

НЕСПОРТИВНЫЙ ИНТЕРЕС

ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ЗАМЕТНО ВЫРОС ИНТЕРЕС ИНВЕСТОРОВ К СПОРТИВНО-РЕКРЕАЦИОННЫМ ОБЪЕКТАМ. НА РЫНКЕ ПОСТЕПЕННО ФОРМИРУЕТСЯ СТАБИЛЬНЫЙ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНЫЙ СПРОС КАК НА САМИ СПОРТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ, ТАК И НА РАЗЛИЧНЫЕ СОПУТСТВУЮЩИЕ УСЛУГИ. В СВЯЗИ С ЭТИМ В РОССИИ ПОЯВЛЯЕТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ ПРОЕКТОВ СТАДИОНОВ, ОДНАКО ДАЛЕКО НЕ КАЖДЫЙ ПОДОБНЫЙ ОБЪЕКТ МОЖЕТ ПРИНЕСТИ ПРИБЫЛЬ ДЕВЕЛОПЕРУ. АЛЕКСЕЙ ЛОССАН



ВОПРОС ОКУПАЕМОСТИ Стадион традиционно считается едва ли не самым дорогим девелоперским проектом с точки зрения объема необходимых инвестиций. К примеру, строительство новой арены для туринского «Ювентуса» обошлось в €120 млн. При этом сроки возврата таких инвестиций обычно достаточно туманны. «Стадионы традиционно являются объектами с длительными сроками окупаемости, превышающими 10–15 лет, а некоторые проекты вообще некупаемы и несут социальную нагрузку. Причина столь длительных сроков в дороговизне строительства, необходимости благоустройства подъездных путей, необходимости серьезных согласований для проведения строительства», — говорит Александр Дорофеев, генеральный директор консалтинговой компании «Аркаим». По данным ведущего аналитика УК «Финам Менеджмент» Максима Клягина, сроки окупаемости спортивных объектов, особенно с высокой социальной составляющей, очень велики и в среднем составляют заведомо более десяти лет. Весьма актуальна эта проблема для российских футбольных стадионов и хоккейных арен, так как посещаемость матчей даже топовых команд, как правило, формируется на довольно низком уровне.

На вопрос окупаемости напрямую влияет вместимость конкретного стадиона. Как отмечает управляющий партнер Cushman & Wakefield Марина Смирнова, быстрее окупаются

стадионы небольшого формата, поскольку финальные матчи чемпионата мира, способные собрать 40–45 тыс. зрителей, проводятся довольно редко, а затраты на строительство таких объектов в разы больше, чем для малых форматов, рассчитанных на 10–20 тыс. человек. Поэтому большие стадионы строятся только в крупных городах и только в тех из них, где есть команды высшей лиги. По словам директора по развитию направления стратегического консалтинга CBRE Марии Стольниковой, «оптимальная вместимость стадиона с точки зрения срока окупаемости зависит от потоков людей, которые будут посещать спортивные мероприятия». «В любом случае строительство стадионов „на вырост“ — заведомо большей вместимости — является убыточным занятием. Хорошие проекты могут окупаться в пределах шести-десяти лет. Плохо просчитанные проекты, как правило, никогда», — говорит эксперт. Впрочем, как уверяет генеральный директор компании «Метриум Групп» Мария Литинецкая, окупаемость таких крупных спортивных объектов, как футбольный стадион или хоккейная арена, далеко не главное условие их существования. Большинству инвесторов такие проекты малоинтересны, поскольку срок возврата средств, вложенных в строительство крупного стадиона, даже по самому оптимистичному сценарию превышает десять лет», — считает эксперт. По ее словам, зачастую речь даже идет не об инвестировании, а о своеобразной благотворительности.

ПУТИ РЕШЕНИЙ Чем более многофункционален спортивный объект, тем больше существует возможностей для его загрузки. По словам Александра Дорофеева, одновременно сократить период возврата инвестиций вполне можно, например, за счет дополнительных площадей и объединения в рамках крупных спортивных комплексов различных коммерческих функций, в том числе торговых и развлекательных, а также формирования культурного общественного пространства. Так, коммерческая эксплуатация объекта позволяет повысить загрузку в перерывах между спортивными событиями и, соответственно, формировать значительный денежный поток и сокращать сроки окупаемости. Кроме того, спортивные объекты

**НОВАЯ АРЕНА ТУРИНСКОГО «ЮВЕНТУСА»
СТОИМОСТЬЮ €120 МЛН**

логичным образом выступают в роли генераторов мощного трафика, поэтому размещение в их ансамбле торговых центров, заведений общественного питания и других объектов, ориентированных на потребительский сектор, более чем оправданно. В целом чистая рентабельность может варьироваться в зависимости от специфики и параметров проекта. По условным оценкам, примерный средний горизонт можно определить как 10–15%.

«Улучшить показатели окупаемости в проекте «ВТБ Арена парк» удалось за счет его комплексности, — говорит

СРОКИ ОКУПАЕМОСТИ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ, ОСОБЕННО С ВЫСОКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ, ОЧЕНЬ ВЕЛИКИ И В СРЕДНЕМ СОСТАВЛЯЮТ ЗАВЕДОМО БОЛЕЕ 10 ЛЕТ

КОГДА «ХАЙБЕРИ» — СТАДИОН ЛОНДОНСКОГО «АРСЕНАЛА» НА 40 ТЫС. МЕСТ (СЛЕВА) — ОКАЗАЛСЯ ТЕСЕН, ВЛАДЕЛЬЦЫ КЛУБА ПОСТРОИЛИ НОВЫЙ СТАДИОН «ЭМИРЕЙТС», ВМЕЩАЮЩИЙ УЖЕ 60 ТЫС. ЧЕЛОВЕК



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА