый супермаркет.

Получается, что «Владимирский тракт» объединит в себе торговлю товарами для ремонта и предметами домашней обстановки со всеми привычными функциями торгово-развлекательного центра. Такое сочетание в начале Горьковского шоссе довольно уместно. Близлежащие районы



вскоре будут застраиваться, в том числе, в рамках программы «Доступное и комфортное жилье — гражданам России». А эксперты прогнозируют массовое строительство коттеджей на этом направлении. И жителям новых квартир, и покупателям коттеджей определенно потребуются товары из ассортимента «Владимирского тракта». Потом, когда жилье будет отремонтировано и обставлено, тем же людям понадобится где-то покупать одежду и еду, ходить в рестораны и смотреть кино. А значит, новый торгово-развлекательный комплекс снова пригодится, но уже в другой своей ипостаси.

Не стоит забывать и о москвичах. От некоторых станций метро в Восточном округе до «Владимирского тракта» планируется запустить автобусы. Еще один способ добраться до будущего торгового центра — электрички до станции с символическим названием «Стройка». От Курского вокзала — всего 25 минут езды. От станции до «Владимирского тракта» пять минут пешком, но и здесь посетители торгового центра смогут воспользоваться автобусом.

Если жители ВАО, скорее всего, поедут на Горьковское шоссе за стройматериалами и товарами для дома, ассортимент, свойственный обычным торгово-развлекательным комплексам, привлечет проезжающих мимо автомобилистов. Тем более что это первый объект торговли на Горьковском шоссе.

Сейчас строительный рынок посещают от 5 до 10 тыс. человек ежедневно на 1,5 тыс. личных автомобилях. Предполагается, что после превращения «Владимирского тракта» в торговый центр число посетителей вырастет до 25 тыс. человек в день.



ДЕНЬГИ ПОДОРОЖАЛИ

ДЕВЕЛОПЕРЫ ДАВНО ОПРЕДЕЛИЛИСЬ В СВОИХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ: ИМ НУЖНЫ «ДЛИННЫЕ» И «ДЕШЕВЫЕ» ДЕНЬГИ. ОДНАКО МИРОВОЙ БАНКОВСКИЙ КРИЗИС ВНЕС СВОИ КОРРЕКТИВЫ В ЭТОТ РАСКЛАД: БАНКИ ПОВЫШАЮТ ПРОЦЕНТНЫЕ СТАВКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ И СОКРАЩАЮТ СРОКИ КРЕДИТОВАНИЯ. ВПРОЧЕМ, ДЕВЕЛОПЕРЫ ГОТОВЫ ПРИВЛЕКАТЬ КРЕДИТЫ И НА ТАКИХ УСЛОВИЯХ.

ЮЛИЯ ПОГОРЕЛОВА

До последнего времени, по оценкам экспертов, 80–90% коммерческой недвижимости в Москве строилось с привлечением банковских кредитов. Однако сейчас многие банки испытывают трудности с финансированием и приостанавливают программы кредитования коммерческой недвижимости. В результате девелоперам приходится выбирать из ограниченного числа банков. Более того, эта ситуация даже обострила конкуренцию между банками за крупные проекты. Однако кризис не мог не отразиться на стоимости ресурсов для самих девелоперов — она возросла.

«Сегодня сложилась парадоксальная ситуация. С одной стороны, у большинства российских банков были длинные дешевые деньги западного происхождения, поэтому из-за кризиса кредиты у нас подорожали. Но с другой стороны, вследствие застоя и кризиса на мировом финансовом и банковском рынке у нас появилось много лишних денежных средств, которые нужно куда-то вкладывать. Таким образом, ставки выросли, а спрос на кредиты упал. И зачастую банкам приходится самим искать клиентов и предлагать свои услуги. Выходит, что денег на рынке много, а проектов для их вложения мало», — рассказывает директор департамента инвестиций компании «Мизль — Коммерческая недвижимость» Максим Брусов.

Тем ни менее, даже до повышения кредитных ставок, условия были не слишком приемлемы для девелоперов, и земщики стремились как можно быстрее рефинансировать кредиты. Как правило, перекредитовывались они в крупных западных банках. Так, компания Capital Partners получила в Eurohuro \$130 млн, рефинансировав затраты на строительство логистического терминала «Пушкино», а кредит



ЧТОБЫ ПОЛУЧИТЬ КРЕДИТ, НАДО РАСПОЛАГАТЬ 25% ОТ СТОИМОСТИ ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ

Бизнес-центр класса «А» «Пять морей»
г. Ростов-на-Дону, ул. Нижнебульварная 4-6

Уникальный офисный центр класса «А» в Ростове-на-Дону
Общая площадь здания - 36 800 кв. м.
Полезная площадь - 24 324 кв. м.
Этажность переменная 14-16 этажей
Количество машиномест - 226
Количество лифтов - 17
Специализированное банковское помещение
Фитнес-центр, конференц-зал
Площадь земельного участка - 0,7 га

Бизнес-центр расположен на набережной реки Дон в центре г.Ростов-на-Дону, в 5 минут от центральных улиц города (ул. Большая Садовая, ул. Социалистическая, Ворошиловский проспект)

344010 Ростов-на-Дону
пр. Ворошиловский, 54
т.: +7 (863) 232-06-32, 232-05-47
www.5morey.mazanov.ru

119180 Москва, 1-й Голутвинский пер., 6
т.: +7 (495) 725-00-68; 725-55-15
ф. +7 (495) 725-55-00
e-mail: development@rusfund.ru
www.rusfund.ru

5 МОРЕЙ

Реклама

ЗАО «Бестинвест» с проектной декларацией можно ознакомиться на сайте: www.mazanov.ru/stroitel/declaration

на строительство этим же девелопером отеля Ritz-Carlton в Москве рефинансировали Merrill Lynch Capital Markets Bank и Aareal Bank.

Однако главный игрок на рынке финансирования девелопмента, Сбербанк России, хоть и подтвердил увеличение ставок, но отметил, что это никак не отразилось на объемах кредитования. По данным Сбербанка, за последние полгода только центральным аппаратом банка было принято 16 положительных решений о кредитовании девелопмента — всего более чем на 145 млрд рублей.

ПРОЕКТНОЕ НЕДОФИНАНСИРОВАНИЕ

Проектное финансирование — инструмент, позволяющий получить кредитование, не связанное с какими-либо иными активами или проектами застройщика либо основных его бенефициаров. Проценты по таким кредитам выше среднерыночных. А для уменьшения рисков кредиторов проектное финансирование предполагает активное участие банка в строительстве: обычно кредитующий банк входит в капитал компании-заемщика. Проектное финансирование в сфере строительства впервые стало применяться около 3 лет назад. Но до сих пор получить деньги, обеспеченные только самым реализуемым проектом, — задача для среднего девелопера практически не решаемая. Элла Гимельберг, управляющий партнер компании S&G Partners, инвестиционно-го консалтингового агентства, объясняет, что первую очередь это связано с колоссальными рисками банковских структур, которые входят в такие сделки. Нормативы резервирования под проектное финансиро-

вание, устанавливаемые ЦБ, намного суровее, поэтому, выбирая между возможностью кредитовать текущий проект существующего бизнеса и проектным финансированием, банк выберет более надежное — первое. Кроме того, в российских банках далеко не всегда верно понимают саму суть проектного финансирования: нет конечных требований, которые гарантируют возможность получения кредита и четких критериев для отказа. Часто решения принимаются по непонятным самим банкирам критериям. Наиболее понятно прописаны внутренние требования у Сбербанка, который, в свою очередь, не радует застройщиков условиями кредитования, хотя постепенно все больше приближается к коммерческим банкам. Девелоперы, имеющие опыт привлечения проектного финансирования, жалуются на невозможность получить такой кредит без личных связей в банках. Помимо того, банки обычно требуют, чтобы девелопер вложил в проект не менее 30% собст-

Среди профинансированных Сбербанком проектов — многофункциональные деловые комплексы на Звенигородском шоссе («Дон-строй») и на проспекте Вернадского (группа компаний МИАН).

«Прежде всего, следует отметить, что основные подходы по данному направлению деятельности банка сохранены. По-прежнему используется полный спектр банковских продуктов, обеспечивающий финансирование девелоперских проектов на любой стадии их развития, от предпроектной до эксплуатационной. Конечно, несколько выросли процентные ставки, хотя и в меньшей степени, чем у других банков. Кроме того, мы стали более консервативно подходить к прогнозам будущих денежных потоков клиента, оценке рыночной стоимости объектов недвижимости, установлению дисконтов при определении залоговой стоимости», — объяснил директор управления финансирования строительных проектов Сбербанка России Алексей Чувин.

ЗОЛОТЫЕ МЕТРЫ Профинансировать проекты в области коммерческой недвижимости сейчас все же готово достаточное количество банков: Сбербанк России, ВТБ, Райффайзенбанк, Абсолют-банк и др.

Абсолют-банк финансирует строительные проекты как под залог готовой коммерческой недвижимости, так и под инвестиционные права на строящийся объект. При этом собственных средств надо иметь не менее 25%, а максимальный срок кредита составит 7 лет. «Банку особенно интересны проекты с понятной и востребованной концепцией. Большое внимание привлекает региональный рынок строительства, который имеет более высокий потенциал роста, чем московский», — рассказывает заместитель председателя правления Абсолют-банка Анатолий Максаков.

Сбербанк выдает кредиты как под фиксированную, так и под плавающую ставку и на больший срок (10–15 лет в зависимости от типа кредита).

Плавающие процентные ставки очень популярны при финансировании строительных проектов. Так, Компания «С-Лоджистик» (входит в группу компаний «Смайл») привлекла кредит Райффайзенбанка под строительство складского комплекса в Казани. Сумма займа — 400 млн рублей. До регистрации договора ипотеки процентная ставка со-

внесенных средств, а это уже отнюдь не начальная стадия проекта. У средних компаний обычно хватает денег только на приобретение земельного участка и разработку концепции. Такие заемщики банки не любят. Большинство девелоперских проектов подразумевают наличие земли и связей в администрации, но отсутствие концепции, не говоря уже о договоренностях с будущими арендаторами, не позволяет получить кредит. Дополнительную сложность представляет и то, что срок возврата денег по офисным центрам рассчитывается на 5–7 лет, но на деле проект окупается в лучшем случае за 7 лет. Поэтому в какой-то момент девелоперу приходится перекредитовываться. У российских банков таких длинных денег нет. На рынке не хватает и финансовых организаций, способных привлекать длинные (на 15–20 лет) деньги западных пенсионных фондов. В региональных банках получить проектное финансирование еще сложнее, чем в столице. Казалось бы, их сотрудники, хорошо зная местные рын-

ки, могут точно оценить проект и его риски, однако у банков в регионах очень невелики кредитные лимиты (в среднем 30–50 млн руб.) и их выделяют только на короткий срок. К тому же все инвестпроекты должны отправляться в головной офис банка, и это удлиняет срок получения одобрения по кредиту на 2–3 месяца. Если в Москве процедура рассмотрения заявки занимает 2–3 месяца, то для регионов полгода — это норма. Получается, что требования убивают саму идею проектного финансирования. «Я полагаю, что такая ситуация меняться не будет, да тех пор пока не изменятся регламенты Центробанка», — считает Элла Гимельберг. Пока крупные банки интересовались только масштабными проектами. Так, по некоторым данным, во Внешторгбанке, который пока проводит все кредиты в строительной отрасли через московские отделения, не интересуются проектами дешевле \$10–20 млн; редкие коммерческие банки могут предложить меньше. На проектное финансирование идут только очень крупные де-

ИНВЕСТОРЫ

ставила Mosprime + 6%, а после регистрации фиксированная часть снизилась на 1% и составила Mosprime + 5%.

Кризис ликвидности отразился на стоимости ресурсов для девелоперов. В результате банки стали более требовательно относиться к заемщикам.

Девелоперы должны представить целый ряд документов: бизнес-план, включающий экономическую и концептуальную модели, разрешительную и проектную документацию, инвестиционный контракт, договор аренды/право собственности на земельный участок и т. д. Причем окупаемость проекта, как правило, не должна превышать 7–8 лет.

По мнению вице-президента, директора по инвестициям компании «Торговый Квартал» Кирилла Машукова, на размер процентных ставок при прямом финансировании влияют такие факторы, как «успешный опыт реализации проектов и репутация девелопера, своевременная подготовка документов, долгосрочная аренда на землю, наличие разрешения на строительство, профессиональный бизнес-план и подписанные договоры аренды с „якорными арендаторами“». Предпочтение отдается проектам, в которых принимают участие известные международные арендаторы и консультанты».

Хотя стоимость ресурсов для девелоперов существенно возросла, они привлекают займы даже на таких условиях. В банках предпочитают не называть свои процентные ставки, объясняя, что они могут зависеть даже от отношений компании с банком. Если банк финансирует уже не первый проект компании и уверен в ее стабильности, он готов предложить более лояльные условия. Однако эксперты рынка отмечают, что в целом по рынку ставки поднялись на 2–5%.

«Ставка ощутимо выросла в этом году по сравнению с началом—серединой 2007-го, когда первоклассные заемщики в секторе недвижимости могли привлекать кредиты по ставке около 8–8,5% в рублях. Сейчас эта ставка скорее близка к 12%, а для менее крупных или иным образом менее привлекательных компаний и проектов ставка может достигать 18% годовых. Сроки финансирования сократились на фоне увеличения требований к предметам залога»,— говорит начальник департамента корпоративных финансов «Система-Галс» Мария Лейвиман.

Особенно трудно в условиях кризиса придется небольшим строительным компаниям. Некрупные компании обычно привлекают кредит либо под определенный проект, либо ипотечный кредит под готовую коммерческую недвижимость. Более того, им придется доказывать свою надежность, а до этого платить за кредит довольно дорого. Банки больше доверяют известным компаниям и в некоторых случаях готовы предоставлять даже недорогие кредиты. Например, когда компания «Система-Галс» проводила тендер по привлечению финансирования для реконструкции здания «Детского мира» на Лубянской площади, многие банки были готовы финансировать проект по сниженным ставкам.

веломеры, у которых уже есть бренд. Менее крупным компаниям получить деньги «под идею» сложно — у владельцев должен существовать другой бизнес, способный покрывать процентные платежи по кредиту. Примером «провала» проекта на стадии привлечения проектного финансирования может служить попытка европейского фонда построить торговый центр недалеко от Москвы. Фонд настоятельно требовал, чтобы Банк (топ-5) профинансировал проектные работы и ИРД, основываясь на том, что концепция проекта, дизайн ТРЦ и предварительные договоры аренды с якорными и галерейными арендаторами подписаны. Структурирование сделки длилось около восьми месяцев. Цена решения вопроса со стороны фонда была \$3 млн, что составляло всего 5% от общей сметной стоимости проекта. Банк по внутренним регламентам и нормативам риска не мог осуществить такую сделку, о чем фонду недвусмысленно и неоднократно говорилось.

В итоге, когда с момента инициации фондом проекта прошло три года, и администрация региона поняла, что проект находится в нулевой стадии проекта—строительных работ, было вынесено предупреждение об изъятии земельного участка, отданного в аренду фонду, за затягивание сроков. Итогом стала показательная сделка, когда другой фонд выкупил 90% equity компании, реализующей проект за смешные деньги и, инвестировав небольшую сумму, смог привлечь заемное проектное финансирование для окончательной реализации проекта. Другим примером несостоявшейся сделки на московском рынке недвижимости может служить проект в районе Хамовников. Как известно, в Москве есть множество объектов и земель, принадлежащих различным ведомствам — Министерству обороны, ФСБ, МВД и т. д. Часть таких объектов представляет собой подземные сооружения особого назначения, являясь секретными стратегическими объектами. При проведении работ по проектированию и рекон-

струкции зданий часто не учитывается вероятность наличия таких объектов под или в непосредственной близости от места локации проекта. Проблема заявляет о себе только тогда, когда запроектированная подземная парковка оказывается в «опасной близости» от ведомственного сооружения. К сожалению, в большинстве случаев девелоперы узнают, что такая проблема существует уже на стадии согласования проектов, не обращая до этого внимания, что из земли около места реализации проекта торчат трубы, отдушины и т. д., являющиеся системой вентиляции подземных пространств. При благоприятном исходе проект можно переделать, получив разрешение соответствующего ведомства на его реализацию, но более половины проектов «умирают» на этой стадии, так как перепроектирование, согласование нового проекта требуют большого количества денег и времени, и в то же время являются показателем для банка, что проект изначально был тщательно проработан.

Кроме того, одним из распространенных примеров несостоявшихся инвестиционных сделок в девелопменте является сделка, где участвуют офшорные компании разных стран, действующие в разных юрисдикциях. Одна из таких сделок проходила несколько лет назад в одном из ведущих банков страны. Камнем преткновения стало существенное различие в налоговых законодательствах России, Кипра, Англии и Австралии. В конечном итоге, банк не смог структурировать сделку, ссылаясь на невозможность провести due diligence правовых аспектов и реальной возможности оценить юридические риски. Действительно, отсутствие на российском рынке достаточного количества юридических компаний, способных анализировать отечественное и международное законодательство, а также международные коллизии права, а также дороговизна (до нескольких миллионов долларов) приводят к провалам даже очевидно выгодных проектов.

ТАТЬЯНА КОМАРОВА



ВАЛЕРИЙ МЕЛЬНИКОВ

СТАВКИ ПО КРЕДИТАМ ВЫРОСЛИ И СПРОС НА НИХ У ДЕВЕЛОПЕРОВ УПАЛ

ДЕЛАЙТЕ СТАВКИ Кризис ликвидности может сослужить хорошую службу российским банкам. Во-первых, при финансировании девелоперов они выдвигают условие, чтобы генподрядчиком проекта выступала западная структура или компания с участием западного капитала. К тому же многие зарубежные банки испытывают трудности с финансированием и поэтому сокращают объемы кредитования строительных проектов. А это заставляет девелоперов привлекать деньги в российских банках.

«Некоторые наши наиболее близкие зарубежные relationship-banks существенно сократили свои лимиты кредитования российских заемщиков и в особенности отрасли недвижимости, что часто не дает им возможности участвовать в тендерах на организацию финансирования, которые проводит наша компания. Таким образом, основными нашими кредиторами в этом году, скорее всего, будут российские банки»,— рассказывает Мария Лейвиман.

Как правило, девелоперы привлекают банковское финансирование уже после получения разрешения на строительство, а до этого обходятся собственными средствами. Привлечь банковское финансирование на начальном этапе под силу далеко не всем девелоперам: в этом случае банки требуют в залог уже имеющуюся недвижимость, или необходимо наличие постоянного сотрудничества с банком. Банковские кредиты наиболее востребованы по мере продвижения проекта.

Выбор вида кредитования зависит от целей девелопера. Если деньги нужны на длительный срок и под меньшие проценты, эксперты советуют проектное финансирование. В этом случае обеспечением платежных обязательств будут

доходы от функционирования проекта. Так девелопер снижает риски и сдаст объект в положенный срок. Каждая компания сама выбирает оптимальный способ финансирования.

«Оценку того, какой вариант для них наиболее выгоден, компании делают самостоятельно, принимая во внимание собственные возможности текущих платежей по долговым обязательствам. Наиболее выгодным финансированием, на наш взгляд, является размещение облигаций. При прочих равных условиях такой вид заимствования позволяет в некоторых случаях снизить долговую нагрузку по обслуживанию кредита на 2–3%»,— считает заместитель финансового директора группы компаний «Смил» Андрей Сабанцев.

«Если говорить о потребности в частичном финансировании, которое может быть запланировано, а может быть вызвано непредвиденными обстоятельствами, например неучтенные строительные или финансовые риски и др., то здесь подойдет краткосрочная схема кредитования, в том числе различные инструменты долгового рынка»,— добавляет заместитель генерального директора РТМ Алексей Селезнев.

ПИК ИНТЕРЕСА По итогам прошлого года Россия вышла в лидеры среди европейских стран по объемам публичных размещений акций. По данным консалтинговой компании The PBN Company, российские компании и банки в 2007 году провели публичные размещения на \$29,4 млрд (цифра почти на четверть больше, чем у offerings.ru), что составило 86% от общего привлеченного капитала по всем IPO компаний из стран СНГ. При этом объем российских IPO превысил объем средств, привлеченных компаниями из Великобритании (\$22 млрд или £11,3 млрд), Германии (\$11 млрд) и значительно отставших от них Италии (\$5,8 млрд) и Франции (\$4,9 млрд).

По словам главного управляющего The PBN Company Питера Некарсулмера, в 2007 году российские компании продемонстрировали, что они стали настоящими глобальными игроками на рынках акционерного капитала. «Российские компании показали, что они достаточно развиты, чтобы выдерживать потрясения на мировых рынках, и поэтому являются сравнительно надежной гаванью для международных инвесторов, ищущих новые возможности для вложения средств. Всего пару лет назад мало кто мог предположить, что такое будет возможно»,— заявил Питер Некарсулмер.

Качественным изменением рынка IPO в 2007 году может считаться резкое снижение доли привлекаемых средств, в дальнейшем не работающих на компании, что позволило PBN Company заявить о том, что первичные размещения акций больше не являются синонимом обналичивания денег для основных акционеров. В частности, 81% всех привлеченных в прошлом году в ходе IPO денежных средств было реинвестировано в компании, тогда как в 2006-м — лишь 35%, а в 2005-м — 46%.

Изменилась и отраслевая структура состоявшихся IPO, где лидерство по объемам привлекаемых ресурсов перехватили компании финансового сектора — на их долю пришлось 52% всех привлеченных в ходе IPO средств. Компании же сырьевого и горнодобывающего секторов привлекли лишь 15% поступлений, в отличие от 56% в 2005–2006 годах.

Что касается перспектив рынка IPO, то в 2008 году, как ожидают аналитики PBN Company, должны будут активизироваться компании из таких быстрорастущих и политически значимых в России секторов, как инфраструктурный, инжиниринговый и сельскохозяйственный. Однако достичь показателей прошлого года вряд ли удастся. ■

Маяковская PLAZA

www.maya-plaza.ru

БИЗНЕС-ЦЕНТР, М Маяковская, Оружейный переулок, д. 15 «А»

АРЕНДА ОФИСОВ

50 - 1000 м2 на этаже

Базовый ремонт входит в ставку

Общая площадь 14000 м2

Первая линия домов

29000 руб./м² включая НДС

Панорамный вид на центр Москвы

Паркинг 1м/м на 100м2

управляющая компания

(495) 661-8-661

Реклама

РАЗМАХ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

В ПОДМОСКОВЬЕ АКТИВНО СТРОЯТСЯ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ. НО ЕСЛИ ПЕРВЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ, ПОЯВИВШИЕСЯ ОКОЛО ПЯТИ ЛЕТ НАЗАД, ЗАНИМАЛИ ПОРЯДКА 10–12 ТЫС. КВ. М, ТО СЕГОДНЯ ПЛОЩАДЬ БОЛЬШИНСТВА ЗАЯВЛЕННЫХ ПРОЕКТОВ ПРЕВЫШАЕТ 40 ТЫС. КВ. М, А ИНОГДА ДОСТИГАЕТ 100–110 ТЫС. КВ. М. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, ЗАСТРОЙЩИКИ УВЕРЕНЫ, ЧТО ГОРОДАМ С НАСЕЛЕНИЕМ В 70–100 ТЫС. ЖИТЕЛЕЙ НУЖНЫ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ ВНУШИТЕЛЬНЫХ РАЗМЕРОВ.

АЛЕКСАНДРА КАРПОВА

ДЛЯ БОЛЬШИХ И МАЛЕНЬКИХ Масштабы московских и подмосковных торговых центров, конечно, несопоставимы. Если в Москве объекты площадью 100–150 тыс. кв. м дело обычное, то в Подмоскowie они гораздо меньшего размера. «Площадь ТЦ, которыми на сегодняшний день располагают подмосковные города, в среднем составляет 25 тыс. кв. м», — говорит специалист по маркетингу компании Sawatzky Property Management Елена Ткач.

Однако численность населения в разных городах Подмоскowie неодинакова, поэтому и представление о том, что такое крупный торговый центр, в каждом городе свое. Например, в Лобне живет 60 тыс. человек, а в Подольске около 180 тыс. Для первого города будет считаться крупным торговый центр площадью 30 тыс. кв. м, для второго — примерно 50–70 тыс. кв. м.

«Хотя сейчас для городов Подмоскowie с населением свыше 100 тыс. жителей крупными торговыми центрами можно считать объекты общей площадью более 30 тыс. кв. м, налицо тенденция к существенному увеличению этих цифр к 2010 году», — говорит руководитель отдела маркетинга компании «Торговый квартал» Евгений Ковров.

Поскольку в среднем население подмосковного города составляет около 70 тыс. человек, ТЦ площадью 30 тыс. кв. м можно считать достаточно крупным. Примеры: «Рамстор» в Подольске (20 тыс кв. м.), «ХЛ-3» (55 тыс кв. м.) и «Красный Кит» (27 тыс кв. м.) в Мытищах, «Три кита» в Одинцовском районе на Можайском шоссе и др.

НЕТ ПРЕДЕЛА СОВЕРШЕНСТВУ Подтверждением привлекательности подмосковного рынка торговой недвижимости может служить активность сетевых девелоперов. «В частности, на рынке Подмоскowie развивают свои проекты как федеральные сетевые девелоперы («Рамэнка», «Регионы», RTM-Development), так и девелоперы, начавшие строительство нескольких торговых центров с Московского региона (BTR Group — «Красный Кит» в Мытищах, «Комсомолец» в Красногорске, RI Group — «Счастливая 7Я», «Строй-Пласт» — «Курс», «СВА Торговый Центр» — «Океан», «Жук» и другие)», — поясняет региональный директор по торговой недвижимости компании Colliers International Максим Гасиев.

В итоге на сегодняшний день практически в каждом крупном городе построен, строится или запланировано построить крупный торговый центр. За период с 2007-го по 2009 год должно быть завершено строительство около 20 торговых центров в крупных городах Подмоскowie общей площадью около 1 млн кв. м.

Еще пять лет назад торговые центры казались нашим соотечественникам чем-то роскошным и из ряда вон выходящим, но к ним быстро привыкли. Потребители предъявляют к предлагаемому им товарам и услугам все большие требования, замечают недостатки ТЦ, например несовершенство системы вентиляции и кондиционирования. И те первые торговые центры в Подмоскowie, которые возводили в основном местные компании на

В 2007–2009 ГОДАХ ОЖИДАЕТСЯ ЗАВЕРШЕНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВА ОКОЛО 20 ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В КРУПНЫХ ГОРОДАХ ПОДМОСКОВЬЯ ОБЩЕЙ ПЛОЩАДЬЮ ОКОЛО МИЛЛИОНА КВАДРАТНЫХ МЕТРОВ



РЫНОК ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДЕЙ, КАК СЧИТАЮТ ДЕВЕЛОПЕРЫ, ЕЩЕ ДАЛЕК ОТ НАСЫЩЕНИЯ. ДАЖЕ В ПОДМОСКОВЬЕ



КОНСТАНТИН ВОРОБЬЕВ

стратегически важных для этих городов местах, перестали удовлетворять потребителей. «Как правило, эти центры не отличаются удобной навигацией, простором, построены без какой-то определенной концепции, они представляют собой «нарезку» из площадей в 15–20 кв. м», — поясняет директор департамента консалтинга компании Bescar Commercial Property Роман Соков. Вот почему девелоперы стали обращаться к консультантам, способным создать интересный и востребованный продукт. А ТЦ, организованные по принципу «нарезки», с незначительными арендаторами, постепенно исчезнут, считает эксперт.

Бурный рост интереса к подмосковным профессиональным площадям можно объяснить несколькими причинами. Во-первых, растет благосостояние населения. «Необходимость ездить в Москву за покупками и услугами для организации досуга постепенно отпадает, жители области предпочитают посещать объекты торговли, находящиеся в непосредственной близости от дома», — констатирует Елена Ткач. Стоит напомнить, что до недавнего времени торговые площади в подмосковных городах были представлены первыми этажами жилых домов, переоборудованными домами быта, рынками на привокзальных площадях. Кроме того, дефицит земельных уча-

стков в Москве заставляет девелоперов постепенно смещаться из центра города на окраины и дальше, в Московскую область.

Во-вторых, строительство крупных торговых центров выгодно девелоперам — большие объемы арендуемых площадей позволяют экономить на содержании и управлении. К тому же сегмент торговой недвижимости привлекает девелоперов благоприятной транспортной ситуацией, наличием большого количества логистических центров, а также ненасыщенностью рынка, отмечает руководитель департамента консалтинга, аналитики и исследований компании Blackwood Ольга Широкова.

Рынок торговой недвижимости большинства городов Подмоскowie пока далек от насыщения. Более того, во многих городах профессиональная торговая недвижимость вообще отсутствует. «В большинстве же подмосковных городов дефицит торговых площадей ощутим, и ни о каком превышении числа ТЦ речь вообще не идет, — говорит генеральный директор компании RI Group Дмитрий Котляренко. — Современные многофункциональные торгово-развлекательные комплексы в подмосковных малых городах зачастую вообще не представлены». Поэтому строительство ТЦ в подмосковных городах своевременно и перспективно.

БЛИЖАЙШИЕ ПЛАНЫ Наименее обеспечено торговыми площадями среднее и дальше Подмоскowie. «Однако на сегодняшний день там есть ряд крупных проектов (в Серпухове, Наро-Фоминске, Щелкове и других городах), которые могут привести к насыщению рынка», — считает директор департамента консалтинга и исследований компании «МИЭЛЬ — Коммерческая недвижимость» Айдар Галеев. Но первичное насыщение там, скорее всего, произойдет в 2010 году.

Относительного насыщения достигли рынки тех городов, которые располагаются непосредственно у границ Москвы: Химок, Мытищ, Балашихи. Ряд интересных проектов есть в Одинцове. Но и этот рынок пока полностью не насыщен. «Например, в Красногорске на одного жителя приходится примерно 80 кв. м торговых площадей, в то время как в Мытищах этот показатель достигает 600 кв. м», — приводит пример генеральный директор компании «Торговый квартал» Дмитрий Зотов.

Рост благосостояния населения и дефицит торговой недвижимости формируют интерес девелоперов к торговой недвижимости. «Наиболее быстро торгово-развлекательными комплексами застраиваются города, расположенные возле границ Москвы, где в последнее время наиболее интенсивно ведется строительство жилых объектов», — пояс-

Функционирующие торговые центры					
название	город	адрес	год открытия	общая площадь, кв. м	основные арендаторы
ХЛ III	мытищи	коммунистическая ул., д. 1	2005	55 000	«ПЕРЕКРЕСТОК», «РОСКИНО», «ЗЛЬ ДОРАДО», BANANAMAMA, «КВА-КВА-ПАРК»
«МАРКТКАУФ»	котельники	новорязанское ш., д. 5	2003	34 000	«РЕАЛ», CASTORAMA
«КРАСНЫЙ КИТ»	мытищи	шараповский проезд, д. 18	2006	26 600	«ПЕРЕКРЕСТОК», «ТЕХНОСИЛА», «КАРО-ФИЛЬМ»
«ФОРМАТ»	мытищи	олимпийский пр.-т, д. 29	2005	22 000	«РАМСТОР», «МИР»
«АКВИЛОН»	орехово-зуево	ленина ул., д. 85	2005	19 200	«ПЕРЕКРЕСТОК», «ЛЮКСОР»
«ПЕРЛОВСКИЙ»	мытищи	селезнева ул., д. 33	2007	17 400	«ПЕРЕКРЕСТОК», «ЦЕНТРФИЛЬМ»
«СВЕТОФОР»	балашиха	энтузиастов ш., д. 16	2006	17 000	«СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ»
«ГАЛИОН»	балашиха	энтузиастов ш., д. 54А	2005	16 700	«ПЕРЕКРЕСТОК», «МИР»
«РАМСТОР-ПОДОЛЬСК»	подольск	большая серпуховская ул., д. 45	2003	16 000	«РАМСТОР», «КАРО-ФИЛЬМ»
«ВЕРТИКАЛЬ»	балашиха	энтузиастов ш., д. 36А	2005	15 000	«ПЕРЕКРЕСТОК», «М.ВИДЕО»
«ПАТЭРСОН»	люберцы	октябрьский пр.-т, д. 146	2003	13 500	«ПАТЭРСОН», «ЗЛЬ ДОРАДО»
DREAM HOUSE	барвиха	рублево-успенское ш., д. 85/1	2005	12 600	«АЗБУКА ВКУСА»
«КРАСНОГОРСКИЕ ТОРГОВЫЕ РАДЫ»	красногорск	50-летия октября ул., д. 12	2005	12 500	«РАМСТОР», «ЗЛЬ ДОРАДО», BANANAMAMA
«ИДЕЯ»	балашиха	мкрн. цовб, д. 20	2006	12 500	«СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ», «ЗЛЬ ДОРАДО»
«АЛЬБАТРОС»	дмитров	профессиональная ул., д. 58	2005	12 000	«СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ»
«МЕРИДИАН»	электросталь	ялагина ул., д. 4	2006	12 000	SPAR
«КУРС»	видное	мкрн. солнечный, д. 10	2006	11 000	«ПЕРЕКРЕСТОК», «ЗЛЬ ДОРАДО»



Именно там девелоперы могут реализовать масштабные проекты ТЦ, что уже практически невозможно в пределах МКАД. «По нашим оценкам, города Московской области с населением свыше 100 тыс. имеют такой же экономический потенциал, как города-миллионники в отдаленных регионах. В Подмоскovie уже есть платежеспособный спрос на торгово-развлекательные центры, — говорит Дмитрий Котляренко. — Уровень доходов населения существенно увеличился за последние годы. В выходные дни жители уже готовы не ехать в Москву, а делать покупки в своем городе».

Однако в действительности в Подмоскovie не больше пяти-семи городов способны «переварить» крупный торговый центр (более 80 000 кв. м). Оптимальным может стать и размер торговой площади в 30 тыс. кв. м — здесь все зависит от количества населения города и размера доходов его жителей.

↑
ТРЕНД

Однако если в городе представлено много торговых центров, то создается очень большая конкуренция, и для небольших арендаторов такие предложения теряют интерес. Немаловажен и вид деятельности арендаторов. Если помещение арендуется, например, для брендовых марок одежды, то арендатору достаточно одной «точки» в городе. «Например, для того чтобы собрать мощный пул небольших, но известных арендаторов торговой галереи более удобен ТЦ относительно небольшой площади (около 30 тыс. кв. м), но к разработке и брокериджу которого привлекалась действительно профессиональная компания», — утверждает генеральный директор компании «Торговый квартал» Дмитрий Зотов. ■

Окружные торговые центры с общей арендуемой площадью от 10 до 50 тыс. кв. м обычно расположены в 10–20 минут езды на личном или общественном транспорте от



Отдельно выделяются центры, ориентированные на определенный образ жизни: предлагающие, в первую очередь, товары для средне- и высокообеспеченных слоев на-

ДС «ДС ДЕВЕЛОПМЕНТ»
ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

NORDSTAR
T O W E R

НОВЫЙ БИЗНЕС-ЦЕНТР КЛАССА «А» НА БЕГОВОЙ

-  3 МИНУТЫ ПЕШКОМ ОТ СТ. М. «БЕГОВАЯ»
-  ХОРОШАЯ ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ – ТТК, ЛЕНИНГРАДСКИЙ И КУТУЗОВСКИЙ ПРОСПЕКТЫ
-  УДОБНЫЙ ДОСТУП К ТРАНСПОРТНОМУ ТЕРМИНАЛУ «МОСКВА-СИТИ» (ШЕРЕМЕТЬЕВО, ВНУКОВО)
-  ОТЛИЧНОЕ СООТНОШЕНИЕ ПАРКОВОЧНЫХ МЕСТ 1:60
-  АРЕНДА – ОТ 1000 КВ.М. ЗАРЕЗЕРВИРОВАНО УЖЕ БОЛЕЕ 60% ОФИСНЫХ ПЛОЩАДЕЙ

РЕКЛАМА

SA
S.A. Ricci
King Sturge

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ АГЕНТ: S.A. Ricci/King Sturge



(495) 790 71 71



MOSCOW@RICCI.RU WWW.RICCI.RU

селения, а также располагающие кафе, ресторанами и развлекательными комплексами. Как отмечает Евгений Скоморовский, в таких торговых центрах по большей части нет якорных арендаторов как таковых, но могут быть представлены книжные центры, многозальные кинотеатры, магазины общеизвестных марок. Общая площадь таких центров — от 15 до 50 тыс. кв. м.

Существует разновидность суперокружного торгового центра — пауэр-центр. Он содержит по крайней мере 4 якоря, площадью более 1,9 тыс. кв. м каждый. Такими якорями являются «жесткие» товары: бытовая техника и электроника, спорттовары, офисные принадлежности, товары для дома, лекарства, средства для здоровья и красоты, игрушки, персональные компьютеры и их элементы. Пауэр-центр сочетает в себе узконаправленных «убийц категорий» (полный ассортимент товаров по какой-либо категории по низким ценам), оптовый клуб и дискаунт-универмаг. Якорные арендаторы в таких центрах занимают около 85% общей арендуемой торговой площади. Общая площадь обычно составляет от 25 до 60 тыс. кв. м. Пауэр-центр вместе с прилегающими парковками занимает территорию от 10 до 40 га.

Региональные торговые центры — это комплексы площадью от 40 до 80 тыс. кв. м, расположенные на территории от 20 до 50 га. Как правило, у таких торговых центров два и более якорных арендатора, занимающих 50–70% площадей центра. В эти торговые центры люди готовы ехать по 30–40 минут на транспорте, поскольку ассортимент и перечень категорий товаров здесь намного выше, чем в любом пауэр-центре. К тому же региональные центры регулярно проводят распродажи или же продают товары по специальным ценам.

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ — ЗАЛОГ УСПЕХА

Отдельно выделяются специализированные торговые центры. По словам Алексея Дзедоева, их часто разделяют по темам: развлечение, торговля и развлечения, скидки, товары для дома, исторические, мегаполлы.

Якорем фестиваль-центра является совокупность предприятий развлечений и общественного питания, а магазины выступают в качестве сопутствующих. Они расположены, как правило, в культурно-исторических местах города, на центральной площади.



ПОПУЛЯРНЫЙ НА ЗАПАДЕ ФОРМАТ УЛИЧНОЙ ТОРГОВЛИ У НАС НЕ ПРИЖИВЕТСЯ ИЗ-ЗА КЛИМАТА

В торгово-общественном центре якорем могут выступать детские и фитнес-клубы, спортивные и развлекательные комплексы, гостиница и универмаг. В своем составе они могут иметь объекты социальной направленности.

Якорем в торговом центре моды является совокупность магазинов одежды и обуви. Сопутствующими арендаторами выступают магазины аксессуаров, парфюмерии и пр. Находятся они обычно в центре города и часто занимают первые (с 1-го по 3-й) этажи в торгово-офисных центрах.

ЗАВТРА РИТЕЙЛЕРА «Говоря о России, до сих пор имеет смысл выделять отдельно столичный и другие регионы», — уверен Евгений Скоморовский. В Москве представлены практически все виды торговых центров, распространенных на Западе. «Пожалуй, не так много у нас пока центров «шаговой доступности» в силу сложностей с наличием

свободных земельных участков, зачастую их роль выполняют районные торговые центры», — рассуждает эксперт.

По мере развития легкой промышленности в российских городах будут появляться outlet-центры. Такие комплексы обычно располагаются вне городской застройки, обладают значительной по площади парковкой и предназначены для покупателей, которые готовы приобретать качественные товары по разумным ценам. Обычно такие комплексы не обладают развлекательной зоной и ориентированы на тех, кто отправляется для совершения запланированных покупок. «Основными преимуществами данных центров для покупателей являются присутствие большинства торговых марок и более низкий уровень цен по сравнению с торговыми центрами, расположенными в центральной части города, и/или мегаполлами, которые обычно поддерживают относительно высокий уровень цен», — объясняет Алексей Дзедоев.

С ростом интенсивности пассажироперевозок будут развиваться торговые центры в аэропортовых зонах. До сих пор в России нет развитых дисконт-центров и центров товаров по сниженным ценам, которые могли бы представлять собой самостоятельно развивающиеся сети торговых центров, есть только отдельные магазины или анклавы вроде Саввинской набережной, где постепенно появились несколько одежных дисконтов.

Из распространенных в развитых странах типов торговых площадей эксперты не ожидают появления в России strip-центров, по крайней мере, в регионах с нестабильным климатом, который осложняет их строительство и жизнь покупателя, которому приходится проходить по улице из одного магазина в другой под дождем и снегом. Хотя в большинстве стран именно подобные центры являются одним из инструментов развития малого бизнеса.

РОССИЙСКИЕ ПРИМЕРЫ Оригинальных по концепции торговых центров в России пока немного, но они постепенно появляются, и даже в регионах.

В 2005 году был открыт Dream House компании CMI Development. Это малый торговый центр на 13 тыс. кв. м торговых площадей. Бюджет проекта составил \$25 млн. У инвесторов появилась идея сделать дизайнерский центр на Рублевке, так как в том направлении живут основные потребители дорогого дизайна. Он построен на участке площадью 1 га в Барвихе, в 8 км. В этом комплексе арендуют помещения дизайнерские компании, мебельные производители, магазины элитных производителей аксессуаров для дома. Центр задумывался также как место, где будут проводиться различные конференции дизайнеров.

В Екатеринбурге возводят шесть торговых комплексов, объединенных общей территорией и брендом (мебельные центры «Идея» в составе Мебельной улицы), которые будут предлагать качественную отечественную и иностранную мебель в среднем ценовом сегменте.

В Краснодаре построили крупный торговый комплекс «Медиаплаза». Его специализация — электроника и бытовая техника для широкой потребительской аудитории. Комплекс объединил под одной крышей региональные и международные бренды, а также ведущих федеральных ритейлеров. ■

*Теперь у всех развлечений
есть одно название*

Общая площадь комплекса: 170 000 кв.м
Аквпарк 25 000 кв.м
Детский центр 8 000 кв.м
Фитнес с кортами 7 000 кв.м
Торговая галерея 17 000 кв.м
Кинотеатр 10 залов
Боулинг 42 дорожки
Паркинг 2 000 м/м

БЕРЕНДЕИ

- Самый большой развлекательный комплекс в черте города.
- Расположен на побережье Финского залива у парка «300-летия Санкт-Петербурга».
- В непосредственной близости к транспортным магистралям: ул. Савушкина, Приморскому шоссе и КАД.
- Уникальная инфраструктура: не имеющий аналогов в России и Европе аквапарк, крупнейший детский центр, боулинг, кинотеатр, фитнес с кортами, рестораны и кафе, торговая галерея.
- Ввод в эксплуатацию: IV квартал 2008 г.



Аренда: 197374, Санкт-Петербург, Приморский пр. 72, парк «300-летия Санкт-Петербурга»,
тел./ факс: +7 812 438 27 10, моб. тел.: 8 921 948 90 38, e-mail: dponomarev@msn.com, www.stremberg.com

ДЕНЬ ВЫБОРОВ

У СОБСТВЕННИКА ГОСТИНИЦЫ НЕ МНОГО ВАРИАНТОВ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ: ИСПОЛЬЗОВАТЬ СВОЙ ДОМОРОЩЕННЫЙ ОПЫТ ИЛИ ПРИГЛАСИТЬ УПРАВЛЯЮЩУЮ КОМПАНИЮ — ЗАПАДНУЮ ИЛИ РОССИЙСКУЮ. ДАЖЕ НА ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД ОЧЕВИДНО, ЧТО СДЕЛАТЬ ВЫБОР НЕПРОСТО.

НАТАЛЬЯ ЯМНИЦКАЯ

Возьмем для примера типичный российский гостиничный объект — бывшую советскую гостиницу номеров на 300, которая никогда не реконструировалась, расположенную в городе-миллионнике. Первый вариант развития событий: собственник управляет гостиницей самостоятельно. Сегодня, в условиях дефицита гостиниц, проблем с заполняемостью не будет. Но они возникнут через пару лет, когда обострится конкуренция.

Собственник учится управлять гостиницей путем проб и ошибок. Соответственно, неизбежно потеряет время и деньги. Его инвестиции вернуться позже, чем в случае привлечения им управляющей компании. Когда конкуренты развернутся в полный рост, ему останется только демпинговать.

Одна из главных проблем — кадровая. Как собственник будет формировать верхнее управленческое звено? Есть ключевые позиции: руководители служб приема и размещения, обслуживания номеров, питания, и, конечно, директор. Зарплата по-настоящему профессиональных руководителей этих служб — \$4–6 тыс., зарплата директора — \$5–10 тыс. И нет никакой уверенности в том, что собственник сможет найти нужных специалистов в городе. Отдельный вопрос — как он их будет искать и по каким критериям оценивать профпригодность. Прибавим к этому стоимость аренды квартир для таких сотрудников (проживание их в гостинице будет создавать существенные неудобства в моменты большого наплыва постояльцев). Ошибки в выборе ключевых менеджеров обойдутся дорого.

Но беда в том, что найти подходящих работников трудно, и выбор их ограничен — гостиничная отрасль испытывает кадровый голод. «К сожалению, сейчас на рынке гостиничного бизнеса нет квалифицированных российских специалистов. Причина в том, что ни один профильный вуз страны не может дать надлежащего образования: преподаватели, которые работают там по 20 лет, абсолютно не знакомы с современными реалиями и практически не выезжают за пределы России, чтобы ознакомиться с европейскими стандартами», — говорит директор по развитию «Азимут Сеть Отелей» Михаил Фельдман.

Поэтому западные и российские операторы вынуждены приглашать из-за границы обученный и высококвалифицированный персонал. Причем кадровая проблема актуальна не только в отношении топ-менеджеров отелей. Типична ситуация, когда людей берут «на вырост». Нужны образовательные программы, как минимум раз в году сотрудников нужно отправлять учиться.

Операторы в таких случаях могут создать и свои образовательные курсы, но для собственника вложения в обучение могут оказаться неприбыльными — по свидетельству регионального директора по коммуникации и общественным связям компании Rezidor Hotel Group Сандры Димитрович, в России наблюдается большая текучесть линейных кадров.

ВЫБЕРИ МЕНЯ «Персонал — это одна из основных статей расходов гостиницы», — констатирует руководитель отдела стратегии и развития группы «ИФД Капиталь» Илларион Луконин. По его словам, в России действительно хороший работник — большая редкость, и за

СОБСТВЕННИК УЧИТСЯ УПРАВЛЯТЬ ГОСТИНИЦЕЙ ПУТЕМ ПРОБ И ОШИБОК. СООТВЕТСТВЕННО, ОН НЕИЗБЕЖНО ПОТЕРЯЕТ ВРЕМЯ И ДЕНЬГИ. ЕГО ИНВЕСТИЦИИ ВЕРНУТСЯ ПОЗЖЕ, ЧЕМ В СЛУЧАЕ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИМ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ



УПРАВЛЯЮЩИЕ КОМПАНИИ ХОРОШО ЗНАЮТ КАК ДОЛЖНА ВЫГЛЯДЕТЬ НЕ ТОЛЬКО САМА ГОСТИНИЦА, НО И КАЖДЫЙ НОМЕР

такой персонал между менеджерами гостиниц разворачивается настоящая война. Поэтому открытие каждой новой гостиницы в Москве — это удар по уже существующим, они теряют персонал, им приходится наращивать бюджеты компенсаций.

Еще один важный момент — контроль использования средств. Для этого нужно программное обеспечение, предназначенное для управления гостиницами (ПО). Собственник может просто не знать, что такое ПО есть и что оно ему действительно нужно. Пакет ПО с самыми необходимыми опциями стоит около \$100 тыс. Полный пакет — все \$200 тыс. А чтобы программа действительно работала, потребуется еще и квалифицированный программист.

Управляющей компании, как оптовика, ПО обойдется значительно дешевле. У собственника без УК два варианта: либо смириться с недостаточностью контроля использования средств, либо идти на весьма существенные траты. Как правило, собственник, управляющий гостиницей самостоятельно, действует скорее эмоционально, нежели рационально; руководствуется своими представлениями о хорошей гостинице, а не стандартами управления.

Вот реальный пример. Площадь гостиничных номеров — 14–16 кв. м. Собственник переделывает 80% номеров в большие, размером 45 кв. м, исходя из своих представлений о комфорте (он бы и оставшиеся 20% переделал, но не может: там просто нет коммуникаций). При этом гостиница по-прежнему позиционируется как трехзвездная.

«Иногда крупные компании и их владельцы держат собственные отели в качестве непрофильных активов с сомнительной рентабельностью, например для представительских нужд или в качестве хобби», — рассказывает вице-президент Heliopark Group Дмитрий Степаненко. — Тут, конечно, управляющая компания не понадобится, тут бизнеса нет».

Впрочем, самостоятельное управление может не только вывести отель на уровень безубыточности, но и сде-

лать его прибыльным предприятием. По мнению владельца курского отеля «Аврора» Игоря Бредихина, для решения таких задач необходимо соблюдение двух условий. Во-первых, у собственника должна быть концепция, подобранный, обученный и сформированный в команду персонал, общий настрой на результат и грамотный, живущий этим бизнесом, руководитель. Во-вторых, отель

должен быть маленьким, так как уже в среднем сегменте «необходимо разделять полномочия и функции собственника и управляющего».

«Такой отель сможет составить конкуренцию даже российским или зарубежным операторам в городах-миллионниках или регионах, если руководство сможет сформировать и удержать команду профессионалов и создать в отеле уникальную атмосферу», — подчеркивает Игорь Бредихин.

По большому счету, выбор в пользу самостоятельного управления зависит от того, готов ли собственник смириться с упущенной прибылью.

«Преимущества самостоятельного управления гостиницей очевидны: отсутствие платежей управляющим компаниям, полная прозрачность в финансах, чувство гордости за результат и как следствие — более высокая отдача на инвестированный капитал», — говорит Игорь Бредихин. — Сложности такого подхода связаны в основном со стартапом — небольшой клиентский поток, неузнаваемость бренда, неосведомленность о существовании гостиницы. У нас этот период продолжался всего два месяца, после чего мы вышли на самоокупаемость».

БРЕНД ИЛИ КОМПРОМИСС? Второй вариант развития событий — собственник обращается к западной управляющей компании. Но у нее очень жесткие требования, смягчить которые она едва ли согласится. «Западный оператор приносит на рынок бренд и уже сложившиеся стандарты, менять которые по желанию инвесторов ему сложно и неинтересно», — подтверждает Михаил Фельдман.



БИЗНЕС-ЦЕНТР “А” на МАЯКОВСКОЙ Оружейный пер., вл. 19

ОСТРОВ РЕСПЕКТАБЕЛЬНОСТИ И УВЕРЕННОСТИ В БУРЛЯЩЕМ МЕГАПОЛИСЕ

В непосредственной близости от **м. Маяковская**

Площадь **11600** кв. м.
Плановый срок сдачи в эксплуатацию 1 квартал 2008 года.

Тел. +7 (495) 725-55-15 www.office-a.ru

Реклама ООО "Ладья Ривер" с проектной декларацией можно ознакомиться на сайте www.office-a.ru



При этом для западной компании ключевую роль будут играть три фактора: местоположение гостиницы, ее размеры и качество. Причем, по словам старшего вице-президента по развитию бизнеса компании Rezidor Hotel Group Арилда Ховланда, «приоритетным является именно расположение».

Кроме того, если конструктивно здание не соответствует стандартам, УК откажется от сотрудничества. Если соответствует, собственник согласно требованиям УК проводит полномасштабный ремонт за свой счет и к тому же платит УК за контроль реконструкции. Правда, как пояснила руководитель направления гостиничных проектов «Кlover Групп» Евгения Полетаева, международные компании редко берутся за реконструкцию здания, так как не могут соблюсти собственные стандарты качества.

Западный оператор не рискнет работать в нестабильном регионе, где риски слишком высоки. Или, наоборот, от оказания услуг он не откажется, но для собственника такая схема будет убыточной. «То есть западная компания получит свой процент за маркетинг и управление, отель справится с текущей деятельностью, но инвестированные в него средства не окупит», — поясняет вице-президент Федерации рестораторов и отельеров Вадим Прасов.

Так произошло и с бизнес-отелем европейского уровня «Heliopark Смолино» в Челябинске. Собственник, некогда самостоятельно управлявший бизнесом, решил провести модернизацию гостиницы и поднять ее уровень до «4 звезд».

«Наша гостиница находится на окраине города, и нам важно было сделать так, чтобы деловые люди согласились ехать к нам через весь город, а взамен получать удобство и комфорт, — рассказывает представитель собственника «Heliopark Смолино» Андрей Яровой. — Но когда мы обратились к западным операторам, нам сразу же объяснили, что инвестиции в наш проект превзойдут выручку отеля. В итоге нам пришлось отложить модернизацию на полгода, до тех пор пока мы не нашли российскую управляющую компанию».

А ДОМА ЛУЧШЕ Итак, третий вариант — собственник обращается к российской компании, например, к «Азимут менеджмент групп». «Ключевые параметры отеля, который мы оцениваем с точки зрения управления им, — это его географическое положение, местонахождение в городе, номерной фонд и общая площадь, — говорит представитель компании. — Для нас важно, чтобы потенциальный объект управления обладал номерным фондом от 200 номеров и общей площадью от 9 тыс. кв. м».

Согласно концепции «Азимут менеджмент групп», оптимальное соотношение площади номеров и общей площади составляет 0,5. Иными словами, если номерной фонд расположен на площади, скажем, 5 тыс. кв. м, то площадь всех остальных помещений, включая коридоры, рестораны и так далее, должна быть примерно такой же.

Представители российских управляющих компаний, как и их западные коллеги, убеждены, что лучший вариант — когда отель берется в управление на этапе проектирования. Дело в том, что предупреждать ошибки проще, чем их исправлять. Реконструкция здания требует дополнительных инвестиций, а доход управленцев напрямую зависит от выручки отеля.

Впрочем, по мнению аналитиков Colliers International, метод реконструкции гостиниц бывшего СССР, которые перестраивались на новый лад и вновь отдавались в управление, является одним из самых успешных ходов для местных операторов.

Теперь вопрос в цене. По словам Вадима Прасова, согласно мировому опыту, у оператора может быть пять основных источников дохода. Во-первых, вознаграждение за управление (management fee), которое составляет 2–5% операционной прибыли (GOP), затем — плата за бренд (franchise fee) — 5% и за маркетинг (marketing fee)

ФАБРИКА ЗВЕЗД

По мнению специалистов компании Colliers International, большинство иностранных операторов, работающих в Москве, специализируются на пяти-четырёхзвездочном сегменте бизнес-отелей — работа с отелями экономкласса невыгодна вследствие высоких цен на аренду и больших затрат на развитие. Российские бренды вроде Heliopark или Azimut также пытаются заполучить свой «кусочек пирога»

в обеих столицах, несмотря на то, что Москва традиционно считается дорогим местом для развития отельного проекта. С другой стороны, для многих западных операторов Москва становится «стартовой площадкой». «Пока мы существуем большей частью в непересекающихся плоскостях, международные сети долгое время работали почти исключительно в сегменте не ниже „5 звезд“, — констатирует вице-президент Heliopark



ИМЯ ИЗВЕСТНОЙ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ НА ФАСАДЕ ГОСТИНИЦЫ ДОРОГО ОБХОДИТСЯ ЕЕ ВЛАДЕЛЬЦАМ

— 0,5–1%. За бронирование оператор также возьмет вознаграждение (reservation fee), которое составит \$1 + 3–7% от суммы, а также премиальные (incentive fee) — 7–20%.

Можно предположить, что российский оператор, по причине молодости или заинтересованности в увеличении числа управляемых им отелей, потребует за свои услуги сумму на порядок ниже той, что указана в прайс-листе западных конкурентов. Но это не так.

«В сегменте трех звезд уровень цен успешного отечественного оператора уже не может быть на порядок ниже западных конкурентов. Мы фактически находимся в одной нише — привозим тех же иностранных специалистов, поэтому вознаграждение за наши услуги будет на уровне западных требований, — объясняет Михаил Фельдман. — Существенная разница, пожалуй, состоит в том, что западный оператор потребует высоких первоначальных вложений».



РАЗМЕРЫ НОМЕРОВ, ФОРМА СТОЛА И ДАЖЕ СЮЖЕТ РЕПРОДУКЦИИ НА СТЕНЕ — УПРАВЛЯЮЩУЮ КОМПАНИЮ ИНТЕРЕСУЮТ ЛЮБЫЕ ДЕТАЛИ

Group Дмитрий Степаненко. — Хотя за последние один-два года крупные иностранные бренды „3–4 звезд“ и стали активнее в России, все же пока дефицит качественных услуг на рынке велик и о серьезной конкуренции говорить рано». Действительно, столичный рынок еще далек от насыщения практически во всех сегментах отельного бизнеса, за исключением сегмента класса люкс, где, по данным заместителя

директора департамента консалтинга Colliers International Стефана Мейрата, предложение может превысить спрос. Что касается других сегментов рынка, то тут остается много возможностей как для российских, так и для зарубежных игроков. Впрочем, западные сети на данном этапе популярнее, чем местные операторы, так как они могут предложить более рациональное соотношение цены и качества.

«В Санкт-Петербурге ситуация несколько иная из-за фактора сезонности, — рассказывает Стефан Мейрат. — Международных брендов в северной столице существенно меньше, причем большинство из них размещается вдоль набережной Невы». А вот проблем с насыщением рынка в Петербурге не возникает — нехватку российских и зарубежных операторов здесь успешно компенсируют мини-отели и семейные гостиницы.

Нескольким иностранным брендам удалось закрепиться и в регионах России, в основном в сегменте среднего класса. Так компания Rezidor Hotel Group успешно продвигает здесь бренд Park Inn, который имел колоссальный успех в Екатеринбурге и Санкт-Петербурге и уже выходит на рынок Тюмени и Нижнего Новгорода. Для Hilton на российском региональном рынке открываются большие возможности, поэто-

му компания планирует продвижение брендов Garden Inn или Double Tree в городах-миллионниках. Marriott (управляющая компания Intercontinental Group) также планирует расширяться в регионах под брендом Courtyard, а французский оператор Accor обдумывает экспансию в регионы за счет брендов Ibis, Novotel и Pullmann. Регионы сейчас предоставляют массу возможностей для раз-

вития бизнеса — об этом говорят многие западные операторы. Так, по мнению вице-президента по продажам и маркетингу компании Interstate Management Services Ирины Кулагина, сферой интересов для иностранных игроков рынка отельного бизнеса будут не только города-миллионники, но и те центры, население которых превышает 400 тысяч.

ЗАСТРАХОВАТЬ МЕТРЫ ПРИБЫЛИ

СТРАХОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ — ОБЫЧНАЯ И ДАЖЕ НЕОБХОДИМАЯ ПРАКТИКА РАБОТЫ ЗАПАДНЫХ ДЕВЕЛОПЕРСКИХ КОМПАНИЙ. В РОССИИ ЖЕ РЫНОК СТРАХОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ТОЛЬКО НАБИРАЕТ ОБОРОТЫ.

АЛЕКСАНДРА КАРПОВА

На сегодняшний день объекты коммерческой недвижимости входят в число самых капиталоемких видов бизнеса. Эксплуатация их сопряжена с разными рисками — пожар, потоп, взрыв газа и проч. В таком случае страховой полис защищает имущественные интересы не только собственника здания, но и арендаторов. «Использование страховой защиты является показателем серьезного подхода к бизнесу», — считает начальник отдела технического андеррайтинга по страхованию имущества и ответственности ОАО «Русская страховая компания» Елена Павловская.

Впрочем, на практике никто не обязывает собственника коммерческих площадей страховать свое имущество. Такая необходимость может возникнуть, хотя число таких случаев ограничено. Например, недвижимость должна быть обязательно застрахована, если она находится в залоге или лизинге. Или в том случае, когда собственник недвижимости — компания, к примеру, созданная с участием иностранного капитала, — обычно требует застраховать недвижимость, потому что это соответствует западной корпоративной культуре.

Вместе с тем, если еще недавно организации, занимающиеся операциями с коммерческой недвижимостью, задавали вопрос «страховать или не страховать», то сейчас все чаще возникает другая проблема — как максимально обезопасить себя от возможных потерь с помощью механизма страхования.

Как показывает практика, собственники крупных объектов все-таки предпочитают страховать свое имущество по полной программе. Например, здание на Николоямской улице, в котором расположен офис «МИЭЛЬ — Коммерческая недвижимость», застраховано от стандартного перечня рисков на общую сумму \$12 млн. Как считают экс-



МАНЕЖ СГОРЕЛ И КРЕМЛЬ — ЗАСТРАХОВАЛИ

перты, в случае наступления страхового случая размер ущерба будет больше стоимости страхового возмещения.

«Вообще при страховании коммерческой недвижимости трудно говорить о среднем тарифе, который исчисляется в процентах от суммы, на которую собственник хочет застраховать имущество», — поясняет начальник отдела андеррайтинга имущественных рисков СК «Первая стра-

ховая компания» Татьяна Погребняк. Но, как правило, он варьируется в пределах 0,05%—0,5% от страховой суммы за год страхования.

Условно можно разделить тарифы следующим образом: (полный пакет рисков) 0,05—0,5% от суммы страховой выплаты — объекты крупного бизнеса; 0,15—0,25% — объекты среднего бизнеса — торговый или офисный

центр; 0,25—0,5% — объекты малого бизнеса. При этом разброс тарифов на страхование оборудования (торговое, офисное, производственное) также достаточно большой — от 0,18 до 0,4%.

Однако, как признают эксперты рынка, основной процент всех страховых премий в сегменте коммерческой недвижимости приходится на долю страхования имущества, где главным риском является возникновение пожара. Поэтому существенный фактор, определяющий стоимость страхования, — это состояние объекта недвижимости с точки зрения пожарной безопасности.

ЧЕГО БОЯТСЯ? «Вот почему классическим в сфере коммерческой недвижимости является страхование имущества от огня и других опасностей», — поясняет заместитель директора центра имущественного страхования СК «РОСНО» Андрей Хохлов. — На страхование могут быть приняты объекты недвижимости в целом или отдельные конструктивные части здания». Этот вид страхования позволяет обеспечить страхование на случай пожара, удара молнии, взрыва бытового газа, стихийных бедствий и других бед. Но, как считает вице-президент группы «Ренессанс страхование» Наталья Карпова, в первую очередь собственники всегда боятся от пожаров — актуальность этого риска не ставится под сомнения, тем более что зачастую он влечет за собой наиболее крупные убытки. Например, компания «Согласие» выплатила примерно \$4 млн владельцу бизнес-центра «Сокол». В прошлом году, в результате спланированного поджога одного из офисов была уничтожена значительная часть здания, а также имущество, находящееся в нем. «Безусловно, расходы собственника на страхование были несопоставимы ➔

РЕКЛАМА

ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ПАРК НА ТЕРРИТОРИИ 206 га ИДЕАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ И ДОСТУПНОСТЬ

Knight Frank

AksiS&Co.

Каширское шоссе, 90 км от МКАД

+7 (495) 981 0000

с размером ущерба от возникшего страхового случая», — отмечает начальник отдела страхования имущества СК «Согласие» Артем Плотников.

И в самом деле, в последнее время пожары, к сожалению, случаются все чаще и чаще. «Например, в апреле 2007 года произошел случай возгорания в бизнес-центре «Дукат Плейс 3» на улице Гашека, — вспоминает генеральный директор компании «МИЭЛЬ — Коммерческая недвижимость» Андрей Бушин. — В октябре загорелась мягкая кровля на крыше семизэтажного бизнес-центра „Тушинский“. Можно вспомнить также пожар в реконструируемом бизнес-центре на Смольной, который произошел в июле 2007 года».

Но, как считает ведущий юрист компании GVA Sawyer Дмитрий Симаков, риск наступления страховых случаев больше присущ старым постройкам, в которых отсутствуют современные противопожарные системы, а наличествуют деревянные перекрытия и старая электропроводка или устаревший водопровод и канализация. Например, в феврале текущего года страховая компания РОСНО выплатила 9 млн руб. владельцу административного здания в связи с пожаром. Причиной его стал аварийный режим работы электрокабеля. При этом стоимость страховки составила порядка 27 тыс. руб. В сентябре прошлого года компания выплатила за сгоревшее здание в Ямало-Ненецком автономном округе более 4 млн. руб. Сумма страхового взноса по договору страхования составила около 670 тыс. руб. Причиной возгорания стало самовозгорание горючих материалов, расположенных рядом с отопительной печью.

Однако застраховать имущество можно и от всех рисков сразу. «В этом случае страхуются не все конкретно оговоренные риски, а весь комплекс возможных рисков, но с исключением ряда случаев, — поясняет пресс-секретарь СК «Ингосстрах» Наталья Георгиева. — Например, не покрывается ущерб, если он наступил в результате военных действий или естественного износа имущества».

Дело в том, что более сложные риски, актуальные именно для строительной отрасли, нередко становятся объектом необоснованной экономии. Например, следует обратить внимание на риск «ошибки при проектировании». Неоспоримый пример тому — «Трансвааль-парк» и Бауманский рынок.

АРЕНДАТОР И АРЕНДОДАТЕЛЬ Нанести ущерб имуществу собственника могут и сами арендаторы коммерческих площадей. Для того чтобы компенсировать убытки, нанесенные собственнику, арендатора, как правило, обязывают заключить комплексный договор страхования имущества и ответственности. «В типовом договоре



БЛАГОДАря СТРАХОВОЙ ВЫПЛАТЕ БИЗНЕС-ЦЕНТР «ДУКАТ-ПЛЕЙС III» БЫЛ ВОССТАНОВЛЕН УЖЕ ЧЕРЕЗ МЕСЯЦ ПОСЛЕ ПОЖАРА

НЕДВИЖИМОСТЬ, ЗАСТРАХОВАННАЯ НА САМЫЕ БОЛЬШИЕ СУММЫ

1. «Ингосстрах» застраховал ответственность владельца склада и управляющей компании за вред, причиненный товарам, хранящимся на складе ЗАО «СТИК». Страховое покрытие по гражданской ответственности предоставлено по принципу «все риски», то есть за весь вред, причиненный третьим лицам. Застрахована следующая деятельность — сдача в аренду, эксплуатация, а также осуществление деятельности управляющей компании, в том числе техническое обслуживание, уборка зданий и помещений склада. Агрегатный лимит ответственности составляет \$5 тыс. Как отметили эксперты ОАО «Ингосстрах», в последнее время наблюдается активный спрос на страхование гражданской ответственности владельцев и управляющих компаний на складах.

2. «Ингосстрахом» застраховано от «огневых» рисков нежилое здание представительства компании с ограниченной ответственностью «Валтания Холдингс Лимитед». Страховая сумма по договору составляет 328 146 тыс. руб. Недвижимость находится по адресу: Москва, Малый Афанасьевский пер., д. 7. Выгодоприобретателем по полису выступает банк «Союз». Здание застраховано от полного пакета рисков. Оценка проводилась ООО «Центр экспертизы собственности».

3. «Ингосстрах» победил в тендере и застраховал от «огневых» рисков торгового-развлекательный комплекс «Щука» на сумму \$220 млн. Страхователями выступили ЗАО «ДОН девелопмент и менеджмент» и ЗАО «СК Донстрой». Застрахован также перерыв в коммерческой деятельности комплекса на страховую сумму \$30 млн. Оценку рискозащищенности объекта проводили специалисты инженерного центра «Ингосстраха».

4. Филиал ОАО «Ингосстрах» в Санкт-Петербурге застраховал комплекс нежилых зданий, включая внутреннюю отделку и земельный участок. Договор страхования покрывает такие риски, как пожар, повреждение водой, стихийные бедствия, взрыв, злоумышленные действия, наезд транспортных средств, падение летательных объектов. Страховая сумма составляет \$38 млн.

5. Тульский филиал РОСНО заключил договор страхования имущества автосалона Skoda ООО «Арсенал Авто» на сумму более 58 млн руб. По договору застрахованы дилерский центр автосалона Skoda с отделкой и имуществом общей площадью 1388,1 кв. м, а также оборудование котельной дилерского центра. Страховое возмещение предусматривает покрытие по следующим рискам: пожар, удар молнии, взрыв, падение летательного аппарата или столкнове-

ние с ним, буря и град, наводнение, землетрясение, просадка грунта, оползень, обвал, повреждение водой из систем водоснабжения, отопления, канализации и аналогичных систем, кража со взломом, грабеж, разбой, преднамеренные действия третьих лиц, направленные на повреждение застрахованного имущества.

6. Страховая компания РОСНО победила в открытом конкурсе на право заключить государственный контракт на страхование имущества ФГУК «Государственный Кремлевский Дворец» на 2007 год. По условиям контракта РОСНО страхует здания и сооружения, принадлежащие Государственному Кремлевскому Дворцу. Объем страхования РОСНО составит около 1,7 млрд руб.

7. Нижегородский филиал РОСНО застраховал имущество производственно-торгового объединения «Цитрон», которое специализируется на производстве высококачественной промышленной и пищевой упаковки. Договоры, заключенные между СК «РОСНО» и ООО «Цитрон», предусматривают страхование офисных и производственных помещений, принадлежащих клиенту. Общая площадь застрахованных помещений составляет около 4500 кв. м. Страховое покрытие включает риски: пожар, удар молнии, взрыв, буря, град и прочие стихийные бедствия, падение летательного аппа-

рата или столкновение с ним; повреждение водой из систем водоснабжения, отопления, канализации и аналогичных систем; преднамеренные действия третьих лиц, направленные на повреждение застрахованного имущества. Страховая сумма по договору составляет более 75 млн руб.

8. Хабаровский филиал РОСНО стал победителем конкурса на страхование имущества, денежной наличности и автотранспорта ОАО «Далькомбанк» на общую сумму более 288 млн руб. ОАО «Далькомбанк» — один из крупнейших банков Хабаровска, имеет разветвленную сеть отделений и филиалов по всему Дальнему Востоку. В результате победы в тендере, РОСНО застраховало 10 зданий банка, включая внутреннюю отделку, оборудование, мебель и офисную технику, а также денежную наличность в кассах. Имущество и денежная наличность застрахованы по следующим рискам: пожар, удар молнии, взрыв, падение летательного аппарата или столкновение с ним; буря и град; повреждение водой из систем водоснабжения, отопления, канализации и аналогичных систем; кража со взломом, разбой; преднамеренные действия третьих лиц, направленные на повреждение имущества. Договор страхования имущества также включает покрытие по риску «грабеж». Общая страховая сумма по договорам

аренды присутствует ответственность арендатора за нанесенные убытки из-за повреждения имущества арендодателя», — отмечает директор дирекции имущественного страхования СК «МАКС» Александр Агапов. Причем, заключение договоров страхования является основанием для расторжения договора аренды арендодателем. Вот почему в последнее время часто практикуется включение стоимости страхового полиса в сумму арендной платы за пользование помещением.

«Поэтому в бизнес-центрах класса „А“ страхование имущества арендатора, а также страхование ответственности арендатора является общепринятой практикой, — рассказывает руководитель юридического отдела СВ Richard Ellis Марина Митюшнина. — И, как правило, эта обязанность арендатора закреплена в договоре аренды».

Охотнее всего страхуются западные арендаторы — они имеют большой опыт страхования и, как правило, их московские представительства застрахованы в рамках глобальных страховых программ, поэтому им не нужно объяснять преимущества страхования или, тем более, «принуждать» страховать свое имущество.

Однако собственно компенсация по страховому полису может выплачиваться либо в полном размере, либо частично. Размер компенсации ущерба зависит от выбора клиентом суммы страховки на стадии заключения договора страхования. Если имущество было застраховано не на полную стоимость, то и компенсация будет осуществляться в том же процентном соотношении, что и соотношение страховой суммы и стоимости имущества.

С другой стороны, и сами арендаторы заинтересованы в том, чтобы застраховать имущество от существующих многочисленных рисков. Даже самая незначительная авария или поломка оборудования может обернуться для арендатора помещения не только прямыми материальными затратами на ремонт, но и возмещением ущерба своим «соседям», которые тоже могут пострадать. Например, если его имущество повреждено в результате протечки или пожара, то он получит возмещение от страховой компании. Так, два года назад произошел пожар, уничтоживший часть здания в торговом центре XL в Мытищах. В результате всем пострадавшим арендаторам были выплачены страховые суммы, в целом составившие \$5,2 млн.

«Здания — это сообщества собственников, и каждый из них должен нести ответственность за общее имущество, — считает вице-президент корпорации Mirax Group Константин Борисов. — Это „шоссе с двусторонним движением“. Таким образом, страховой полис защищает интересы не только самих собственников, но и арендаторов, а также третьих лиц — то есть нас с вами». ■

составила 271 248 961 руб. Кроме того, в РОСНО застрахованы 22 автомобиля, составляющие автопарк банка. Они были застрахованы по КАСКО и ОСАГО на общую сумму 16 916 576 руб.

9. Западно-Сибирская дирекция РОСНО застраховала имущество торгового центра «Турана» на сумму 87 млн. руб.

10. По итогам победы в тендере филиал «РОСНО» — Калининград» и управляющая компания в сфере девелопмента и производства ADG Group заключили договоры страхования имущества и гражданской ответственности при использовании нежилых помещений торгово-административного комплекса «Калининград — Плаза». Договор страхования имущества предусматривает защиту здания, отделки и инженерного оборудования от огня, взрыва газа, удара молнии, стихийных бедствий, противоправных действий третьих лиц, терроризма, а также от убытков, причиненных перерывом в работе, явившихся следствием страхового случая. Страховая сумма по договору составляет \$71 500 000. Договор страхования ответственности предусматривает защиту при риске нанесения ущерба жизни, здоровью и имуществу третьих лиц. Страховая сумма по договору страхования гражданской ответственности при использовании нежилых помещений составляет \$3 млн.

ГОРОД ЛОГИСТИКОВ

ПРОЕКТ «КОНСТАНТИНОВО» ИНТЕРЕСЕН ТЕМ, ЧТО БОЛЬШУЮ ЧАСТЬ 150-ТЫСЯЧНОГО НАСЕЛЕНИЯ БУДУЩЕГО ГОРОДА ЗАСТРОЙЩИКИ ОБЕЩАЮТ ОБЕСПЕЧИТЬ РАБОЧИМИ МЕСТАМИ ПО МЕСТУ ЖИТЕЛЬСТВА.

НИКИТА АРОНОВ

Мода на разработку проектов небольших городов-спутников существует уже не первый год. «Константиново» в отличие от других проектов интересен тем, что этот город уже строится. «В первую очередь мы создаем рабочие места. В результате потребность в массовом строительстве жилья и платежеспособный спрос возникает автоматически», — официально сформулировали философию проекта в пресс-службе компании-застройщика «Евразия Сити». Вкладываящая в проект \$15 млрд группа «Евразия» имеет большой опыт в строительстве, прежде всего, транспортно-логистических комплексов. В «Константинове» без складского комплекса тоже не обошлось.

ПЛК «Северное Домодедово» — первая очередь проекта, строительство которой уже началась. В 2009 году здесь вырастет самый большой в Европе складской комплекс общей площадью 1,1 млн. кв. м. Одновременный ввод таких объемов мог бы привести к резкому падению цен на рынке складских услуг. Поэтому ПЛК «Северное Домодедово» строят в четыре очереди.

Сейчас сдано 558 тыс. кв. м производственно-складских помещений класса «А». Функционирует офисный блок. Тепло- и электроснабжение комплекса автономное — энергию дает газовая мини-ТЭЦ мощностью 43 МВт. Арендаторы на эти площади уже нашлись. Арендная плата составляет €100 за кв. м в год. На ПЛК «Северное Домодедово» уже сейчас занято 5 тысяч работников. Еще примерно столько же вакансий откроется через год после окончательной сдачи объекта.

Расположение логистического комплекса представляется удачным по целому ряду причин. Отсюда десять километров до крупнейшего в Восточной Европе аэропорта Домодедово; имеется выезд на трассу М4 «Дон», а в скором времени из строящегося города-спутника можно будет выехать и на Симферопольское шоссе. К тому же со временем несколькими километрами южнее ПЛК «Северное Домодедово» пройдет ЦКАД.

Еще больший интерес для потенциальных клиентов строящийся складской комплекс будет представлять через год-два, когда в Константиново подведут боковую ветку от железной дороги Павелецкого направления. Это ответвление — двойного назначения: для перевозки товаров из ПЛК «Северное Домодедово» и для скоростных электричек «Константиново—Павелецкий вокзал».

Конечно, складской комплекс, пусть и очень большой, не вполне подходит на роль градообразующего предприятия для многотысячного поселения. В рамках сотрудни-



«КОНСТАНТИНОВО» — ПЕРВЫЙ СТРОЯЩИЙСЯ ЧАСТНЫЙ ГОРОД НА 150 ТЫСЯЧ ЖИТЕЛЕЙ

чества с «Первым каналом», в Константинове собираются строить медиа-парк. Под этим непривычным названием понимается комплекс, куда войдут киностудии полного цикла и жилой квартал для людей творческих профессий.

Впрочем, грядущая популярность кинофабрики и так не вызывает сомнений. В Москве сейчас только две студии полного цикла: Мосфильм и киностудия имени Горького. Все съемки расписаны на год вперед. Утвержденного проекта медиа-парка пока нет, застройщики сообщают лишь несколько ключевых цифр. Известно, что площадь съемочных павильонов составит 60 тыс. кв. м, а общая территория комплекса займет 140 гектаров. Также известно, что «Евразия» инвестирует в строительство медиа-парка \$1,4 млрд.

Другим «магнитом» для привлечения туристов из Москвы станет первая в России гоночная трасса, соответствующая стандартам международной и российской автомобильных федераций. При ее строительстве «Евразия» будет сотрудничать с обеими спортивными федерациями, а также компанией Apex Circuit Design, специализирующейся на проектировании мотоспортивных объектов.

В Константинове появится и филиал одного из столичных университетов. Вокруг него планируется создать Академгородок, в котором разместятся центр MBA, бизнес-инкубатор, корпоративный и научный исследовательские центры. В строящемся городе запланирован, конечно, и деловой квартал. Под офисы класса «А» и «В+» будет отведен бизнес-парк в северной части Константинова. В общей сложности в городе планируется создать 60 тысяч рабочих мест, не считая инфраструктурных объектов. ■

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

Наталья Чукаева, директор департамента маркетингового анализа компании «МАСШТАБ»:

С точки зрения планировочных норм, которые присущи развитым европейским и американским городам, соотношение кв. м. коммерческой и жилой недвижимости в проекте «Константиново» выглядит очень амбициозно. 2,6 млн. коммерческой недвижимости при заявленных 150 тыс. жителей дают по 17,3 кв. м. на человека. Это опережает показатель таких мировых столиц как Лондон, Париж, Нью-Йорк. К слову, данный показатель по Москве, с учетом офисных и торговых площадей, составляет 0,8 метра на человека. Нет никаких сомнений, что для того, чтобы строить такое количество коммерческих площадей, необходимо иметь партнера, который в дальнейшем эту недвижимость будет использовать в собственных целях. Вывод такого количества коммерческой недвижимости на спекулятивной основе слишком рискован. Даже учитывая то, что к территориям проекта от Павелецкого вокзала будет проложена скоростная железная дорога и принимая во внимание близость аэропорта, такое количество площадей — серьезный объем.

Что касается профиля этой недвижимости, то мультимедийный комплекс — это объект, который можно построить и реализовать только со стратегическим инвестором, который по окончании проекта будет его потребителем. В таком случае этот медиа-парк будет востребован. Идея строительства в медиа-парке жилья для представителей творческих профессий, на мой взгляд, немного утопична. Аналогичная ситуация с центром промышленного дизайна и инноваций. Если у компании есть стратегический партнер, под которого строится центр, значит, проект удастся. Главная проблема, которая может возникнуть, — это отсутствие рабочей силы. Востребованность гоночной трассы «Евразия-Автодром-Домодедово» зависит исключительно от существующих договоренностей. Главное преимущество проекта заключается в строительстве скоростной железной дороги, которая соединит «Константиново» с центром Москвы.

КОМСТАР > СВЯЗЬ > БИЗНЕС

ЭФФЕКТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА



РЕКЛАМА

«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 его 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

РЕКЛАМА

«ГРАН-ПРИ» КОРПОРАЦИИ «ЗНАК» В МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

СТРОИТСЯ ПЕРВЫЙ В РОССИИ ИППОДРОМ, ПОЗВОЛЯЮЩИЙ ПРОВОДИТЬ ТУРНИРЫ МЕЖДУНАРОДНОГО УРОВНЯ. ОН СТАНЕТ ЧАСТЬЮ МАСШТАБНОГО ПРОЕКТА «ГРАН-ПРИ», КОТОРЫЙ СТРОИТ КОРПОРАЦИЯ «ЗНАК» ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.

ОЛЬГА СОЛОМАТИНА

Комплекс «Гран-При» возводится на территории бывшей Красногорской птицефабрики, закрывшейся из-за нерентабельности сельскохозяйственного производства, — на самой границе Москвы, внутри плотной городской застройки. К тому же подобное предприятие внутри густонаселенных районов (Митино и Куркино) является серьезной экологической угрозой. Строительные работы начались спустя почти 10 лет после закрытия птицефабрики, фактически на пустом месте.

«„Гран-При“, девелопером которого выступает корпорация „Знак“, — проект создания масштабного комплекса недвижимости за пределами мегаполиса, уникальный с точки зрения расположения, архитектурных и инфраструктурных решений», — говорит генеральный директор корпорации «Знак» Евгений Позняков.

«Проект объединяет в себе различные по характеру и функциям типы застройки, гармонично вписанные в окружающую среду, — рассказывает Наил Газизова, главный архитектор корпорации „Знак“. — Территория в долине реки Сходня, на которой расположится „Гран-При“, характеризуется большими перепадами рельефа и разнообразием ландшафтов. Природное окружение обуславливает создание комплекса, предлагающего гармоничную среду обитания».

На территории комплекса «Гран-При» помимо ипподрома будет построена жилая, общественная, социальная и коммерческая недвижимость общей площадью 1,7 млн кв. м.

Реализация проекта началась в июне 2007 года со строительства ипподрома. В настоящее время заложен первый камень будущего ипподрома, открыт строительный городок, на стройплощадке работает тяжелая техника, ведутся финальные согласования градостроительной документации, тестирование покрытия беговых дорожек и завершаются работы по строительству участка дороги МКАД—Путилковское шоссе. После чего будет реконструировано и само Путилковское шоссе.

Что касается ипподрома, проект имеет ряд особенностей, дающих возможность назвать его уникальным объектом. Одна из особенностей — это устройство стартовой дорожки, позволяющей проводить скачки на дистанцию 1200 м по прямой. Забеги на эту дистанцию — одни из самых зрелищных и популярных в мире. Кроме того, предусмотрена возможность забегов на эту и другие дистанции на двух параллельных дорожках с разным покрытием. Одна дорожка будет иметь травяное покрытие, две другие — покрытие из композитного грунта. Это позволит продлить сезон проведения скачек. Образцы речного песка и гумуса для сооружения основания дорожек, варианты травяного покрытия, верхний слой почвы с предполагаемого места размещения тренировочного поля уже отправлены в лабораторию компании STRI. В течение года британские специалисты дадут заключение о том, какая технология строительства беговых дорожек ипподрома будет оптимальной, рассказывает архитектор проекта.

Внутри кольца дорожек для скачек разместится дорожка для бегов. Беговые дорожки пересекут речную долину, а в центральной части образуемого беговыми дорожками замкнутого пространства будет устроено искусственное озеро. Для приема важных персон предусмотрено строительство вертодрома, кроме того, целое крыло здания главных трибун отведено под президентский блок.

С ЗАПАДА ТЕРРИТОРИЮ ИППОДРОМА ОБРАМЛЯЕТ ЗОНА МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА, ГДЕ РАСПОЛОЖАТСЯ ОФИСНЫЕ, ТОРГОВЫЕ, РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ И СПОРТИВНЫЕ ОБЪЕКТЫ, ГОСТИНИЦА И АПАТАМЕНТЫ



ЦЕНТРАЛЬНАЯ ЧАСТЬ «ГРАН-ПРИ» — ИППОДРОМ — МОЖЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ КАК ВЫСТАВОЧНЫЙ ИЛИ КОНЦЕРТНЫЙ КОМПЛЕКС

«С крытых трибун, уникальная крыша которых по форме напоминает седло, будет обеспечен отличный вид на беговые дорожки и долину реки благодаря сплошному остеклению фасада и отсутствию конструкций, препятствующих обзору», — продолжает рассказ Наил Газизова. В здании будут расположены рестораны и кафе, залы при-

ятия ставок, закрытые и открытые трибуны, VIP-холлы и ложи, а также клубы владельцев лошадей. Лифты и эскалаторы свяжут между собой шесть уровней здания главных трибун, что позволит организовать работу ипподрома максимально эффективно. Принцип разделения потоков применяется также при разработке схемы организации подъезда к ипподрому. На стадии расширения проекта предусмотрено строительство еще двух трибун.

Планируется многофункциональное использование здания и сооружений ипподрома: в дни, когда не будут прово-

дятся соревнования, возможна организация концертов, выставок, презентаций в здании ипподрома и на беговом поле. На первом этапе строительства комплекс сможет принять до 23 тыс. гостей, а после окончания строительства его второй очереди — до 34 тыс. зрителей.

К северу от ипподрома на расстоянии менее километра будет расположен конный тренировочный центр с конюшнями, манежами и тренировочными дорожками и площадками. Здесь будут также построены здания клуба и гостевой комплекс.

С запада территорию ипподрома обрамляет зона многофункционального комплекса, где будут сконцентрированы офисные, торговые, развлекательные и спортивные объекты. В комплексе предусмотрено также размещение гостиницы, апартментов и жилой застройки. Ипподром должен соединить плотную городскую застройку, запланированную к югу от него, на высоком плато надпойменной террасы Сходни, и коттеджные поселки, расположенные на противоположном берегу реки.

Структура зоны плотной застройки, так называемого Высокого города, организована так, что основные планировочные оси ведут к ипподрому, являющемуся ядром проекта. Проектировщики использовали природные характеристики местности, в результате с территории Высокого города будет открываться вид на ипподром и долину реки.

Кроме объектов социального и бытового обслуживания, а также объектов досуга на территории проекта будет создано большое количество рабочих мест для жителей района. Офисные и торговые объекты будут расположены в многофункциональном центре, а также вдоль основных дорог Высокого города, образуя буферные зоны, отделяющие жилую застройку от магистралей.

Здесь предусмотрено развитие необходимой инженерной и транспортной инфраструктуры, с устройством подземных парковок. Кроме сбалансированной транспортной системы на территории комплекса НИИПИ градостроительства МО и французская компания Ingedia совместно разработали транспортную схему окружающей территории.

Планируется, что строительную часть комплекса «Гран-При» будет реализовывать консорциум компаний при участии авторитетных российских и иностранных консультантов. ■

Строящиеся и только проектируемые объекты в рубрике **ВГ «Проекты»** теперь будут оценивать не только компании-конкуренты, но и эксперты рынка коммерческой недвижимости — компании-консультанты. Их мы будем просить оценить перспективность проектов, а также выдать персональные рекомендации инвесторам и девелоперам. А в конце года уже инвесторы и девелоперы смогут оценить полученные советы на основании опыта реализации проектов. Информацию о новых проектах компании могут высылать на адрес solomatina@kommersant.ru. Сообщение публикуется бесплатно. Решение о публикации информации принимает редакция.

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

Юля Будник, руководитель отдела инвестиционного брокериджа компании GVA SAWYER:

Сильные стороны проекта — это, прежде всего, расположение «Гран-При». Он находится в близости от МКАД и одного из динамично развивающихся в Московской области районов — Красногорского. Безусловный плюс — планируемое развитие и реконструкция транспортного сообщения между проектом, Москвой и областью, а также формирование интересных центров «притяжения» в проекте (ипподром, гольф-клуб). Проектом заявлено не просто развитие отдельного участка, а строительство полноценного современного самодостаточного городского образования.

К рисковому сторонам следует отнести объем проекта и его долгосрочность. Из-за длительных сроков реализации задуманного, прогнозы и бизнес-планы строительства нужно составлять с многочисленными допущениями и предположениями, что уже само по себе усиливает девелоперские риски. Сложно осуществлять и финансирование на стадии разработки концепции, так как только предпроектные работы могут быть оценены в десятки миллионов долларов.

Для привлечения инвесторов следует выделить из общего объема проекта и подготовить для инвесторов отдельные лоты-проекты с различным функциональным назначением на выделенных земельных участках, с определенным пакетом документации. Таким образом, инвесторы смогут развивать выделенные участки, не входя в противоречия с общей концепцией проекта, в рамках собственных девелоперских или инвестиционных интересов. Не будет лишней и гибкость в подходе: инициатору проекта будет легче найти инвесторов, если он даст инвесторам возможность привлекать собственные девелоперские структуры, будет готов работать по схемам форвардного финансирования, корректировать назначение отдельных зон в общей концепции.

Ярослав Коцюба, старший консультант отдела финансовых рынков и инвестиций KNIGHT FRANK RUSSIA AND CIS:

Среди плюсов проекта можно отметить комплексность застройки территории, что позволяет организовать эффективное транспортное сообщение. Речь идет об участке свыше 80 га, для успешного развития которого необходима сбалансированная концепция.

На наш взгляд, удачным моментом в данном проекте является симбиоз жилой, коммерческой и социальной инфраструктуры. Предусмотренный в концепции проекта ипподром международного уровня станет его особенностью, притягивающей к нему внимание.

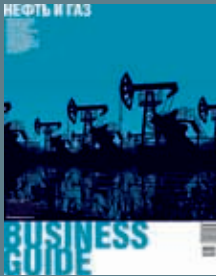
Поскольку речь идет о масштабном проекте, то у девелопера, конечно, могут возникнуть определенные трудности, связанные с финансированием. В первую очередь, это значительный объем инвестиций в его инфраструктуру. Скорее всего, сроки реализации будут достаточно длительными, поскольку девелопер планирует возвести до 2 млн кв. м. площадей разного функционального назначения — жилье, коммерческую недвижимость, ипподром, социальные объекты и др. Большинство инвесторов сегодня не готовы входить в девелоперские проекты на длительный срок.

Скорее всего, девелоперу «Гран - При» придется осуществлять его реализацию в несколько этапов, это повысит привлекательность проекта для инвесторов. Обременения в виде социальной инфраструктуры — еще один фактор, который может «смущать» потенциальных инвесторов. При этом важно понимать, что с юридической точки зрения сложно разделить проект на коммерческую и социальную составляющие. Если говорить об общих требованиях, то для большинства инвесторов, планирующих крупные вложения, важны такие моменты, как опыт девелоперской компании и наличие реализованных проектов, проработанный бизнес-план, продуманные графики финансирования и т. д.



ТЕМАТИЧЕСКИЕ
СТРАНИЦЫ
ГАЗЕТЫ

Коммерсантъ



**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА
СМЕЖНИКИ
ИНВЕСТОРЫ
КОНКУРЕНТЫ
АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС**



**BUSINESS
GUIDE**



Буревестник



Современный бизнес-центр рядом с парком «Сокольники»

- прямой доступ на ТТК
- развитая инфраструктура
- передовые инженерно-технические системы и коммуникации
- профессиональная управляющая компания
- общая арендуемая площадь: 29000 м²
- блоки от 500 до 3800 м²
- готовность под чистовую отделку: 2-3 квартал 2008

HorusCapital

OWNER AND DEVELOPER

+7 (495) 788-55-75

www.horuscapital.ru

