

ПРОМЫШЛЕННЫЙ КРЕАТИВ

КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА В ФОРМАТЕ ЛОФТОВ ПРИОБРЕТАЮТ ПОПУЛЯРНОСТЬ В ПЕТЕРБУРГЕ. ГОРОД РАСПОЛАГАЕТ БОЛЬШИМ КОЛИЧЕСТВОМ ОСТАНОВЛЕННЫХ ЗАВОДОВ И ФАБРИК, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ТАКИХ ПРОЕКТОВ. ВПРОЧЕМ, ИХ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УСПЕХ НЕ ВПОЛНЕ ОЧЕВИДЕН. КРИСТИНА НАУМОВА

Младший аналитик «Инвесткафе» Роман Гринченко полагает, что огромное количество памятников позволяет жителям города, оглядываясь на историю, воплощать в жизнь новые творческие идеи. Впрочем, несмотря на то, что креативный кластер в Петербурге уже довольно насыщен, город сохраняет значительный потенциал для развития в этом направлении, полагает эксперт. «Такие проекты как, например, креативные пространства, требуют постоянного обновления и изменения для поддержания высокого уровня спроса. Впрочем, есть и проекты, которые имеют постоянный и стабильный спрос, сохраняя первоначальную концепцию», — говорит господин Гринченко.

О ПОНЯТИИ Креативное пространство зачастую именуют лофтом, что, как правило, ассоциируется с чем-то нестандартным, оригинальным, рассчитанным на особую аудиторию, на людей творческих профессий. Генеральный директор Colliers International в Петербурге Андрей Косарев констатирует, что российские реалии пока еще далеки от того, чтобы эти элитарность и изысканность были востребованы в полной мере. По этой причине лофт-проекты в Петербурге можно пересчитать по пальцам. «У нас правит бал в первую очередь экономика проекта. Проекты переоборудования зданий в лофты непростые и затратные. Чаще значительно дешевле построить новые квадратные метры, чем реконструировать старые фабрики и заводы, а затем прокладывать новые коммуникации и инженерии», — говорит господин Косарев.

Вторая причина небольшого количества таких проектов кроется в самой их специфике. Лофты — это бывшие фабрики и заводы, подвергшиеся редевелопменту. «Мода на лофты потихоньку начинает набирать обороты в России — и в Петербурге в том числе. Возможно, если бы процесс редевелопмента промышленных территорий шел у нас быстрее и был бы более структурированным, таких проектов появилось бы гораздо больше. Теоретически создать лофты можно и на территории промышленных предприятий на Обводном канале, и на знаменитом острове Новая Голландия. В целом в Петербурге довольно много объектов, пригодных для лофтов. Но пока предпосылок, которые бы обеспечили реализацию таких проектов, не наблюдается», — рассуждает Андрей Косарев.

КРЕАТИВ НА ФАБРИКАХ И все же примеров петербургских креативных пространств найдется немало. На месте бывшей фабрики «Скорход» было создано одноименное культурное пространство. Помещение площадью 700 кв. м было разделено стеклянной перегородкой на два зала. В первом разместилась театральная зрелищная площадка для показа спектаклей, концертов, лекций, просмотра кино.



В ЕВРОПЕ ЛОФТЫ БОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫ, ТАК КАК ИНВЕСТИЦИИ В РЕКОНСТРУКЦИЮ СТАРОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ЗДАНИЯ МИНИМАЛЬНЫ. ГОСУДАРСТВО В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ ПЕРЕДАЕТ ИНВЕСТОРУ ТАКИЕ ОБЪЕКТЫ ЗА СИМВОЛИЧЕСКУЮ ЦЕНУ. В РОССИИ ДАЖЕ ЗА ПОЛУРАЗРУШЕННОЕ ЗДАНИЕ НА НЕБЛАГОУСТРОЕННОЙ ТЕРРИТОРИИ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ОТЧИСЛЕНИЯ БУДУТ ВЕСЬМА ОЩУТИМЫМИ

Во втором — кафе органической пищи на 150 человек. Стеклянная «стена» между залами позволяет посетителям кафе наблюдать за репетициями в театральной зоне.

Креативную волну подхватило и петербургское предприятие «Сигнал», выпускающее изделия для телеграфной и телефонной связи. Предприятие решило оптимизировать свои мощности и освободить собственное здание площадью 13 тыс. кв. м на Васильевском острове, на проспекте КИМа, 6. Все производство теперь будет сосредоточено на основной площадке в Невском районе. Здание на проспекте КИМа отдано в аренду под создание креативного пространства «Контур». Один из руководителей проекта, Роман Красильников, рассказал, что арендованные площади будут сданы в субаренду различным компаниям под готовый бизнес и стартапы, связанные с интеллектуальной и творческой деятельностью. Первыми арендаторами станут театр, московский проект «Клаустрофобия», швейное ателье и мастерская деревообработки. Кроме того, часть здания будет приспособлена под жилой лофт, который должен объединить людей творческих профессий. По замыслу руководителей проекта, здесь будут жить, работать и обмениваться идеями музыканты, художники, писатели, городские активисты. Проекты такого формата пока не распространены в Петербурге и в России в целом, однако пользуются популярностью в европейских городах, отмечает господин Красильников. Первоначальные инвестиции в создание такого креативного про-

странства составили 10–12 млн рублей, которые создатели проекта рассчитывают окупить за год.

Классический лофт-проект Петербурга — это «Этажи», которые и по интерьеру, и по специфике своей деятельности соответствуют лофту, констатирует господин Косарев. С 2007 года центр занимает площадь бывшего хлебозавода на Лиговском проспекте, 74. На сегодня на территории 3 тыс. кв. м находятся две галереи современного искусства, четыре выставочных пространства, кафе и хостел.

«Вторым претендентом на классический лофт является БЦ «Ткачи», который тоже позиционируется как арт-пространство, и его круг арендаторов — это творческие коллективы. Успешен ли этот проект — вопрос спорный. На наш взгляд, для сегодняшних реалий рынка такая концепция — достаточно смелое решение», — отмечает господин Косарев.

Успешным лофт-проектом эксперты называют БЦ «Фидель», хотя элемент лофта присутствует только в декоре. В остальном это обычный бизнес-центр, успех которого обусловлен хорошим местоположением, говорит господин Косарев.

«Слово „лофт“ хорошо идет при продвижении проекта, а на практике девелоперы не любят такие проекты, где нужно много сохранять. Кроме того, в Европе этот формат более распространен, так как инвестиции в реконструкцию старого, заброшенного промышленного здания будут минимальны. Государство в европейских странах передает инвестору такие объекты за символическую цену. В России это невозможно — даже за полуразрушенное здание на неблагоустроенной территории

инвестиционные отчисления будут весьма ощутимыми. Яркий пример тому — „Новая Голландия“, передача инвестору тянулась не один год», — говорит эксперт.

Андрей Косарев констатирует, что в целом стиль «лофт» — это модно, и такие объекты повышают статус города как столицы культурной жизни, в этом стиле оформлены многие кафе, рестораны и галереи, но масштабных лофт-проектов немного, и вряд ли в ближайшее время ситуация изменится.

ДЕНЕЖНЫЙ ВОПРОС Роман Гринченко полагает, что если подходить к вопросу монетизации культурных и креативных проектов качественно и основательно, то они вполне могут быть окупаемыми и приносить прибыль. Более того, уровень рентабельности может быть выше, чем во многих других отраслях. «Некоторые креативные пространства базируются на территориях заброшенных заводов, складов и других сооружений, арендная ставка на которые является достаточно низкой. К тому же, затраты на рекламу таких предприятий также могут быть достаточно низкими за счет того, что данная сфера имеет высокий уровень социального взаимодействия между потребителями и хорошо работает „сарафанное радио“. Эти факторы позволяют существенно снизить издержки, что может сочетаться с высокой стоимостью предоставляемых услуг. Например, аренда, услуги фотографа и другие», — рассуждает эксперт. Впрочем, точно подсчитать, насколько экономически выгодны такие проекты, как «Этажи», «Ткачи» и другие, невозможно, так как компании, занимающиеся организацией таких проектов, не раскрывают финансовую информацию, добавляет Роман Гринченко.

Управляющий директор Origin Capital Сергей Богданчиков уверен, что креативные пространства могут быть весьма рентабельными. «Главное в таких местах — атмосфера, которая создается за счет скопления в одном месте однородных по сферам занятости арендаторов. Причем эта атмосфера возникает без кардинальных изменений имеющихся зданий и территории. Обычно арендные ставки здесь высокие, но арендаторы готовы переплачивать за то, чтобы располагаться в раскрученном месте», — говорит господин Богданчиков. При этом, по его словам, создание лофтов в бывших промышленных предприятиях также востребовано. Во-первых, меньше требований по отделке имеющихся зданий, во-вторых, прилегающая территория и сами помещения могут приводиться в порядок постепенно. Таким образом, затраты на создание креативного пространства на месте промышленного предприятия намного ниже, чем при строительстве здесь бизнес-центра, констатирует собеседник издания. ■