

ДОМ коммерческая недвижимость

ресторанная критика

Место есть

Дорогие рестораны должны располагаться в дорогих местах. Или в тех, что кажутся дорогими. Как столичные рестораторы ищут помещения под свои новые заведения, выяснил корреспондент «„Б“-Дома» **Василий Терещенко**.

Кушать продано
На улице Маросейке в апреле закрылся крупный гастронном, реликт сталинской эпохи с помпезной лепниной. Впрочем, ничто уже не свидетельствовало о былой роскоши: часть площади сдавалась под магазин хозяйственных товаров, остальную занимали печального вида прилавки времен холодной войны. Давно было понятно, что закрыть магазин должны скоро, уж слишком затхла атмосфера там царила.
Теперь в этом помещении будет ресторан кавказской кухни со средним чеком на сумму \$50. Он откроется уже осенью. В долгосрочную аренду магазин хозяйственных товаров, чье «итальянское» заведение располагается тут же на Маросейке. Закрытие гастронома сопровождалось скандалом: ветераны района принялись писать петиции в префектуру, к новому арендатору даже приезжал префект Центрального округа — уговаривать его опять открыть в этом помещении магазин. Заметим, что в 200 метрах от него в обе стороны есть другие продовольственные магазины. Ресторатор не согласился, потому что у него другой профиль деятельности — в ритейле он не разбирается, а вот как накормить гостя, знает. Ресторатор полагает, что с помещением ему очень повезло, и не собирается никому его уступать. Ведь дефицит коммерческой недвижимости под качественные рестораны в центре столицы — одна из главных проблем отрасли. Рестораторам, желающим расширить свой бизнес, остается надеяться лишь на удачу и случай.
Интерес рестораторов к заведениям элитного уровня связан не только с тем, что

это выгодный бизнес. Он может носить и некоторые черты искусства (эксклюзивный дизайн, авторская кухня), велика тут и роль светскости, которую приносят как клиенты, так и некоторые рестораны. Далеко не случайно то, что именно ресторанным бизнесом занимались многие светские люди — Антон Табаков, Степан Михалков, братья Познеры. А получивший известность именно благодаря ресторанному бизнесу Андрей Деллос имеет художественное образование.
Однако светскость постепенно отходит на второй план — она не может подменить собой бизнес, да и тусовка не расстает так быстро, чтобы обеспечить заполнение всех элитных заведений, для которых к тому же в городе оказалось не так много места. Именно поэтому даже те рестораны, которые прославились своими элитными заведениями, занялись устройством более демократичных ресторанов, диверсифицируя таким образом свой бизнес. Например, Роман Рожниковский, владелец ресторанов «Ностальжи» и «Шатер», строит сейчас сеть среднеценовых «Габлей» (там он реализует концепцию free flow, которая предполагает самообслуживание и линию раздачи, но не единую, а поделенную на «островки», что дает возможность избежать очередей). Александр Орлов, сделавший в свое время «Гоа» и «Желтое море», все свои силы бросил на открытие недорогих «Тануки». Рестораторов, которые сегодня открывают только дорогие проекты, уже не сыскать.
Чем же с точки зрения недвижимости отличается элитный ресторан от среднеценового?



«Шатер» стал одним из первых дорогих ресторанов, расположенных на воде фото ДМИТРИЯ ЛЕБЕДЕВА

Размер заведения — не показатель: существуют как большие, так совсем маленькие рестораны и того и другого уровня. Для сравнения: полезная площадь «Ванили» Степана Михалкова — около 1000 кв. м, столько же занимают «Габли» Романа Рожниковского на Алексеевской. А «Елки-палки» на Большой Дмитровке не больше по размеру, чем «Мон кафе» на Тверской. Куда более важно место, где расположено заведение, и внешний вид здания.

Место оправдывает средства
«В дорогом ресторане обязательно высокие потолки — от 4 м, большие витрины, там должен быть доступный для автотранспорта подъезд, само помещение должно размещаться на первом этаже здания», — говорит владелец ресторана холдинга «Лайт Лайф» Александр Орлов. Соглашается с ним и Роман Рожниковский: «Очень многое для успеха элитного ресторана зависит от парковки — если у ресторана, открывшегося

на Тверской, нельзя оставить машину, то никто туда ходить не станет». Как правило, дорогие рестораны располагаются в центре города. «Они должны быть либо там, где их клиент работает, либо там, где он отдыхает», — отмечает Александр Тишков, директор компании «Магазин магазинов», специализирующейся на услугах в сфере коммерческой недвижимости. Но и тут есть исключения. Например, известный итальянский ресторан «Марио», принадлежа-

щий Татьяне Курбатской, одно из самых дорогих столичных заведений, расположен в районе станции метро «Улица 1905 года», на улице Климашкина — месте не из самых удачных. «Феномен этого ресторана объясняется тем, что его владелица сумела собрать вокруг заведения костяк постоянных посетителей. В центре или не совсем, но так или иначе имеет смысл открывать дорогой ресторан лишь в том случае, когда в записной книжке есть телефоны не менее чем 150 человек,

которые будут туда к тебе ходить», — говорит владелица «Ванили» Степан Михалков. А ресторан японской и китайской кухни «Ки-ка-ку» находится прямо на улице Беговой — как раз напротив него в рабочие дни образуются автомобильная пробка. И все же ресторан востребован. Проект хорошо стартовал, когда была мода на китайскую кухню, и до сих пор продолжает сохранять позитивный имидж. Его учредитель — ресторатор Михаил Кофман. «Ресторан с хорошей кухней и именем, которое приходит на ум, когда думаешь о китайской кухне. Расположен он неудачно, но тут все решает концепция — китайская высокая кухня в Москве не очень востребована и заведений немного. Те, что есть, посещаемы», — говорит промоутер группы «Столичные рестораны» Алексей Травницкий. Схема работы «Ки-Ка-Ку», как и ресторанов «Сам пришел» на проспекте Вернадского, «Баку» на улице Усевича, в ориентации на состоятельную, но не относящуюся к светской тусовке публику. «Клиенты этих ресторанов идут на качество кухни — они держатся за счет настоящих гурманов. Но это не статусные места, куда публика ходит посмотреть „на самих себя“», — объясняет директор по развитию компании Leeds Property Group Алексей Могилу.

Однако в основном рестораны премиум-уровня редко отваживаются выходить за пределы Бульварного кольца или максимум Садового. Необходимость открывать заведения именно в пределах этого очень небольшого участка заставляет рестораторов ломать голову над проблемой помещений — сейчас их нет. Ситуация с арендой на Тверской, по свидетельству ресторатора Дмитрия Микунинского, в прошлом году продавшего оба своих заведения — сначала «Санрайз» на Новом Арбате, а затем кафе Fame на Тверской-Ямской, такова, что цены за помещение назначаются исходя не из метража, а просто из головы: «Если аренда площадей в районе между Белорусской и Маяковской стоит сейчас не менее \$1 тыс. за 1 кв. м, то ближе к Кремлю общая цена в пересчете на метры может исчисляться несколькими тысячами». Однако далеко не всегда помещение в самом центре оказывается значительно дороже, чем в других районах. «Мы будем строить два ресторана «Габли» — на Патристкой и в районе Авиамооторной, и в обоих случаях арендная ставка — \$900 за 1 кв. м в год», — рассказывает господин Рожниковский. В целом ситуация с коммерческой недвижимостью, пригодной под рестораны, выглядит следующим образом: первичного рынка уже практически нет — площади на балансе Москвы уже все заняты, чуть больше шансов получить

помещение, находящееся в федеральном владении, а проще всего, хотя и дороже обойдется, договариваться с новыми собственниками — либо новострой, либо предприятий, расположенных в центральной части города. Развитие города сейчас очень динамично, появляются новые статусные площади, старые, наоборот, могут утратить популярность. Например, поднялся в последние несколько лет Камергерский переулок, а Старый и Новый Арбат, наоборот, потеряли былую привлекательность.
С точки зрения потребителя, ресторан, каким бы элитным он ни был, не должен находиться прямо за стеной квартиры. Покупатели квартир в пределах «Золотой мили» (новые жилые кварталы на Остоженке) хотят, чтобы ресторан был поблизости, но не совсем рядом.
Как полагает господин Тишков, тенденции столичного рынка элитных ресторанов состоит в локализации заведений в определенных районах: «Характерный пример — Спиридоньевский переулок, в котором бок о бок располагаются ряд заведений: „Борго“, „Шафран“, „Кот Бегемот“, Fish и другие».

Партийное место
Хотя помещения и в дефиците, рестораторы все же ухитряются находить новые площади. Например, Аркадию Новикову облегчает поиск то, что в партнерах у него, по словам, состоит сын вице-мэра Москвы Валерия Шанцева. Если это так, то у гурмана столичного ресторанный рынок есть как минимум полная информация о происходящем на рынке коммерческой недвижимости. Другим, более верным слагаемым успеха является имя, то есть кредит доверия со стороны как собственников, так и публики.
Но в любом случае нужно пребывать в постоянном поиске.
Александр Орлов осматривает в месяц до десяти помещений, а сотрудники риэлтерского отдела его компании — около 20 объектов. «Как правило, отталкивает не цена, а несоответствие заранее заданным техническим установкам и критериям», — говорит господин Орлов.
Он рассказывает, что этой весной появилось довольно много помещений для недорогих ресторанов не в центре города (осенью и зимой такие помещения были в дефиците): «В этом есть определенная тенденция. Многие компании уходят из нужных рестораторам помещений: под офис можно снять недвижимость и в другом месте, а собственные площади (если речь идет о собственнике) с выгодой сдать». Из последних приобретений такого рода — помещение, принадлежащее владельцам сети «Партия». Сеть сейчас уходит с рынка и сдает свою недвижимость арендаторам. На месте одной из «Партий» теперь будет «Тануки».
«Помещений нет, и в то же время они есть», — объясняет господин Рожниковский. — Многие объекты законсервированы, и задача их расконсервации целиком во власти бизнеса».
На Патристкой улице год или два стоял пустующий дом — владет им обвунный завод. «Мне удалось договориться с его владельцами таким образом, что они делают капитальный ремонт, причем такой, как нам нужно, и уже потом сдают нам», — рассказал господин Рожниковский. Реконструкция трехэтажного особняка проводится по рекомендации ресторатора, предполагается сделать еще и четвертый этаж.
Однако это случай нетипичный — куда чаще владельцы хотят все проблемы повесить на арендатора. Сейчас Роман Рожниковский рассматривает один вариант помещения, которое его устраивает как таковое, однако условия, на которых его предлагают, представляются ему сомнительными. «Владельцы хотят сдать мне недвижимость в том виде, в каком она у них есть сейчас, и при этом получить предоплату за год вперед. Это такая сумма, на которую я могу построить ресторан с нуля. Знание это находится рядом с городским садом, я мог бы организовать там зону отдыха за свой счет, однако для владельцев мои обязательства не главное», — говорит ресторатор.
(Окончание на стр. 25)

ЦАО, ул. Бакунинская, д. 69, стр. 1
Вновь построенное здание.
Продажа офисных блоков.

71-й км МКАД. Торговый центр «Free Dom»
Аренда торговых площадей.

ЦАО, ул. Большая Якиманка, д. 22
Офисно-торговый центр «Гименей».
Аренда.

ЦАО, наб. Академика Туполева, вл. 15
Жилой комплекс бизнес-класса «Каскад».
Продажа нежилых помещений.

- Инвестиции
- Брокерские услуги
- Консалтинг
- Управление объектами недвижимости

Россия, 115088, Москва,
ул. 1-я Дубровская, д.14, стр.1
Тел.: 782 11 12, 677 11 01 / 06
Факс: 674 10 30
www.dominion-m.ru

ОТКРЫТЫЕ
ИНВЕСТИЦИИ

Сокол - редкая в Подмосковье птица. Он выбирает свободные пространства, окруженные сосновыми лесами, вдали от городского шума. В одном из таких мест находится коттеджный поселок «ПАВЛОВО».

Коттеджный поселок «ПАВЛОВО» - это уникальное сочетание транспортной доступности и живописного природного ландшафта.

Крупнейший в Подмосковье торгово-развлекательный комплекс «ПАВЛОВО ПОДВОРЬЕ», собственный детский сад и школа.

ПЛАВЛОВО ПОДВОРЬЕ

КОНСУЛЬТАНТ ПРОЕКТА

ТЕРРА
НЕДВИЖИМОСТИ

НОВОРИЖСКОЕ ШОССЕ
14 КМ от МКАД
(095) 777-88-99
www.pavlovo.info