



Апартаменты. Итоги-2020

Четверг 3 декабря 2020 №222 (6943 с момента возобновления издания)

14 Привлечение зарубежных операторов к управлению апарт-отелями обусловлено отсутствием отечественных игроков

15 Задача управляющих апартами компаний — создать максимальный комфорт для гостей за счет сервисов

Цветные тематические страницы №13–16 являются составной частью газеты «Коммерсантъ». Зарегистрировано в Роскомнадзоре ПИ № ФС77-76924 9 октября 2019 года. Распространяются только в составе газеты. Подписчики получают цветные тематические страницы: «Дом», «Телеком», «Банк», «Страхование», «Лизинг», «Стиль» и другие.

На фоне значительного сокращения предложения на рынке, снижения рубля и ставок по банковским депозитам интерес к апартаментам продолжает стабильно расти, причем как в сервисном, так и в несервисном сегментах. После затишья, связанного с самоизоляцией, в третьем квартале и начале четвертого девелоперы фиксируют увеличение спроса, при этом характеризуя текущий год как «нестабильный, но благоприятный».

Интерес оказался стабильным

— итоги —

Сокращение предложения

По данным Colliers International, на текущий момент объем первичного рынка апартаментов в Петербурге составляет более 700 тыс. кв. м в 32 проектах. В 2020 году он пополнился тремя объектами — новым корпусом в составе комплекса апартаментов Valo, cOASIS Vertical, а также комплекс элитных несервисных апартаментов «Дом Балле» от компании «Мега Хаус». При этом первые два проекта будут работать с международными операторами — Mercure от Accor Hotels и Ramada Encore от Wyndham соответственно. «С начала года в эксплуатацию были введены два проекта апартаментов общей площадью 47,7 тыс. кв. м — YE'S Marata (ГК «Пионер») и Vertical We&I (Becar). Оба комплекса начали функционировать в третьем квартале 2020 года», — говорят в Colliers International.

Объем свободного предложения на рынке апартаментов на конец третьего квартала, согласно отчету Knight Frank, составил 5,8 тыс. юнитов общей площадью 192 тыс. кв. м. В консалтинговом центре «Петербургская недвижимость», в свою очередь, заявляют о 6,7 тыс. юнитов (214,3 тыс. кв. м), большая часть из которых — студии, а продажи ведутся в 32 апартмент-отелях. «На протяжении всего 2020 года предложение ежеквартально сокращалось, в результате за девять месяцев количество юнитов в продаже уменьшилось на 41%», — говорится в отчете Knight Frank.

По мнению экспертов, на сокращение предложения оказала влияние эпидемиологическая ситуация: весной и в начале лета из-за пандемии коронавируса COVID-19 застройщики не выводили на рынок новые проекты. В итоге за три квартала аналитики зафиксировали минимальный за последние годы объем пополнения рынка — 1,9 тыс. юнитов (42,4 тыс. кв. м), говорят в КЦ «Петербургская недвижимость». Если сравнивать этот показатель с цифрами 2017–2018 годов, то объем предложения снизился в 1,5–2,5 раза. «В то время как в 2019 году на рынок поступило ре-



Объем свободного предложения на петербургском рынке апартаментов на конец третьего квартала 2020 года составил 5,8 тыс. юнитов общей площадью 192 тыс. кв. м

кордное количество апартаментов: за девять месяцев 10,9 тыс. штук», — приводит данные в «Петербургской недвижимости».

Высокий спрос

Спрос же сохранился на высоком уровне 2018–2019 годов. «За девять месяцев продано 3,2 тыс. юнитов, даже несмотря на временное снижение показателей во втором квартале из-за режима самоизоляции. В третьем квартале объем спроса вырос, было реализовано 1,3 тыс. юнитов (39,9 тыс. кв. м) — на уровне аналогичного периода прошлого года», — сообщила Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость». При этом наибольшим спросом пользовались сервисные апартаменты с минимальной ценой в диапазоне 85–95 тыс. рублей за квадратный метр (33% в спросе) и средним бюджетом покупки около

2 млн рублей, где сконцентрирован наибольший объем предложения — 37%, а также комплексы апартаментов с более высокой ценой предложения, в том числе с управлением от международных гостиничных операторов.

В Colliers International замечают, что в третьем квартале заметно вырос спрос на несервисные апартаменты, предназначенные для собственного проживания. «Так, за июль — сентябрь доля несервисных апартаментов в общем объеме спроса составила 45%, что на 19% выше показателя первого квартала 2020 года», — указывают аналитики. Кроме того, спрос вырос и в сегментах высокого класса: на них пришлось 66% от количества реализованных несервисных апартаментов. «Например, в проекте Royal Park за третий квартал было продано 37 элитных апартаментов площадью более 3200 кв. м», — следует из отчета Colliers International.

Коммерческий директор девелоперской компании Glincom Иван Татаринов считает, что везде и всегда есть востребованные и невостребованные проекты, что ста-

новилось особенно заметно во все предыдущие кризисы. «Более всего страдают проекты с неудачными локацией, архитектурой и концепцией либо сильно переоценены. Напротив, удачные проекты продаются при любом спаде рынка — будь то массовый сегмент или премиальный», — объясняет он.

По мнению Сергея Мохнаря, директора департамента развития ГК «ПСК», нынешний год для недвижимости в целом и для апартаментов в частности был нестабильным, но по итогу очень благоприятным. «Снижение продаж, наблюдавшееся в начале года, было полностью компенсировано вторым и третьим кварталами — спрос вырос в полтора раза», — говорит он, добавляя, что сервисные апартаменты в Петербурге остаются неоспоримыми лидерами всего сегмента. По оценкам господина Мохнаря, интерес к ним в третьем квартале вырос почти на 90%. «Четвертый квартал покажет ориентировочно схожий уровень спроса — почти двукратного роста, конечно, не будет. Но и предположить к его заметному снижению нет», — уверен он.

Рост интереса к апартаментам со стороны инвесторов фиксирует и Марина Сторожева, директор по продажам комплекса апарт-отелей Valo. «Коронакризис актуализировал преимущества доходной недвижимости, и в третьем квартале 2020 года мы зафиксировали двукратный рост продаж по сравнению со вторым кварталом. В четвертом квартале эта динамика сохраняется», — сообщила госпожа Сторожева.

Растущие цены и реальная доходность

Что касается цен, то, по оценкам Colliers International, максимальную динамику показали несервисные апартаменты комфорт-класса, где за год средний показатель вырос на 26% и составил 153 тыс. рублей за квадратный метр. «В бизнес-классе показатель за год увеличился на 8%, до 205 тыс. рублей за квадратный метр. Для сравнения, в третьем квартале стоимость жилой недвижимости бизнес-класса составила 198 тыс., премиум-класса — 280 тыс. рублей за квадратный метр», — говорит аналитики. Приrost средней стоимости квадратного метра в проектах комфорт- и бизнес-класса в сервисных апартаментах составил 24 и 4% соответственно. «В абсолютных выражениях цены достигли 145 тыс. рублей за квадратный метр в комфорт-классе и 198 тыс. рублей за квадратный метр в бизнес-классе. Помимо повышения уровня готовности проектов и перехода на проектное финансирование, на рост цен также повлияло улучшение концепций новых проектов — девелоперы активнее привлекали международных операторов для управления апарт-отелями», — отмечают эксперты Colliers International.

По мнению господина Мохнаря, кризис в очередной раз стал лакмусовой бумажкой для недвижимости и апартаментов в частности. «Инвестиции в доходную недвижимость востребованы, как никогда ранее, на фоне снижения рубля и ставок по банковским депозитам. Последние уже не позволяют компенсировать даже официальную инфляцию, не говоря о реальной», — добавляет он. Говоря о доходности апартаментов, госпожа Сторожева полагает,

что обещания управляющих компаний должны снизиться. «Реальными цифрами стали 8–10% годовых, а не 15–18%, которые были актуальными ранее. УК, скорее всего, будут ориентироваться на долгосрочную и среднесрочную аренду. При этом в сравнении с другими инвестиционными инструментами апартаменты продолжают быть выгодным вложением», — подчеркивает она. По мнению госпожи Сторожевой, программ фиксированной доходности будет все меньше, а цены имеют тенденцию к росту в ответ на увеличивающийся спрос. «Мы предполагаем, что к концу 2020 года стоимость квадратного метра увеличится на 10%», — говорит она.

Неожиданный поворот

В середине ноября возобновилась давняя дискуссия о легализации апартаментов после того, как заместитель главы Минстроя Никита Сташин высказал мнение, что «нецелесообразно в будущем строить все, что не подходит под жилье». «Поэтому под амнистию должно попасть то, что уже построено, оно должно быть учтено в объеме ввода жилья, но с какого-то момента мы должны честно друг другу ответить, что все, эта лавочка закрывается, с сегодняшнего дня мы строим только жилье», — высказался чиновник. Участники рынка восприняли слова господина Сташина как скорый полный запрет апартаментов. Однако позже замглавы ведомства объяснил, что Минстрой не будет менять правила игры, «поскольку этих правил нет». Он также отметил, что необходимо внести ясность в регуляторику апартаментов по принципиальным позициям. Пока что правовой статус апартаментов обсуждается с экспертами.

По мнению собеседников «Ъ», принятие закона о новом правовом статусе апартаментов может наложить на девелоперов новые обязательства, которые, в частности, приведут к нивелированию ценовых преимуществ апартаментов перед квартирами. Если это случится, то рынок может продолжить развиваться по неизвестной и непрогнозируемой траектории.

Мария Кузнецова

Ставка на доходность

— сегменты —

Сервисные апартаменты продолжают быть наиболее популярными на петербургском рынке: их доля в общем числе предложения этого типа коммерческой недвижимости составляет более 80%. Эксперты объясняют это наличием в них широкого спектра услуг, которые оказывают управляющие компании, более развитой инфраструктурой внутри комплекса, а также понятными программами доходности.

Петербургские доходные дома, почти на столетие исчезнувшие как класс, пережили своеобразную реинкарнацию и появились снова в качестве апарт-отелей, сохранив свой главный принцип: получение дохода от сдачи в аренду. Причем именно в нашем городе апартаменты воспринимаются как арендная недвижимость, в отличие, скажем, от Москвы. Из-за гораздо более серьезного, по сравнению с Северной столицей, дефицита земли и высокого спроса на личные квадратные метры большая доля апартаментов в Москве продается именно как «псевдожилье» для личного проживания. По мнению собеседников «Ъ», подобная ситуация будет сохраняться еще как минимум в течение десяти лет. Так, по оценкам Knight Frank, по итогам третьего квартала свободное предложение на петербургском рынке составило 5,8 тыс. апартаментов общей площадью 192 тыс. кв. м, основная доля на котором (84%) принадлежит сервисному формату апартаментов.

Найти отличия

Де-юре сервисные апартаменты и апартаменты для личного проживания никак не разделены, и разница между ними существует только де-факто. Так, если в классическом понимании первые создаются для дальнейшей сдачи номеров в аренду для извлечения дохода, то так называемое псевдожилье, маскируясь под апарт-отели, строится там, где обычное жилье возводить запрещено.

По словам Гавриила Королева, руководителя департамента недвижимости инвестиционной группы «РВМ Капитал», первое отличие заключается в объемах строительства. «Как правило, апартаменты для личного проживания по своей архитектуре и компоновке напоминают обычные многоэтажные жилые дома, это «человейники», рассчитанные на проживание тысяч людей. Сервисные апартаменты компактные и больше похожи на здания гостиничного типа», — указывает он. Второе и, наверное, ключевое отличие в том, что, приобретая сервисные апартаменты, инвестор получает целый комплекс услуг — начиная от полной отделки и меблировки помещения и заканчивая договором на клининг и сдачу апартаментов в аренду с прогнозируемым графиком доходов. «Кроме того, в отличие от «псевдожилья», в сервисных апартаментах могут быть предусмотрены помещения для общепита, оборудованы коворкинги», — добавляет он.

«Псевдожилье» — более простая и понятная бизнес-модель для девелопера. «Это один из способов по-

строить и реализовать проект в тех локациях, где в соответствии с градостроительными нормами разместить жилые проекты невозможно. К апартаментам же как ко временному жилью градостроительные требования ниже», — говорит господин Королев. В то время как девелоперы, реализующие сервисные апартаменты, по сути, развивают сразу два бизнес-направления — непосредственно строительство комплекса апартаментов и управление ими. «Как правило, такие апартаменты имеют меньшую площадь, чем обычные: самые популярные не превышают 40–45 кв. м», — поясняет коммерческий директор девелоперской компании Glincom Иван Татаринов. Кроме того, у сервисных апартаментов более высокий эксплуатационный платеж по сравнению с классическими — за счет более широкого спектра услуг, которые оказывают управляющие компании и более разнообразной инфраструктуры в рамках комплекса. «Стоит также отметить, что у классических и сервисных апартаментов разная целевая аудитория: если в первом случае две трети лотов (в зависимости от конкретного проекта и стадии его готовности) раскупаются конечными потребителями для собственного использования, то во втором большинство сделок носит инвестиционный характер — перепродажа или сдача в аренду», — добавляет он.

Вместе с тем, по мнению Сергея Мохнаря, директора департамента развития строительной компании, разница между «псевдожильем» и

сервисными апартаментами может быть не так однозначна. «В упрощенном понимании, апартаменты с кухней автоматически относились к «псевдожилью». Но нюанс в том, что апартаменты, максимально комфортные для арендатора, — это как раз те, что по своим характеристикам не уступают жилой недвижимости и превосходят ее за счет дополнительных сервисов из категории гостиничных», — говорит господин Мохнарь, добавляя, что зачастую возникает парадокс восприятия: если человек покупает апартаменты для личного проживания, то он как будто купил «псевдожилье», а если сдает их же долгосрочно и там точно так же живут люди, то все нормально — у него в собственности апартаменты. Сейчас же ключевым отличием апартаментов от формата «псевдожилья» является наличие управляющей компании и программ доверительного управления — доходности.

Заработать на сервисе

Доходность апартаментов складывается из капитализации как объекта недвижимости и сдачи в аренду, а выбор инвестора полностью зависит от его задач. Одно из ключевых значений для инвестора имеет цена входа в проект, которая чаще всего зависит от стадии строительства и особенностей каждого комплекса. «Если интерес в том, чтобы перепродать недвижимость, когда она подорожает, то, по большому счету, не имеет значения наличие программ доходности в проекте. Если задача получить дополнительный доход

на годы, то проекты с программами доходности будут явно предпочтительнее», — считает господин Мохнарь.

Несмотря на то, что УК берет комиссию за свои услуги, она делает самое главное — снимает с инвестора все заботы по поиску платежеспособных арендаторов и поддержанию апартаментов в надлежащем состоянии. При этом, поскольку сервисные апартаменты предназначены для посуточной аренды, которая обладает большей доходностью по сравнению с классической сдачей в аренду жилья, то в некоторых случаях разница в доходности может достигать 100%, говорят эксперты.

Так, например, в апарт-отеле Valo есть три программы доходности: Valo Garant, которая предполагает сдачу апартаментов в среднесрочную аренду, а также Valo Progressive и Valo Mercure для сдачи апартаментов в краткосрочную аренду, но с более высокой доходностью. При этом, как заявляет УК Valo Service, доходные программы могут принести инвесторам от 7% в год. По оценкам экспертов, при грамотном управлении нагрузка апарт-отеля составляет примерно 60% в течение года, что может принести собственнику до 15% годовых.

Добавить премиальности

Чуть более половины встречающихся на рынке Петербурга апартаментов относятся к массовому сегменту, около трети — бизнес-класс и 17% — комфорт-класс, отмечает директор по продажам комплекса апарт-

отелей Valo Марина Сторожева. При этом апартаменты бизнес-класса, по оценкам собеседников издания, развиваются довольно динамично, заняв свою нишу на рынке и перестав напрямую конкурировать с дорогой жилой недвижимостью, как это было в начале.

Что касается премиальных апартаментов, то, по мнению экспертов, в настоящее время девелоперы хоть и смотрят в их сторону, но, скорее всего, развитие этого рынка будет происходить значительно более низкими темпами. Во-первых, это эксклюзивные предложения апартаментов, которые в большинстве случаев используются для личного проживания или — в меньшей степени — для сдачи в долгосрочную аренду, что делает их аналогом классических доходных домов на 100–200 номеров. Во-вторых, в крупных городах имеется большой выбор пятизвездочных отелей, поэтому выбор в пользу проживания гостя в апартаментах премиум-класса не является очевидным.

«Подобное предложение возможно только в Москве и Санкт-Петербурге. Однако небольшая емкость рынка, отсутствие четкой концепции и конкуренция со стороны классических гостиниц категории «пять звезд» ставят под вопрос появление сервисных премиальных апартаментов», — отмечает Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg. В других крупных городах России апартаменты премиальных категорий просто не будут востребованы.

Мария Кузнецова