

ПРИЗЕМЛЕННАЯ ЭЛИТНОСТЬ

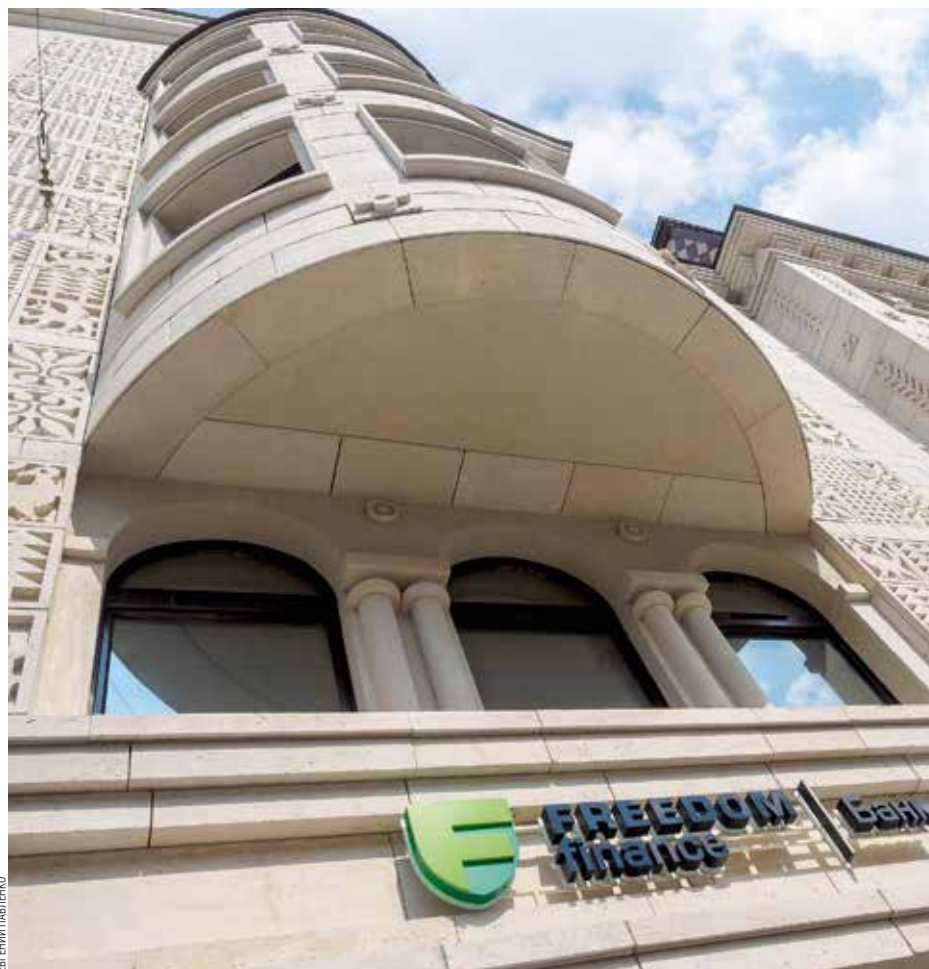
КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ СТАНОВИТСЯ НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ СТРОЯЩИХСЯ ЖК, И ПРЕМИАЛЬНЫЕ КОМПЛЕКСЫ — НЕ ИСКЛЮЧЕНИЕ. ПЕРВЫЕ ЭТАЖИ В ФОРМАТЕ СТРИТ-РИТЕЙЛА ИЛИ В ВИДЕ СТИЛОБАТНОЙ ЧАСТИ РЕАЛИЗУЮТСЯ ПОД ТОРГОВУЮ ФУНКЦИЮ ПРАКТИЧЕСКИ В КАЖДОМ ПРОЕКТЕ. ХОТЯ УЧАСТНИКИ РЫНКА ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ПОДБОР АРЕНДАТОРОВ В ТАКИЕ ПОМЕЩЕНИЯ ВЕДЕТСЯ ГОРАЗДО БОЛЕЕ ЖЕСТКИЙ, ЧЕМ В БОЛЕЕ ДЕМОКРАТИЧНЫХ СЕГМЕНТАХ. МАКСИМ КАВЕРИН

Эксперты говорят, что застройщики премиальных домов (элитного и бизнес-класса) все чаще стали более детально подходить к концепции встроенных помещений на первых этажах, так как их будущим покупателям важна инфраструктура. В последние годы застройщик все чаще оставляет за собой нежилые помещения на первых этажах, чтобы сдавать их в аренду и управлять инфраструктурой самостоятельно, или даже вкладываются и сами частично создают инфраструктуру в виде своего фитнес-центра, спа-центра, детского центра или ресторана. «Безусловно, основной заработок в этой ситуации идет с продажи квартир, ведь хорошая инфраструктура позволяет повысить стоимость квадратного метра жилья минимум на 20%», — полагает Станислав Ступников, партнер компании «Бестъ. Коммерческая недвижимость».

Будущие жители таких комплексов, с одной стороны, ожидают качественной инфраструктуры, но в то же время не хотят, чтобы эта инфраструктура превратилась в обычный торговый центр с высоким трафиком посетителей, нарушив всю аутентичность проекта. «В архитектуре премиальных ЖК участвуют известные архитекторы, которые, создавая жилой проект, уже на самой ранней стадии закладывают объемы торговой функции без учета конкуренции и спроса в данной локации. Данный подход усложняет поиск операторов, особенно при больших объемах торговых площадей, что, в свою очередь, не позволяет создать востребованную арендаторами концепцию. Оптимальный метраж торговой функции будет определяться в большой степени местоположением проекта, так как премиальные проекты не генерируют большой трафик. Типовой профиль операторов: мини-супермаркеты, кафе и рестораны, шоурумы, товары для дома высокого класса. Очень редко в проектах можно увидеть премиальных fashion-операторов», — говорит Андрей Шувалов, старший директор департамента торговой недвижимости Cushman & Wakefield.

ВМЕСТО ЖИЛЬЯ Алексей Лазутин, руководитель отдела инвестиционных продаж и корпоративных услуг IPG.Estate, считает, что коммерческая недвижимость в премиальных домах нужна по ряду причин. «Квартиры на первых этажах даже в премиум-классе трудно реализуемы. Поэтому девелоперу приходится делать коммерческую функцию», — поясняет он. По словам господина Лазутина, самое популярное на продажу коммерческое помещение — от 50 до 100 кв. м, однако норма площади зависит от проекта.

Мария Дуганова, директор по продажам и управлению недвижимостью компании «Бронка Девелопмент», называет другие цифры: «Наиболее востребованные



НЕДВИЖИМОСТЬ ВЫСОКОГО ЦЕНОВОГО КЛАССА ПОДРАЗУМЕВАЕТ ОБОСОБЛЕННЫЙ, КАМЕРНЫЙ ФОРМАТ ПРОЖИВАНИЯ. БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО КОММЕРЧЕСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ АПРИОРИ НЕ МОЖЕТ СОЗДАТЬ ТАКУЮ УЕДИНЕННУЮ СРЕДУ

площади как у покупателей, так и у арендаторов — от 70 до 200 кв. м. Стоимость коммерческих помещений в домах премиум-класса варьируется в среднем от 180 до 250 тыс. рублей за квадратный метр».

Господин Лазутин считает, что арендатора необходимо выбирать исходя из доступа на территорию комплекса. «Также стоит учесть, что первоначальная стоимость покупки такой недвижимости инвестором довольно высока, что влечет за собой высокие арендные ставки, подходящие далеко не всем арендаторам», — отмечает он. Часто, добавляет эксперт, сами жители дома покупают помещения для собственных небольших проектов (например, студия йоги, коворкинг).

Станислав Ступников говорит: «Независимо от того премиальный дом или нет, его жителям всегда удобно спуститься и купить товары первой необходимости у дома (хлеб, молоко, яйца) или просто выпить чашечку кофе. При этом понятно, что сетевым операторам премиальные дома неинтересны: как правило, они не многоквартирные, оборачиваемость, соответственно, низкая. Но при этом индивидуальные концепции с хорошим качеством товара, услуг и сервиса вполне могут быть

детских садиков, образовательных и творческих студий, ресторанов, цветочных студий, фитнес-студий.

Анна Лапченко, руководитель отдела торговой недвижимости Knight Frank St. Petersburg, замечает: «Для потенциальных арендаторов определенные сложности могут создать и жильцы дома, которые, приобретая квартиру в доме высокого класса, рассчитывают на определенный уровень комфорта, тишины, камерности своего проживания, безопасности и на соответствующее окружение. Они, естественно, предпочтут иметь что-то элитное на первых этажах здания. Но не все ожидания жильцов по support-ритейлу совпадают с той окупаемостью, которая предполагается по такой коммерческой недвижимости. Спокойный профиль арендаторов, подходящий для жилья премиум-класса, не предполагает большой клиентской поток, соответственно, имеет невысокую маржинальность и небольшую арендную ставку, что также не очень выгодно собственнику. Поэтому, если при строительстве дома жильцам не был обещан какой-то определенный support-ритейл, то девелопер сделает более высокий первый жилой этаж».

СОБСТВЕННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

Оксана Кравцова, совладелец и генеральный директор ГК «Еврострой», считает, что коммерческая инфраструктура — обязательная составляющая жилого проекта в любом сегменте. «Если речь идет о закрытом доме элит-класса, в нем необходимо создавать объекты собственной инфраструктуры, которыми смогут пользоваться жильцы и их гости: ресторан или бар, переговорные, деликатесные лавки или салон красоты. Если это масштабный жилой комплекс, как „Привилегия“ на набережной Малой Невки, то в нем запроектированы коммерческие помещения суммарной площадью более 10 тыс. кв. м. Причем назначение каждого из них было запланировано еще на этапе проектирования: фитнес-клуб с бассейном, супермаркет, салон красоты, винный и интерьерный бутики, британская школа и детский сад. При этом часть помещений остается в собственности застройщика, чтобы обеспечить обещанный жителям дома функционал», — рассказывает она.

В более камерных проектах создаются небольшие коммерческие помещения для нужд жильцов. «Например, в готовом клубном доме Esper Club на 68 квартир объекты инфраструктуры занимают всего 745 кв. м. Концепцией проекта для них определены общественно полезные функции. На этапе продажи в 2020 году такие встроенные помещения продавались по 280 тыс. рублей за квадратный метр», — добавляет госпожа Кравцова.