



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