



АНДРЕЙ ВОСКРЕСЕНСКИЙ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«НЕДВИЖИМОСТЬ. MIPIM-2008»

ВОПРОС САМОИДЕНТИФИКАЦИИ

Бледновато как-то выглядела на каннской выставке столица нашей Родины город Москва. Конечно, небоскребы, жилые и офисные комплексы — все это было. Пожалуй, еще года два-три тому назад московские проекты даже могли бы поразить воображение. А сейчас уже нет.

Сейчас любой уважающий себя регион выставляется не меньше чем с проектами новых городов или, по крайней мере, реконструкции уже существующих. Квадратные метры теперь принято считать миллионами, количество будущих жителей — сотнями тысяч, а инвестиции, натурально, десятками миллиардов. Ну что по сравнению с такими масштабами какой-то стоэтажный переросток в «Москва-Сити»!

Правда, у вышеозначенных супермегапроектов есть один недостаток — они пока еще только проекты (хотя и в это вложены немалые суммы). А вот будут ли они реализованы, и если будут, то в каких масштабах, и если в заявленных, то когда? По правде говоря, это скорее вопрос веры, чем экономически обоснованного прогноза. А если уж речь идет о вере — то обсуждать нечего и спорить незачем.

Но я предлагаю взглянуть на вопрос с другой стороны. Проект — он ведь ценен сам по себе, независимо от того — выскажу крамольную мысль — будет он реализован или нет. Потому что любой проект — это прежде всего переосмысление территории. Вот, к примеру, Ханты-Мансийск. Что это за город? «Город нефтяников», — ответят многие. А губернатор Ханты-Мансийского округа Александр Филипенко заявил на MIPIM: «Мы видим будущее Ханты-Мансийска как туристического и рекреационного центра». Этот город — действительно столица нефтяного края, но никаких вышек поблизости от него нет. Это административный, финансовый, информационный центр. А благодаря проекту реконструкции город осознал себя еще и как центр спорта и отдыха. Дай бог, конечно, ханты-мансийцам построить все свои башни и ледовые дворцы, но уже сама произведенная самоидентификация — игра, стоящая свеч.

Что же касается Москвы, то дело даже не в том, что у нее не осталось площадей для супермегапроектов. Просто Москва давно уже самоидентифицировалась, и новые глобальные проекты ей вроде бы и ни к чему. Ей бы старые до ума довести...



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

МЕСТО ВСТРЕЧИ

В ЭТОМ ГОДУ, ПО ОФИЦИАЛЬНЫМ ДАННЫМ ОРГАНИЗАТОРОВ, НА ВЫСТАВКЕ MIPIM БЫЛО ЗАРЕГИСТРИРОВАНО 770 РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ, ПРОТИВ 561 В ПРОШЛОМ ГОДУ. ВСЕГО ЭТОЙ ВЕСНОЙ НА ВЫСТАВКЕ НЕДВИЖИМОСТИ БЫЛИ ПРЕДСТАВЛЕНЫ 34 РЕГИОНА РОССИИ. ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ ПРОЕКТОВ, ЭКСПОНИРОВАННЫХ В КАННЕ, ИСЧИСЛЯЛАСЬ ДЕСЯТКАМИ МИЛЛИАРДОВ ДОЛЛАРОВ.

ОЛЬГА СОЛОМАТИНА

РУССКИЙ ДУХ Можно бесконечно долго обсуждать причины этого явления или просто принять как должное тот факт, что признания — какого бы вида деятельности это ни касалось — российские компании ищут сначала на Западе, а затем уже на родине. Российские девелоперские компании прочно обосновались на западных выставочных площадках, проявляя куда меньший интерес к отечественным выставкам недвижимости.

«А что плохого в том, что наши девелоперы так стремятся во Францию? — удивляется Кирилл Янков, заместитель руководителя Федерального агентства по управлению особыми экономическими зонами. — Париж еще в XIX веке был притягательен для россиян, а французы тоже весьма интересовались Россией. Не зря же они были основными покупателями наших облигаций. В конце концов, страна стремительно развивается, и уверен, что во многих регионах есть что показать даже в Канне. И французы наверняка проявят конкретный, а не праздный интерес».

Тысячи русскоговорящих девелоперов собираются теперь весной в Канне. Причем на MIPIM нас так много, что порой приходится напоминать себе, что русский язык здесь понимает все-таки не каждый участник выставки.

Конечно, нет ничего удивительного в том, что именно весенняя Франция была выбрана в качестве новой территории для создания новой традиции. «Там тепло, море, и потому на этой площадке тусуются все лучшие девелоперы и финансисты мира, — делится впечатлениями Сергей Полонский, президент корпорации Mirax Group. — Это отличный повод, чтобы поговорить, встретиться, обменяться опытом, ну и, возможно, привлечь инвестиции. Хотя обычно, когда денег просишь, их не дают, так что надо заинтересовать партнеров, чтобы сами предложили. За этим и едут».

Действительно, где еще можно так легко «поймать» столько первых лиц — глав различных компаний и высокопоставленных чиновников. В Москве встреч с ними будешь ждать месяцами, а сюда приезжают с радостью.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ДАР Секрет успеха, по мнению Каролин Каорен, представителя парижской компании Reed MIDEM, которой принадлежит выставочный проект MIPIM, заключается в том, что выставка эта — прежде всего место встречи девелоперов и инвесторов.

«MIPIM — это возможность завязать полезные деловые контакты, — рассказывает Каролин Каорен. — Заметьте, что около 25% участников выставки составляют потенциальные покупатели и инвесторы». Но при этом, отмечают организаторы, 95%

участников MIPIM представляют сектор офисной недвижимости. Сейчас на выставке все большую долю стал получать также гостиничный и туристический бизнес.

В марте сюда съезжаются международные инвесторы, городские и региональные власти, юристы, архитекторы, дизайнеры, строители, хозяева гостиниц, управляющие различных компаний — словом, все, кто заинтересован в привлечении инвестиций. А поскольку в России происходит инвестиционный бум, то нет ничего удивительно в том, что российские участники заполнили MIPIM, считают его организаторы.

Второй проект компании Reed MIDEM — MAPIC — пользуется меньшей популярностью. Это самая значительная в Европе выставка торговой недвижимости и розничных сетей. Она проходит в Канне, в том же Дворце фестивалей на второй неделе ноября. Третья по величине выставка коммерческой недвижимости в мире — Expo Real — проходит в Мюнхене в выставочном центре New Munich Trade Fair Centre. Как и MIPIM, она объединяет всех участников рынка коммерческой недвижимости: представителей экономически развитых регионов, девелоперов, риэлтеров, консультантов по недвижимости, институциональных инвесторов, финансовые институты и венчурные фонды.

«Сейчас на рынке ситуация такова, что денег для инвестирования в российский девелопмент гораздо больше, чем интересных, четко проработанных проектов от профессиональных девелоперов с именем. И MIPIM — отличное место, чтобы этой возможностью воспользоваться, что мы и намерены сделать, — рассказывает Антон Яковенко, директор по стратегическим партнерствам «Ренова-Строй-



ВАЛЕРИЙ ГЕИМТИН

ЛАЗУРНЫЙ БЕРЕГ
ВСТРЕТИЛ УЧАСТНИКОВ
ВЫСТАВКИ С ИСКРЕННЕЙ
ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬЮ
В БУДУЩИХ ИНВЕСТИЦИЯХ

ИНВЕСТОРЫ

Груп". — Эффект от участия в международных выставках вполне ощутим. В краткосрочной перспективе — завязанные контакты переходят в конкретные договоренности. А в долгосрочной — накапливается информационная база проектов и компаний и обсуждается возможность участия в них. В итоге — экономия времени на представлении бизнеса и стопроцентная осведомленность о проектах компании в течение всего года».

ДОРОГО ВНИМАНИЕ Участие в MIPIM, нужно сказать, обходится его участникам гораздо дороже, нежели представление проектов на других площадках. Так, стоимость участия в ней начинается от €1,5 тыс., то есть членского взноса в размере €1340 плюс 19,6% налог на добавленную стоимость. Надо учитывать, что сумма взноса зависит и от времени обращения. Так, если заявка подана до 2 февраля, то с учетом всех налогов обязательный взнос составит €1 602,64. За позже поданную заявку компании-экспоненту придется заплатить €1 722,24.

Участие в выставке возможно как при наличии стенда, так и без него. Второй способ, как правило, предпочитают инвесторы.

«Многие компании участвуют в работе выставок в формате посетителей, то есть без собственного стенда, именно с целью проведения маркетинговых исследований, общения с участниками рынка, — поясняет заместитель директора департамента по развитию недвижимости корпорации «Знак» Марат Симонянц. — Корпорация «Знак» на протяжении вот уже двух лет именно в таком формате участвует в выставке MAPIC, что помогло нам не только сформировать представление о рынке, но и найти потенциальных партнеров для будущих проектов по строительству коммерческой недвижимости».

Участники MIPIM должны учитывать, что на этой выставке нет отдельного российского блока, все компании хаотично разбросаны по секторам, расположенным на пяти этажах Дворца фестивалей и в отдельно стоящих павильонах. Самый престижный сектор «А+» с выходом на центральную аллею предназначен для крупных компаний, так как каждый экспонент обязан арендовать минимум восемь модулей.

Конкретные цифры назвать сложно, но бюджет затрат на выставку, включающий в себя стоимость застройки и проведения различных формальных и неформальных мероприятий, может превышать €1 млн. Но, несмотря на высокие цены, именно российские компании принесли каннской выставке необычайный успех. В свою очередь, популярность зарубежных выставок отечественному девелоперскому бизнесу сулит заманчивые перспективы. Здесь можно заявить о себе и представиться не только игрокам российского рынка, но и тем крупным западным компаниям, которые еще только присматриваются к российскому рынку и ищут партнеров и пилотные проекты. ■

**ДЕНЕГ ДЛЯ ИНВЕСТИРОВАНИЯ
В РОССИЙСКИЙ ДЕВЕЛОПМЕНТ
ГОРАЗДО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ИНТЕРЕСНЫХ,
ЧЕТКО ПРОРАБОТАННЫХ
ПРОЕКТОВ ОТ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
ДЕВЕЛОПЕРОВ С ИМЕНЕМ**

