

18 | Формат и размер торгового центра не влияют на объем выручки провайдеров, предоставляющих в нем услуги связи

23 | Якорный арендатор особенно важен для микрорайонных торговых центров — он задает планку всему комплексу

Цветные тематические страницы №17–24 являются составной частью газеты «Коммерсантъ». Рег. №01243 22 декабря 1997 года. Распространяются только в составе газеты. Подписчики получают цветные тематические страницы: «Дом», «Телеком», «Банк», «Страхование», «Стиль», «Рождество» и другие.

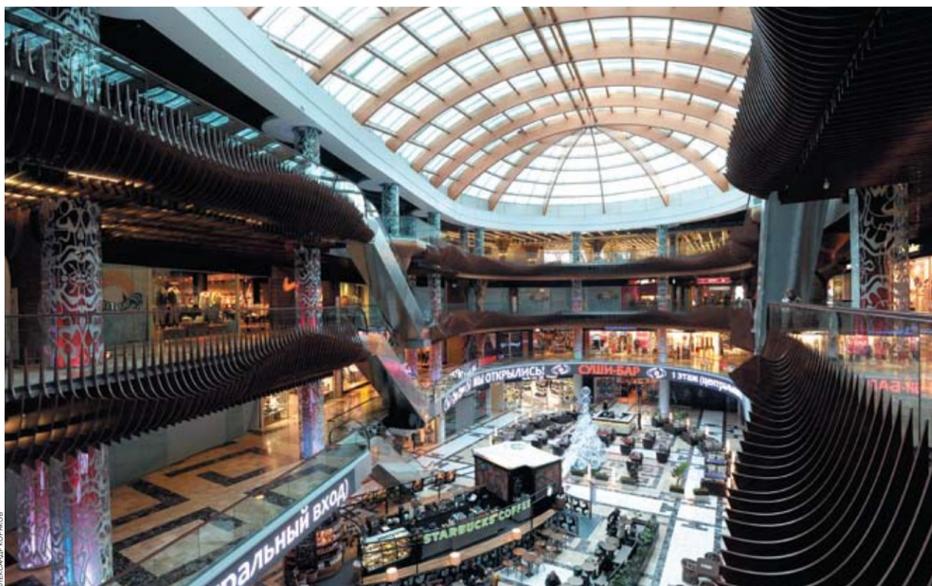
Развитие рынка торговых помещений рождает и спрос на услуги управляющих компаний. Пока значительная часть комплексов управляется фирмами, аффилированными с девелоперами, строившими торговые центры. Но со временем, полагают эксперты, ситуация будет меняться — это произойдет, когда на рынок придут институциональные инвесторы.

В ожидании институциональных инвесторов

— управляющие компании —

Перед управляющей компанией обычно стоит три вида задач: первое — это маркетинг (реклама, регулирование арендных ставок, анализ текущего состояния рынка), второе — ведение бухгалтерской отчетности и третье — facility management (управление коммунальным хозяйством объекта). Зачастую первая и вторая задачи могут находиться в ведении одной управляющей компании, в то время как facility management выполняется отдельной управляющей компанией.

Сергей Богданчиков, управляющий директор Origin Capital, добавляет, что сегодня наиболее востребованными становятся две услуги: постановка деятельности и аудит деятельности компании. «Мы наблюдаем растущий спрос на эти услуги и поэтому начали ими заниматься. Многие собственники развивают несколько проектов, а некоторые даже ведут бизнес из-за границы. Поэтому им приходится уходить от непосредственного управления объектами. Постановка деятельности ком-



Главным минусом внешней управляющей компании является ограниченная возможность «ежеминутно» контролировать ее деятельность. Именно поэтому владельцы торговых центров предпочитают управлять комплексом «своими» силами

пании подразумевает то, что управляющая компания устроивает весь бизнес-процесс компании и затем передает готовое дело собственнику. Вторая услуга связана с тем, что собственнику сложно контролировать свой бизнес без объективной оценки ее деятельности. По-

этому привлекается управляющая компания, которая осуществляет внешний аудит деятельности. Мы прогнозируем, что спрос на эти услуги будет расти», — рассказывает он.

Профильная управляющая компания с компетентной командой менеджеров

вполне может значительно увеличить трафик и, соответственно, доходность торгового центра за счет эффективного маркетинга, оптимального в каждом конкретном случае выбора арендаторов и других механизмов управления и оптимизации бизнеса.

«Для уже существующих центров это прежде всего разработка единой концепции, ценовой политики, наиболее точно отвечающей требованиям локального рынка, формирование гибкой системы арендных ставок и формирование пула якорных объектов, генерирующих высокий трафик, а также использование традиционных инструментов продвижения — рекламы, PR, кобрендинговых и дисконтных программ», — рассуждает Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент».

Плюсы и минусы

Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований петербургского офиса Colliers International, полагает, что для крупных единичных проектов, где у собственника нет задачи держать проект на протяжении долгого периода времени (более пяти лет), вариант с управлением проектом сторонней компанией выглядит более предпочтительным. При этом она полагает, что для сетевых игроков вариант с собственной управляющей компанией может стать гораздо выгоднее.

Столице нашлось место в тройке

— мировые рынки —

По данным нового исследования, проведенного международной консалтинговой компанией в области недвижимости CBRE, пять городов Германии впервые вошли в десятку самых привлекательных в Европе рынков для инвестирования в недвижимость. Москва же занимает третье место в Европе по привлекательности инвестиций.

В то время как в первом полугодии 2013 года покупатели, находящиеся за пределами Европы, стали проявлять большую активность, основные объемы инвестиций все равно сконцентрированы в небольшом количестве европейских городов. Такие развитые рынки, как Лондон и Париж, продолжают лидировать на европейском рынке по объему инвестиций, занимая первое и второе места соответственно, в то время как Москва сейчас находится на третьем месте. Повышенный интерес со стороны международных и локальных инвесторов в недвижимость привел к росту активности в нескольких немецких городах: Дюссельдорф (+210%), Франкфурт (+72%), Гамбург (+52%) и Берлин (+24%) демонстрируют существенный рост по сравнению с аналогичным периодом 2012 года. Мюнхен (+2%) продолжает оставаться привлекательным городом для инвестирования в недвижимость в Германии и одним из наиболее привлекательных рынков в Европе в целом.

В последние годы немецкие инвесторы полностью концентрируются на внутреннем рынке; в первом полугодии 2013 года такая тенденция стала особенно заметной после того, как 76% сделок, осуществленных ими в Европе, пришлось на внутренние рынки (по сравнению с 53% в 2007–2009 годах). Количество иностранных покупателей, выбирающих немецкий рынок в качестве рынка для инвестирования, также увеличилось; так, за прошедший период 2013 года сделки по приобретению недвижимости в Германии были заключены инвесторами из 21 страны.

РАУД | ЮРИДИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ



МЫ ВСЕГДА НА ВАШЕЙ СТОРОНЕ

АРБИТРАЖ | БАНКРОТСТВО | РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ДОЛГОВ | ЭФФЕКТИВНЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ

www.raud.spb.ru

Коммерческая недвижимость

Мороз призывает к ответственности

В первом полугодии 2013 года в Петербурге не было введено ни одного склада, который бы включал холодильную секцию. Тем не менее спрос на такие помещения со стороны пищевиков стабильный, и в городской черте на такие помещения имеется дефицит.

— склады —

Как рассказала Наталья Затеишкова, консультант отдела складских и промышленных площадей Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, в настоящий момент на рынке существует несколько крупных комплексов, которые включают холодильный склад. Среди них «Осиновая Роща», «Интертерминал» на Парнасе и «Петрофриго» на Волхонском шоссе.

При этом эксперты отмечают, что, несмотря на то, что некоторые холодильные склады сдаются в аренду, большинство сделок в этом сегменте — это ответственное хранение. Это связано с высокой стоимостью оборудования (для организации сухого склада не требуется специального оборудования). Но, как говорят участники рынка, основное преимущество такого хранения — оптимизация затрат и возможность делегирования ответственности за обслуживание оборудования, что является одним из ключевых и непростых вопросов в данном сегменте.

Кроме того, в связи с существующим дефицитом морозильных и холодильных складов арендаторы нередко самостоятельно организуют холодильники на своих площадях. В качестве примера можно привести складские площадки, которые арендуют крупные продуктовые ритейлеры и дистрибуторы.

Другой вариант — строительство холодильного склада под конкретным заказчиком. Концепция build-to-suit позволяет минимизировать риски, связанные с арендой спекулятивного склада, что особенно актуально для холодильников, которые требуют больших вложений. Вследствие высоких рисков прирост предложения в сегменте складов и так не очень велик, а тем более он невелик в сегменте холодильных складов.

Юрий Тараненко, директор департамента коммерческой недвижимости группы компаний RRC, говорит, что складские комплексы, предлагающие специальные температурные режимы, можно разделить на две основных категории: морозильные склады, предназначенные для хранения мяса, рыбы, товаров, требующих заморозки, и склады, поддерживающие температуру от 0 до 6 градусов по Цельсию (в таких хранят овощи и молочные продукты). Часто оба формата соседствуют в одном и том же складском комплексе, в ряде случаев вместе с ними представлены и обычные складские площадки, не предполагающие специального температурного режима.



Складские комплексы, предлагающие специальные температурные режимы, можно разделить на две основных категории: морозильные склады для хранения мяса, рыбы, товаров, требующих заморозки, и склады, поддерживающие температуру от 0 до 6 градусов по Цельсию (в таких хранят овощи и молочные продукты)

Господин Тараненко говорит, что большая часть низкотемпературных складских комплексов строится компаниями для собственных нужд, и на рынок они не выходят. «Некоторая часть — не более 15 процентов — это спекулятивные склады, которые неизменно востребованы. Как отдельный сектор рынка можно отметить старые складские помещения, рассчитанные на особый температурный режим хранения и построенные еще при Советском Союзе. Несмотря на то, что по ряду параметров такие помещения давно устарели, они пользуются устойчивым спросом со стороны мелких компаний», — говорит он.

По данным Colliers International, рынок аренды низкотемпературных складов ограничен и в основном сформирован из овощехранилищ, адаптированных под склады-холодильники; хладокомбинатов, существующих с советских времен и требующих проведения капитального ремонта; холодильных складов производственных компаний — мясокомбинатов и молокозаводов, сдающих в аренду свободные площади; современных низкотемпературных терминалов.

В связи с низким предложением качественных складов охлажденной продукции арендаторы вынуждены инвестировать средства в дооборудование холодильных секций внутри отапливаемых логистических терминалов. В то же время девелоперы заинтересованы в строительстве холодильного склада только под конкретного клиента на основании предварительного договора аренды либо покупки.

Ввиду высокой стоимости оборудования ставка аренды таких площадей превышает стоимость аренды сухого склада на 20–30%. Более того, чаще всего арендатор дополнительно оплачивает электроэнер-

гию, так как такое хранение крайне энергозатратно.

Ответственное хранение также имеет более высокую стоимость, нежели на сухом складе. Согласно данным Jones Lang LaSalle, максимальные ставки аренды сухих складов составляют \$125–135 за квадратный метр в год без учета операционных расходов и НДС.

Лилия Соболева, руководитель отдела промышленной недвижимости «Петербургская недвижимость», подсчитала, что сегодня в общем объеме складского предложения 15% площадей приходится на склады с холодильниками. «Как и в целом на складском рынке, наибольший интерес представляют объекты в черте города, которые чаще всего заполнены на 100 процентов, склады в границах КАД мало. Если же говорить о предложении вне города, то там, скорее, рынок арендатора. В целом же площадей достаточно, о

дефиците говорить не приходится», — отмечает госпожа Соболева.

Часто складские комплексы с холодильниками организованы на базе бывших производственных площадок (например, мясоперерабатывающих заводов).

Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН, отмечает, что сделок по куле-продаже на рынке сейчас нет вообще, есть лишь предложения по земельным участкам с потенциально возможным строительством подобных объектов.

Вера Бойкова, руководитель отдела по работе с клиентами Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, резюмирует: «В целом спрос на данную группу складов нельзя назвать ажиотажным, это узкий сегмент. В основном на рынке представлены площади до 1000 кв. м, однако сегодня уже есть предложения больших площадей».

Олег Привалов

ДЕВЕЛОПЕРЫ СДЕРЖАЛИ ОБЕЩАНИЯ

В третьем квартале 2013 года петербургский рынок складской недвижимости вырос на 27 тыс. кв. м. По данным Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, заявленные на третий квартал 2013 года планы девелоперов по вводу в эксплуатацию спекулятивных складских комплексов были выполнены в полном объеме. В эксплуатацию введены два объекта класса А суммарной арендопригодной площадью 27 тыс. кв. м. В результате рынок складской недвижимости Санкт-Петербурга насчитывает 1,487 млн кв. м качественных площадей. Прирост по итогам квартала составил 1,8%.

В августе логпарком «Осиновая Роща» была запущена вторая очередь в новом складском корпусе № 2 площадью 45 тыс. кв. м, из которых большая часть площадей предназначена для 3PL-услуг (ответственное хранение, кросс-докинг, обработка грузов). Под сдачу в аренду складских площадей логистический оператор предусмотрел около 30% от общей площади. Следует отметить, что уже за несколько месяцев до открытия вся вводимая площадь была сдана в аренду по предварительным договорам.

«До конца года заявлены к открытию четыре площадки совокупной арендопригодной площадью 88,7 тыс. кв. м. В случае реализации этих проектов рынок складской недвижимости Петербурга будет насчитывать 1,576 млн кв. м качественных площадей, прирост за год составит 8,3%. При этом совокупный ввод складских площадей в текущем году будет сопоставим с объемом 2012 года. Спрос в третьем квартале 2013 года сохранялся на прежнем высоком уровне. Объем чистого поглощения складских площадей за третий квартал 2013 года составил 54,8 тыс. кв. м. По статистике обращений в компанию Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate наибольшая часть запросов поступила от производственных компаний, доля которых в общем объеме заявок составила 35 %, доля предприятий торговли непродовольственными товарами составила 28,3 %, — говорится в исследовании Astera.

По итогам отчетного квартала, согласно исследованию Astera, уровень вакансий в складских комплексах класса А составил 2,09%, класса В — 2,53%. Высокий спрос на качественные площади в современных складских комплексах приводит к тому, что договоры аренды заключаются еще на этапе строительства, и к моменту ввода в эксплуатацию, как правило, вакантные площади в новых складах отсутствуют. Несмотря на достаточно высокие объемы ввода складских площадей, заявленные на четвертый квартал 2013 года, аналитики компании Astera не прогнозируют насыщения рынка в среднесрочной перспективе.

Объекты, введенные в эксплуатацию в третьем квартале 2013 года				
Название	Класс	GBA, тыс. кв. м	GLA, тыс. кв. м	Направление
«Осиновая Роща», корпус № 2, вторая очередь	A	45	14	Северо-Запад
«Орион Лоджистик», вторая очередь	A	16	13	Северо-Запад

Источник: Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate

Формат не имеет значения

— связь —

Рынок интернет-услуг в торговле-развлекательных центрах Петербурга приносит провайдером около 150 млн рублей выручки в месяц. При этом участники рынка отмечают, что формат и размер торгового центра вообще не влияют на объем выручки. Аналитики говорят, что от остального корпоративного сегмента клиенты торговых центров отличаются большей пассивностью в требованиях к услугам, а также стараются заключать договоры лишь с одним оператором в рамках города или даже страны.

По оценкам экспертов рынка недвижимости, сейчас в Петербурге функционирует около сотни торговых-развлекательных центров разного качества и формата.

По словам Андрея Гука, генерального директора компании «Обит», в среднем выручка с одного торгового-развлекательного центра для провайдера составляет 1–1,5 млн рублей в месяц, или примерно 15% от общей выручки провайдера, если брать компанию, которая занимается комплексным предоставлением услуг. «При этом от вида торгового-развлекательного центра показатель выручки не меняется», — говорит господин Гук.

Следовательно, все торговые центры Петербурга приносят операторам в целом примерно 150 млн рублей выручки в месяц.

По словам господина Гука, крупнейшими игроками на рынке предоставления доступа к интернету в торговых центрах в Петербурге являются «Обит», «Билайн», МТС, «Вестколл» и «Мегафон». При этом, по данным игроков рынка, чаще всего в одном торговом центре работает от трех до пяти операторов.

Тимур Нигматуллин, аналитик «Инвесткафе», говорит, что крупнейшие российские игроки рынка b2b и b2c в целом схожи. «В первую очередь это „Ростелеком“, „ЭР-телеком“, „Вымпелком“ и МТС. На долю остальных игроков рынка приходится менее 30 процентов. Доля торговых центров в портфелях интернет-провайдеров сильно различается в зависимости от региона и рыночной стратегии оператора. На мой взгляд, вряд ли она превышала 2–6 процентов», — рассказывает господин Нигматуллин.

По его словам, среди тенденций на рынке интернета на объектах торговой недвижимости можно отметить активное развитие беспроводных технологий и расширение канала доступа в интернет за счет этого. «Также можно отметить в качестве тенденции подготовку необходимой инфраструктуры еще на стадии строительства центра, что позволяет в итоге оказывать комплексные услуги. Например, видеонаблюдение, облачные технологии», — говорит он.

Как ранее сообщал „Ъ“ Вячеслав Волков, коммерческий директор телекоммуникационной компании «Миран», самой популярной услугой для якорных арендаторов торговых центров является связь с центральными или бэк-офисами компаний. Для крупных сетевых магазинов актуальна единая корпоративная сеть передачи данных с возможностью подключения к одной базе данных предприятия.

Директор по маркетингу ООО «ПИН Групп» Ксения Караджа рас-

сказала, что в их компании нет разделения между сегментами бизнес-центров и торговых центров, совокупная доля которых составляет 8–10% от общей клиентской базы юридических лиц «ПИН Групп».

По словам Алексея Ефимова, директора коммерческого департамента ООО «Смарт Телеком», крупнейшими игроками на рынке предоставления интернет-услуг в торговых центрах в Петербурге являются «Обит», «Билайн» и МТС.

«Разумеется, рынок торгового-развлекательных центров отличается от рынка жилого сектора. Этот сегмент рынка все же ближе к корпоративному сегменту. Клиентами в ТРК выступают арендаторы (магазины, офисы), а также пользователи бесплатных зон Wi-Fi. Я думаю, что более корректно сравнивать этот сегмент с корпоративным рынком. По сути, это те же b2b-клиенты, что и в бизнес-центрах, с теми же правилами работы для операторов», — говорит он. Оценить долю торговых центров в портфелях интернет-провайдеров господин Ефимов не взял, сказав, что все зависит от каждого конкретного игрока.

«Как правило, интернет-провайдеры закрепляются в торговых центрах еще на стадии его строительства. В большинстве случаев это не просто интернет-провайдер, а операторы, предоставляющие весь комплекс услуг связи (интернет, телефонная связь, каналы передачи данных). По сути, тут мы видим примерно те же правила игры, что и в бизнес-центрах», — заключает Алексей Ефимов.

По словам Андрея Гука, если говорить в целом, то в отличие от других клиентов корпоративного сектора, в торговых центрах они имеют дело с большим количеством клиентов со сравнительно небольшими требованиями к пакету услуг — им нужны телефония и доступ к интернету. «Кроме того, клиенты в торгового-развлекательных центрах зачастую реализуют большое количество сетевых проектов, поэтому стараются заключать договоры централизованно: либо в рамках города, либо в рамках страны. При этом они требуют фиксированной цены на услуги, и нам приходится договариваться с другими провайдерами, например, о том, что мы пускаем в эксклюзивно нами обслуживаемый торговый центр „Билайн“, который по сетевому договору обслуживает какого-то своего клиента, который в этом торговом центре работает, и наоборот», — рассказывает господин Гук.

Это же подтверждает и Вячеслав Волков, который говорит, что потребитель услуг в торговом центре достаточно пассивен. «Оператор получает доход от абонентской платы за различные услуги. Потребитель услуг в бизнес-центре, напротив, очень активно использует все виды коммуникаций и в несколько раз увеличивает количество трафика. Соответственно, если оценить доход оператора, то соотношение будет примерно 20 к 80, то есть средний счет, выставленный клиенту бизнес-центра, в три-четыре раза больше, нежели у клиента торгового центра», — рассказывал ранее „Ъ“ господин Волков.

По оценке «Инвесткафе», в Петербурге оборот рынка интернет-провайдеров в 2012 году оценивается в 18–25 млрд рублей, из них 1,5–3 млрд рублей приходится на корпоративный сектор.

Юлия Чаюн

Кадастровый рынок споткнулся о конкуренцию

— кадастровые услуги —

Изменения в законодательной базе подталкивают рынок кадастровых услуг к активному развитию. Сейчас в Петербурге работает более 300 компаний, а скоро конкуренция станет еще более жесткой, полагают участники рынка. Конкуренция вынуждает модернизировать технологии, что положительно сказывается на качестве выполняемых кадастровых работ.

В октябре на заседании федерального правительства была утверждена федеральная целевая программа «Развитие единой государственной системы регистрации прав и кадастрового учета недвижимости на 2014–2019 годы», подготовленная Министерством экономического развития. Основные задачи, обозначенные в программе, — объединение Единого государственного реестра прав на недвижимость и сделок с ним (ЕГРП) и государственного кадастра недвижимости (КН) в единый

государственный реестр объектов недвижимости (ЕГРОН), повышение качества данных ресурсов Росреестра для перехода к единому налогу на недвижимость, обеспечение перевода услуг в режим «одного окна», снижение сроков государственной регистрации прав и кадастрового учета недвижимости. Некоторые законодательные улучшения в области кадастровых услуг уже произошли в течение года, отмечают юристы.

Без привязки к месту

Руководитель практики недвижимости и градостроительства компании Rightmark Group Евгения Петрова рассказывает, что с 1 октября этого года вступили в силу существенные изменения в Федеральный закон «О регистрации» и в Федеральный закон «О кадастре». В частности, исключены положения об осуществлении государственной регистрации прав по месту нахождения недвижимости в пределах регистрационного округа, об осуществлении государственного ка-

дастрового учета по месту нахождения объекта. Введена норма о том, что заявление о кадастровом учете представляется в орган кадастрового учета или многофункциональный центр по месту расположения объекта недвижимости в пределах регистрационного округа. «Названные изменения направлены на то, чтобы в перспективе создать возможность подачи документов для государственной регистрации прав и государственного кадастрового учета в любом офисе приема документов вне зависимости от места нахождения объекта недвижимости, то есть по экстерриториальному принципу», — говорит госпожа Петрова.

В полной мере реализация этой идеи станет возможной после принятия специализированного ведомственного нормативного правового акта Минэкономразвития России и проведения соответствующих организационно-технических мер. Дорожной картой заложено, что эти меры должны быть реализованы к марту 2014 года.

«Указанное изменение отражает последовательное движение к созданию в перспективе единого государственного информационного ресурса в сфере недвижимости. Это позволит снизить риски операций на рынке недвижимости, а также создаст более комфортные условия для совершения сделок в сфере недвижимости для участников гражданского оборота», — говорит юрист.

Изменения коснулись и постановки на кадастровый учет многоквартирного дома. Так, орган кадастрового учета при постановке на учет многоквартирного дома осуществляет постановку на учет всех расположенных в нем помещений, в том числе и составляющих общее имущество в таком многоквартирном доме.

Процедура упрощена

Партнер Capital Legal Services Елена Степанова отмечает, что общий срок государственной регистрации прав и кадастрового

учета недвижимости сокращен с 20 до 18 календарных дней. Кроме того, упрощена процедура регистрации: подать документы на государственную регистрацию можно в интернете, не требуется предоставление документа об уплате госпошлины.

Госпожа Степанова констатирует, что в России существует достаточно количество объектов недвижимости, которые не поставлены на кадастровый учет или права на которые не зарегистрированы. «Упрощение процедуры регистрации и повышение качества госуслуг в этой связи позволяют решить данный вопрос, что, возможно, подтолкнет владельцев недвижимости к оформлению своих прав на нее и в целом увеличит количество регистрируемых объектов. Это, вероятно, даст некоторый импульс для более активного создания и развития компаний, занимающихся кадастровой деятельностью. Возможность подачи документов на регистрацию в электронной форме,

сокращение сроков кадастрового учета и государственной регистрации прав на недвижимость, а также предстоящее объединение двух государственных реестров — это преимущества, которые даются не только владельцам недвижимости, но и кадастровым инженерам для усиления своих позиций на рынке и привлечения новых клиентов», — рассуждает юрист.

Контроль над рынком

Генеральный директор ГУП «ГУИОН» Александр Зленко рассказывает, что в Петербурге сегодня зарегистрировано около 800 кадастровых инженеров, в Ленобласти — вдвое меньше. При этом предприятия, которые работают на данном рынке, согласно законодательству, должны иметь в своем составе не менее двух таких специалистов. Некоторые кадастровые инженеры работают как индивидуальные предприниматели. В составе ГУИОН работает 57 аттестованных кадастровых инженеров.

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ



Медианная цена встроенных помещений всегда соответствует примерно классу В- или С+

На уровне среднего класса

Несмотря на активный ввод новых бизнес-центров, доля отдельных помещений под офисы на первых этажах зданий по-прежнему велика — сегодня она составляет примерно треть в общем объеме предложения. И, как говорят аналитики, предложение в этом сегменте резко выросло.

— офисы —

Многие встроенные помещения могут быть использованы и как офисные помещения, и как торговые, и как помещения сферы услуг. При этом большинство объектов стрит-ритейла с витринами и на основных проходных улицах используются, конечно, под торговую функцию. Офисы здесь в основном предпочитают представительств банков, тогда как другие компании могут арендовать помещения не на основных улицах, так как в менее популярных коридорах ставки ниже.

Юрий Тараненко, директор департамента коммерческой недвижимости группы компаний RRG, добавляет: «Если мы говорим о помещениях свободного назначения, используемых как офисы, их довольно сложно выделить в самостоятельный сегмент. Здесь может быть две крайности: во-первых, помещение может быть непригодно под торговую функцию — находится далеко от основных потоков, его не видно с улицы, располагается на значительном удалении от метро и остановок общественного транспорта, и офисная функция ему остается по остаточному принципу. Тогда ставки, скорее всего, будут заметно ниже, чем в качественном БЦ. Или это помещение в центре, с хорошей локацией, на первом этаже в престижном районе — тогда ставки могут быть выше средних по рынку».

Он говорит, что компании могут отдавать предпочтение офисам на первых этажах жилых домов исходя из специфики бизнеса. Например, турфирмы заинтересованы в постоянном потоке посетителей (причем это не обязательно посетители «с улицы», так что допустимо и размещение в доме, который не бросается прохожим в глаза), поэтому для них офис на первом этаже дома с отдельным входом предпочтительнее комнаты в бизнес-центре, поскольку во втором случае придется постоянно заниматься оформлением пропусков для клиентов. Офисы в жилых домах подходят и для размещения шоу-румов — когда основная функция все-таки не торговая, а заинтересованные клиенты гото-

вы приезжать в конкретную точку, адрес которой они выяснили заранее.

«Таким образом, спрос на конкретные помещения свободного назначения, пригодные под офисную функцию, может быть выше, чем на помещения в бизнес-центре. Однако основная масса таких помещений — главным образом, в спальных районах — спросом не пользуется и котируется низко», — считает Юрий Тараненко.

Дмитрий Золин, управляющий директор сети бизнес-центров «Сенатор», при этом обращает внимание на то, что востребованность встроенных офисных помещений сильно зависит от локации. «Отдельный сегмент — „имиджевые“ офисы на главных улицах города (Невский, Большой, Каменноостровский проспекты); такие объекты очень популярны. Но основная доля офисов в стрит-ритейле располагается во дворах или на улицах с низкой проходимостью в спальных районах города. Как правило, такой офис выбирают в качестве „чернового“, то есть здесь не предполагается посетителей. При этом даже если речь идет о „черновом“ офисе, стрит-ритейл никогда не выберет крупная компания, заботящаяся о своем имидже. Офисное помещение, в котором „сидит“ арендатор, формирует определенное впечатление о нем», — уверен он.

Впрочем, аналитики говорят, что спрос на эти помещения растет. Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости ГК «Аверс», подчитала, что сегодня предложение по аренде встроенных помещений под офисные цели по городу составляет более 200 тыс. кв. м. На продажу, по ее словам, выставлено более 120 тыс. кв. м. «Итого объем предложения по встройкам сегодня составляет более 320 тыс. кв. м. Рост предложения с августа 2012 года — не менее 45 процентов по площади, по нашим наблюдениям», — говорит она. По словам госпожи Шалаевой, предложение постоянно растет начиная с середины 2012 года (в офисных зданиях — с конца 2011 года). Как говорят эксперты, некоторые объекты держатся в листингах по полгода и более, и их число также растет. Более 70% предложений встрой-

сосредоточено в четырех центральных районах.

По словам госпожи Шалаевой, сегодня доля встроек от всего объема предлагаемых на офисном рынке помещений составляет примерно 60% предложений по числу (в штуках) и около трети — по площади (в квадратных метрах).

Вера Бойкова, руководитель отдела по работе с клиентами Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, по-иному оценивает долю офисного стрит-ритейла в общем объеме офисного рынка города. «Доля таких помещений в общем объеме офисного рынка невелика и составляет, по предварительным подсчетам, не более 20 процентов. Большинство арендаторов предпочитает арендовать помещения в бизнес-центрах, чтобы снять с себя нагрузку по управлению объектом недвижимости», — поясняет она.

Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН, имеет отличную от коллег точку зрения: «На сегодняшний день объем офисов в стрит-ритейле сравним с половиной объема помещений в бизнес-центрах».

«В среднем по офисным зданиям в целом и по встройкам разница в арендной ставке составляет немного — по наблюдениям разных периодов, от 2 до 10 процентов в пользу офисных зданий (все классы, включая неклассифицированные здания), в зависимости от структуры предложения. Медианная цена встроенных помещений всегда соответствует примерно классу В- (или С+) и составляет сейчас 900–950 рублей за квадратный метр в месяц включая НДС и эксплуатационные расходы», — говорит Светлана Шалаева.

Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, согласен: «Что касается соотношения ставок на встроенные помещения и на помещения в бизнес-центрах, то в большинстве нецентральных локаций речь идет о ставках, которые сопоставимы со ставками в бизнес-центрах класса В (то есть не превышают 1 тыс. рублей за квадратный метр в месяц)».

Денис Кожин

МОСКОВСКИЙ РАЙОН СТАЛ ЛИДЕРОМ ПО ВВОДУ ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

В третьем квартале текущего года в Петербурге введены в эксплуатацию девять качественных бизнес-центров суммарной арендопригодной площадью 86,7 тыс. кв. м. При этом около 50% введенных площадей были сконцентрированы в Московском районе. В результате в конце третьего квартала 2013 года объем предложения на рынке качественной офисной недвижимости насчитывает 1,93 млн кв. м. Такие данные в своем исследовании приводит компания Astera.

До конца года в Санкт-Петербурге откроются еще семь бизнес-центров, в результате объем рынка качественной офисной недвижимости города вырастет на 112,7 тыс. кв. м. При условии выполнения всех заявленных планов прирост предложения за весь 2013 год может стать максимальным за последние пять лет, составив 233,7 тыс. кв. м (+13%). Анализ заявок, поступивших в компанию Astera в течение третьего квартала, показал, что основной объем спроса формировали строительные и торговые компании, которые в сумме составили 27,6% от всех заявок. Спрос на крупные блоки (от 1000 кв. м) в качественных биз-

нес-центрах составил менее 10% от всех заявок. Наибольшим спросом у арендаторов пользовались помещения в диапазоне от 100 до 500 кв. м, их доля в общем объеме заявок составила около 60%. Фактические объемы ввода нового предложения свидетельствуют об активном росте рынка офисной недвижимости. При этом девелоперы отдают предпочтение высококлассным проектам, расположенным в центральных районах города и популярных деловых зонах. Средневзвешенный уровень вакансии в качественных бизнес-центрах, рассчитанный по итогам третьего квартала 2013 года, составил 9% против 7,5% в предыдущем квартале. В первую очередь это связано с вводом новых офисных центров.

«Рост уровня вакансии за счет вывода на рынок площадей в новых бизнес-центрах продолжится и в четвертом квартале 2013 года. При этом снижения средних арендных ставок в перспективе не ожидается», — подчеркнул Алексей Гулевский, руководитель отдела консалтинга Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate.

Роман Русаков



www.ratusha.ru



«Невская Ратуша» — современный административно-деловой квартал недалеко от Смольного. Престижный адрес для Вашего бизнеса

Максимально эффективные планировочные решения

Удачно расположен между тремя станциями метро, недалеко от Финляндского и Московского вокзалов

Высококачественное техническое оснащение

Беспрецедентно высокий для центральной части города парковочный индекс проекта

Возможность постоянно расширять офис в рамках одного проекта

Детально продуманная инфраструктура: отель, фитнес-клубы с бассейном, СПА, кафе, рестораны, магазины и многое другое

Завершение строительства осенью 2013 года

Аренда офисов:
7777 200, 448 84 84, 363 22 22

Дегтярный переулоч, 11

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ



В России существует достаточное количество объектов недвижимости, которые не поставлены на кадастровый учет или права на которые не зарегистрированы

Кадастровый рынок споткнулся о конкуренцию

— кадастровые услуги —

По оценкам господина Зленко, ГУИОН занимает более 50% на рынке кадастровых работ Петербурга. «Конкуренция, естественно, на рынке существует, причем это касается как работ по объектам капитального строительства, где у нашего предприятия исторически сильные позиции, так и по земельным участкам», — говорит господин Зленко.

В настоящий момент на кадастровом рынке Петербурга работает более 300 компаний, в том числе и зарегистрированных в других регионах.

В компании «Аэрогеодезия» отмечают высокую конкуренцию на кадастровом рынке среди частных компаний. Другая проблема — тендеры, выиграть которые можно, предложив наименьшую стоимость работ. В результате конкурсных процедур цены снижаются, как правило, на 70–75%. Крупные компании не могут себе позволить взяться за такие контракты. Как правило, их получают небольшие организации. Но при этом заказчик может только мечтать о качестве работ.

«Рынок кадастровых работ в городе находится в стадии формирования, связано это в первую очередь с законодательными изменениями в области учета объектов недвижимости, вступившими в силу с 1 января этого года. При этом совершенствование законодательства продолжается и в течение года, что влияет на появление новых правил работы на рынке. Кадастровые инженеры активно обучаются, а собственники объектов недвижимости осознают необходимость учета своих активов», — говорит Александр Зленко.

Сейчас ключевым параметром при внедрении новых технологий становится скорость выполнения работ, говорит господин Зленко. С этой целью ГУП «ГУИОН» в начале года создало сеть из четырех базовых станций (спутниковых антенн), имеющих радиус действия более 30 км. Станции были размещены в Сестрорецке, Ломоносове, Пушкине и на улице Белинского в центре города. «Это позволило нам с помощью отдельных спутниковых приемников (на данный момент у нас в комплекте 19 штук) ловить сигналы на территории Петербурга и районов вблизи КАД Ленинградской

области. Например, сегодня одна базовая станция на улице Белинского способна качественно покрыть сигналом все районы города за исключением Кронштадтского и Курортного. Это уже позволяет нам рассчитывать на использование ресурса остальных трех станций за пределами Петербурга», — рассказывает господин Зленко.

Приемники при расположении в любой точке города в реальном времени могут определить ее координаты с точностью до 1 см. Для сравнения: погрешность GPS-приемников составляет около 30 метров. Также в некоторых случаях приемники могут выступать как исходные пункты (более 2,5 тыс. отличительных знаков, постепенно утерянных в городе в связи с частыми ремонтами дорог и фасадов зданий). От них необходимые координаты объектов можно получить с помощью тахеометров — стандартного оборудования геодезистов в последние десятилетия.

Новые технологии позволяют ГУИОН с помощью только одного приемника определять координаты 30–40 объектов в неделю, тогда как с помощью тахеометров и старых исходных пунктов производительность труда была в 3–4 раза ниже. Кадастровые работы на стандартном объекте, включающие определение координат четырех точек, оцениваются в 12–15 тыс. рублей.

«Наибольшее количество заказов к нам поступает от собственников отдельно стоящих жилых домов (объектов индивидуального жилищного строительства), крупного строительного бизнеса, промышленных предприятий, которым необходима техническая документация на такие объекты, как производственные корпуса, железнодорожные ветки, дороги. Часто заказчиками являются представители районов, которые располагаются вблизи КАД», — говорит господин Зленко.

Результатом кадастровых работ является технический план. Это один из необходимых документов для постановки объекта недвижимости на кадастровый учет, а также для ввода объекта в эксплуатацию. Кроме того, собственник получает необходимые сведения об объекте для возможных дальнейших операций с ним, например, продажи или изменения конфигурации или границ.

Кристина Наумова

Торговля в подвешенном состоянии

Недавно городские власти анонсировали проект строительства пешеходного моста от парка 300-летия Петербурга к стадиону на Крестовском острове. Впервые власти пытаются привлечь инвестора к строительству моста. Возврат вложенных средств, как предполагается, будет осуществляться за счет расположенных на мосту коммерческих помещений. Аналитики считают, что такой проект может быть интересен девелоперам, но им придется придумать какую-то особую концепцию.

— проекты —

В России уже есть примеры строительства переправ с коммерческими площадями силами девелоперов. В Петербурге несколько лет работает надземный пешеходный переход у торгового комплекса «Миллер» через проспект Испытателей. Здесь располагаются магазины и рестораны. Но через реки в Петербурге пока частные структуры мосты не строили. Аналитики, когда говорят о мосте к стадиону на Крестовский, вспоминают об уже реализованном московском проекте — торгово-пешеходном мосте «Багратион», связывающем набережные Тараса Шевченко и Краснопресненскую и являющемся частью комплекса «Москва-Сити».

Однако есть ряд существенных отличий: мост в Санкт-Петербурге примерно в два раза длиннее (более 400 м) и ведет не к деловому центру, а к рекреационной зоне.

Речь о коммерческой окупаемости такого проекта и интересе к нему сторонних инвесторов вряд ли может вестись, однако определенные коммерческие помещения могут здесь разместиться. В первую очередь — кафе и рестораны, магазины аксессуаров, отдельные развлечения. По имеющимся данным, на первом этаже предполагается организовать велодорожки и пешеходный променада, на втором — торговлю. На наш взгляд, целесообразно скорректировать зонирование — рестораны и магазины должны размещаться непосредственно вдоль пешеходного променада, в то время как дорожки для роллеров и велосипедистов — на другом уровне», — рассуждает Леонид Захаров, руководитель отдела стратегического консалтинга Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге.

«Проект двухуровневого пешеходного моста из парка 300-летия Санкт-Петербурга на Крестовский остров, к строящемуся стадиону, включающий в себя велодорожки и дорожки для роллеров, будет востребован жителями Приморского района. При этом пешеходный поток будет иметь явно выраженную сезонность — интенсивность в теплое время года, разумеется, будет значительно выше. В выходные и летними вечерами он будет востребован, в остальное время пешеходов там будет крайне немного», — продолжает он.

Альберт Харченко, генеральный директор East Real, согласен: «Достаточно сложно спрогнозировать пешеходные потоки в дни, когда не будут проводиться футбольные матчи и другие крупные мероприятия. Эти факторы заставляют задуматься об окупаемости проекта».

Более оптимистичен Владимир Скигин, председатель совета директоров УК Satellit Development: «Парк хорошо посещается летом, стадион — во время футбольных матчей. Тем не менее ряд форматов будет здесь актуален. Так, видовые характеристики делают целесообразным создание здесь ресторанов. Также интересно размещение здесь спортивных магазинов, спортбаров, небольшого супермаркета, сувенирных лавок. Кроме того, не стоит забывать о расположенном поблизости ТРК «Литерленд», который будет представлять серьезную конкуренцию для ритейлеров».



В Петербурге несколько лет работает надземный пешеходный переход у торгового комплекса «Миллер» через проспект Испытателей. Здесь располагаются магазины и рестораны. Но через реки в Петербурге частные структуры мосты пока не строили

Александр Веселов, директор по развитию Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, тем не менее идею считает интересной и полагает, что окупиться этот проект сможет за десять лет.

Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН, полагает, что инвестиции в проект могут составить около 1,5 млрд рублей. «Это сумма, достаточная для строительства торгового центра площадью 45–50 тыс. кв. м. Окупаемость проекта находится в районе 12–15 лет», — говорит она.

«Функционал торговых площадей будет зависеть от технических характеристик конструкции. При разработке проекта нужно учесть нерегулярность проведения в Петербурге спортивных мероприятий, а значит, продумать дополнительные способы генерирования здесь пешеходного потока — за счет уникальной архитектурной концепции, видовых характеристик, размещения арт-объектов. Именно этим туристы и жители Праги привлекает Карлов мост», — отмечает господин Веселов.

Денис Кожин

В ожидании институциональных инвесторов

— управляющие компании —

«Плюсы внешней управляющей компании: нераздубливание собственного штата, получение профессиональной команды, заинтересованность внешней управляющей компании в повышении стоимости проекта (качество арендаторов, привлечение покупателей и, как следствие, — повышение средней арендной ставки по проекту) в случаях, когда оплата услуг управляющих завязана на доходность проекта. Минусы внешней управляющей компании: ограниченная возможность «ежеминутно» контролировать деятельность компании и жизни проекта, плата за услуги», — рассуждает госпожа Лежнева.

Однако пока в Петербурге случаи привлечения сторонних управляющих компаний для управления торговым объектом единичны. Борис Мошенский, генеральный директор компании Maris | Part of the CBRE Affiliate Network, считает, что в Санкт-Петербурге насчитывается не более десятка независимых управляющих компаний, неаффилированных с собственником того или иного объекта (офисного, торгового или любого иного). Как правило, такие компании занимаются не управлением, а эксплуатацией

подобных объектов (то, что на развитых рынках называют facility management).

Объектов, которые находятся под полным коммерческим управлением (property management), очень немного, а среди торговых комплексов их вообще единицы (из крупных — ТРЦ «Галерея», «Лето», а также несколько небольших торговых центров).

Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости ГК «Аверс», к крупным независимым управляющим компаниям относит Colliers International (управляет ТРК «Лето»), IV Group (по словам госпожи Шалаевой, компания раньше управляла «Южным полюсом», теперь только торговыми центрами, с собственниками которых связана, но услуги по независимому управлению по-прежнему предлагает), NAI Besag (в Петербурге торговыми комплексами не управляет, только в Москве, в Петербурге предлагает услуги) и Astera Group в альянсе с BNP Paribas (предлагает услуги, управляет торговым центром в Киеве).

Светлана Чернышева, руководитель отдела проектного брокериджа Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, считает, что доля неаффилированных управляющих компаний на петербургском рынке невели-

ка и составляет всего 5%. Светлана Шалаева обращает внимание, что торговые центры гораздо чаще управляются аффилированными компаниями, чем бизнес-центры. Сергей Богданчиков считает, что в Петербурге более благоприятная почва для развития независимых управляющих компаний, чем, например, в Москве, так как здесь больше иностранных компаний (в частности скандинавских), которые занимаются классическим девелопментом. При этом он указывает на такой момент: управляющая компания может повысить капитализацию объекта. Но обращение к управляющим компаниям стоит не девальвации собственной службы.

Цена вопроса

Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН, говорит, что услуги управления и эксплуатации торговым комплексом стоят в пределах 10% от суммы собираемых арендных платежей.

Светлана Шалаева подтверждает это мнение: «Astera, например, предлагает услуги под 10 процентов от уровня месячной арендной платы. По имеющимся сведениям, это распространяется на рынке практика».

Владимир Стукан, генеральный директор ROSS Group, говорит об ином подходе к расчету стоимости

услуг: «Мы рассчитываем стоимость своих услуг в процентах от чистого операционного дохода объекта (NOI). В зависимости от величины NOI стоимость услуг может колебаться в пределах от 2 до 7 процентов. И чем больше NOI, тем меньше, как правило, берется процент».

Елена Кислицына, директор по организации управления, отдел управления торговой недвижимостью Jones Lang LaSalle, поясняет: «Стоимость услуг управляющей компании в целом состоит из двух составляющих: прямые расходы, понесенные управляющей компанией в связи с оказанием услуг, и вознаграждение управляющей компании. В зависимости от объема предоставляемых услуг в прямые расходы входит (приведена укрупненная детализовка): заработная плата управленческого персонала (PM-услуги); заработная плата технического персонала (FM-услуги); стоимость услуг подрядных организаций по технической эксплуатации и обслуживанию объекта (клининг, охрана, лифты/эскалаторы/траволапоры); расходы на запасные части, материалы, инструменты и приспособления; прочие расходы».

В вознаграждение управляющей компании, как правило, входят косвенные расходы, понесенные ею в связи с оказанием услуг, и прибыль.

В зависимости от характеристик объекта и объема работ стоимость услуг управляющей компании может значительно варьироваться».

Светлое будущее

О том, как будет развиваться рынок управления, мнения экспертов расходятся. «Управляющие компании будут привлекаться в дальнейшем все чаще, как это происходит в общеприимной практике», — уверена госпожа Лежнева.

Владимир Стукан более скептически: «Предполагаю, что рынок независимого управления в ближайшие годы ждет слабое развитие, все-таки аффилированные структуры будут оставаться основным звеном оказания услуг управления».

«Особых признаков расширения рынка независимого управления торговых центров не видно — как и раньше, независимая управляющая компания будет скорее исключением. Напротив, большинство собственников не заинтересованы в передаче управления „на сторону“ — несмотря на большую техническую сложность управления торговыми центрами по сравнению с офисными комплексами, представляется более выгодным оставить многие сведения внутри компании для конфиденциальности, кроме того, есть интерес зарабо-

тать на продаже эксплуатационных и коммунальных услуг — главным образом мелким арендаторам. Международных независимых управляющих (как ESE, например, — в Москве они есть) у нас тоже пока не ожидают. Если будет, как многие предвидят, макроэкономический кризис, рынок таких услуг еще больше сузится», — также выражает сомнения госпожа Шалаева.

Господин Мошенский полагает, что развитие рынка коммерческого управления, как в целом, так и по отдельным сегментам, будет зависеть в основном от прихода на наш рынок институциональных инвесторов, которые, покупая коммерческие объекты (торговые центры, бизнес-центры, логистические комплексы), передают их в полное коммерческое управление, так как сами никогда не занимаются этим. «На сегодняшний день большинство объектов, построенных в нашем городе, принадлежат тем девелоперам и собственникам, которые их и строили. И, как правило, последние предпочитают заниматься управлением самостоятельно, отдавая на аутсорсинг лишь отдельные виды или составные части работ (например, брокеридж или техническую эксплуатацию)», — резюмирует он.

Олег Привалов

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

«Мы стараемся вести переговоры гибко»

Руководитель проекта «Невская ратуша» ИРИНА АНИСИМОВА рассказала в интервью корреспонденту „Ъ“ ЮЛИИ ЧАЮН о том, как продвигается строительство административно-делового комплекса «Невская ратуша», с какими трудностями столкнулись строители и о том, когда ожидается переезд правительства Петербурга в новое здание.

— интервью —

— Ирина, скажите, как проходит реализация проекта?

— Сама концепция — объединить органы государственной власти и представителей бизнеса в одном комплексе — возникла в 2006 году. В 2008 году был объявлен конкурс на лучшую архитектурную концепцию, победителем стала «Архитектурная мастерская „Евгений Герасимов и партнеры“», в 2009 году началось проектирование, а непосредственно к строительству первой очереди мы приступили в 2010 году. Объект расположен в Центральном районе города, он будет включать в себя семь бизнес-центров класса А, четырехзвездочный отель и здание администрации города. Проект возводится в три очереди. Общая площадь всего комплекса составит примерно 360 тыс. кв. м.

— А что входит в первую очередь?

— Два бизнес-центра и здание администрации, куда переедут наши исполнительные органы государственной власти. Общая площадь первой очереди, включая подземный паркинг, — около 200 тыс. кв. м.

— Летом этого года администрация официально заявила о том, что будет переезжать в «Невскую ратушу». За какую сумму она должна будет выкупить эти помещения?

— В нашем договоре с городом говорится о том, что мы продаем здание администрации по себестоимости, ориентировочно цена была заявлена в 10 млрд рублей.

— А когда власти города начнут сюда переезжать и когда закончится этот процесс?

— Изначально мы ориентировались на лето следующего года. Но мы получили последнее распоряжение губернатора с окончательным списком комитетов и их подведомственных учреждений, которые переедут в «Ратушу», и этот список несколько отличается от того, который был в 2010 году. Поменялись требования к техническим условиям, появились новые архивные помещения, новые склады, поэтому нам потребуется время на перепроектирование. Я надеюсь, что мы закончим работы к концу следующего года. Иными словами, администрация начнет переезжать либо в конце 2014 года, либо в первом квартале 2015 года.

— А как это перепроектирование скажется на стоимости проекта?

— На данный момент техническое задание находится в администрации города. Как только нам его выдадут, мы сможем оценить полный масштаб требуемых переделок с точки зрения объемов работ, денег и сроков. Пока нам предстоит радикально поменять планировку второго и третьего этажей. Мы надеемся, что типовые этажи с четвертого по десятый более или менее останутся нетронутыми. Здание уже построено, поэтому, конечно, мы не можем поменять его конфигурацию, изменить его основные планировки,



мы постараемся обойтись малыми изменениями и как можно скорее закончить работы. Я не могу сейчас оценить затраты, но не думаю, что они будут колоссальными. Как только мы поняли, что нам предстоит сделать перепланировку, мы сместили акценты в работах по инженерным системам — продолжатся работы по основным магистралям, а работы по тем инженерным сетям, которые уходят в кабинеты и другие помещения, приостановлены, потому что как раз кабинетные планировки могут измениться.

— Расскажите, пожалуйста, в чем состоит социальная значимость проекта?

— Если смотреть с точки зрения объединения органов власти в одном месте, то это воплощает в жизнь идею об открытости правительства. Комитеты администрации больше не разбросаны

по разным местам города, теперь они будут сосредоточены в новом современном здании, с удобной инфраструктурой. Кроме того, в куполе здания администрации планируется сделать смотровую площадку, открытую для посещения, и разместить макет города. Также стоит сказать, что проект реализуется в достаточно депрессивном индустриальном районе, несмотря на то, что это исторический центр города. Комплекс фактически привлекает новую жизнь в район — вместе с нами он начинает застраиваться современными зданиями. Реновация каких-либо участков в таких депрессивных районах автоматически вызывает регенерацию самого района.

— Есть ли у вас предварительные договоры аренды с какими-либо компаниями?

— В городе не так много таких крупных объектов с комплексным

развитием территорий, поэтому интерес к нам проявляют компании из всех сфер. Конечно, активно проявляет интерес нефтегазовый и IT-сектор. У нас уже есть соглашения о намерениях, а примерно через месяц будем заключать договоры аренды. Что касается международных компаний, то они тоже приходят и смотрят помещения, но из-за экономического кризиса подходят к вопросу переезда очень аккуратно.

— А какие у вас будут арендные ставки?

— Высокие! Но на самом деле все будет зависеть от того, кто наш арендатор, каков его статус, насколько мы друг другу интересны, каковы сроки и площадь аренды помещений. Мы стараемся вести переговоры гибко.

— Когда планируется начать строительство второй очереди?

— Мы хотели бы начать вторую

очередь весной следующего года, но это зависит от того, когда мы завершим корпус первой очереди и как быстро заполним их арендаторами.

— Во второй очереди планируется гостиница. Оператор для нее уже выбран?

— Мы рассматривали кандидатуры многих управляющих компаний, но пока ни на ком свой выбор не остановили. Гостиницу мы будем создавать под конкретного оператора, так как нет смысла сначала строить объект, а потом в авральном режиме вносить изменения в планировку — ведь у каждого оператора свои технические требования.

— Это будет кто-то из уже представленных на рынке Петербурга компаний или какой-то новый игрок?

— Скажем так, это будет оператор, уже работающий на российском рынке.

— Расскажите, пожалуйста, об общественной зоне проекта. Что она из себя представляет?

— Общественная зона — это пешеходная площадь между зданиями комплекса. Сейчас здесь ведутся работы с фонтаном, идет монтаж оборудования. На первых этажах бизнес-центров будут помещения для заведений общественного питания, летом будут выносные столики. Площадь будет с озеленением, вымощена натуральным камнем. Здесь мы планируем проводить различные общественные мероприятия, возможно, деловые или праздничные.

— А столкнулись ли вы с трудностями во время реализации этого проекта?

— Не без этого. Технические трудности в Петербурге все те же — гидрогеологические условия. Паркинг в проекте подземный двухуровневый, пришлось работать с протечками. Все, кто заглубляется больше двух метров в Петербурге, с этими трудностями сталкивается. Но мы работаем над этой проблемой и решим ее.

Памятники нуждаются в инфраструктуре

— наследие —

В ближайшее время начнется реставрация музея-усадьбы «Приютино». Международный банк реконструкции и развития направил на ее реставрацию 650 млн рублей. В соседнем регионе, в Новгородской области, готовятся выставить четыре усадьбы на конкурс с целью привлечь инвесторов в их реставрацию. Участники рынка расходятся во мнениях о том, кто должен брать на себя заботы по реставрации памятников и можно ли такие объекты приспособить под современные функции.

Как сообщает пресс-служба правительства Ленобласти, усадьба «Приютино» включена в проект «Сохранение культурного наследия России», реализуемый Министерством культуры Российской Федерации совместно с администрацией Ленинградской области. В рамках реконструкции будут отреставрированы постройки усадьбы, приведен в порядок парк, проложены современные инженерные коммуникации. После реставрации предполагается создать на базе усадьбы крупный музейный комплекс.

В соседнем регионе пошли иным путем. Департамент имущественных отношений и государственных закупок Новгородской области готовит к приватизации усадьбные комплексы на территории региона. «До конца 2013 года планируется выставить на продажу четыре объекта: усадьбу Зубовой-Жеребцовой в деревне Ровное, усадьбу А. Корсакова в деревне Петровское Боровичского района, усадьбу А. Татищева в деревне Усть-Волма Крестецкого района, усадьбу Н. Лунина в деревне Тухомичи Холмского района», — сообщили в пресс-центре правительства Новгородской области. Предполагается, что приватизация усадеб позволит привлечь инвесторов для сохранения и восстановления культурных объектов.

Переложить на частного инвестора

Как правило, региональные власти заинтересованы в передаче памятников архитектуры частным инвес-

торам. Стоимость активов обычно номинальная — основная мотивация заключается в возможности переложить издержки на дорогостоящий ремонт и содержание объекта на бизнес. Это довольно распространенная на западных рынках практика. В такой модели архитектурные памятники фактически находятся в частной собственности или долгосрочной аренде, при этом владелец ограничен в функциональном использовании объекта, несет нагрузку по его содержанию и в соответствии с разработанным графиком предоставляет доступ к объекту всем желающим.

«В таких случаях прибыль инвестора генерируется за счет внедрения различных коммерческих решений, в большей степени, конечно, ориентированных на туристско-рекреационную и культурно-познавательную сферу деятельности. В России такие форматы только начинают приобретать некоторую популярность», — говорит Максим Клягин, аналитик УК «Финан Менеджмент».

Участники рынка пока по-разному оценивают перспективы региональных памятников истории и культуры в части приспособления их под современные функции. По крайней мере, у значительной части экспертов есть сомнения в том, что такие проекты могут окупаться.

Президент ГК «Размах» Игорь Тупальский считает, что окупаемость таких проектов сомнительна даже в течение 25 лет. «Одиночные региональные памятники, находящиеся в плачевном состоянии, должны быть восстановлены как объекты культурного наследия государством или независимыми меценатами в интересах общества. Памятники, расположенные в городской среде, окружены хотя бы какой-то инфраструктурой и исходя из этого можно строить планы и просчитывать инвестиционную привлекательность проекта. Но даже, например, в Петербурге реконструированные здания промышленной архитектуры до сих пор не всегда являются привлекательными для потребителя. В первую очередь с точки зрения их месторасположения в депрессивной зоне. В большинстве случаев такие памятники — это бывшие промыш-

ленные участки, еще полностью не обустроенные современной инфраструктурой. И должно пройти лет пять-десять, когда приспособленные под новое назначение памятники начнут приносить доход», — считает господин Тупальский.

Без брендов

Он также отмечает, что в регионах слабо развита маркетинговая политика. «У нас нет городов-брендов, которые были бы привлекательны для внутреннего туриста, не то, что для внешнего. Те туристические потоки, которые есть сейчас, просто мизерны для того, чтобы считать инвестиционную привлекательность восстановления памятника с точки зрения его посещаемости. Таким образом, интерес частного инвестора заниматься такими объектами из коммерческих целей снижается», — полагает он.

С ним согласен Борис Мошенский, генеральный директор компании Maris | Part of the CBRE Affiliate Network. Он считает, что в реконструкции исторических объектов главный вопрос не в том, дорого или нет и не в том, где этот памятник находится. Любой объект всегда можно приспособить или просто сделать из него музей-памятник, открытый для посещения населением. Самый главный и нерешенный вопрос — это прозрачный и понятный для инвестора регламент получения, реконструкции и дальнейшего использования такого объекта. Иными словами, сегодня, когда государство предлагает инвестору взяться за подобный объект, инвестор не может найти для себя ответ на простой вопрос: «Что он, инвестор, получит от обладания подобным объектом? Деньги? Льготы? Общественное признание? Удовольствие? Наша компания проводила исследование, как решаются подобные вопросы в странах Западной и Восточной Европы. В результате нашего исследования мы выяснили, что в европейских странах установлены очень четкие, прозрачные, а главное логичные правила, по которым выстраиваются взаимоотношения между инвестором и государством в вопросах восстановления памятников архитектуры», — говорит господин Мошенский.

ПОМЕЩЕНИЯ В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ

АРЕНДА/ПРОДАЖА



Финансовый центр Петербурга!

В.О., 26-я линия, 15

- 10 мин. езды от ст. метро: «Василеостровская»
- Офисное помещение: 156,6 кв.м
- Этаж: 7-й из 16-ти
- Панорамные окна
- Биржа, конференц-зал, комната переговоров, кафе
- Удобная парковка
- Аренда с правом выкупа
- Арендная ставка: 1200 руб./кв.м/мес.**

АРЕНДА



Рациональное решение для Вашего бизнеса!

В.О., наб. реки Смоленки, 33А

- 5 мин. езды от ст. метро: «Приморская» и «Василеостровская»
- Офисные помещения с полной отделкой от 46 кв.м
- Открытые террасы
- Паркинг
- Торговая зона
- Кафе
- Арендная ставка: 900 руб./кв.м/мес.**

тел.: 348-51-60

ПРОДАЖА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ в жилых домах!

ПРОДАЖА



Помещение под салон красоты

Василеостровский район, 15-я линия, д. 76Б

- Комплекс класса «премиум»
- Первый этаж
- Отдельный вход
- Витринное окно
- Высота потолков — 4,5 м

Дом сдан!



ПРОДАЖА



Универсальное помещение

Центральный район, Невский проспект, 85БЕ

- Первый этаж
- Отдельный вход
- Витринное окно
- Высота потолков — 3,3 м
- Беспроцентная рассрочка**

Срок сдачи: 1 кв. 2014 г.



ПРОДАЖА

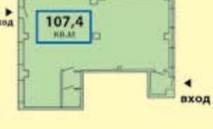


Универсальное помещение

Фрунзенский район, Загрёбный бульвар, д. 9

- Жилой комплекс в спальном районе, 15 000 жителей
- Первая линия
- Первый этаж, 2 входа
- Витринные окна
- Высота потолков — 3,02 м

Дом сдан!



тел.: 348-51-60

ЗАО ССМО «ЛенСпецСМУ», свидетельство № 0112.07.2009-780204569-С. 003 от 13.10.2011 г., выдано НП «Объединение строителей Санкт-Петербурга»

ЛенСпецСМУ

www.lenspecsmu.ru

СПб, Богатырский пр., 2

380-0525

Реклама

ГРУППА КОМПАНИЙ

ЭТАЛОН

с24

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Несамостоятельное просвещение

В Петербурге растет число интерактивных музеев. Они пришли в Россию из европейских стран и сегодня становятся популярными якорными арендаторами для торговых центров — они гарантированно формируют хороший трафик посетителей. Но самостоятельно окупаться такие проекты пока ни на Западе, ни в России не могут.

— ниша —

По сути, научно-развлекательные центры являются одним из форматов детских развлечений, которые сейчас активно развиваются как «якоря» в торговых центрах.

Не просто шопинг

«Уже несколько лет назад стало очевидным, что посещение торгового центра становится не просто шопингом, а способом провести свободное время. Таким образом, развлекательный «якорь» становится инструментом повышения проходимости торговой галереи, а также повышения лояльности к объекту. Девелоперы торговых центров постоянно ищут новые форматы для развлекательной зоны, чтобы выделиться и привлечь большое количество посетителей. Детские развлечения соответствуют наиболее распространенной концепции торгового центра — покупки и отдых для всей семьи. Для родителей это возможность занять детей на время собственного шопинга», — рассуждает Владимир Скигин, председатель совета директоров УК Satellit Development.

В компании Colliers International отмечают, что в целом концепция детских развлечений претерпела существенные изменения в последние годы. «Обучение, интерактивность, возможность «потрогать и попробовать» стали доминирующими функциями в развлекательных проектах. Направленность при этом может быть разной — как научная («Лабиринтум» и «Умникум»), так и сказочная («Музеус» в «Новом Оккервилье», музей-театр «Сказкин дом» в «Сити Молле»). Площади таких проектов варьируются от 500 до 1000 кв. м. «Города профессий» могут занимать и гораздо большие площади. Расположение таких центров в торгово-развлекательных комплексах во многом продиктовано высокой проходимостью ТРК, а также самим наличием площадей подходящего размера, что реже встречается в формате встроенного

помещения», — говорят в Colliers International.

Все еще не насыщен

Людмила Рева, директор Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, считает, что, несмотря на большое количество анонсированных проектов, сегмент развлекательно-образовательных услуг для детей все еще нельзя назвать насыщенным. «В ближайшей перспективе востребованы будут различные форматы: как развлекательные, так и образовательные, которые предоставят возможность детям весело отдохнуть в выходные дни, а в будние — дополнить основное образование. Считаю, что подобные проекты будут востребованы в любом районном торговом комплексе. Неплохой потенциал имеют и отдельно стоящие проекты. Такие проекты, как центр «Эврика» в Хельсинки или Legoland в Дании и Германии, признаны в период школьных каникул семьи из России, что говорит о наличии спроса».

Если говорить о других форматах, которые сегодня активно развиваются в торговых центрах, то Альберт Харченко, генеральный директор East Real, отмечает, что сегодня активно развиваются центры физического развития детей: спортивно-развлекательный центр «Круча», реализованный также в рамках «Дивного города», скалолазно-веревочные парки и т. д. «Подобные центры со временем должны вытеснить с рынка такие зоны отдыха для детей, как Fun City или Crazy Park», — считает он.

Также господин Харченко говорит, что в Петербурге по-прежнему не реализованы проекты по созданию тематических парков для отдыха и развлечения детей, например, как «Парк Муми-троллей» на острове Кайло (Финляндия), музей сказок Астрид Линдгрен «Юнибакен» в Стокгольме.

Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН, согласна: «В Петербурге достаточно много форма-



Обучение, интерактивность, возможность «потрогать и попробовать» стали доминирующими функциями в развлекательных проектах

тов еще не охвачено. Если раньше торговые центры выполняли лишь свою первоначальную функцию, то сегодня населению необходимы развлекательные и образовательные центры. Это, в том числе, и бизнес, рассчитанный на образование детей». Она полагает, что в будущем количество подобных центров увеличится, причем с возможностью развития в сторону культуры и искусства. В Европе на сегодняшний день уже много идей о том, как обучать детей элементарным вещам в интересной для них форме.

Сложная экономика

Окупаемость таких проектов зависит от многих факторов, поэтому для каждого конкретного комплекса она будет индивидуальной. При этом уровень дохода у такого музейного центра будет невысоким по сравнению с доходностью самого торгового центра или, например, бизнес-центра. Поэтому крупные девелоперы могут развивать такой проект не столько для извлечения прибыли, сколько для повышения проходимости торгового центра, для создания дополнительной точки притяжения, формирующей трафик покупателей.

Леонид Захаров, руководитель отдела стратегического консалтинга Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, отмечает: «Музейные центры, наподобие «Умникума» и «Лабиринтума», так же как и новые форматы образовательно-развлекательных центров («Кидбург», «Минопалис» и «Мастерград»), являются хорошим «якорем» для торгово-развлекательных центров, поскольку привлекают для семейного посещения. Если рассматривать их отдельно, то ввиду низких арендных ставок (\$100–200 за квадратный метр в год, triple net) они мало интересны для девелоперов, ведь фактически такая арендная ставка находится ниже черты рыночной окупаемости проекта. Тем не менее привлекаемый ими поток позволяет сделать весь комплекс более посещаемым и увеличить продажи другим арендаторам».

Площадь «Умникума» и «Лабиринтума» находится в диапазоне 700–1000 кв. м, площадь тематических центров, таких как «Кидбург», — 4–5 тыс. кв. м. К настоящему моменту уже заявлено открытие «Минопалиса» в ТРК «Европолис» и «Мастерграда» в «Питерленде» в 2014 году.

«Однако ожидать дальнейшей активной экспансии подобных форматов в Петербурге не приходится. Данные операторы при решении о развитии будут осторожны и избирательны, им более целесообразно

двигаться в регионы, в которых подобные форматы пока не представлены, чем создавать конкуренцию самим себе», — резюмирует господин Захаров.

«Что касается подобных проектов в отдельно стоящем здании, то они тоже имеют право на жизнь, но экономика у таких проектов более сложная. В данном случае проект может рассчитывать только на собственный трафик, отсутствует синергия с другими арендаторами. Особенность научно-просветительского центра — необходимость привлечения «научного» ресурса. Например, «Лабиринтум» для создания проекта привлекал несколько университетов города», — отмечает господин Скигин.

Господин Харченко полагает, что такие проекты могут окупаться и как самостоятельные объекты и в России. «Первым подобным центром стал проект «Дивный город» в ТРК «Гранд Каньон». Он доказал, что такие проекты имеют право на жизнь и могут окупаться, несмотря на включение в свой состав театра, «Академии талантов» и других тематических операторов, которые не готовы платить рыночную арендную ставку. В этом проекте совокупность операторов детского досуга и ритейла является примером синергии, которая работает на развитие проекта и всего комплекса в целом», — считает господин Харченко.

В Colliers International отмечают: «Развлекательный и научный центр в отдельном здании может оказаться менее выгодным с экономической точки зрения и с точки зрения сроков окупаемости. Крупные развлекательно-научные центры подобного рода за границей финансируются из фондов или за счет государственных структур (как, например, центр «Эврика» в Хельсинки). Или же расположение и конструкция таких центров довольно просты и не требуют серьезных затрат — основные инвестиции идут в оснащение музея и экспонаты. Если сравнивать подобные проекты в Петербурге и, например, у наших северных соседей в Финляндии и Скандинавии, то можно отметить, что в нашем городе такие проекты пока сильно меньше по размерам и создаются не государственными, а коммерческими структурами».

Альберт Харченко говорит: «Формат научно-просветительского центра для детей только начинает зарождаться. Сейчас такие операторы разбросаны по городу». Он считает, что в Петербурге на два-три смежных района должно быть создано по одному или два таких центра площадью 800–1000 кв. м, включающих в себя 5–6 операторов научно-просветительского формата, которые будут занимать помещения от 80 до 500 кв. м в зависимости от проходимости и набора услуг.

Госпожа Рева указывает, что основной фактор успеха такого комплекса — это концепция. «Предложение на этом рынке постепенно растет, равно как и запросы потребителей. В случае качественной реализации окупаемость может составить 5–7 лет. Площадь научно-просветительских центров в петербургских торговых центрах стартует от 200 кв. м и выше. Арендные ставки составляют 400–700 рублей за квадратный метр в месяц», — считает она.

Рассуждая об окупаемости образовательных проектов, госпожа Лапина отмечает: «Сегодня некоторые арендаторы такого профиля стараются возложить часть расходов на других инвесторов, предоставляя им площадки для рекламы. Например, если ребенка, пусть и в игровой форме, обучают простым жизненным вещам (работе в банке, ресторане и т. д.), то это может быть какой-то определенный банк или ресторан, который полностью или частично возьмет на себя расходы по оформлению площадки „под себя“».

Денис Кожин

Роботизированный имидж

— парковки —

Бизнес-центры премиального класса активно обзаводятся модными техническими новинками — уже третий по счету офисный комплекс в центре установил автоматический робот-паркинг. Участники рынка разошлись во мнениях. Одни полагают, что это дань моде, маркетинговая «фишка» и имиджевый атрибут, другие уверяют, что установка такого оборудования экономически оправдана. С ужесточением правил парковки в центре города такие проекты могут быть вполне успешным экономическим начинанием.

Автоматический паркинг, уже третий по счету в Петербурге, открылся в бизнес-центре «Давыдовъ». Инвестиции в проект составили 40 млн рублей. Участники рынка говорят, что для бизнес-центров высокого класса наличие таких парковщиков становится необходимостью — в центре с площадями под парковку ситуация обстоит напряженная, а без паркинга премиальным бизнес-центр считаться не может.

Площадь бизнес-центра «Давыдовъ» составляет 6,3 тыс. кв. м. Паркинг располагается в подземном пространстве бизнес-центра на двух уровнях. Количество машино-мест на парковке — 36. Управляющей компанией бизнес-центра является ООО «ЭК „Невский альянс“», застройщиком выступило ООО «Московский проспект 97».

«Для России подобные проекты единичны. В крупных мегаполисах система паркинга-робота позволяет решать острую проблему с дефицитом парковочных мест в деловых районах города с высокой проходимостью. Преимущество парковки-робота в том, что система полностью автоматизирована и не требует присутствия человека. Помимо этого, сокращается время при парковке. Общее время постановки (возврата) автомобиля составляет не более двух минут», — рассказал генеральный директор ООО «Московский проспект 97» Илья Пименов.

Оборудование автоматического паркинга произведено компанией XJ Automation. Поставка парковочного оборудования, его монтаж и пусконаладка осуществлялись ООО «СЗПК». В компании «Московский проспект 97» сообщили, что инвестиции в создание паркинга составили 40 млн рублей.



Если построить обычный подземный паркинг по техническим причинам невозможно, на наземную парковку нет свободного участка, то робот-парковщик становится скорее необходимостью

Имидж — все

Среди экспертов есть те, кто полагает, что установка робота-парковщика — это больше имиджевый ход. В компании ГК «Автоспеццентр» указывают: «Создание парковки на 36 машино-мест для такого крупного бизнес-центра, как «Давыдовъ», на наш взгляд, просто экономически неоправданно, совершенно очевидно, что для размещения автомобилей всех сотрудников бизнес-центра их недостаточно. Скорее всего, данная инициатива может расцениваться больше как имиджевый ход, ведь не может современный офисный центр обходиться без собственной парковки, так как это может негативно повлиять на его статус».

Директор департамента брокериджа NAI Besag в Санкт-Петербурге Александра Смирнова солидарна с этим мнением: «На мой взгляд, создание такого вида паркинга больше является неким имиджевым шагом, поскольку с экономической точки зрения данная инициатива неоправдана. Стоимость услуг эксплуатации паркинга-робота будет достаточно высокой, отчего увеличится и уровень арендных ставок в бизнес-центре».

Я считаю, что арендаторы не будут готовы переплачивать за новую систему паркинга, даже учитывая все ее преимущества».

Вынужденная мера

Но есть и те, кто верят в экономическую целесообразность установки такого оборудования. Альберт Харченко, генеральный директор East Real, говорит, что сегодня создание паркинга-робота в бизнес-центре уже не ново, первый автоматизированный паркинг был открыт в БЦ Bolloev Center, а затем в БЦ Quattro Corti. «Что касается затрат, то стоимость оборудования одного парковочного места в автоматизированном паркинге составляет около €20 тыс. Строительство автоматизированных паркингов зачастую связано с тем, что площадь участка не позволяет делать как наземный, так и подземный многоуровневый паркинг», — отмечает он.

Дмитрий Золин, управляющий директор сети бизнес-центров «Сенатор», отмечает, что для бизнес-центра высокого класса наличие паркинга необходимо. «Таким образом, если построить обычный подземный паркинг по техническим причинам невозможно, на наземную парковку нет свободного участка, то робот-парковщик становится скорее необходимостью. Дорогим является не только сам объект, но и

обслуживание, поскольку такой паркинг нуждается в качественном инженерном сопровождении. Окупить вложения за адекватные сроки (7–9 лет) возможно, если продать места в паркинге в собственность», — предполагает господин Золин.

Игорь Кокорев, заместитель руководителя отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg, при этом замечает: «Автоматизированные паркинги позволяют существенно экономить площадь и объем помещения паркинга в расчете на одно машино-место. Таким образом, дополнительные затраты на оборудование частично компенсируются экономией на создании помещений. Но, что более важно, в некоторых случаях автоматизированный паркинг может стать единственным выходом, позволяющим достигнуть необходимой обеспеченности парковочными местами. А хорошая обеспеченность парковкой в последнее время становится все более актуальным атрибутом современной качественной коммерческой и жилой недвижимости».

Окупаются быстро

Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований Colliers International в Санкт-Петербурге, добавляет, что окупаемость такого паркинга достаточно длительная — 8–10 лет, но наличие его позволяет привлечь более качественных арендаторов на офисные площади. «Да, такой паркинг на первых порах существенно увеличивает объем инвестиций в проект, но в долгосрочной перспективе косвенно влияет на качество арендаторов и арендную ставку в проекте», — говорит госпожа Лежнева.

Максим Клягин, аналитик УК «Финан Менеджмент», согласен с коллегой: «Подобные проекты выглядят очень перспективно. Главными конкурентными преимуществами выступают компактный размер, автономность и сравнительно небольшая капиталоемкость. Во-первых, такие объекты позволяют разместить на 100–150 кв. м городского пространства минимум 40–50 автомобилей, то есть примерно в три-четыре раза больше, чем на обычном паркинге, при этом при повышении этажности вместимость возрастает в несколько раз. Несомненно, это чрезвычайно актуальные решения для загруженных мегаполисов, испытывающих острый дефицит свободных локаций. Другим преимуществом яв-

ляется высокий уровень автоматизации, позволяющий не только оптимизировать издержки управления, но и сделать сервис удобным и привлекательным для потребителей. Одновременно важно подчеркнуть, что стоимость таких проектов формируется на сравнительно невысоком уровне и начинается от \$1 млн, а окупиться такой проект, по условным расчетам, вполне может в течение шести-семи лет», — говорит господин Клягин.

При этом он полагает, что этот сегмент может стать действительно привлекательным только в среднесрочном горизонте. «Сейчас этот сектор даже в большинстве крупных городов страны только начинает развиваться. И пока интерес инвесторов к проектам наземных парковок и более масштабным многоярусным парковочным боксам за исключением отдельных локальных, наиболее капиталоемких рынков, например, столичного региона, в целом неочевиден. Пока целый ряд факторов негативно влияет на сроки окупаемости и уровень рентабельности таких проектов», — сетует господин Клягин.

Более динамичному развитию рынка могут способствовать, с одной стороны, дополнительные законодательные ограничения (в части правил парковки) иницируемые сейчас во многих крупных городах, с другой — комфортный климат для инвесторов, которые готовы реализовывать такие проекты, субсидии и другие формы государственной поддержки.

Генеральный директор финского проектного бюро Rumpu Евгений Богданов из минусов установки такого оборудования называет то, что в России нет опыта эксплуатации таких высокоавтоматизированных продуктов. «Необходимо продумать риски, связанные с поломками: не случится ли ситуация, когда заблокированными окажутся все автомобили, размещенные на парковке. И еще одна проблема. Конструкция автоматизированного паркинга — не монолитная, поэтому в зимнее время на крышу машины неизбежно будут капать грязь и реагенты с колес автомобиля, припаркованного выше, а это может серьезно повредить лакокрасочное покрытие крыши. Паркинги-роботы это распространенная практика для чистой Европы, а не для „грязной“ России», — делится он сомнениями.

Олег Привалов

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Районные торговые центры экспериментируют

В Петербурге хватает торговых центров районного, регионального и суперрегионального уровня. Однако по-прежнему недостает микрорайонных комплексов небольшого масштаба. При этом, как говорят профессионалы, очень часто в комплексах такого формата присутствует большое количество концептуальных ошибок: так как такие проекты требуют относительно небольших инвестиций, нередко они становятся экспериментальными площадками для начинающих девелоперов.

— микрорайонные комплексы —

Первые проекты районных торговых центров (ТЦ) появились еще в самом начале 2000-х, но не были успешными, поскольку потребность в них к тому моменту еще не сформировалась: те, кто стремился к экономии, предпочитали рынки, а аудитория, готовая к цивилизованной торговле, выбирала моллы, дающие возможности для досуга. В районные центры приходили в основном владельцы торговых точек на рынках.

Сегодня покупатели уже понимают, что крупный торговый комплекс уровня «Меги» удовлетворяет не все потребности, что такой формат не подходит для ежедневных мелких покупок. Таким образом, потребность в развитии формата районных центров весьма высока, такие проекты сегодня в дефиците. Согласно исследованию, проведенному компанией RRG, наибольший потенциал для развития проектов районных и микрорайонных торговых комплексов — это удаленные от центра кластеры. «Срок окупаемости микрорайонных торговых центров (площадью 5–10 тыс. кв. м), если они располагаются внутри жилого кластера, можно оценить в 8–11 лет, а в ряде случаев — даже меньше. Для сравнения: крупный торговый комплекс окупается в среднем 9–14 лет», — говорит Юрий Тараненко, директор департамента коммерческой недвижимости группы компаний RRG.

Оптимальный по своим параметрам ТЦ районного и микрорайон-

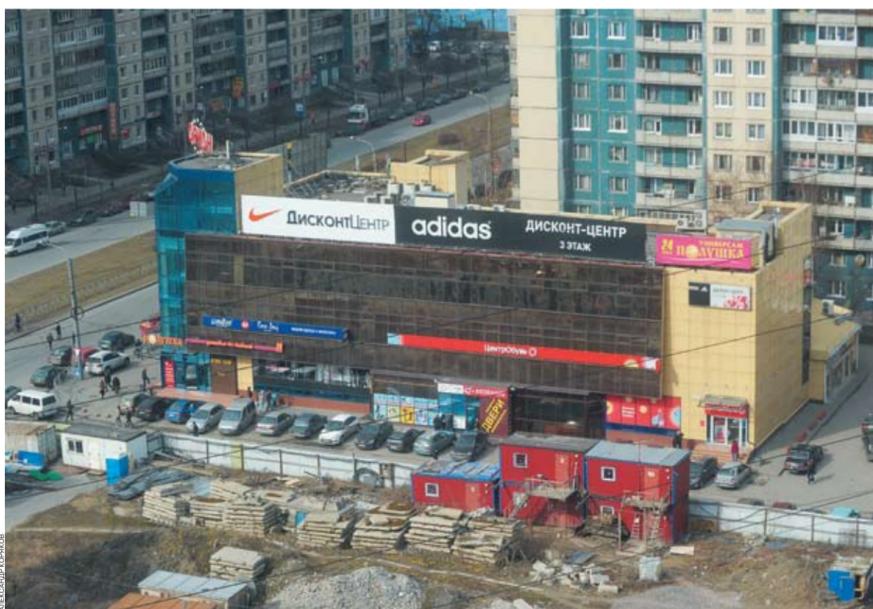
ного масштаба — это двухэтажное здание с наземной парковкой, расположенное в центре жилого микрорайона около станции метро.

Районный центр в первую очередь ориентирован на удовлетворение ежедневных потребностей окрестных жителей, отсюда следует и ценовая категория формата — как правило, это эконом или чуть выше. В традиционно престижных районах (запад, юго-запад, центр) она может быть и выше.

Такие комплексы, как правило, включают в свой состав двух якорных арендаторов: продуктовый супермаркет и сетевого оператора спортивных товаров, электроники и бытовой техники, а также небольшую торговую галерею.

«На сегодняшний день стандартных районных торговых центров не так много. На практике их заменяют отдельно стоящие «коробки», в которых размещаются сетевые гипермаркеты, а в прикассовой зоне — операторы услуг (прачечная, химчистка, парикмахерская, аптека, банковское отделение) и товары импульсного спроса. При этом нельзя говорить о том, что существует недостаток таких центров, поскольку большинство жителей совершают ежедневные покупки в магазинах у дома, а в выходные выезжают в крупные торговые центры, где совершают необходимые покупки и проводят время в развлекательной части таких комплексов», — рассуждает Валерий Трушин, руководитель отдела консалтинга East Real.

Юлия Дальнова, директор управ-



Центральный момент при создании районного и микрорайонного торгового центра — правильный выбор якорного арендатора. «Якорем» для таких комплексов должен быть супермаркет, и его уровень задает планку всему торговому центру

ти «МД Групп», говорит, что, помимо районных центров, в городе есть потребность и в микрорайонных комплексах. Их площадь может составлять от 2 до 5–10 тыс. кв. м, в то время как площадь районного комплекса колеблется от 10 до 15–20 тыс. кв. м.

«Конкретная цифра для каждого ТЦ, разумеется, зависит от района, характеристик населения, параметров площадки. Расположаться микрорайонные торговые центры могут в точках, обеспечивающих стабильный охват населения, проживающего в пешеходной доступности. Для районных ТЦ идеальное местоположение — площадки вблизи станций метро. Такая локация обеспечивает постоянный поток посетителей, которые пользуются метрополитеном ежедневно и регулярно приобретают товары первой и второй необходи-

мости, а также реализуют потре-

ность в будничных развлечениях (это может быть, например, посещение кинотеатра или фудкорта)», — говорит Юлия Дальнова.

Значительное количество районных и в особенности микрорайонных торговых центров отличаются непродуманной концепцией. Большое количество игроков, реализующих подобные проекты, — несетевые девелоперы, что вполне объяснимо: создание торгового центра небольшой площади требует вполне подъемных инвестиций. «Существенная часть районных и микрорайонных центров — это первые проекты такого рода для компаний-девелоперов, чем и объясняются многочисленные погрешности в концепциях. По сути, это экспериментальные девелоперские проекты», — обращает внимание госпожа Дальнова.

В то же время, отмечает она, отличительная особенность микрорайонных ТЦ — это высокая адаптивность к потребностям целевой аудитории. Во-первых, такие ТЦ имеют больше возможностей для общения с комьюнити — их охват меньше, чем у крупных объектов, зато аудитория заходит за покупка-

ми регулярно. Кроме того, договоры аренды в таких торговых центрах обычно заключаются на короткий срок, что позволяет реагировать на потребности покупателей и вносить коррективы в пул арендаторов. Как правило, арендаторами микрорайонных ТЦ являются несетевые компании, заинтересованные в том, чтобы размещаться в торговом центре, что дает ТЦ возможность диктовать свои условия.

«В результате мы видим, что торговые центры малой площади быстро реагируют на потребности рынка. Поэтому даже проекты с изначально неудачной концепцией через незначительное время адаптируются под нужды целевой аудитории и начинают приносить стабильный доход при наличии сколь бы то ни было грамотной управляющей компании. Однако при появлении в зоне охвата более сильного конкурента у ТЦ с неудачной концепцией может не оказаться в запасе времени на то, чтобы нивелировать недостатки», — говорит госпожа Дальнова.

«Центральный момент при создании районного и микрорайонного ТЦ — правильный выбор якорного арендатора. «Якорем» для таких ТЦ должен быть супермаркет, и его уровень задает планку всему торговому центру. Так, важно понимать, что якорь-дискантер определяет и состав всех остальных арендаторов комплекса», — резюмирует госпожа Дальнова.

Она считает, что районные и микрорайонные ТЦ — крайне перспективный для девелопера формат. Рынок еще далек от насыщения, и потребность в торговых центрах малой площади весьма высока. «Поэтому площадки, подходящие для строительства таких объектов, очень востребованы девелоперами — случаи, когда в ходе торгов цена такой площадки поднимается в десять раз, абсолютно нормальны для рынка», — говорит она.

Олег Привалов

В ОЖИДАНИИ РЕКОРДА

До конца 2013 года заявлено открытие пяти торговых центров суммарной арендопригодной площадью 128,4 тыс. кв. м. По данным аналитиков компании Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, в случае реализации этих планов на рынке торговой недвижимости Петербурга будет отмечен рекордный с 2007 года объем ввода площадей — 327,4 тыс. кв. м.

С начала года в эксплуатацию введено восемь торговых центров, по итогам трех кварталов прирост арендопригодных площадей составил 199 тыс. кв. м. Уровень обеспеченности жителей Петербурга качественными торговыми площадями по сравнению с началом 2013 года вырос на 7%, достигнув показателя 598 кв. м на 1000 человек. Общий объем предложения на рынке торговой недвижимости составил около 3 млн кв. м. По итогам третьего квартала 2013 года средневзвешенный уровень вакансии в торговых центрах Санкт-Петербурга составил 3,1%, что на 0,4% меньше по сравнению с итоговым значением предыдущего квартала.

«Несмотря на замедление темпов роста потребительской активности, наблюдаемое с начала года, участники рынка торговой недвижимости продолжают оптимистично смотреть на перспективы развития своего бизнеса», — подтвердила Ольга Аткачич, руководитель отдела торговой недвижимости Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate. **Олег Привалов**

Арендаторы диктуют условия

— стандарты —

Средняя доля сетевых операторов в общем объеме арендаторов торговых комплексов сегодня достигает 70–80% и постепенно увеличивается. При этом владельцы зданий говорят, что работа с сетевиками имеет как плюсы, так и минусы. Среди плюсов — большая финансовая устойчивость по сравнению с «одиночками», среди минусов — менее гибкая арендная политика.

Сегодня на рынке профессиональных торговых центров в качестве арендаторов преобладают сетевые ритейлеры (международные, федеральные и региональные), при этом существуют единичные операторы с интересной концепцией.

У большинства сетевых ритейлеров существуют корпоративные правила и стандарты, требования к арендуемым помещениям: по площади, протяженности витрин, геометрии помещения. С одной стороны, четко прописанные стандарты упрощают девелоперам работу с такими арендаторами, но с другой — могут привести к необходимости изменения концепции комплекса.

«Диктовать собственникам свои условия могут только крупные якорные арендаторы, как в продуктовом, так и в fashion-сегменте, формирующие потоки покупателей. Но в большинстве случаев при обоюдном желании о вхождении оператора в проект собственники и арендаторы договариваются об условиях аренды», — рассуждает Валерий Трушин, руководитель отдела консалтинга East Real.

Светлана Чернышева, руководитель отдела проектного брокериджа Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, среднюю долю сетевых операторов в общем объеме арендаторов торговых центров оценивает в 70%, и эта доля постепенно растет.

Владимир Стукан, генеральный директор ROSS Group, полагает, что с учетом франчайзи доля сетевиков может доходить и до 90%. «Учитывая, что рынок ритейла продолжает структурироваться, полагаю, что доля сетевиков в объектах будет возрастать и дальше», — утверждает он.

Анастасия Балмочных, руководитель отдела торговых площадей компании Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, объясняет это так: «Процент единичных магазинов невелик, поскольку это, как правило, неизвестные или малоизвестные бренды, размещение которых обычно не приветствуется

собственниками торговых объектов из опасения за имидж проекта, даже вопреки тому, что подобные арендаторы готовы платить более высокую ставку».

Анна Никандрова, директор департамента торговой недвижимости петербургского офиса Colliers International, обращает внимание, что в профессиональных торговых центрах соотношение сетевых и несетевых операторов от особенностей конкретного рынка (города) и формата проекта. Но она также согласна с тем, что имеется тренд к росту процента сетевых операторов в составе арендаторов торговых центров. «Имея большую сеть, оператор имеет больше возможностей привлечь покупателей, формируя более выгодное предложение. Поэтому при прочих равных девелоперы всегда склонны выбирать сетевой формат, гарантирующий стандарт качества магазина с точки зрения дизайна, ассортимента и цен. Больше количество сетевых операторов представлено на более развитых рынках: Москва, Санкт-Петербург, города-миллионники. В менее насыщенных городах даже в профессиональных торговых проектах много несетевых магазинов, однако тенденция роста процента сетевиков наблюдается и там. Эта же тенденция характерна и для Европы. По нашим оценкам, сегодня любые несетевые форматы способны выдержать конкуренцию с сетевиками в большей степени за счет программ по поддержке малого бизнеса, реализуемых на уровне государства. Исключение составляют рестораны и операторы сервиса, которые могут быть несетевыми — с одной стороны, а с другой стороны — быть очень качественными и являться «изюминками» проекта», — рассуждает госпожа Никандрова.

Что касается арендной политики, то в этом вопросе сетевые арендаторы менее гибки, чем одиночные, и готовы идти на уступки лишь в случае высокой степени заинтересованности конкретными комплексами. Большинство сетевых арендаторов имеет четкий бизнес-план с просчитанной экономикой торговой точки и придерживается его.

Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН, считает, что с одиночными арендаторами управляющей компании работать намного легче — в силу скорейшего принятия решения и возможности оперативно решать любые вопросы с первым лицом.

«Сетевые операторы обычно представляют собой крупные структуриро-

ванные компании. В связи с этим все коммуникации и согласования занимают больше времени, нежели в случае с единичными торговыми точками. Это нормальная практика, ведь в крупной компании каждый документ перед согласованием проверяется и визируется несколькими функциональными подразделениями», — добавляет госпожа Чернышева.

Максим Клягин, аналитик УК «Финанс Менеджмент», не согласен с точкой зрения о том, что сетевики менее мобильны. «Сетевые компании, как правило, более технологичны, ориентированы на быстрое масштабирование бизнеса и оперируют стандартными параметрами, разработанными для типовых объектов и форматов. В этом плане они могут быть достаточно удобными партнерами для типичных торговых центров со стандартным набором базовых функций. Вместе с тем требования крупного ритейла могут одновременно быть достаточно высокими в части технических параметров объекта, удобства расположения, транспортной доступности и показателей трафика», — рассуждает он. Господин Клягин отмечает, что небольшие проекты локального уровня нередко не соответствуют целому ряду условий.

Исполнительный директор по коммерческой недвижимости ООО «КВС» Дмитрий Беляев согласен, что сетевые операторы менее гибкие. «Однако сетевые операторы более стабильны, так как небольшие компании или индивидуальные предприниматели готовы платить более высокую арендную ставку, но склонны к высокой ротации. Основной спор сетевика и арендодателя состоит в требованиях к долгосрочному договору», — говорит он.

Господин Беляев считает, что в первую очередь сетевые компании пытаются ограничить арендодателя в проценте ежегодной индексации арендной платы, а второе — это ограничение арендодателя в возможности в одностороннем внесудебном порядке расторгнуть договор аренды, причем за собой такую возможность они сохраняют по умолчанию. «В данном случае арендодатель рискует, так как при сильном изменении на рынке (например, при резком росте ставок аренды помещений или высокой инфляции) придется исполнять обязательства по договору без возможности изменить условия до окончания его сроков действия», — отмечает господин Беляев.

Роман Русаков



WestCall
TELECOMMUNICATIONS


Wi-Fi


IPTV


Телефония


Видео наблюдение


Виртуальный номер


Дата-центр


Интернет

Ваш любимый город

Ваш оператор связи



(8 12 / 495) 647-00-11

www.westcall.ru

РЕКЛАМА

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Управятся без европейцев

Европейские компании, специализирующиеся на управлении индустриальными парками, не один год безуспешно пытаются войти на рынок Петербурга. Специфика российского рынка заключается в том, что инвесторы индустриальных парков, как правило, одновременно выступают девелоперами и операторами собственных проектов. В первую очередь это позволяет больше заработать на проекте и строить долгосрочные планы, отмечают участники рынка.

— индустриальная недвижимость —

Аналитик «Инвесткафе» Даниил Маркелов констатирует, что по итогам 2012 года на территории России действовало 96 индустриальных парков, причем государственных и государственно-частных 38 и 6 соответственно. На данный момент крупнейшими управляющими компаниями в России являются представительства иностранных компаний: CB Richard Ellis, Maris Properties, NAI Becar, Cushman & Wakefield, GVA Sawyer, говорит господин Маркелов.

Руководитель отдела индустриальной, складской недвижимости и земли Knight Frank Saint-Petersburg Михаил Тюнин отмечает, что в целом управляющая компания берет на себя решение организационно-правовых вопросов по размещению и дальнейшему пребыванию резидента в парке. Основными услугами управляющей компании индустриального парка являются предоставление в аренду или продажа в собственность земельных участков, помещений и объектов инфраструктуры, обеспечение резидентов индустриального парка энергоресурсами, водообеспечение и водоотведение на территории индустриального парка, обслуживание инженерных сетей и имущества инженерного комплекса, предоставле-

ние инженерных, логистических, консультационных, телекоммуникационных и иных видов услуг.

Функции управляющей компании (УК) в рамках индустриальных площадок аналогичны функциям УК в других объектах коммерческой недвижимости. Главное отличие в объектах управления в индустриальных парках — это прежде всего километры сетей. В индустриальных парках имеется оборудование, не представленное в традиционных офисах и торговых центрах. В частности, к такому оборудованию можно отнести очистные сооружения, насосные станции хозяйственно-бытовых стоков, рассказывает Максим Соболев, директор по коммерческой недвижимости компании «ЮИТ Ленгек».

Специфика деятельности резидентов (в сфере производства) накладывает особые требования к сбросам в сети канализации. ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга» предъявляет одинаковые требования ко всем водопользователям, но при этом их реализация на производственных объектах оказывается значительно более сложной, чем в офисном или торговом центре. В частности, особого внимания, по словам Максима Соболева, требует работа по экологическому контролю за деятельностью предприятия, тем более что любые ошибки чреваты миллионными штрафами.



В индустриальных парках имеется оборудование, не представленное в традиционных офисах и торговых центрах, что, несомненно, накладывает свою специфику на бизнес по управлению промышленными объектами

Услугами специальных компаний для управления индустриальными площадками пользуются немногие, отмечают участники рынка и эксперты.

Максим Соболев рассказывает, что в настоящее время в Петербурге и Ленобласти лишь отдельные индустриальные зоны (не более десяти) управляются как единый комплекс недвижимости. «Примечательно, что зоны, которые

сформированы государственными органами, за исключением ОЭЗ и площадок, переданных инвесторам, не имеют управляющей компании — они обслуживаются коммунальными службами города», — говорит господин Соболев.

В качестве тенденции участники рынка отмечают, что, как правило, каждая зона управляется силами девелопера, реализующего проект. «Такой подход девелоперов обусловлен как спецификой объектов управления, так и желанием сэкономить. Однако, на мой взгляд, в перспективе, по мере развития рынка управляющих компаний, девелоперы будут передавать техническое обслуживание внешним

управляющим компаниям», — полагает Максим Соболев.

Другая тенденция, которую отмечает господин Соболев, состоит в том, что в рамках управления индустриальными зонами сегодня востребована именно техническая эксплуатация (facility management). Что же касается property management, то ее девелоперы пока не готовы отдавать наемным УК, говорит собеседник издания.

Директор департамента коммерческой недвижимости АРИН Екатерина Лапина отмечает, что, как правило, в штате девелоперских компаний состоят сотрудники, которые ответственны за подбор арендаторов, эксплуатацию, уборку. Однако есть и другая схема, когда, например, логистический комплекс сдают крупному оператору, на которого и ложатся обязательства по эксплуатации всех зданий.

Даниил Маркелов полагает, что большой разницы между управлением индустриальным парком стороной УК, либо УК, принадлежащей девелоперу, нет. Разница есть только с точки зрения собственника площадки, полагает эксперт. «В случае частных индустриальных парков управляющая компания в большинстве случаев является собственником данной площадки. В случае государственных и государственно-частных ИП собственником является государство, а с УК заключается контракт, либо место УК занимает компания-партнер по промышленному парку. Если владельцем является государство, то целью реализации парка будет стимулирование роста экономики. Однако это не предполагает каких-либо преимуществ или недостатков, так как речь идет лишь о разных целях», — рассуждает господин Маркелов.

Заместитель директора Tellus Group Сергей Васильев рассказывает, что оператором проектов компании выступает организация, полностью аффилированная с Tellus Group. Эффект от такой системы управления, когда оператором высту-

пает девелопер, в первую очередь экономический. «Сначала инвестор зарабатывает на продажах, а потом на управлении объектом. Это обеспечивает постоянный финансовый доход, особенно когда вся инфраструктура новая», — говорит господин Васильев.

Руководитель индустриального парка «Мариенбург» Александр Лауков также отмечает, что компания выступает одновременно соинвестором, девелопером и оператором промышленной площадки. «В первую очередь самостоятельное управление своим объектом позволяет получать зарплату на проекте. Кроме того, такая система управления, на мой взгляд, более целевая. Все сведения об объекте циркулируют в рамках одной структуры», — говорит господин Лауков.

В России индустриальные парки — это по-прежнему нечто новое. В Европе такие проекты практически всегда управляются специальными компаниями. Некоторые европейские управляющие компании пытаются зайти и на российский рынок, однако здесь их услуги пока не востребованы, констатируют девелоперы. В силу особенностей налогообложения, управления, организационных нюансов инвесторам, как правило, выгоднее самим быть операторами проектов.

Руководитель промышленного парка Trigon Сергей Горлач отмечает, что самостоятельное управление объектом позволяет инвестору сформировать долгосрочный план развития и получать прибыль от проекта до тех пор, пока это экономически целесообразно. Господин Горлач отмечает, что, с одной стороны, на российском рынке мало профессиональных управляющих компаний, которым можно доверить проект. С другой стороны, крупные игроки не выходят в Россию, потому что здесь их услуги пока не востребованы. Кроме того, сейчас в регионе не так много площадок, которые стабильно приносят доход.

Кристина Наумова

Столице нашлось место в тройке

— мировые рынки —

В частности, существенная часть инвестиций, поступающих из-за пределов Европы, приходится на долю Франкфурта (в общей сложности 39%).

Фабиан Кляйн, руководитель отдела инвестиций в Германии, CBRE, прокомментировал сложившуюся ситуацию следующим образом: «После крупных инвестиций в немецкую недвижимость, осуществленных покупателями из Северной Америки и Кореи, мы ожидаем, что азиатские государственные инвестиционные фонды и институциональные инвесторы, наиболее активными из которых станут китайские страховые фонды, будут продолжать активный поиск новых возможностей за пределами своих национальных границ. Немецкая недвижимость является выгодным предложением для инвесторов, которые находятся в поиске международных рынков, сочетающих привлекательные ставки доходности со стабильностью и прозрачностью, что позволяет соблюдать требования к управлению рисками, связанными с распределением их активов».

На фоне остальных

Лондон и Москва выделяются на фоне остальных рынков самой высокой долей иностранных инвестиций, 60% которых в обоих городах были осуществлены покупателями, находящимися за пределами Европы. Увеличение доли таких инвестиций является основным фактором развития рынка; на долю покупателей из неевропейских стран приходится 28% сделок, осуществленных в первом полугодии 2013 года, что выше показателя первого полугодия 2012 года, который находился на уровне 22%.

Будучи одним из крупнейших городов в Европе по численности населения, Москва уже давно укрепила свою позицию как рынок для инвестирования в недвижимость; показав рост в 63% в первом полугодии 2013 года, российский столица переместилась на третье место в рейтингах. Очевидно, что количество жителей в городе само по себе не способствует росту инвестиций, а является показателем экономической значимости города. Существенный приток капитала, особенно из Северной Америки, стал основной причиной повышения инвестиционного рейтинга Москвы в первом полугодии 2013 года.

В течение первых шести месяцев 2013 года наблюдалось незначительное снижение активности в Париже, но этот город по-прежнему является очень привлекательным рынком для инвестирования, занимая второе место в общем списке. В то время как инвестиции в Париж, поступающие из-за пределов региона, в целом остаются на одном уровне, размер иностранных инвестиций из Европы оказался гораздо ниже стандартных 17% от общих инвестиций, осуществленных в первом полугодии, по сравнению с долгосрочным средним результатом на уровне 30%. Но это падение было компенсировано большой долей инвестиций со стороны французских инвесторов.

Валентин Гаврилов, директор отдела исследований рынка CBRE в России, сказал: «Несмотря на все сложности, Москва постепенно

закрепляется в тройке европейских городов, характеризующихся высокой привлекательностью инвестиций в коммерческую недвижимость. В основном это связано с выросшей активностью игроков, уже имеющих опыт работы в России. Приток новых инвесторов, к сожалению, пока остается на низком уровне».

Опережая прогнозы

Мировой рынок инвестиций в коммерческую недвижимость продолжает расти с опережением прогнозов, свидетельствуют данные Jones Lang LaSalle. Согласно подсчетам аналитической компании, объем прямых инвестиций в коммерческую недвижимость в третьем квартале 2013 года достиг \$125 млрд, что на 3% выше показателя предыдущего квартала и на 25% выше результата аналогичного периода 2012 года. Объем транзакций за три квартала 2013 года составил \$350 млрд и на 16% превысил показатель соответствующего периода прошлого года. На протяжении шести последних кварталов глобальный объем инвестиций в коммерческую недвижимость не опускался ниже \$100 млрд. Согласно ожиданиям, четвертый квартал, в котором активность инвесторов традиционно высока, не станет исключением. Jones Lang LaSalle повышает свой прогноз на 2013 год до \$475–500 млрд, с высокой вероятностью итоговый результат ближе к верхней границе этого диапазона.

Артур де Хааст, руководитель группы мировых финансовых рынков и инвестиций компании Jones Lang LaSalle, заявил: «Растущий мировой объем вложений в коммерческую недвижимость свидетельствует о том, что инвесторы все активнее ищут варианты размещения средств в своих «домашних» рынках. Инвесторы сейчас более готовы к рискам, поэтому — в условиях благоприятной экономической конъюнктуры — сегодня они могут рассматривать в качестве объекта покупки активы разных сегментов рынка по всему миру».

Инвесторы продолжают проявлять активный интерес к объектам на развитых рынках. Во всех трех рассматриваемых регионах (Америка, ЕМЕА, Азиатско-Тихоокеанский регион) объем инвестиций за первые три квартала превышает показатель за аналогичным периодом прошлого года. В то же время в Азиатско-Тихоокеанском регионе наблюдалось снижение по сравнению со вторым кварталом 2013 года. На рынках Северной и Южной Америки объем инвестиций в коммерческую недвижимость в третьем квартале вырос на 15% по сравнению с предыдущим кварталом 2013 года и достиг \$60 млрд (на 35% выше показателя соответствующего периода прошлого года). Регион ЕМЕА (Европа, Ближний Восток и Африка) также показал активный рост: в третьем квартале объем инвестиций здесь составил \$42 млрд, что на 27% выше показателя аналогичного периода прошлого года. В странах Азиатско-Тихоокеанского региона в недвижимость было инвестировано \$23 млрд, что на 1% выше показателя за третий квартал 2012 года и на 20% ниже результата прошлого квартала.

По итогам первых трех кварталов крупнейшие рынки мира продолжают демонстриро-

вать хорошие результаты: Австралия — +13% к результату за аналогичный период прошлого года, Китай — +10%, Япония — +64%, США — +21%, Великобритания — +10%, Франция — +24%, Германия — +35%. При этом активность инвесторов постепенно смещается из крупнейших городов в региональные центры; в больших городах растет спрос на объекты, менее привлекательные с точки зрения местоположения и других параметров.

Дэвид Грин-Морган, директор отдела исследований мировых финансовых рынков и инвестиций компании Jones Lang LaSalle, отметил: «Федеральный резерв США и центробанки других стран готовы продолжать мягкую монетарную политику как минимум еще в течение следующих нескольких кварталов. Это снимает опасения относительно роста стоимости привлечения финансовых средств и, как следствие, благоприятно влияет на объем транзакций. Данные факторы, а также рост вложений институциональных инвесторов на этом рынке дают основания прогнозировать, что за весь 2013 год объем инвестиций на мировом рынке коммерческой недвижимости составит почти \$500 млрд или даже превысит эту отметку».

В России инвестиции растут

По итогам первых трех кварталов 2013 года российский рынок инвестиций в недвижимость показал рост активности (+1,3%) в сравнении с соответствующим периодом прошлого года, несмотря на снижение в третьем квартале. Общий объем вложений в недвижимость России составил \$5,3 млрд, подсчитали аналитики Jones Lang LaSalle. В том числе \$1,5 млрд были инвестированы в третьем квартале (снижение на 37,8% к аналогичному периоду предыдущего года).

Олеся Дзюба, заместитель директора отдела исследований компании Jones Lang LaSalle, Россия и СНГ, отмечает: «На рынке инвестиций в недвижимость по-прежнему наблюдается позитивная динамика, и замедление роста экономики России не оказало влияния на активность инвесторов. Учитывая объем сделок в офисном и складском сегментах на стадии переговоров, мы пересмотрели наш прогноз на 2013 год и повысили его до \$8 млрд». Продолжается рост активности в регионах, инвестиции в «нестоличные» города составили \$299 млн, или 20% от общего объема сделок третьего квартала по сравнению с 13% в прошлом квартале. Интерес инвесторов был по-прежнему сосредоточен в офисном и торговом сегментах рынка: их доли в общем объеме вложений составили 38 и 35% в трех кварталах 2013 года соответственно. Олеся Дзюба отметила: «Как мы и прогнозировали, за девять месяцев доля складов в общем объеме инвестиций увеличилась до 17% по сравнению с 10% в соответствующем периоде 2012 года. Данный результат был достигнут благодаря крупной сделке по продаже портфеля МР».

Доля иностранного капитала составила 42% за девять месяцев 2013 года против 19% в соответствующем периоде 2012 года. Аналогичный показатель в Москве достиг 46% по сравнению с 19% за аналогичный период 2012 года.

Денис Кожин

Памятники нуждаются в инфраструктуре

— наследие —

Он продолжает: «Памятники архитектуры будут интересны инвесторам, если появятся прозрачные правила, будет понятен правовой режим, объем инвестиций, проектно-сметная документация, понимание льгот, которые может получить компания. Важна инфраструктура объекта. Например, имеет значение вопрос, потребуются ли ремонт дорог, которые ведут к памятнику архитектуры, или это будут скрытые инвестиции. Если это «кот в мешке», и список того, что нужно и можно, непонятен, у объекта нет инфраструктуры и инвестор не может заранее просчитать доходную часть объекта, то такие памятники неинтересны. И не важно, где они находятся».

Для представительских целей

Сергей Богданчиков, управляющий директор Origin Capital, считает, что на месте заброшенных архитектурных памятников (а некоторые объекты в Новгородской области представляют собой руины) могут появиться как объекты жилые (усадьбы, дома), так и коммерческие (дома отдыха, гостиницы, офисы).

Ирина Харченко, генеральный директор компании «Высота», рассуждает: «В реконструированных домах-памятниках, расположенных в пределах центров региональных городов, можно разместить офисы. Такие помещения охотно арендуют большие российские или западные компании для размещения своих филиалов. Местный бизнес — например, крупные производители — могут организовать в таких объектах фронт-офисы. Кроме того, исторические здания в центрах городов популярны у арендаторов из банковской сферы. Приспособить архитектурные памятники, расположенные за пределами городов (например, усадьбы), будет гораздо сложнее. Очевидно, что как то их перепрофилировать, например, под санатории, как часто делалось в советское время, — это решение, грозящее полной утратой таких исторических объектов».

При этом Валентин Заставленко, вице-президент ГК Springald, отмечает, что не всякий памятник можно приспособить для современного использования: «Особенно трудно приспособить современному использованию бывшие промышленные здания — кардинально поменялись технологии производства, а приспособление крупных промышленных зданий, особенно многоэтажных зданий прядильных мануфактур, пошивочных цехов, под офисные здания, особенно в небольших городах, не имеет экономического смысла — окупаемость инвестиций будет настолько долгосрочной по времени, что в

конечном итоге приведет к операционному убытку».

Виталий Никифоровский, другой вице-президент ГК Springald, добавляет: «В России, кроме крупных городов, вообще никак не развита туристическая инфраструктура. Никто не захочет ехать любоваться на родовое поместье Суворова, если там негде остановиться. Но исключительно на деньги инвестора туристические инфраструктурные проекты не реализовать. Необходима комплексная программа развития архитектурного наследия Северо-Запада с государственно-частным партнерством, с гарантированными долгосрочными условиями. Думаю, если бы существовала возможность получения в долгосрочную аренду (от 50 лет) памятников архитектуры — усадеб, родовых поместий, для использования их в личных целях, с условием обеспечения лимитированного доступа туристов на территорию, значительная часть таких памятников обрела бы новых хозяев. Хороший пример в этом отношении — Европа, где существуют родовые поместья и замки, принимающие в определенные дни на своей территории экскурсию».

«Чтобы окупить «памятник», нужно его не только восстановить, но и сформировать вокруг него смежную инфраструктуру: зоны отдыха, рестораны, отели — как это сделано в Европе. Все это можно было бы сделать с минимальным риском, если бы у конкретного региона была понятная политика продвижения себя и привлечения туристов. Но на данный момент любой инвестор, заинтересовавшийся реконструкцией объекта культурного наследия в регионе, должен будет позабиться и о рекламе всего этого региона», — согласен господин Тупальский.

Тем не менее есть эксперты, которые полагают, что все трудности преодолимы, а конечная выгода все перекрывает.

Ирина Калинина, генеральный директор агентства недвижимости TWEED, считает, что исторические усадьбы — перспективный объект для вложений. «Покупатели на элитном загородном рынке интересуются объектами с историей, и вековая репутация, «намоленность» места для них является заметным преимуществом объекта. На загородном рынке уже есть поселки, возникшие вокруг исторических усадеб, и они весьма востребованы. Например, поселок Покровское-Рубцово, на территории которого находится домик Чехова. Практика показывает, что состоятельные покупатели интересуются поселками «с прошлым», поэтому одна из очевидных стратегий для инвестора в данном случае — создание премиальных коттеджных поселков на территории отреставрированных усадеб», — отмечает она.

Валерий Грибанов