



КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

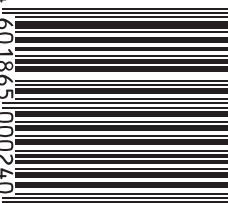
10 ЛУЧШИХ ОФИСОВ
ДВУХ СТОЛИЦ / 24
ВОЗРОЖДЕНИЕ
ВВЦ / 19
ГДЕ В МОСКВЕ
ЕСТЬ МЕСТО / 27
ПОЧЕМУ
НЕБОСКРЕБЫ
ОПАСНЫ
ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ / 30

Четверг, 10 мая 2007 №78
(№3654 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №17–32
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года.
Распространяются только в составе газеты.

Коммерсантъ

BUSINESS GUIDE

4 601865 000240



02119

www.kommersant.ru



ОЛЬГА СОЛОМАТИНА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

ФУНКЦИЯ ФУНКЦИИ

«Вы хотите оказаться самым богатым человеком на кладбище?» — часто спрашивает своих клиентов Манфред Кетс де Врис, один из самых известных и востребованных в мире бизнес-консультантов. Согласно результатам исследований Манфреда Кетса де Вриса, российский менеджмент переживает далеко не лучший период: люди не могут остановиться, зарабатывая деньги. Управленцы и их подчиненные проводят в офисах восемь-десять часов в день. Если ничего не изменится, эти часы составят 30–35 лет жизни. Что на 10–15 лет меньше того времени, которое мы проводим в кровати, что само по себе составляет треть жизни. Согласитесь, при таком соотношении крайне несправедливо, что к выбору собственной спальни мы подходим более серьезно, нежели к организации офисного пространства. В качестве положительного примера и источника вдохновения — десятка лучших, по мнению BG, офисов двух столиц (стр. 24). Согласно новой тенденции рынка, от 70 до 100% новых бизнес-центров находят своих арендаторов еще на этапе строительства. Условия предварительной аренды позволяют не только экономить, но и дают арендаторам возможность сделать офис под себя (стр. 22). Чем, на наш взгляд, непременно стоит воспользоваться. Серьезные перемены намечаются и в сегменте выставочных площадей. Программа федерального финансирования реконструкции Всероссийского выставочного центра одной из своих задач считает возрождение славы ВВЦ как площадки, представляющей интересы государства и отечественных производителей. Приведет ли это к перераспределению ролей на рынке выставочных площадей, читайте на стр. 19. Дефицит помещений, удобных для открытия ресторанов, заставил рестораторов обратить внимание на торговые центры. Теперь, закончив с покупками, можно запросто победать не только в демократичных фаст-фудах, но и в заведениях премиум-класса (стр. 27). Для модного ресторатора Аркадия Новикова постоянный поиск помещений и вовсе стал новым непрофильным бизнесом (стр. 29). Вопреки расхожему мнению работа с коммерческой недвижимостью может быть не только безличной функцией для функции, но и настоящим увлечением.



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

КАРТИНКИ С ВЫСТАВОК В МОСКВЕ — ОСТРЫЙ ДЕФИЦИТ КАЧЕСТВЕННЫХ ВЫСТАВОЧНЫХ ПЛОЩАДЕЙ. РАСШИРЕНИЯ И МОДЕРНИЗАЦИИ ЖДУТ ВСЕ КРУПНЫЕ ВЫСТАВОЧНЫЕ ЦЕНТРЫ СТОЛИЦЫ. К 2010 ГОДУ ВЫСТАВОЧНЫЕ ПЛОЩАДИ УВЕЛИЧАТСЯ НА 1 МЛН КВ. М. ПРИ ЭТОМ ВОЗМОЖНО СЕРЬЕЗНОЕ ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ РОЛЕЙ. СЕЙЧАС БЕЗУСЛОВНЫЙ ЛИДЕР СРЕДИ КОНКУРЕНТОВ — «КРОКУС-ЭКСПО». НА ЕГО МЕСТО ВПОЛНЕ СМОЖЕТ ПРЕТЕНДОВАТЬ ВВЦ. ЕЛЕНА ДЕГТЯРЕВА

По оценкам экспертов «Крокус-Экспо», объем рынка выставочной деятельности в Москве составляет около \$500–700 млн. Учитывается в том числе деятельность, непосредственно связанная с проведением выставок: аренда выставочных площадей, строительство стендов, маркетинг и реклама, полиграфия, технические услуги и т. п. Существуют и тесно связанные с выставочным бизнесом сферы деятельности: гостиничные услуги, транспорт, общественное питание, изготовление сувениров. С учетом их объем рынка в целом только в Москве может превышать \$1 млрд. Развитию данной сферы бизнеса в столице мешает дефицит выставочных площадей высокого качества. Общий объем неудовлетворенного спроса находится сейчас на уровне 250–300 тыс. кв. м. Среднегодовая загруженность выставочных площадей Москвы составляет около 70% — показатель, свидетельствующий о востребованности таких помещений на рынке. Андрей Лапшин, президент выставочного холдинга MVK, отмечает, что в настоящий момент все выставочные площади с учетом строящихся павильонов на ВВЦ эксплуатируются на 80–90%.

«Можно сказать, что спрос в какой-то степени удовлетворен. Но в нашем бизнесе существуют определенные периоды, когда все испытывают перегрузку. Предположим, весна, осень, когда в один и тот же момент проходит большое количество выставочных мероприятий, и тогда случаются накладки. Мы уверены, что в течение пяти лет спрос увеличится на 50%», — утверждает Лапшин.

ДВОЙКА ЛИДЕРОВ Помещений, уровень которых соответствовал бы выставочным площадям мирового масштаба, в Москве немного. Полноценный выставочный комплекс должен быть прежде всего удобно расположен с точки зрения транспортных путей, иметь вместительный паркинг, систему складских помещений и грузовых лифтов. Кроме того, в его структуре желательны хозяйственные помещения и площадки, где разместятся администрация выставки, банки, обменные пункты, пресс-клуб, конференц-залы и гостиница. Особое внимание следует уделять общепиту, представленному в нескольких формах: кафе, ресторан, фаст-фуд, кейтеринг для конферен-

ций. Наиболее перспективными выставочными комплексами являются те объекты, которые помимо высокой транспортной доступности включают следующие функциональные зоны: выставочные павильоны разного формата и размеров (закрытые и открытые экспозиции), административно-офисные помещения (не более 10%), торговые помещения (не более 10%) и бизнес-услуги (авиа- и железнодорожные билеты и т. д.), складские помещения, конференц-залы, переговорные комнаты. На сегодняшний день общий объем рынка качественных выставочных помещений Москвы и ближнего Подмосковья составляет около 800 тыс. кв. м, то есть около 400 тыс. кв. м полезных выставочных площадей. Ежегодно появляется еще 40–60 тыс. кв. м новых площадей. При этом 50% рынка приходится на три площадки — ВВЦ (108 тыс. кв. м выставочной площади), «Крокус-Экспо» (86,8 тыс. кв. м) и Экспоцентр (60 тыс. кв. м). Других площадок, на которых можно проводить международные выставки, в столице единицы. Прежде всего Манеж, московский Гостиный двор, ВЦ «Сокольники».

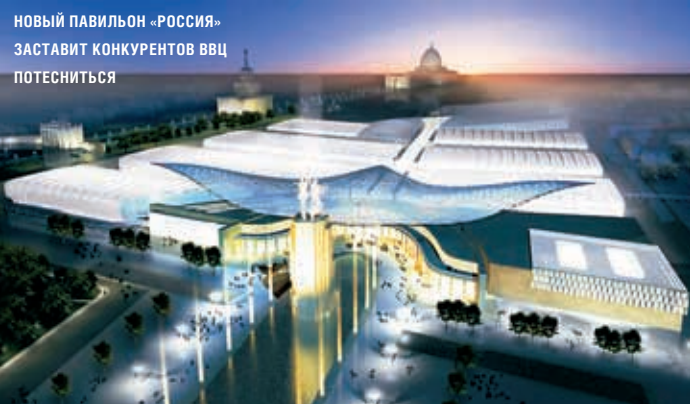
САМЫЕ БОЛЬШИЕ ВЫСТАВОЧНЫЕ ЦЕНТРЫ МОСКВЫ*		
ВЫСТАВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС	ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ	ОБЩАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ПЛОЩАДЬ
ВВЦ	237,5 ТЫС. КВ. М	200 ТЫС. КВ. М
«КРОКУС-ЭКСПО»	170 ТЫС. КВ. М	153,3 ТЫС. КВ. М
ЭКСПОЦЕНТР	81 ТЫС. КВ. М	65 ТЫС. КВ. М
«СОКОЛЬНИКИ»	33 ТЫС. КВ. М	28 ТЫС. КВ. М
ЦЕНТР МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ	200 ТЫС. КВ. М	20 ТЫС. КВ. М
МОСКОВСКИЙ ГОСТИНЫЙ ДВОР	15 ТЫС. КВ. М	13 ТЫС. КВ. М
ЦВЗ «МАНЕЖ»	20,92 ТЫС. КВ. М	10,6 ТЫС. КВ. М
СК «ОЛИМПИЙСКИЙ»	11,7 ТЫС. КВ. М	10 ТЫС. КВ. М
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ДОМ ХУДОЖНИКА	10 ТЫС. КВ. М	8,3 ТЫС. КВ. М

*ПО ДАННЫМ LONES LAND LASALLE.

До 2004 года на рынке выставочных услуг конкуренция существовала, но безусловным лидером был Экспоцентр. Там, за редким исключением, проводились все значимые выставки. При этом в городе наблюдался такой дефицит выставочных площадей, что мероприятия проводили даже в совершенно непригодных помещениях — в спортивных комплексах, Дворцах культуры. Ситуация изменилась с открытием в 2004 году «Крокус-Экспо». Современное техническое оснащение, удобная парковка и относительно невысокие в сравнении с Экспоцентром арендные ставки позволили «Крокус-Экспо» быстро занять место лидера. В первый год работы там прошли 52 выставки, в 2005-м — уже 78, в 2006-м — 121. По общей площади экспозиций «Крокус-Экспо» почти вдвое опередил Экспоцентр, отставая, впрочем, от ВВЦ. По сути, конкурентная борьба в настоящий момент ведется между двумя выставочными центрами — «Крокус-Экспо» и Экспоцентром. Третий крупный игрок — ВВЦ — пока не может соперничать с лидерами по причине низкого уровня собственных площадей. Однако расстановка сил на рынке выставочных площадей Москвы должна существенно измениться. Необходимостью увеличения количества качественных выставочных площадей в столице озадачилось московское правительство. На его заседании 30 января 2007 года была принята комплексная городская целевая программа «Развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Москве на 2007–2009 годы» с объемом финансирования 22 млрд 812 млн рублей. В соответствии с программой в ближайшие три года в Москве планируется к вводу 275 тыс. кв. м площадей. ➔



ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА



Основной рост предусматривается за счет увеличения и развития уже существующих комплексов.

Расширение не коснется пока только культурно-выставочного центра «Сокольники». Президент компании MVK, которой принадлежат «Сокольники», Андрей Лапшин рассказывает, что в КВЦ по-прежнему будут проводиться плановая модернизация и ежегодный комплексный ремонт павильонов.

«КРОКУС-ЭКСПО» Нынешний лидер рынка «Крокус-Экспо» уже в августе этого года откроет свой третий павильон. Он будет самым большим из уже существующих (площадь — более 310 тыс. кв. м). Закрытая экспонируемая площадь павильона составит около 140 тыс. кв. м. Таким образом, суммарная площадь всего «Крокус-Экспо» вырастет до 450 тыс. кв. м. Его особым преимуществом является инфраструктура выставочного павильона: наличие конференц-залов, конгресс-зала на 6 тыс. мест, переговорных комнат, просторных лобби, зоны питания. Важная особенность проекта — паркинг на 4,8 тыс. машиномест. В этом же году начнется строительство гостиницы на территории «Крокус-Сити», которая существенно повысит его статус.

Совершенствовать «Крокус-Экспо» собирается и собственную транспортную доступность. В конце 2007 года наконец-то откроется станция метро «Строгино» Арбатско-Покровской линии, которая практически свяжет «Крокус-Экспо» с центром города (расстояние от комплекса до станции метро составит 1,5 км). В 2010 году начнет принимать пассажиров станция метро «Мякининская», выходы которой будут расположены непосредственно на территории «Крокус-Сити».

ЭКСПОЦЕНТР Основной конкурент «Крокус-Экспо» Экспоцентр будет развиваться в рамках федеральной целевой программы. Однако финансирование расширения выставочных площадей осуществляется из его собственных средств. По словам Владислава Малькевича, генерального директора ЦВК «Экспоцентр», к началу 2007 го-

50% РЫНКА ВЫСТАВОЧНЫХ ПЛОЩАДЕЙ ПРИХОДИТСЯ НА ТРИ ПЛОЩАДКИ — ВВЦ, «КРОКУС-ЭКСПО» И ЭКСПОЦЕНТР. ДРУГИХ ПЛОЩАДОК, НА КОТОРЫХ МОЖНО ПРОВОДИТЬ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ, В СТОЛИЦЕ ЕДИНИЦЫ. ПРЕЖДЕ ВСЕГО ЭТО МАНЕЖ, МОСКОВСКИЙ ГОСТИНЫЙ ДВОР, ВЦ «СОКОЛЬНИКИ»



ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА



мидова, заместитель генерального директора ОАО ГАО ВВЦ, бюджетное финансирование реконструкции ВВЦ составит почти 18,4 млрд рублей. Они пойдут на масштабное строительство на территории Всероссийского выставочного центра нового международного комплекса — ВК «Россия» (188 тыс. кв. м) — и конгресс-центра, способного обслуживать до 4,5 тыс. делегатов. В настоящий момент уже ведется строительство первой очереди комплекса — павильона площадью 53 тыс. кв. м. Окончательная реализация проекта намечена на 2009–2010 годы.

Новые площади ВВЦ, будут соответствовать требованиям выставочных операторов к техническому оснащению и планировке экспозиционных помещений. Для проектирования «России» пригласили лучших специалистов, использовали и переработали опыт новейших выставочных площадок Германии, Франции, Италии, переложив их на российские реалии. В частности, специалисты недавно построенного в центре Кельна выставочного центра консультируют ВВЦ по развитию транспортной инфраструктуры, внутренней и внешней логистики комплекса (пешеходные потоки, грузовой и легковой транспорт, входные зоны, парковки, зоны загрузки-выгрузки, оптимальное размещение объектов и т. п.).

«Например, при проектировании системы транспортных развязок мы учли не только сложившуюся вокруг комплекса транспортную ситуацию, но и смоделировали ее развитие с учетом генплана Москвы, — рассказывает Елена Демидова. — Наша система развязок позволит максимально разгрузить автомобильный поток и создаст удобные условия для доступа в выставочный комплекс».

Нужно сказать, участвуя в конкурентной борьбе, выставочные комплексы Москвы стараются стать не только удобными, но и красивыми. Если гостиницу на территории Экспоцентра проектирует Заха Хадид, то архитектурную часть комплекса «Россия» в рамках ВВЦ разрабатывает знаменитый европейский архитектор Клаус Мюллер. Архитектор надеется максимально сохранить существующую историческую застройку ВВЦ, хотя, конечно, какими-то строениями придется пожертвовать. Так, будет разобран 70-й («мон-

конструкция существующих выставочных помещений. На Ореховом бульваре будет построен торгово-выставочный комплекс общей площадью 96 тыс. кв. м, еще свыше 50 тыс. кв. м займет подземная стоянка комплекса. Срок ввода проекта в эксплуатацию намечен на 2008 год. На Профсоюзной улице в рамках реконструкции промзоны «Теплый стан» появится административно-выставочный

реальский») павильон ВВЦ. Позже, возможно, его соберут и перенесут на новое место. На создание проекта «России» Клауса Мюллера вдохновила скульптура Веры Мухиной «Рабочий и колхозница». Сам памятник будет размещен на площади перед входом в новый комплекс, составляя вместе с ним единый ансамбль, эстетический и динамический.

Планируется организовать новый выставочный центр как единое пространство. Торцевые фасады павильонов сделают полностью прозрачными, а южные торцевые фасады обратят к парку, чтобы создать единое пространство с исторической частью ВВЦ. Крышу павильонов, плавно переходящую в боковые фасады, предполагается сделать из специальных материалов, на которых можно будет демонстрировать рекламные ролики и фильмы. Новый комплекс, если он будет построен в соответствии с представлениями архитектора, несомненно, станет для Москвы уникальной постройкой.

ПЕРЕВОРОТ Основная проблема «Крокус-Экспо» — это, конечно, удаленность от центра Москвы и тяжелая транспортная ситуация на МКАД. Даже с учетом ввода новых станций метро эти технические для гостей комплекса неудобства, к сожалению, исправить уже невозможно, полагает Андрей Лапшин.

Экспоцентр же практически исчерпал возможности для развития. Расположение в центре города и рядом с «Москва-Сити» делает его опять же с точки зрения транспортной доступности неудобным местом для проведения крупных выставок. Андрей Лапшин отмечает, что на территории Экспоцентра и рядом нет достаточного количества парковочных мест, что будет еще более критично после строительства новых павильонов, а доставка выставочных грузов в дневное время затруднена. К тому же технически старая часть павильонов Экспоцентра сильно устарела, необходима ее модернизация.

Тем не менее, отмечают эксперты, комплекс вряд ли сильно сдаст свои позиции благодаря удачному стратегическому расположению в центре Москвы. Строительством гостиницы, которую консультанты считают очень важным элементом успешного выставочного центра, увеличит шансы Экспоцентра в конкурентной борьбе. Кроме того, понимая, что ресурсы для экстенсивного роста центра уже практически исчерпаны, руководство комплекса намерено сделать ставку на более качественное предоставление услуг. Например, сейчас внедряется система «одного окна» — все службы, связанные с оказанием комплекса услуг участникам выставок, будут расположены в одном месте в зоне обслуживания экспонентов. Среди недостатков центра Экспоцентра специалисты называют прежде всего плохую организацию питания.

Хорошие шансы на успех, по мнению экспертов, приобретет после завершения реконструкции ВВЦ. Очевидно, что, выделив существенную сумму на строительство новых павильонов и модернизацию, правительство Москвы не позволит ВВЦ простаивать. Елена Демидова планирует, что модернизация площадей приведет к существенному перераспределению ролей на рынке, ведь выставочный комплекс на ВВЦ будет иметь среди других площадок особый статус выставочного комплекса, представляющего интересы государства и отечественного товаропроизводителя, а также выводящего российский выставочный бизнес на международный уровень в качестве равноправного партнера.

Расположение вблизи центра города, развитая инфраструктура и удобные пути подъезда позволяют говорить о ВВЦ как о крупнейшем и самом современном комплексе в Восточной Европе. Участники рынка сходятся во мнении, что в долгосрочной перспективе главным конкурентом нынешнего лидера «Крокус-Экспо» станет именно ВВЦ. После реконструкции этот выставочный комплекс сможет сравниться с проектом Араса Агаларова по объемам площадей. Транспортная же доступность ВВЦ будет значительно выше. ■

Рентабельность девелопмента выставочной недвижимости составляет сейчас 12–15% при сроке окупаемости шесть-восемь лет в зависимости от концепции и местоположения объекта. Средний уровень арендных ставок крытых выставочных помещений, отвечающих международным стандартам, достигает \$8 за 1 кв. м в сутки, аренда открытых помещений вдвое дешевле. Ставка аренды зависит не только от площади экспозиции, но и от самого вида выставки, а также уровня позиционирования. Так, стоимость аренды выставочного павильона на четыре дня при проведении автомобильной выставки уровня luxury обойдется в \$210–310 за 1 кв. м экспозиции. Ежегодный рост арендных ставок на выставочную недвижимость столицы составляет 8–12% год.



Лучший бизнес-центр класса Б 2006

– победитель Commercial Real Estate Moscow Awards 2007 в области коммерческой недвижимости **предлагает в аренду площади 2-й очереди.**

*Поздравляем всех участников проекта
с нашим общим успехом!*



HorusCapital

Owner and Developer

+7 (495) 788-55-75

www.horuscapital.ru

Сайт проекта:

www.le-fort.ru

СНИМИТЕ ЭТО НЕМЕДЛЕННО В АПРЕЛЕ НА РЫНКЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ПРОИЗОШЛО ДВА ЗНАКОВЫХ СОБЫТИЯ. КОМПАНИЯ «ГАЗПРОМСТРОЙ» ВЫКУПИЛА СТРОЯЩИЙСЯ КОМПЛЕКС «MIRAX-ПЛАЗА». СУММА СДЕЛКИ ПОБИЛА ПРЕДЫДУЩИЕ РЕКОРДЫ И СОСТАВИЛА ОКОЛО \$200 МЛН. ПРИЧЕМ ДЕНЬГИ УЖЕ УПЛАЧЕНЫ, А ВВЕДЕН В ЭКСПЛУАТАЦИЮ ОБЪЕКТ БУДЕТ В 2012 ГОДУ. КОМПАНИЯ «МУЛЬТИФЛЕКС» НА 20 ЛЕТ, ЧТО ДЛЯ НАШЕГО РЫНКА РЕКОРДНЫЙ СРОК, АРЕНДОВАЛА ПЛОЩАДИ В КОМПЛЕКСЕ «СЕВЕРНОЕ ДОМОДЕДОВО». ТОЖЕ НА ЭТАПЕ СТРОИТЕЛЬСТВА — КОМПЛЕКС НАЧНЕТ РАБОТУ В 2008 ГОДУ. ОЛЬГА СОЛОМАТИНА

Сделки, заключенные между «Газпромстроем» и Mirax Group, российским производителем упаковочных материалов «Мультифлекс» и девелопером «Евразия логистик», — яркий пример проявившейся на рынке коммерческой недвижимости тенденции. Суть ее такова: бизнес-центры находят 80–90% арендаторов/покупателей на этапе строительства, а в лучших из них все площади сдаются или продаются еще до посещения объекта госкомиссией.

Такие данные предоставлены группой компаний «Промсвязьнедвижимость», в управлении которой находится 650 тыс. кв. м объектов коммерческой недвижимости. Последний проект «Промсвязьнедвижимости» — бизнес-парк «Новоспасский двор» — заполнен наполовину еще до полного окончания работ. Объект будет введен в эксплуатацию в июле 2007 года.

«Сдача площадей в комплексе «Новоспасский двор» осуществляется поэтапно — по мере завершения строительных работ, — рассказывает Анна Калитаева, пресс-секретарь группы компаний „Промсвязьнедвижимость“. — Планируется, что на момент выхода на рынок комплекс будет заполнен на 80%, а к концу 2007 года уровень заполняемости должен достичь 100%».

Девелоперов сложившаяся ситуация более чем устраивает.

«Мы продали во время строительства БЦ „Акварин-1“ Объединенной металлургической компании. Для БЦ „Акварин-2“ во время работ был найден якорный арендатор, снявший большую часть здания, — рассказывает Румен Калчев, директор по стратегическому развитию и маркетингу компании „Стройинком-К“. — Таким образом, риск не сдать помещения в аренду сводится к минимуму. Повысился престиж здания. У компании положительный cash flow, соответственно, сокращается срок возврата инвестиций, поскольку арендатор вносит обеспечительный платеж».

Для застройщика главным достоинством заключения договоров предварительной аренды является возможность стопроцентной сдачи объекта внаем и гарантированная окупаемость еще строящегося здания. В подобной ситуации застройщик вынужден идти на предоставление скидок, но впоследствии эта разница быстро окупается, повышая рентабельность проекта. Соответственно, значительно упрощаются отношения застройщика с банком за счет договоров предварительной аренды, которые становятся гарантией заинтересованности в объекте. Внесенная будущими арендаторами предплата позволяет также снизить ставки по кредиту, повышая тем самым эффективность проекта.

ИНТЕРЕСЫ АРЕНДАТОРА Практика заключения предварительных договоров стала повсеместным явлением на московском рынке. В ней заинтересованы не только застройщики, но и арендаторы — прежде всего из-за сохраняющегося дефицита качественных площадей в наиболее престижных районах города.

НА ПЛОЩАДИ В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ НАХОДЯТСЯ ПОКУПАТЕЛИ ИЛИ 80–100% АРЕНДАТОРОВ ЕЩЕ НА ЭТАПЕ СТРОИТЕЛЬСТВА. АРЕНДАТОРЫ, ГОТОВЫЕ СНЯТЬ НА ЭТАПЕ СТРОИТЕЛЬСТВА ОТ 1 ТЫС. КВ. М ПЛОЩАДЕЙ, МОГУТ СЭКОНОМИТЬ ДО 30% ОТ ГОДОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА



НАЛИЧИЕ ЯКОРНОГО АРЕНДАТОРА ПОЗВОЛЯЕТ ЗАСТРОЙЩИКУ БЦ «АКВАРИН-2» НЕ БЕСПОКОИТЬСЯ ОБ ОСТАВШИХСЯ ПЛОЩАДЯХ

Консультанты девелоперских и риэлтерских компаний наблюдают рекордное для московского рынка коммерческой недвижимости «поглощение» офисных площадей, особенно категорий А и В. Число запросов арендаторов подыскать им помещения в строящихся БЦ, а также число сделок по преаренде превалирует в общей структуре спроса и подписанных соглашений.

В качестве преарендаторов выступают прежде всего крупные западные и российские компании, чьим офисам требуются внушительные площади. К примеру, больше года назад 33 этажа башни «Федерация» на стадии строительства приобрел ВТБ 24. Основное их требование к будущим офисам — высокое качество работ. Таких арендаторов интересуют прежде всего здания класса А и В+. Соответственно, договоры преаренды больших площадей — от 1 тыс. кв. м — составляют 20–25% от общего объема сданных помещений в БЦ высшего класса.

«Благодаря высокому качеству проектов и команды, которая их реализует, БЦ Ducat Place III, например, был заполнен на 100% еще задолго до сдачи госкомиссии, — рассказывает Михаил Гец, вице-президент по стратегическому развитию компании Blackwood. — Офисный комплекс White Square заполнен сейчас на 90%, хотя до окончания строительства еще целый год. Ничего удивительного, ведь девелоперами проектов выступили международные компании — Hines и AIG/Lincoln совместно с Coalco».

До окончания работ был полностью реализован бизнес-парк класса А на улице Крылатские холмы, несмотря даже на близкое расположение к МКАД.

ПЛЮСЫ ПРЕАРЕНДЫ Крупным арендаторам, готовым арендовать как минимум 1 тыс. кв. м офисных площадей, предварительная договоренность с девелопером позволяет существенно сэкономить — до 30% от годовых платежей, отмечают эксперты рынка.

«Выкупив помещения на стадии строительства по цене квадратного метра от \$1–1,5 тыс. (ЮЗАО и ЗАО) до \$2–3 тыс. (ЦАО), можно существенно сэкономить, поскольку для готового объекта стоимость квадратного метра достигает \$3–4 тыс. в БЦ за пределами третьего транспортного кольца и \$4,5–6 тыс. в пределах ЦАО, — рассказывает Владимир Журавлев, директор департамента коммерческой недвижимости и инвестиций NAI Global. — Подобным образом реализовались площади в бизнес-парке Trefoil Plaza на Ленинском проспекте во второй половине 2006 года».

Наиболее динамичный рост стоимости аренды, отмечают эксперты, происходит не только при наступлении каждого следующего этапа строительства, но и когда управляющая компания определилась с основными арендаторами. Поэтому снять помещения по ставкам ниже рыночных возможно и после завершения строительства комплекса — в том случае, если основные арендаторы еще не найдены.

К примеру, с августа по декабрь 2006 года арендные ставки в бизнес-центре класса А «Элит Холдинг» выросли с \$1,3 тыс. до \$2 тыс. за кв. м в год, потому что ряд крупных арендаторов предпочли разделить помещения на небольшие блоки — по 100–200 кв. м — и выставить их как отдельные лоты на открытый рынок.

Кроме того, арендуя помещения первой, компания может выбрать лучшее место в здании: этаж, вид из окна, количество парковочных мест, а иногда даже будущих соседей.

БИЗНЕС-ПАРК
«НОВОСПАССКИЙ ДВОР»
НАЧНЕТ РАБОТУ В ИЮЛЕ.
Половина площадей
уже нашла арендаторов



«Чем раньше обратится к девелоперу арендатор, тем полнее будут удовлетворены его запросы, — уверен Кирилл Субботин, руководитель департамента офисной недвижимости компании „ДС-Девелопмент“. — Иногда, чтобы получить серьезного клиента, девелопер идет на некоторую корректировку проекта. Это касается нестандартных запросов, касающихся инженерных систем и конструкций. Например, требования нагрузки на перекрытия, превышающей стандартную (для части банковских помещений), наличия систем бесперебойной подачи электропитания и охлаждения для серверного и иного ИТ-оборудования».

Ранним арендаторам могут предложить длительные «арендные каникулы» на время внутренней отделки помещения, высокую компенсацию за ремонт, что дает компаниям возможность сделать его под себя. Предварительная аренда позволяет заблаговременно спланировать переезд из одного офиса в другой, а на это тоже требуется время.

Соответственно, предаренда экономически выгодна и удобна тем, кто готов занять внушительные площади. Маленьким компаниям ее преимущества недоступны. На на-

чальном этапе строительства сдаются помещения площадью от 1 тыс. кв. м, иначе, реализовав несколько небольших офисных помещений, девелопер рискует столкнуться с трудностями при реализации оставшихся площадей.

ОЦЕНИТЬ РИСКИ Любой арендатор строящегося объекта рискует. Об этом не стоит забывать для того, чтобы оценить и минимизировать возможные потери.

Прежде всего, предарендатору следует знать, что выплата аванса девелоперу не является гарантией того, что объект будет завершен и зарегистрирован в согласованные сроки.

«В Москве существует высокий риск несдачи объекта госкомиссии в срок. Конечно, бизнес-центр все равно будет построен, поскольку их доходность достаточно высока и инвесторы заинтересованы в завершении проектов, но вероятность просрочки составляет около 80%, — отмечает Андрей Бушин, директор управления коммерческой недвижимости и девелопмента компании „Мизель“. — Переезд в новое здание может затянуться как минимум на три-шесть месяцев».



Если ввод здания в эксплуатацию серьезно затягивается, даже штрафные санкции не решают некоторых проблем. Скажем, договор аренды в бизнес-центре, который компания покидает, заканчивается, и ей некуда деваться. В ряде случаев суммы компенсации, выплаченной застройщиком нового БЦ, оказывается недостаточно, чтобы продлить на необходимое время предыдущий договор аренды.

Не всегда возможно узнать заранее, с кем придется соседствовать. Кроме того, велик риск несоответствия заявленных девелопером технических условий реальным. Законодательные ограничения, например, могут отменить call-центр, хотя договор аренды был заключен задолго до изменения условий.

К окончанию строительства может понизиться класс объекта. К примеру, девелопер не смог получить разрешительную документацию на дополнительный участок земли для запланированной парковки — и класс офисного центра автоматически понизился. Поскольку для части арендаторов определенный статус объекта — вещь принципиальная, его изменение может привести к изме-

нению или даже разрыву договорных отношений. Штрафные санкции при этом несет застройщик, однако эти выплаты не компенсируют затрат компании на поиск и аренду нового офиса.

Наконец, от возникновения форс-мажорных обстоятельств не застрахованы даже самые надежные застройщики. Пример тому — недавний пожар в бизнес-центре Ducat Place III, где все площади были арендованы задолго до окончания строительства. Обошлось без жертв и пострадавших, но работа офисов остановилась на несколько недель. От огня помещения почти не пострадали, зато были сильно залиты водой. Среди потерпевших — представительства известных юридических компаний Clifford Chance (8-й этаж), Skadden. Arps. Slate. Meagher & Flom LLP (11-й этаж) и Jones Day Limited Partnership (12-й этаж), консалтинговая компания The Boston Consulting Group (9-й этаж) и крупнейший российский судовладелец «Совкомфлот» (10-й этаж). Часть сотрудников компании Goldman Sachs, арендовавшей 14-й этаж центра, на время ремонта переехали в Лондон. ■

1

2

3

4

5

6

01 земельный участок - 4,5 Га

02 общая площадь здания - 135000 кв. м

03 подземно-наземная парковка

04 готовность объекта - IV квартал 2008 года

ЗАО ОСК "Объединенная Строительная Компания"

ОСК

место приземления

МАРЬИНО

многофункциональный культурно-спортивный и торговый-развлекательный комплекс

С проектной декларацией Вы можете ознакомиться на сайте www.osk.ru

РЕКЛАМА

Уникальный многофункциональный комплекс, расположенный в экологически благополучном и благоустроенном районе Москвы. Особенностью комплекса является включение разнообразных развлекательных составляющих, объединяющих уникальную для России концепцию "entertainment-center". Данная концепция предполагает сочетание развлекательной и образовательной функций в одном центре.

СЕКТОР КУЛЬТУРЫ И СПОРТА
(29 тыс. кв. м): театральный комплекс на 400 мест, концертный зал на 600 мест, зал для проведения общественных мероприятий на 1000 мест, центр искусств, спортивно-оздоровительный комплекс с гимнастическим залом, спортивным залом и бассейном.

ТОРГОВАЯ составляющая
(35 тыс. кв. м): продуктивный супер-

маркет, магазин бытовой техники и электроники, гипермаркет спортивных товаров, крупный магазин детских товаров, торговая галерея. Предприятия общественного питания — 2200 кв. м.

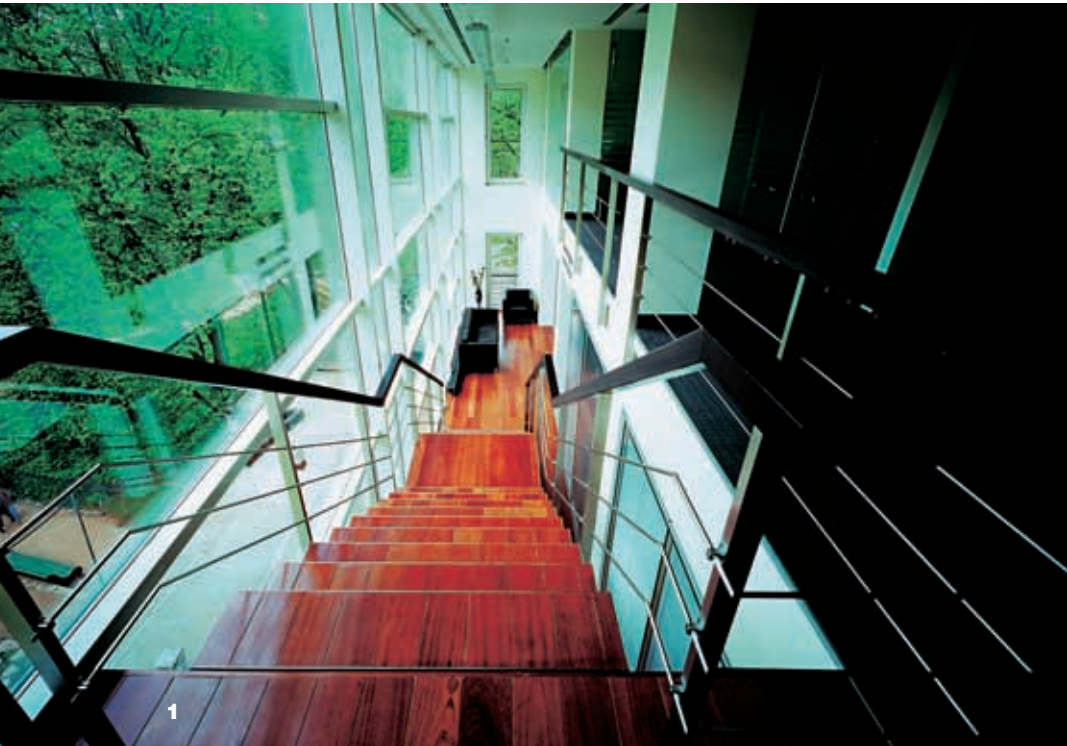
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ СЕКТОР
(46 тыс. кв. м): зимний сад под крышей атриума. Развлекательные зоны — 9000 кв. м (в т.ч. мультитеатр). Залы компьютерных игр, аттракционов, скалолазания.

продажа, аренда

(495) 737.8822; (495) 737.7744

ЗАГЛЯНИ В БУДУЩЕЕ!

№78 ЧЕТВЕРГ 10 МАЯ 2007 ГОДА / КОММЕРСАНТЪ BUSINESS GUIDE / 23



АЛЕКСАНДР РОСОВ



ДУША КОМПАНИИ

ИНТЕРЬЕР ОФИСА ВО МНОГОМ ОПРЕДЕЛЯЕТ ОБРАЗ САМОЙ КОМПАНИИ, ВПЕЧАТЛЕНИЕ, КОТОРОЕ СКЛАДЫВАЕТСЯ У ЕЕ ПОСТОЯННЫХ КЛИЕНТОВ И СЛУЧАЙНЫХ ГОСТЕЙ. МЫ ВЫБРАЛИ 10 ЛУЧШИХ, ПО МНЕНИЮ ВГ, ОФИСНЫХ ИНТЕРЬЕРОВ ОБЕИХ СТОЛИЦ. КРИТЕРИЕМ ОТБОРА СТАЛА АРХИТЕКТУРНАЯ И ДИЗАЙНЕРСКАЯ ЦЕННОСТЬ ОФИСОВ КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ОБЪЕКТОВ, А НЕ ТРАДИЦИОННАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ, К КОТОРОЙ ПРИБЕГАЮТ В СВОИХ ОЦЕНКАХ УЧАСТНИКИ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ.

ЕЛЕНА ГОНСАЛЕС

Приятно, что в отличие от жилого фонда офисные площади не пустуют, а мгновенно начинают работать. Поражает, однако, не количество офисов, а их несхожесть. Сегодня разнообразие интерьеров рынка деловой недвижимости никак не вмещается в скучную линейку классов А, В и С. Офисы большие и маленькие, в мегацентрах и собственных зданиях, представительские и артистические, дорогие и дешевые, в новостройках и реконструированных объектах, в центре и за городом — параметров для описания современного офиса столько, что любое сравнение начинает сильно хромать уже на старте. Поэтому далее будут представлены образцы, выбранные исключительно по архитектурно-дизайнерскому критерию. Такой подход, безусловно, включает вкусовой элемент, но не исключает и объективных типологически-технологических качеств объекта, за которые, собственно, и отвечает архитектура.

Начнем с самого знакомого и любимого ризлтерами офиса класса люкс. Это офис дорогой, уважаемый, не терпящий суеты. Расположен в центре. Принадлежит известному брэнду или новой компании, желающей заявить о себе как о солидной деловой единице. Отсюда варианты: либо в интерьерах визуализируются уже обретенные и разрекламированные ценности брэнда, либо корпоративный стиль должен быть сформулирован и оформлен соответствующим образом. Так, расположенное на проспекте Мира архитектурное бюро АБД (ABD Limited), значительную долю заказов которого составляет проектирование офисов хай-класса, позиционирует себя как надежного и компетентного партнера. Интерьер компании, занимающей два этажа в здании рядом со старым Ботаническим садом, не уступает по элегантности и качеству отделки офисам клиентов (фото 1), которые, приходя в АБД, получают наглядное

представление о том, какие возможности на ниве обустройства своей конторы открываются им в России. АБД работает в стилистических рамках «современного офиса», коему привержена наиболее значительная часть делового истеблишмента. Это роскошный минимализм с использованием дорогого дерева, стекла, камня и металла. Артистическое сочетание этих материалов и создание из них оригинальных конструкций позволяет вносить индивидуальность в стандартизированную схему представительского офиса (фото 2, 3). Классический интерьер также имеет место, но он достаточно локализован: либо компания существует со времен Диккенса и не считает возможным менять свой стиль, либо хочет казаться таковой. Идея преемственности важна также и для властных кабинетов, откуда неизбежная приверженность чиновников дубовым панелям, ампирам шкафов и кожаным креслам.

Эта тема, особенно актуальная для северной столицы, получила неожиданное воплощение в новой работе российско-германского архитектурного бюро «Чобан и партнеры». Реконструированное под офисный центр здание завода Langenzippen 1895 года постройки одето Сергеем Чобаном в стекло, на котором воспроизведен классический фасад. Сделано это с помощью принтов — на стекле напечатаны фотографии римской архитектуры Кристиана Галля. Узнаваемые образы атлантов, вазы и орнаментальная греческая волна внесены в интерьер и так его заполняют, что делают дальнейшее «дизайнирование» совершенно излишним (фото 4). Другой пример реконструкции — брутальный VIP-офис на крыше, созданный известным московским архитектором Алексеем Козырем. Графичный серо-черный интерьер не вписывается в светские представления о пентхаусе, легкомысленно венчающем здание. Здесь все весомо, грубо,



АЛЕКСЕЙ КИЗЕВ



ОЛЕГ ШИЛОВ





АЛЕКСАНДР РОЗОВ



БЕННИКР КРОПЛАТКЕВ НАРОДНИЙ

зримо. Монолитная шахта дома, на которую опираются металлические балки с вмонтированными прямо в них светильниками, оставлена в простом бетоне со следами опалубки. И одновременно поразительная нюансность и богатство текстур и фактур, которые в зависимости от способа обработки черного бетона совершенно различны. В офисной части стены заполнены и выглядят как лабрадорит. Внутренние стены имеют шелковистую фактуру, полученную благодаря многослойному латексному покрытию — технологии, также разработанной авторами объекта (фото 5).

Офис на Новинском бульваре, созданный несколько лет назад архитекторами бюро «Атриум» Верой Бутко и Антоном Надточим, стал уже почти классикой. Он далек и от гламурности Langenzipen, и от технологической мощи VIP-крыши. Он прост, открыт, понятен. Но каждый элемент здесь — будь то лестница, висятая ни на чем, или прозрачная переговорная, или контрастирующий с ней закрытый директорский бокс — доведен до редкой, прямо-таки инсталляционной звонкости (фото 6).

Реконструкция, впрочем, жанр специфический, особенно если под офис приспособлено здание старой фаб-

рики. Таких в Москве становится все больше и больше. Производство выводится, здания, представляющие историческую и архитектурную ценность, передаются на реконструкцию. В таких случаях традиционалистские ценности являют себя естественным порядком в виде кирпичной кладки XIX века, чугунных колон и каменных сводов.

Обживание старых стен строится на двух стратегиях. Первая — контрастное вторжение. Это когда форма и содержание никак не совпадают. Для создания своего офиса на Якиманке фирма L’Oreal пригласила французского архитектора Жан-Филиппа Жиро. Он отнесся к исторической коробке как к скромной оправе, в которой блеск компании становится еще ярче. Старая кладка стен создала отличный фон для рекламных постеров, на которых знаменитые фотографии запечатлели известных красавиц. Никакого сомнения — «они этого достойны».

Такой принцип отстраненности от наследия имеет и сугубо положительную сторону — новое строительство, как правило, не приводит к значительным переделкам оригинала. Временные перегородки легко монтируются и так же легко

демонтируются, не оставляя следов, а стандартные лампы не портят креативным дизайном чудесный потолок (фото 7).

Другая стратегия — тотальное переустройство старого мира. Этим занимаются в основном художники и примкнувшие к ним архитекторы. Мастерские, размещенные в старых промзданиях, благодаря архитекторам приобретают некоторую респектабельность и даже претендуют на гордое звание офисов. Это чрезвычайно обаятельная среда, полная пространственных парадоксов и божьего шика. Недаром московский офис солидного международного бюро «Чобан и партнеры» базируется в центре дизайна Artplay (фото 8).

Центр расположен в корпусах бывшей шелковой фабрики «Красная Роза», построенной в 1875 году, и подлежит тотальной перестройке. А пока ведущие архитектурные бюро проводят здесь мастер-класс, как при минимальном бюджете сделать офисы, из которых не хочется уходить. Это достаточно концептуальное проектирование, и удача воплощения не случайна: чем выше уровень профессионального мышления, тем интереснее результат. Так, один из флагманов московской архитектуры бюро «А-Б» (приличный псевдоним известнейшей группы «Арт-Бля», взятый для

согласования проектов) работает не только с пространством, но и со светом, цветом и цветами (входящих в офис встречает объявление: «Приходя, включайте свет цветам!»).

Авторы роскошных домов на Остоженке и рублевской Luxury Village — архитекторы бюро «Меганом», напротив, минимизируют свой быт, отдавая предпочтение роскоши пустых пространств с редко стоящими макетами-скульптурами (фото 9).

Иногда архитекторам приходится работать с нестандартным пространством. Превращение старинного петербургского подвала в классный офис — пример, обратный VIP-офису Козыря. Там крыша — здесь подвал, там новое — здесь старое, там свободная планировка — здесь анфилада. Наконец, там черное — здесь белое. В результате архитекторы бюро «Витрувий и сыновья» создают интереснейший объект, похожий на «Наутилус» капитана Немо в современном варианте. Герметичное пространство со стенами-переборками объединено круглыми окнами-иллюминаторами. Офис наполнен сокровищами — артефактами в духе 1960–1970-х годов вроде скульптуры юного Гагарина (фото 10). ■

«АКВАРИУМ» ДЛЯ НАЧАЛЬНИКА

Требования к помещению, которые компания предъявляет при подборе офиса, напрямую зависят от рода ее деятельности. В этом на собственном опыте убедилась Алла Глазкова, руководитель направления коммерческой недвижимости по работе с клиентами компании Blackwood.

Компании, где сотрудникам необходимо постоянно поддерживать связь с коллегами в процессе работы, предпочитают располагаться в помещениях открытой планировки. Это прежде всего консалтинговые, брокерские или страховые фирмы. Здесь каждый рабочий стол отделен низкой непрозрачной или прозрачной перегородкой. Открытую пла-

нировку (open space), которая экономит офисное пространство, выбирают для себя большие западные компании. Рабочие места топ-менеджеров, как правило, отделены от общего офиса и располагаются в отдельных кабинетах по периметру. Хотя бывают случаи, когда руководство находится в одном помещении с рядовыми сотрудни-

ми или сидит в «аквариуме» — кабинете, стены которого сделаны из прозрачного стекла, но звуконепрозрачны. Это позволяет контролировать подчиненных с рабочего места и проводить внутренние деловые встречи, не используя переговорные комнаты. Сами переговорные обычно располагают у главного входа, недалеко от ресепшна. В целях

оптимизации офисного пространства некоторые компании предпочитают размещать их рядом, разделяя общей мобильной стенкой так, чтобы при необходимости во время переговоров, а также при наличии большого количества присутствующих стенку можно было раздвинуть и тем самым увеличить площадь переговорной в два или три раза.

В крупных бизнес-центрах класса А переговорные комнаты стараются размещать на каждом этаже. Их может арендовать на основе почасовой оплаты любая компания, которая работает в бизнес-центре. Аналитические или юридические конторы, офисные отделения банка, а также компании, состоящие из нескольких небольших по количеству сотруд-

ников отделов, предпочитают офисы с кабинетной планировкой. При таком размещении можно исключить отвлекающие факторы, а результативность каждого сотрудника повысить. Если помещение арендуется под выставочный зал или шоу-рум, его интерьер может варьироваться от строго-консервативного (чтобы не отвлекать внимание посетителей

от предмета экспозиции) до роскошного или экзотического (производит впечатление, запоминается). Оригинальные интерьерные решения — безусловный тренд дизайнерских бюро и рекламных агентств. Двухуровневые кабинеты, нестандартное освещение и предметы интерьера служат визитной карточкой их бизнеса.



ИКСЗА И КРАЙН



ВЛАДИСЛАВ БОДИМОВ/СЕРГЕЙ ЛЕОНТЬЕВ



АЛЕКСЕЙ НАРОДНИКОВ

«НЕ КРЕАТИВНЫЕ НОВШЕСТВА, А ТОЧНОЕ ПОПАДАНИЕ В БРЭНД» РУКОВОДИТЕЛЬ АРХИТЕКТУРНОГО БЮРО АБД (ABD ARCHITECTS) БОРИС ЛЕВЯНТ ОТРИЦАЕТ ВЛИЯНИЕ БЫСТРОТЕЧНОЙ МОДЫ НА ИНТЕРЬЕРЫ ОФИСОВ. ПО ЕГО МНЕНИЮ, В СОЗДАНИИ ТАКИХ ИНТЕРЬЕРОВ ДЕЙСТВУЮТ НЕСКОЛЬКО ИНЫЕ ПРАВИЛА И КРИТЕРИИ. МНЕНИЮ АРХИТЕКТОРА ДОВЕРЯЮТ ТАКИЕ КОМПАНИИ, КАК BRITISH AIRWAYS, DE BEERS, MICROSOFT, JOHNSON & JOHNSON, «НАФТА-МОСКВА» — ВСЕ ОНИ И МНОГИЕ ДРУГИЕ ПОРУЧИЛИ БЮРО АБД ПРОЕКТИРОВАНИЕ СОБСТВЕННЫХ ОФИСОВ.

BUSINESS GUIDE: Из чего состоит модный современный офис?

БОРИС ЛЕВЯНТ: АБД работает в основном с иностранными клиентами, и практически это люкxu-уровень. Каждый офис имеет несколько зон, которые разнятся по стоимости. Репрезентативная клиентская зона — очень дорогая, бэк-офис — рабочая зона, она более простая. По сути, бэк-офисы в классах люкxu и «А» мало отличаются друг от друга.

BG: Сколько стоит квадратный метр офиса хай-класса, включая проектирование?

Б.Л.: На самом деле это определение относится в первую очередь к самому зданию. Расположение, инженерия, общественные пространства, коммуникации — из этого складывается класс офиса. Бюджет клиентской зоны люкxu-офиса формируется из стоимости \$3,5–5 на квадратный метр. Это сильно зависит от выбранных материалов. Например, заказчик хочет перегородки из стекла. Но оно помимо всего прочего должно быть прочным и удовлетворять противопожарным требованиям: стойкость при пожаре 45 минут. Так что бюджет уходит часто не на красоты, а на обеспечение технических и технологических требований.

BG: Какие бывают типы офисов?

Б.Л.: Есть очень серьезные различия между офисами разного типа. Например, юридические компании, устроенные по принципу партнерства, — это кабинетная система с очень качественной отделкой и мебелью преимущественно американской, консервативной. Эти кабинеты мало подвержены моде. А центральная часть — орен срассе, там находятся сотрудники и секретариат. Если же говорить о банках, то там, наоборот, открытые пространства большие, а кабинеты маленькие.



НА ОФИСНЫЕ ИНТЕРЬЕРЫ МОДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НЕ ВЛИЯЮТ, СЧИТАЕТ АРХИТЕКТОР БОРИС ЛЕВЯНТ

Однажды мы делали офис для IT-компании. У них совсем иной принцип организации пространства. Он связан с созданием временных творческих коллективов. Когда начинается проект, над ним работают один-два человека, затем они обрастают командой специалистов. Структура такого офиса «плавающая». Там есть фиксируемые пространства — переговорные и кабинеты руководителей, клиентская зона. Остальное — открытое пространство с мобильными рабочими местами. Оно формируется каждый раз под новые программы и проекты. Такие офисы требуют особого технического обеспечения, которое перекоммутируется под новые задачи.

Рабочие зоны в общем-то похожи во всех офисах, и уровень вложений и критерии отделки тоже одинаковы. Даже такие крупные компании, как Johnson & Johnson,

оставляют в этих зонах, скажем, открытую инженерию. Никому это не мешает.

BG: То есть архитектура офиса завязана на технологию? Как, например, в школах или больницах?

Б.Л.: Не так жестко, но завязана. Структура офиса определяется архитектором в зависимости от корпоративной практики или идеологии конкретного клиента. Под это уже отстраивается проект, колористическое решение, материалы и прочее. Для крупных компаний характерно наличие подразделения real estate, в которое входят в том числе и архитекторы. Именно они формализуют требования компании в части архитектуры. У нас был клиент — американская фирма Cleary Gottlieb Steen & Hamilton. И когда мы закончили (а это выглядело очень неплохо), я поехал в Нью-Йорк и увидел их головной офис. Там все было очень похоже.

BG: Можно ли сказать, что похожие офисы — это установка жестко брендированных компаний с узнаваемым корпоративным стилем?

Б.Л.: Можно. Но тут все тоже не так просто. Например, климат. Иностранцы проектировщики склонны забывать, что у нас женщины зимой носят шубы. И, попадая в офис с неразвитой подсобной зоной, маются потом с этими шубами и сапогами, не зная, куда их девать. Вещи простые, но их нужно знать. Эти местные реалии очень важны, потому что для крупных компаний комфорт сотрудников — очень важный фактор работы. И архитекторы обязаны этот комфорт обеспечить. Удивительно, но часто архитекторы должны представить проект не только руководству, но и персоналу компании, и только после всеобщего одобрения и согласования он может быть принят.

У солидных клиентов основными критериями служат не какие-то креативные новшества, а точное попадание в бренд, максимально удобная для работы планировка, то есть качественная офисная среда. Большие офисы требуют системного подхода и точного знания принципов работы. Здесь сразу-идеи не нужны.

BG: Что из офисного оборудования проектируется архитектором, а что покупается?

Б.Л.: Это зависит от дизайн-концепции. Но есть довольно четкое разделение. Клиентская зона, рецепция, переговорные — это всегда специально проектируется и специально изготавливается. Движущиеся перегородки, панели, встроенные электронные системы — все это требует высокой точности и стыкованности, которые возможны только при индивидуальном проектировании. Стекло же является разделителем групповых пространств, и поэтому стеклянные перегородки используются типовые. Все, что связано с индивидуальным производством, требует грамотного управления проектом, которое обеспечивает высокую точность и согласованность работы. Поэтому у нас в компании архитектор никогда не занимается менеджментом своего объекта.

BG: Меняет ли облик спроектированный вами офис в течение своей «жизни»?

Б.Л.: Практически нет. Потому что мы не только делаем архитектурный и дизайн-проект, но и рекомендуем декоратора. Но если владелец задумает продать офис, то он сделает это легко и с прибылью. Потому что планировка и структурные элементы достаточно универсальны и требуют минимальной адаптации под нового хозяина. В основном в части декора. ■

Интервью взяла ЕЛЕНА ГОНСАЛЕС

ОФИС ОСОБНЯКОМ

Ажиотажный спрос на качественные офисные помещения никак не затронет, по-видимому, только один тип предложений — офисы-особняки. Особняки в большинстве своем все еще являются федеральной собственностью, чем объясняется их плохое состояние: у государства нет денег на реконструкцию. Подобные объекты крайне редко выставляются на продажу, чаще сдаются. Однако очереди из желающих снять и отремонтировать отдельно стоящее здание, а потом распоряжаться им участники рынка не наблюдают.

«Такие объекты появляются редко, а большинство существующих требуют реставрации или капитального ремонта», — рассказывает Алла Глазкова, руководитель направления коммерческой недвижимости по работе с клиентами компании Blackwood. — Подобрать для клиента подходящее помещение достаточно сложно. Большинство предложений — это реконструированные здания постройки XIX или XX века, некоторые из них являются памятниками архитектуры».

Расположены отдельно стоящие офисные здания в центре Москвы и, как правило, имеют огороженную территорию с небольшой парковкой на ней, нестандартного вида фасады, широкие лестничные пролеты и высокие потолки.



ОФИСЫ-ОСОБНЯКИ СЛИШКОМ ДОРОГИ, ЧТОБЫ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ОСОБОЙ ПОПУЛЯРНОСТЬЮ

«С точки зрения экономики особняки предполагают высокие затраты на покупку и обеспечение здания. При реконструкции архитектурных памятников накладываются ограничения и обременения», — рассказывает Андрей Бушин, директор управления коммерческой недвижимости и девелопмента компании „Мизель“. — В офисах очень важна планировка, поэтому главным недостатком таких предложений является несоответствие условиям, необходимым для работы сотрудников: недостаточная освещенность, наличие множества несущих

стен, деревянные перекрытия и отсутствие современных инженерных систем».

Офисные особняки, в отличие от бизнес-центров, предполагают абсолютную автономию компании. Этот критерий особенно важен, если работа организации связана с сохранением коммерческих секретов и конфиденциальностью клиентов.

«В отдельно стоящих особняках оптимально располагать штаб-квартиры банков, так как в этом случае расширяются возможности размещения службы безопасности и снижаются риски утечки инфор-

мации», — рассказывает Алексей Аверьянов, генеральный директор Vesco Consulting. — Площади особняка лучше выполняют представительские функции и включают предложение дополнительных опций».

Арендатору особняка не приходится подстраиваться под соседей, делить с ними парковку и помещения общего пользования. Если в подвальном помещении здания есть возможность построить хранилище, оно приобретает дополнительную привлекательность и рыночную стоимость.

Отдельно стоящие здания, как правило, снабжены обособленной от города отопительной и водонагревательной системой, независимым источником электроэнергии. Кроме того, в особняках есть возможность создать отдельный вход для VIP-персон или лиц, чье появление нежелательно афишировать перед сотрудниками и клиентами.

Отсутствие просторной парковки существенно влияет на арендную ставку: если особняки в ЦАО без парковки сдаются от \$500–600 за кв. м, то особняк с собственной парковкой достаточного размера обойдется как минимум в \$1,2–1,3 тыс. за кв. м. В среднем арендные ставки на офисные особняки выше, чем на площади в большинстве БЦ.

В любом случае, отмечают эксперты, эксплуатационные расходы компании, располагающейся в особняке, выше, чем

компании, размещающейся в бизнес-центре. Хотя арендатор или собственник здания вправе сам решать, выбрать ли ему эксплуатирующую компанию или создать собственную.

К недостаткам особняков следует отнести высокий «коридорный» коэффициент, устаревшие коммуникации, деревянные межэтажные перекрытия. Правда, это относится к зданиям, не прошедшим реконструкцию. «Уровень арендных ставок зависит от местоположения и состояния объекта (инженерно-технической оснащенности, уровня отделки), — объясняет Алла Глазкова. — Ставки на офисные особняки колеблются от \$450–500 за кв. м в год (класс В, вне Садового кольца) до \$1,5–2 тыс. за кв. м в год на высококлассные объекты — исторические особняки, реконструированные, отличного качества, в центре города».

«Минимальная цена продажи отдельно стоящего здания, являющегося памятником архитектуры, в центре Москвы — \$10 тыс. за кв. м. Для сравнения: квадратный метр в бизнес-центре класса А в районе Садового кольца стоит около \$5 тыс., — говорит Андрей Бушин. — Дороговизна подобных объектов объясняется ограниченностью предложений, да и найти памятник архитектуры в хорошем состоянии довольно сложно».

ЕСТЬ МЕСТО

БОЛЬШИНСТВО РЕСТОРАТОРОВ ЖАЛУЮТСЯ НА ТО, ЧТО МЕСТ В МОСКВЕ, ГДЕ МОЖНО БЫЛО БЫ ОТКРЫТЬ ЗАВЕДЕНИЕ ПРЕМИУМ-КЛАССА, ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ОСТАЛОСЬ. ДЕФИЦИТ ПЛОЩАДЕЙ — ПРОБЛЕМА, НЕДАВНО ВЫШЕДШАЯ НА ПЕРВЫЙ ПЛАН, ЗАСЛОНИВ СОБОЙ ТАК И НЕ РЕШЕННУЮ ДО КОНЦА ПРОБЛЕМУ ОТСУТСТВИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ ЗАВЕДЕНИЙ. НЕКОТОРЫЕ ИЗ ИГРОКОВ РЫНКА ПЫТАЮТСЯ РАЗРЕШИТЬ СИТУАЦИЮ НЕТРИВИАЛЬНЫМ СПОСОБОМ — С ПОМОЩЬЮ ВЫХОДА В НИШУ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ. НИКОЛАЙ КИРИЛЛОВ

ЖИВЫЕ И МЕРТВЫЕ На сегодняшний день, по данным компании Penny Lane Realty, в торговых центрах работает порядка 20–30% заведений общепита столицы. Однако соотношение заведений низкого, среднего и верхнего ценового уровня в ТЦ складывается явно не в пользу наиболее дорогих ресторанов: тут их не просто меньше, чем в центре столицы, — их можно пересчитать по пальцам. В массе своей общепит в ТЦ — это фудкорты и рестораны со средним чеком \$20–30.

Многие концепции развиваются преимущественно в ТЦ, например сеть «Колбасофф». Значительная, пусть и не подавляющая, часть ресторанов «IL Патио» и «Восточный базар» также работают на площадях торгцентров. Перечислять такие сети можно долго.

В то же время ресторанов, сумма среднего чека в которых составляла бы \$40–50, совсем немного, а ресторанов класса премиум — единицы.

С одной стороны, это понятно и без дополнительных комментариев: посетители торговых центров в основном люди с ежемесячным доходом \$1–1,5 тыс. на семью, которые не готовы тратить в ресторане больше \$30 на человека. Да это и ни к чему: их запросы существующий общепит вполне удовлетворяет, и более дорогие концепции, существующие в тех же местах, где работают демократичные заведения, просто не выдержали бы конкуренции. С другой стороны, в рамках отдельных торговых центров все же находится место и для дорогих ресторанов. Но их судьба далеко не всегда складывается удачно.



РЕСТОРАНЫ ПРЕМИУМ-КЛАССА СО СРЕДНИМ ЧЕКОМ В \$45 ДЛЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ ПОКА РЕДКОСТЬ

Так, например, безвестно пропал ресторан татарской кухни «Чак и чак» со средним чеком \$60, располагавшийся в ТДЦ «1-й км» на Рублевке. В конце 2004 года состоялось его громкое открытие, на которое были приглашены многие потенциальные потребители, проживающие в поселках вдоль трассы. Шамиль Тарпищев разбил на счастье бокал о стеклянные изразцы напольного покрытия ресторана, но удачи заведению это не принесло. Год спустя проект закрылся, не оправдав надежд инвесторов.

Кануло в лету и кафе Voulez Vous со средним чеком \$60, работавшее в ТДЦ «Новинский пассаж». В отличие от «Чак и чак», это заведение не имело отдельного входа, чем и объясняет неуспех проекта генеральный директор управляющей компании «Арпиком» (сети Goodman, «Колбасофф» и «Филимонова и Янкель») Михаил Зельман.

В то же время прекрасно себя чувствуют в торговых центрах другие проекты — стейк-хаус Goodman (средний чек \$50–55) в Новинском пассаже и ТЦ «Европейский». В последнем он соседствует с фиш-хаусом «Филимонова и Янкель» (средний чек \$45), которому также грех жаловаться на недостаток публики.

В конце 2005 года в торговом центре Dream House в Барвихе открылся ресторан сети Correa's (чек \$30–35), и, как уверяют представители как торгцентра, так и сети, заведение себя там замечательно чувствует.

Неплохо, по словам владельцев, поживают работающие в Новинском пассаже Blue Elephant и Doucet X.O. (средний чек превышает \$100). Впрочем, на этом, пожа-

луй, список достижений премиальных ресторанов в плане освоения пространств торгцентров исчерпывается. Несколько особняком в данном списке могут стоять рестораны Александра Волкова «Шогун» и «Сумосан», считающиеся лучшими ресторанами японской кухни в столице, — по той причине, что работают они при гостиницах («Славянская» и «Балчуг»). И все же их опыт в данном случае также может считаться показательным, поскольку располагаются заведения в пространстве, далеком от представления об идеальном месте для ресторана класса суперпремиум.

Принципиально разные истории ресторанов в ТЦ не дают прямых ответов на вопросы, что такое ресторан в торговом центре, в каком именно торговом центре он должен располагаться, а главный должен быть дорогой ресторан, чтобы быть успешным в таком, в сущности, чуждом для него месте. Попробуем разобраться.

ХАТА С КРАЮ На месте недавно закрывшегося в Новинском пассаже кафе Voulez Vous компания «Арпиком» скоро откроет собственный ресторан — продолжит развитие нового бренда «Филимонова и Янкель». Господина Зельмана не пугает то, что помещение располагается внутри торгового центра, не имея отдельного выхода на улицу. Однако смелости ему придает не только то, что концепция для Москвы актуальна и востребована: «Не будь в Новинском пассаже стейк-хауса Goodman, мы бы не решились брать освободившееся помещение. А так появляет-

РЕКЛАМА CLASSIFIEDS

\$ 20 000 000 ПРОДАЖА м. Баррикадная. Продажа особняка класса «А». Общая площадь 2 300 м². 3 этажа, евроотделка, огороженная территория 14,5 соток, парковка на 16 машиномест, охраняемая территория. www.deltarealty.ru, 790-790-5	\$ 3 500/м² ПРОДАЖА м. Бауманская, Переведеновский пер. 10 мин. пешком, реконструкция бизнес-парка класса «В». Продажа офисных зданий, общ. пл. 17300, 8600, 3700, 2100, 860 м² и офисных блоков от 400 м². Охрана, парковка, полная инфра. 506-67-11, 740-48-38	\$ 2 430/м² ПРОДАЖА м. Беговая, ул. 2-я Магистральная. Продажа Административного комплекса общей площадью 9881 м², перекрытия ж/б, участок 0,9 га. Высота потолков от 3 м. www.deltarealty.ru, 790-790-5	от \$ 3 300/м² ПРОДАЖА м. Калужская. Бизнес-центр класса «В+». Профессиональное управление объектом. Продаются офисные помещения от 500 м². Под чистовую отделку. Подземная парковка. www.naiglobal.ru, 223-23-20 Евгений Бакрин	ПРОДАЖА м. Кантемировская, Загорьевский пр-д, д. 5, к. 3. Новое офис. зд., 3342 м², вентиль, фасад, кондицион, готов к эксплуат, свое ТП 2х450 кВт, евроорем., видеонаб., охр. паркинг 50 м/м. 500 м от МКАД. Возможна продажа блоками. 8-985-102-42-25, 8-910-453-54-21
€ 1 500 000 ПРОДАЖА м. Кантемировская. Полная продажа функционирующего бизнеса. Очень проходное место. Требуем: зал, 150 посадочных мест. Общая площадь 550 м². 248-28-88, 248-29-04	\$ 750 000 ПРОДАЖА м. Молодежная. 1 мин. пеш. Продается 121,2 м². Элитный жилой комплекс. Офис двухэтажный с панорамным остеклением. Открытая планировка. Огороженная охраняемая территория. www.naiglobal.ru, 223-23-20 Владимир	АРЕНДА м. Медведково. Аренда в реконструируемом БЦ класса «Б». Общая площ. 16000 м². Перекрытия ж/б, развитая инфра-р. Профессиональное управление БЦ. Система картонного доступа. Блоки от 350 м² до 14 000 м². www.deltarealty.ru, 790-790-5	\$ 1 500 000 ПРОДАЖА м. Савеловская, ул. Башиловская. Магазин, аптека, химчистка. 1 эт. жил. дома. В собствен. 164,2 м²; в ППА 101,4 м² + подвал 207,5 м². 3 МГТС. 1 лин. домов. Проходн. место. Помещ. продается целиком. ООО «Светлый Град». www.svetlygrad.ru, 226-82-51, 247-58-30	от \$ 3 500/м² ПРОДАЖА м. Савеловская, Бизнес-центр «В». Продаются блоки - 1500-4500 м². Этажность - 9 эт., общая площадь - 14992,01 м², высота потолков - 3,5 м. www.naiglobal.ru, 223-23-20 Евгений Бакрин
\$ 50 000 000 ПРОДАЖА м. Сухаревская, Последний пер., д. 28. Новое административное здание класса «А», общ. площадь 4 803,8 м². Вентилируемый фасад, совр. инженерия, подз. паркинг - 22 м/м. Собственник: 780-72-82, 257-43-34	от \$ 5 135/м² ПРОДАЖА м. Охотный ряд, Б. Никитская. 7 мин/п, 3-этажное ОСЗ, площ. 1300 м², возможна продажа этажами, ж/б перекрытия, МГТС, оптоволоконно, парковка, видеонаблюдение, рабочее состояние. www.naiglobal.ru, 223-23-20 Дмитрий Сороколетов	\$ 700 АРЕНДА м. Тульская. Аренда офисных блоков в офисноторговом центре Ереванплаза, БЦ класса «А». Свобод. планир., блоки от 400 до 4500 м². Система контроля доступа, назем/подзем, парковка, совречен, инженерные системы. www.deltarealty.ru, 790-790-5	\$ 1 550 000 ПРОДАЖА м. Щукинская, ул. Маршала Новикова, д. 2, корп. 2. Магазин, офис, 1-й этаж и подвал 6-этажного кирп. дома, общ. площ. 436 м², высота потолка на 1 этаже 4,75 м. Фасад выходит на оживленную проезжую часть. Возможен аренда. 8-916-682-57-89, 767-93-13	\$ 1 200/м² в год АРЕНДА м. Павловская, ул. Летниковская. Аренда особняка класса «А». Общая площадь 1800 м². Охраняемая территория 0,8 га, подземный гараж на 7 м/м. Центральная система вентиляции и кондиционир. западный ремонт. www.deltarealty.ru, 790-790-5
\$ 18 500/м² ПРОДАЖА Пречистенка. Продажа особняка класса «А» на Пречистенке, вид на Храм Христа Спасителя, площ. 1081,4 м². Готов к въезду. 4 этажа. Имеется лифт. Центр, система кондиц. и приточно-вытяжн. вентиляц. www.naiglobal.ru, 223-23-20 Олег Федынкин	\$ 15 350/м² ПРОДАЖА м. Пушкинская. Продажа особняка, площ. 593 м². Вторая линия ул. Б. Дмитровка. Выполнен высококач. ремонт, комнаты частично меблир. 19 линий МГТС. Мощност 23 кВт. Огорож. территория на 12 м/м. www.naiglobal.ru, 223-23-20 Евгений Бакрин	\$ 13 250/м² ПРОДАЖА м. Цветной бульвар. Продажа особняка площ. 528,3 м². Вторая линия домов. Огороженная территория 0,3 га. 2 этаж + мезонин. Выполнен хороший ремонт. Год постройки - 1999. www.naiglobal.ru, 223-23-20 Олег Федынкин	по запросу ПРОДАЖА Производство экспозиционных интерьеров и мебели из ценных пород древесины. Огороженная территория 0,7 га, земля в собственности. Площ. стр. = 8000 м². Вся дополнительная информация по запросу. www.naiglobal.ru, 223-23-20 Олег Федынкин	от 36 000 руб./м² ПРОДАЖА г. Павловский Посад. Торгово-офисные помещения в ж/к «Первомайский». Новостройка. Свободная планировка, продажа 100 м². Возможен согласование, изменение проекта. Рассрочка. ООО «Рус Гранд». 775-26-15, 507-89-51

По вопросам размещения фотомодулей обращаться по телефону (495) 651-95-99, доб. 218,127.
* С проектными декларациями объектов можно ознакомиться по телефонам, указанным в рекламных объявлениях.

ся возможность продвигать концепцию среди наших постоянных гостей, которые ходят в стейк-хаус. Дальше работает механизм сарафанного радио, и рыбное заведение обретет собственную лояльную аудиторию», — рассказывает Михаил Зельман.

Тут стоит сделать ремарку. Новинский пассаж, как полагают многие участники рынка, оказался, несмотря на вполне приемлемое местоположение, проектом неуспешным: магазины, которые там работают, должны были быть люксовыми, их брэнды — раскрученными. Но их мало кто знает и мало кто посещает. Получается парадоксальная ситуация: о торговом центре говорят чаще в связи с рестораном и ассоциируют ТЦ с конкретным арендатором, а не наоборот, как должно было бы быть. При этом вряд ли Goodman можно назвать «якорным» арендатором, поскольку его клиенты не являются посетителями самого пассажа.

По мнению знакомых с ситуацией источников, положение соседей Goodman не столь благополучно. «В Blue Elephant, мягко говоря, нет толпотовения. Брэнд известный, но статусные люди туда не идут. Успех в данном случае складывается из нескольких составляющих: место, кухня, имя ресторатора. Что здесь не соблюдено. Модные рестораны в Новинском бы не сели. Для них важно, чтобы было удобно добраться, чтобы была парковка, максимально прямой доступ: клиент вышел из машины и тут же оказался в безопасном пространстве ресторана», — рассуждает старший консультант отдела торговых помещений компании Jones Lang LaSalle Анна Савенко.

Впрочем, хозяйка заведения, представляющего международный брэнд ресторанов высокой тайской кухни Blue Elephant, Милка Кресоя и сама признает отдельные недостатки расположения ресторана: «Если бы в самом торговом центре было больше посетителей, это стало бы нам поддержкой: теоретически тот контингент, который должен посещать пассаж, — наш клиент. Если бы ресторан был в городе, было бы лучше: отдельный особняк, свой паркинг — вот условия для оптимальной работы заведения», — говорит она. И все же, по словам госпожи Кресоя, у ресторана есть свой вход, а потому он не воспринимается как составная часть и неотъемлемая принадлежность ТЦ: «Работой ресторана мы удовлетворены, хотя, конечно, его раскрутка требует времени. „Голубой слон“ — мировой брэнд, наша публика — это не новиковская тусовка, которая посещает одно заведение два месяца, а потом остывает к нему, и заведение начинает чахнуть. Наша публика более лояльна. Я была первым арендатором ТЦ и заключила договор аренды задолго до окончания строительства. Здание впечатлило меня своей архитектурой и мощностью. У меня отличные взаимоотношения с руководством Новинского пассажа, это плюс. Другой плюс — техническая поддержка. Одна чистка вентиляции чего стоит. К тому же все наши пиар-акции, рекламные баннеры, развешанные по городу, финансируются поровну. Это важно. Также важно, что, в отличие от «Тишинки» или «Европейского», Новинский пассаж является торгово-офисным центром, арендаторы тут иностранные компании, топ-менеджмент которых образует постоянную клиентуру ресторана. К тому же вокруг размещены посольства. К нам ходят сотрудники самых



ГОСТЕЙ РЕСТОРАНОВ СЕТИ CORREA'S ШУМ И СУЕТА ТОРГОВОГО ЦЕНТРА НЕ СМУЩАЮТ

разных посольств: от США до Бангладеш. Лужков приходит каждый месяц», — рассказывает Милка Кресоя. Иностранцы, по ее словам, составляют 60–70% гостей: «Им не надо объяснять, что такое тайская кухня. А вот российского потребителя надо привлекать, устраивать мероприятия по раскрутке, приглашать известных людей. Россияне не тратят больше денег, чем иностранцы, зато иностранцы стабильны».

БЕЗ ОКОН И ДВЕРЕЙ Однако далеко не все рестораторы полагают, что для успешной работы ресторана в ТЦ нужен, как минимум, отдельный вход, или другой, локотивный брэнд, который продвинет не очень удачно расположенного соседа.

Директор по стратегическому развитию компании Paul's Yard Балл Фай полагает, что функциональное отличие ресторана премиум-класса от более демократичных заклю-

чается в том, что он является «вынужденной вещью» для ТЦ: «Фуд-корт тянет весь ТЦ вверх, формирует человекопоток оптимальным для торговли образом. Ресторан наверху не сделаешь — клиент не пойдет. К тому же ресторация — несколько другой вид отдыха, чем шопинг. Но ресторан оправдан там, где политика заведения направлена на удовлетворение всех запросов клиента, на создание у него ощущения комфорта. Чтобы у него была возможность, к примеру, провести на уровне важную деловую встречу».

Ради этого можно пойти и на некоторые неудобства. Например, предоставлять площадки под ресторан по более низкой цене.

Например, Айзек Корреа, владелец сети Correa's, открывая ресторан в ТЦ Dream House в Барвихе, сделал ставку на качество продукта и оригинальность, востребованность концепции. Дабы у читателя не возникло мысли, что Рублевка «ест» все модное и для нее не важно расположение, мы можем напомнить историю ресторана «Чак и чак». И тем не менее кафе Correa's не имеет отдельного выхода. Правда, располагается оно на первом этаже, буквально напротив входа. Но думается, что рублевскую публику привлекает не удобство местоположения: по словам директора ТЦ Dream House Анны Панкратовой, инициатива создания именно этого кафе в торговом центре исходила от девелопера. Для него наличие этого брэнда имело имиджевый смысл: «Арендная ставка у них гораздо ниже, чем у других арендаторов. В зависимости от этажа ставки в центре плавающие — начиная с \$1,5 тыс. и до \$5 тыс. У кафе Correa's на 30% ниже, чем нижняя планка. Место демократичное по ценам, по качеству и по подаче и вместе с тем качественное и оригинальное. Такого не было на Рублевке, что и обеспечило успех кафе», — рассказала госпожа Панкратова.

Как отмечает директор по операционной деятельности сети Correa's Павел Отрошенко, заведение себя оправдывает. Хотя оно работает немного по-другому, чем московские точки сети: «В выходные там не сидят. Это понятно. В будни свободнее, и публика другая, чем в Москве, — это в основном неработающие люди. Оборачиваемость стола в Dream House ниже, чем в наших городских кафе, зато средний счет выше — по той причине, что гости в Барвихе проводят больше времени за столом, чем в Москве: ритм более размеренный».

То, в чем можно отметить сходство загородного кафе на Рублевке и стейк-хауса в Новинском пассаже, — целевое посещение. Как правило, останавливаются поесть там те люди, которые приезжают за продуктами в расположенный здесь же супермаркет «Азбука вкуса». Супермаркет и кафе, таким образом, дополняют друг друга. «Наш потребитель не обязательно пойдет по всем этажам, он заглянет в „Азбуку“ и в кафе. Зато когда он решит купить какие-то предметы интерьера, поедет опять же к нам: с нами у него будут связаны позитивные эмоции, он будет лоялен нашему брэнду», — объясняет Анна Панкратова.

Идеей обеспечения удобства покупателя живы и рестораны в ТЦ «Крокус Сити молл». Там работает несколько концепций, которые должны удовлетворять вкусовые предпочтения разных клиентов. Есть французская, японская, китайская, итальянская кухни, а также Fusion.

НЕПРОФИЛЬНЫЙ БИЗНЕС АРКАДИЯ НОВИКОВА

В рядах торговцев элитной недвижимостью — пополнение. Модный ресторатор Аркадий Новиков открыл риэлтерское агентство под названием Main Street, намереваясь продавать загородные дома в самой закрытой нише элитного рынка.

Новое непрофильное подразделение в Группе компаний А. Новикова состоит из нескольких высокопрофессиональных сотрудников, занимающихся поиском помещений для заведений ресторатора.



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Надежда Сухова, пресс-секретарь группы: «Идеальное помещение в принципе найти очень сложно, поэтому приходится адаптироваться к предложениям рынка. Например, огромному успеху GQ bar предшествовала почти двухгодичная история реставрации, согласований, переделок. Тем не менее он того стоил, поскольку помещение находится в районе расположения крупных компаний и банков, бизнес- и офисных центров, недалеко от Кремля, на развязке больших московских магистралей».

Городской ресторан любого уровня, по мнению сотрудников Аркадия Новикова, должен быть расположен удобно — на машине ли прибыл гость или пришел пешком. Необходимо, чтобы зал был виден с улицы. В идеале это большие окна, отдельный вход, парковка — а дальше личный вкус и инвестиции ресторатора.

Московский рынок коммерческой недвижимости стал невероятно тесным, все помещения, имеющие хоть какой-то шанс на успех, нарасхват. Группа компаний Аркадия Новикова, признаются его сотрудники, рассматривает все возможные варианты, даже присланные по факсу с непрофессионально выполненным описанием и планом БТИ.

Накопленный опыт персонала и стратегические интересы ресторатора стали основанием для создания собственного риэлтерского агентства. Новость о его появлении заставила всерьез занервничать руководство агентств-конкурентов. Причин для беспокойства несколько. Во-первых, загородный де люкс, которым прежде всего будет заниматься агентство Main Street, —

самый высокодоходный сегмент рынка недвижимости. Сферы влияния и активности здесь давно поделены между несколькими хорошо известными компаниями. Появление на Рублевке новой, пусть даже дружественной, фирмы у конкурентов вызывает ревностное и вполне понятное раздражение.

Появление здесь новичка с именем, которое давно стало общепризнанным брэндом и синонимом профессионализма (пусть и в другом бизнесе), тем более не добавляет оптимизма риэлтерам.

Кроме того, не секрет, что большинство сделок с недвижимостью класса премиум совершается благодаря личным отношениям. Знакомств у Аркадия Новикова, сетуют риэлтеры, столько, что только на личных связях и при нулевых затратах на рекламу он может продавать домов столько же, сколько все специализированные агентства вместе взятые.

Не понравились и попытки (отчасти удачные) перекупить менеджеров успешных риэлтерских фирм. Однако вскоре выяснилось, что у Main Street, вопреки слухам, нет офиса на Старом Арбате. И вообще никакого офиса пока нет. Идет поиск подходящего помещения.

Аркадий Новиков комментировать собственный интерес к недвижимости отказался. Сотрудники Группы компаний А. Новикова объясняют, что не имеют права говорить об агентстве Main Street до тех пор, пока идут «предпроектные работы». Известно, что ресторатор действительно стал одним из учредителей риэлтерского агентства Main Street. Недвижимость — бизнес для него новый, поэтому о наполеоновских планах речи пока не идет.



СТЕЙК-ХАУС GOODMAN ПРЕКРАСНО ЧУВСТВУЕТ СЕБЯ В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ «ЕВРОПЕЙСКИЙ» ДАЖЕ БЕЗ ОТДЕЛЬНОГО ВХОДА

По словам пиар-менеджера «Крокуса» Никиты Оганяна, выбор был остановлен именно на этих концепциях, ценовой уровень заведений ниже, чем в городе, несмотря на то что рестораны позиционируются как заведения премиум-класса — к примеру, средний чек в «Азии» (японская, китайская кухня) 1–1,5 тыс. рублей, в La Vie (французская кухня) 2–3 тыс. рублей без напитков. Связано это с тем, что задача приносить сверхприбыль перед ресторанами не стоит, кроме того, они принадлежат не сторонним лицам, а собственникам ТЦ. Посещают их 30–40% покупателей «Крокуса».

Но наиболее успешным из заведений общепита при «Крокусе» является ресторан яхт-клуба Shore House, совладельцем которого числится Аркадий Новиков. По всей вероятности, и тут не обошлось без магии имени гуру столичного общепита.

В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ МИРОЗДАНИЯ На вопрос, нужны ли торговым центрам приличные рестораны (позиционирующиеся в верхнем среднеценовом и премиальном сегментах), эксперты однозначного ответа не дают.

Так, по мнению Балл Фая, для таких ресторанов есть интересные торговые центры: «Атриум», Новинский пассаж, Смоленский пассаж, «Рублевский», «Европарк» и еще несколько подобных.

«Там работает и проводит много времени деловая элита. Там потенциально интересно размещать дорогие рестораны. Локация в центре города сегодня — это автоматически получаемые проблемы с электричеством, сложность разнообразных согласований. Открываясь в ТЦ, ресторан избавляет себя от этих проблем. Бесспорный плюсы —

ЕСЛИ РЕСТОРАТОР НАХОДИТ СЕГОДНЯ ПОМЕЩЕНИЕ В ЦЕНТРЕ ГОРОДА, ОН АВТОМАТИЧЕСКИ ПОЛУЧАЕТ МАССУ ПРОБЛЕМ. ОТКРЫВАЯСЬ В ТЦ, РЕСТОРАТОР ИЗБАВЛЯЕТ СЕБЯ ОТ ЭТИХ ПРОБЛЕМ. БЕСПОРНЫЕ ДОСТОИНСТВА ТЦ — БОЛЬШОЙ ПАРКИНГ, ГАРАНТИРОВАННЫЙ ПОТОК ПОСЕТИТЕЛЕЙ



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

большой паркинг, гарантированный поток посетителей. Но проблема в том, что с концепцией элитной кухни велик риск войти в диссонанс с розничными концепциями, представленными в ТЦ», — полагает господин Фай.

Более категоричен директор департамента торговой недвижимости Penny Lane Realty Алексей Могила: «Торговые центры рестораторам не интересны. Тут имеет место двоякая ситуация — девелоперу ресторан высокой кухни не нужен, так как проходимость он не создает, в то же время и ресторатор не получает удовлетворения. Высокая маржа не покрывает издержек. К тому же дорогой ресторан предполагает качественно иной, чем у среднеценового заведения, подход к дизайну. Он вряд ли будет соответствовать дизайну ТЦ».

Как полагает Анна Савенко, в Москве есть не так много мест, где можно сделать такой торговый центр, где ресторан высокого уровня будет уместен: «Здесь необходимо понимание местоположения. Оно должно быть центральным во всех смыслах. Люди, которые ходят в магазины торгового дома „Весна“ на Новом Арбате, заходят и в кафе „Весна“. Удачна в плане соседства торговли предметами класса люкс и аналогичными же ресторанами зона между ЦУМом и Петровкой, а также Barvina Luxury Village».

Одним из определяющих госпожа Савенко называет момент несовпадения аудиторий: «Аудитория Goodman и аудитория ресторанов Аркадия Новикова разная».

Согласно этой логике, мы можем предположить, что Олег Дерипаска, который ходит в михалковский «Индус», в Goodman не пойдет. Владимир Путин, который бывает в «Недальнем Востоке», тоже не пойдет в заведение со средним чеком \$40–50 — из одних только статусных соображений. Однако с подобными рассуждениями не соглашается Михаил Зельман. В его стейк-хаусе в Новинском Пассаже во время визита в Москву был замечен король Иордании, к примеру.

Эксперты называют несколько строящихся объектов, борьба за которые среди рестораторов идет уже сейчас. Привлекателен для создания ресторана премиум-класса ТЦ «Времена года», среди арендаторов которого будут магазины Chanel, Burberry, свои концепции там будет продвигать один из крупнейших игроков рынка товаров luxury на отечественном рынке — компания «Джамилько». «Соседству с такими брэндами будет рад любой ресторатор,

работающий на соответствующую аудиторию. Первый претендент на место под ресторан во „Временах года“ — Аркадий Новиков», — рассказала Анна Савенко.

Алексей Могила называет другой проект, который, несомненно, будет успешным, — ТЦ «Баркли плаза» на Пречистенской набережной: «Это небольшой ТЦ, в котором среди других арендаторов будут и рестораны высокой кухни. Аренда там будет чуть выше, чем обычно ставят в ТЦ, но ниже, чем у других арендаторов именно этого торгцентра. Запускается он в декабре».

ВИД СО СТОРОНЫ Владелец ресторанов «Сумосан» (Москва—Киев—Лондон) и «Шогу» Александр Волков полагает, что по большому счету не важно, где расположен ресторан — при торговом центре, при гостинице или отдельно. Главное другое: «Если ресторан будет качественный, то своего потребителя он найдет в любом случае». Единственное ограничение, которое накладывает работа в сегменте премиум, — немногочисленность клиентуры. Соглашается с ним и Анна Савенко, оценивая клиентуру ресторанов высокой кухни максимум в 150 тыс. человек.

Оба своих московских ресторана господин Волков разместил при гостиницах, что, по его убеждению, никак не сказывается на восприятии и популярности проектов и даже играет ему на руку: «К примеру, „Сумосан“ полон в будни, когда большинство других заведений такого ценового уровня пустуют. И не за счет постояльцев „Славянской“. На них приходится 3–5% гостей, еще 5% — посетители гостиницы. Приход к нам остальных можно характеризовать как целевое посещение», — говорит господин Волков.

Довольный результатом Александр Волков больше не планирует строить ресторанов в городе. «Публики не так много, не хочется конкурировать с самим собой», — рассказывает он. Единственное место, где, по его мнению, возможно, и стоит сделать еще одно подобное заведение, — это деловой центр «Москва-Сити».

Особенность поведения своего потребителя, который приходит чаще в будние дни, чем в выходные, Александр Волков объясняет тем, что там часто назначают деловые встречи. Только ли в этом успех? Вероятно, нет. Успех в любом случае результат планомерной работы ресторатора. И в торговом центре, и в отдельно стоящем здании в центре города. ■

ЕСТЕСТВЕННОЕ НЕРАВЕНСТВО

4,5 минуты от Москвы.

Точность — это то, чем мы в техно-логистическом комплексе «Томилино» особенно гордимся. 6 км от МКАД. 140 га территории. 500 000 кв.м складских, производственных и офисных помещений премиум-класса. ТЛК «Томилино» с 2004 года известен своим европейским уровнем сервиса. Это не просто логистический парк, а бизнес-трансформер. Здесь конструируют уникальное предложение для каждого арендатора.

Удачное расположение между Рязанским и Новорязанским шоссе. Плюс профессиональная служба эксплуатации. Плюс весь комплекс необходимых услуг.

Аренда склада на территории ТЛК «Томилино» — верное решение логистических задач вашего бизнеса.

Это точно.

ТОМИЛИНО
ТЕХНО-ЛОГИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ
www.tomilino.ru +7 (495) 558-8202

РЕКЛАМА

«МАКСИМАЛЬНАЯ ПРИЕМЛЕМАЯ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА ВЫСОТА — ВЫСОТА ДЕРЕВА»

МОСКВА НЕ ПЕРВЫЙ ГОД ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ГИГАНТСКУЮ СТРОЙПЛОЩАДКУ. КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ СРЕМИТЕЛЬНО РАСТЕТ ВВЫСЬ: КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ НЕБОСКРЕБ СОПЕРНИЧАЕТ С ПРЕДЫДУЩИМ. ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ ОППОЗИЦИОНЕРОВ МОСКОВСКОГО ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВА — АКАДЕМИК РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ СТРОИТЕЛЬНЫХ НАУК, АВТОР 2 ПОСТРОЕННЫХ ГОРОДОВ ЮРИЙ БОЧАРОВ. ОН РАССКАЗАЛ ВГ, ЧЕМ ОПАСНЫ ВЫСОТНЫЕ ЗДАНИЯ И ПОЧЕМУ ИХ НЕЛЬЗЯ СТРОИТЬ В МОСКВЕ.

BUSINESS GUIDE: Юрий Петрович, вы резко выступаете против высотного строительства в Москве. Почему?

ЮРИЙ БОЧАРОВ: Статистика говорит о том, что максимальная приемлемая для человека высота — это высота дерева. Этажей пять-восемь. Выше начинаются существенные изменения давления. Сотрудник офиса в высотном здании несколько раз на дню перемещается с этажа на этаж — вниз-вверх. Такие частые перепады давления ничего хорошего дать не могут.

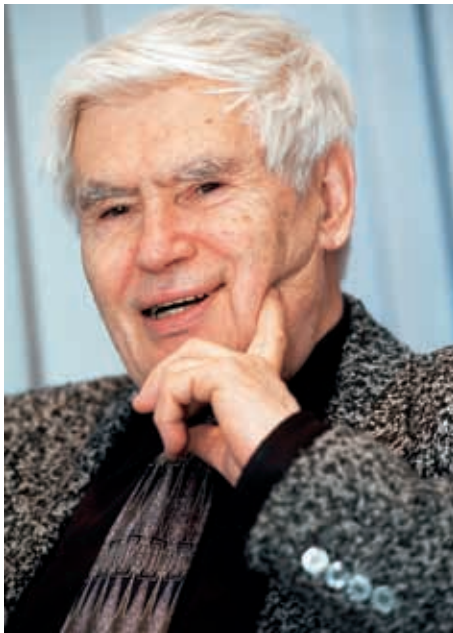
ВГ: В Москве, вероятно, без строительства высотных зданий никак не обойтись — места мало.

Ю. Б.: Высотная застройка увеличивает плотность населения, не изменяя транспортной системы — получаете пробки в городе. У нас плотность населения на третьем месте в мире: 10 800 человек на квадратный километр. В полтора раза выше, чем в Нью-Йорке. Опережают нас только Шанхай и княжество Монако. В таких мегаполисах, как Сингапур и Гонконг, и то свободнее — 6400 и 6300 человек на квадратный километр соответственно. Из-за тесноты в Москве высокая смертность и низкая рождаемость, и их следствие — депопуляция. Но строительным компаниям не до статистики. Им надо делать деньги.

Любая высотка — тромб на дороге. Кроме сотрудников в ней полно оборудования, которое нужно часто менять, обслуживать, а это значит, дополнительный поток грузовых машин. Ко всему этому добавляются проблемы дополнительных лифтов, дополнительных насосных подстанций, аварийных электроподстанций.

ВГ: В остальном многоэтажные БЦ не представляют опасности?

Ю. Б.: Если в пятиэтажке свет вырубят, самое страшное, что произойдет, — продукты в холодильнике могут испортиться. А в небоскребе отключение электричества — катастрофа. Лифты не работают, лестницы на такое количество людей не рассчитаны, вода наверх не подается, так как не хватает напора. При спуске людей в аварийных ситуациях по лестницам возникает давка, паника, жертвы. Пожар превращает жителей верхних этажей в заложников: прорваться вниз у них нет возможности, пожарные лест-



АЛЕКСЕЙ МИХИШЕВ

АКАДЕМИК ЮРИЙ БОЧАРОВ УВЕРЕН, ЧТО МОСКВА — САМЫЙ ПЛОТНО ЗАСТРОЕННЫЙ ГОРОД МИРА.

ХУЖЕ ТОЛЬКО В МОНАКО И ШАНХАЕ

ницы не достают, вертолет много людей не заберет, а их в небоскребах много. К тому же при сильном пожаре вертолет к зданию не сможет даже подлететь: его будут сносить восходящие потоки горячего воздуха. Что для малоэтажки насморк — для небоскреба смерть.

ВГ: То есть вы против высотных зданий в принципе?

Ю. Б.: Стройте, пожалуйста, но тогда сначала разберитесь с дорогами. В Москве транспортные магистрали проектируются и строятся отдельно от проектирования и строительства жилой и коммерческой недвижимости, объектов инфраструктуры, без учета исходной ситуации. Через пять лет в районе «Москва-Сити» будет одна гигантская

хроническая пробка. Городская транспортная язва. Там шоссе идет только с юга на север. Должно быть и другое — с запада на восток. А там его нет. Вы знаете, как выбиралось место под «Сити»? Там по генплану 1971 года должны были проходить транспортные хорды. С ними «Сити» было бы доступной точкой. Но потом хорды вывели, а их территорию застраивают.

Нельзя строить небоскребы в средневековом городе, а структура Москвы средневековая по соотношению территорий. Она рассчитана на гужевой транспорт, а об этом забыли. Расширили улицу Горького, сделали Новый Арбат — и на этом остановились. Естественно, третье кольцо не спасло положения, и четвертое тоже не спасет: все упрется в узкие улочки, которых в Москве большинство.

ВГ: Можно было построить город по-другому?

Ю. Б.: Был замечательный проект Сергея Шестакова «Большая Москва». Если бы его проект приняли в середине 20-х годов прошлого века, столица выглядела бы иначе. Шестаков рассматривал Москву как единый комплекс, состоящий из самого города и городов Московской губернии. Кремль у него становился музеем, а политический центр переносился на Ходынское поле. Жилищное строительство предусматривалось в основном малоэтажное и осуществлялось за счет граждан, государство же обеспечивало его инфраструктурой. Основным строительным объектом проекта Шестакова был семейный домик, построенный на банковский кредит (это были времена НЭПа). Площадь города составляла бы 200 тыс. гектаров, это примерно вдвое больше, чем сейчас, а население — 4 млн человек, в разы меньше нынешнего. Главными параметрами проекта были большая территория, оптимальная плотность населения и развитая сеть автодорог. С моей точки зрения, тот план был самым лучшим планом развития Москвы и остается таковым по сию пору.

ВГ: Хотя бы часть проекта «Большая Москва» реализована?

Ю. Б.: От него нам остались лишь несколько столичных поселков, таких, как Сокол. После того как Сталин свернул НЭП, коллеги-архитекторы настроили на Шестакова до-

нос, и его репрессировали, а проект был объявлен враждебным. Зато им впоследствии воспользовались другие страны. В 1940-е годы его идеи легли в основу проектов по перепланировке Большого Лондона, Оттавы, Веллингтона.

ВГ: Те города, планы развития которых вы разрабатывали, — Тольятти, Набережные Челны — московских проблем лишены?

Ю. Б.: Это были особые города, построенные под определенные цели, города машиностроителей. Я сейчас их регулярно проверяю, смотрю объекты — идет ухудшение. Идет опять высотная застройка, нарушение всех норм, показателей. И это при том, что вообще города у нас занимают удивительно малые территории. В США на города приходится 6% земельного фонда, в Англии — 9%, у нас же чуть более 1%. Так что небоскребы невыгодны ни вам, ни мне, а только тем, кто за них деньги получает.

ВГ: Вы утверждаете, что эксплуатация небоскребов безумно дорогое удовольствие, но арендаторы не жалуются.

Ю. Б.: Пока у нас идут дотации на энергоносители, не жалуются. Но, когда их не будет, цены за обслуживание высотных зданий моментально и многократно поднимутся. И многие компании уже просто не смогут оплачивать аренду своих высотных офисов. Я видел башни в Нью-Йорке, построенные еще в начале 70-х, в эпоху дешевой нефти. Сейчас в них живут бомжи, а раньше размещались банки.

ВГ: Семь лет назад, критикуя принятый генплан развития Москвы, вы говорили, что он ориентируется только на строителей. Не изменили свое мнение?

Ю. Б.: На примерах могу доказать свою правоту. В генплане заложено резкое повышение плотности города. Москва строилась 800 лет, а теперь за каких-то 20 лет нам добавят еще 70% застройки, в то время как земельных резервов в Москве осталось меньше 5%. При этом площадь улиц и дорог вырастет только на 3%, а число автомобилей — на 200%. Я предрекал паралич движения в столице еще семь лет назад. Авторам генплана только казалось, что Москве недостает плотности. На самом деле Москва — самый плотно застроенный город в мире, кроме Монако и Шанхая.

Интервью взял **ВАЛЕРИЙ ЧУМАКОВ**

ПРЯМАЯ РЕЧЬ ЧТО БЫ ВЫ В МОСКВЕ ЛИКВИДИРОВАЛИ?

Анатолий Карачинский, президент компании ИВС:

— Пора браться за различные склады. Предприятия из черты города уже давно выводятся, а те, что остались, большого вреда не приносят. А вот различные склады непонятно чего давно всем мешают. Не знаю, как обстоят дела на окраинах города, но в центре много мест — если съехать с центральной улицы во двор, то там не детские площадки или скверы, а непонятные ангары. Иногда их хозяева не появляются там годами, ангары покосились или стали прибежищем бомжей. Пора московским властям провести инвентаризацию и этих сооружений, а затем вывести все за пределы города.

Ольга Свиблова, директор московского дома фотографии:

— Московский нефтеперерабатывающий завод. Удивляюсь, почему он до сих пор находится в черте города. А еще я бы вывела из Москвы все пищевые предприятия — хлебозаводы, мясокомбинаты и молочные

заводы. Тогда бы в Москве освободились колоссальные территории, не было бы расадника грязи и, соответственно, грызунов. Продукцию этих заводов большегрузные машины могли бы по ночам развозить по магазинам. А днем быстро портящиеся продукты — хлеб и кондитерские изделия — вполне возможно довозить на «Газелях». В этом случае и пробок было бы меньше.

Валерий Никулин, вице-президент Российского союза промышленников и предпринимателей:

— Буквально завтра же снес бы нефтеперерабатывающий завод в Капотне. Там спальные районы, и люди круглосуточно отравляются.

Андрей Метельский, лидер фракции «Единая Россия» в Мосгордуме:

— Все предприятия, которые выбрасывают вредные химические вещества. Но, к сожалению, это только желание, потому что так сложилось исторически, что они были пост-

роены в Москве, и их в Подмоскovie не перенесешь. Трудно переместить ТЭЦ и ГЭС, а вот химические предприятия, предприятия по производству мыла и обработке меха — вполне реально. Но если и выводить, то обдуманно, а то мы всю гадость соберем и отдадим Московской области. Это не по-соседски, практически мусорное ведро под дверь соседа подсуем со словами: «У тебя квартира побольше, пусть у тебя постоит».

Алексей Яблоков, директор центра экологической политики, член-корреспондент РАН:

— В первую очередь Московский нефтеперерагонный завод. И не вынес бы за черту Москвы, а просто ликвидировал мусоросжигающие заводы. Там надо использовать другую технологию, оставлять в таком виде, в каком они находятся сейчас, просто нельзя. К тому же я вывел бы все предприятия, работа которых построена на атомных реакторах. Сколько таких предприятий, я не знаю, но реакторов в Москве — целых де-

вать штук. А вообще, самым грязным с точки зрения экологии районом столицы является северо-восток. Хотя если говорить по содержанию тяжелых металлов в почве, то центр города идет впереди всех округов.

Виктор Раков, актер театра «Ленком»:

— Я бы начал с того, что старинные вокзальные помещения объявил бы памятниками архитектуры, а вокзалы перенес поближе к окружной дороге. Уже одно это действие улучшило бы экологическую обстановку в Москве.

Егор Титов, капитан ФК «Спартак»:

— Лично мне ничего не мешает, но я думаю о детях. Я живу недалеко от Очакова и каждый раз, проезжая мимо цементного завода, думаю: «Когда же его отсюда перенесут?»

Анфиса Чехова, ведущая:

— Я езжу только по центру Москвы, и никакие заводы мне не мешают, потому что

я их просто не вижу. Зато производство кагэбэшников и здание КГБ на Лубянке перенесла бы куда-нибудь за черту города, а там открыла бы роскошный магазин.

Игорь Рябов, руководитель управления коллективных инвестиций UFG ASSET MANAGEMENT:

— Нужно убрать из Москвы так называемую Южнопортовую зону. Побывав там раз, еще долго ощущаешь себя вернувшимся с промышленной свалки слаборазвитой африканской страны.

Валерий Зинченко, вице-президент номос-банка:

— Первым делом перенес бы нефтеперерабатывающие заводы на более удаленную от города территорию. Такие предприятия не должны вплотную прилегать к жилым районам. Всем понятно, что вопросы с таможенной проще решать, когда завод находится в Москве, но от этого скоро весь город пропахнет мазутом.



Коммерсантъ

«Коммерсантъ» напишет про тебя*

Издательский дом предлагает
услуги по разработке,
выпуску и распространению
корпоративных газет и журналов

*А еще поможет продать рекламу в эти издания

издательский

СИНДИКАТ

125080 Москва
ул. Врубеля, 4 стр. 1
тел. 943-9774, 943-9164
is@kommersant.ru

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
СТРАНИЦЫ
ГАЗЕТЫ

Коммерсантъ



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



**BUSINESS
GUIDE**