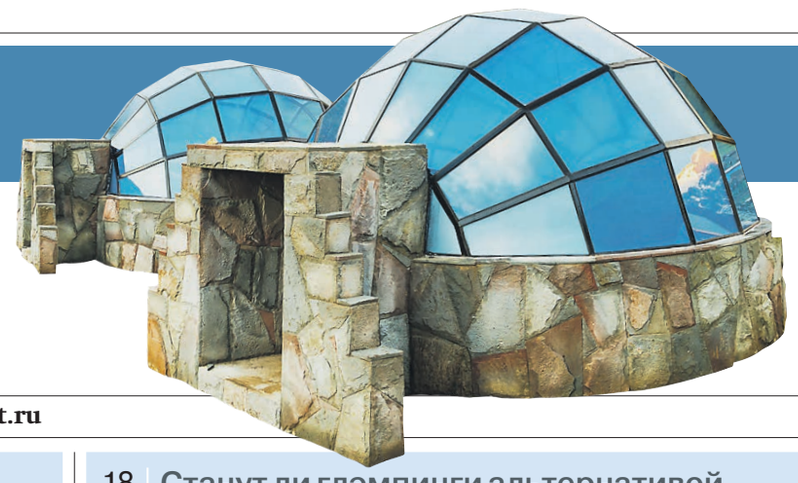
IBC Real Estate о том, какими будут инвестиции на рынке недвижимости | 14



К

Тематическое приложение к газете Коммерсантъ

Коммерческая недвижимость

Среда 10 августа 2022 №144 (7345 с момента возобновления издания) kommersant.ru

14 | Как релокация IT-специалистов повлияла на сегмент коворкингов

17 | Почему офисный рынок Москвы не смог избежать антирекордов

18 | Станут ли глэмпинги альтернативой привычному отдыху в гостиницах

Торговля растеряла ориентиры

Растущая конкуренция с онлайн-торговлей и неутихающий кризис резко снизили интерес инвесторов к строительству торговых центров. Объем их ввода сокращается, обновляя минимальные значения. Актуальными в сложившихся условиях остаются районные объекты, торговые галереи в составе многофункциональных комплексов и транспортно-пересадочных узлов. Но поддерживать их экономику непросто.

ДМИТРИЙ ДУХАНИН

После ухода западных брендов торгцентры в России опустели, и найти им замену пока сложно

— тенденция —

Череда кризисов на рынке торговой недвижимости закономерно привела к резкому снижению активности инвесторов и девелоперов. За первую половину текущего года в Москве были введены в эксплуатацию торговые центры площадью 38,1 тыс. кв. м — это на 41,8% ниже показателя за аналогичный период также непростого для девелоперов 2021—го, подсчитали в агентстве Knight Frank. Речь идет, по сути, о трех небольших объектах районного масштаба: средняя площадь вводимого в Москве торгцентра сейчас составляет всего 10,5 тыс. кв. м против 36,5–57,5 тыс. кв. м в рекордных для рынка 2014–2016 годах. В RD Management ввод торговой недвижимости в Москве по итогам первого полугодия оценивают в 25 тыс. кв. м, называя достигнутый показатель минимальным с 2015 года.

Не время торговать

За весь текущий год, согласно подсчетам Knight Frank, в Москве могут появиться 136,6 тыс. кв. м торговых площадей. Этот прогноз на 57,1% ниже того, который аналитики делали в конце прошлого года. Если он сбудется, то ввод торговой недвижимости может сократиться на 62% относительно показателя 2021 года. Согласно подсчетам CORE.XP, суммарно в России на текущий год заявлен ввод 524 тыс. кв. м торговых площадей, но, исходя из существующей динамики, консультанты предполагают, что итоговый показатель будет существенно ниже.

Основная причина незавидной динамики в сегменте торговой недвижимости — массовый перенос сроков ввода в эксплуатацию и отмена проектов, тренд на которые на рынке наблюдается с начала пандемии. Это ожидаемо происходит на фоне резкого роста потенциальной вакансии в существующих объектах, конкуренции собственников за арендаторов, увеличившейся стоимости строительства и потери ключевых иностранных ритейл-операторов, перечисляет заместитель руководителя департамента исследований и аналитики компании Commonwealth Partnership (CMWP) Татьяна Дивина.

Настроения инвесторов понятны: согласно оценкам CMWP, в торгцентрах, введенных в эксплуатацию в Москве в 2020–2022 годах, доля свободных площадей сейчас составляет 41% при среднем значении по рынку 11%. «Операторы не готовы выходить в новые объекты из-за высокой стоимости отделки и меблировки помещений, предпочитая площади, которые освобождают другие игроки»,— поясняет госпожа Дивина. Хотя гендиректор компании «Этерна» Дмитрий Томилин обращает внимание на то, что сейчас по-прежнему вводятся объекты в высокой стадии готовности, «Существующие объекты будут завершены, но появление новых сомнительно»,— соглашается гендиректор RD Management Константин Пыресев.

Пустые магазины

Массовый уход международных брендов, которые, по оценкам Focus Technologies, занимали до 30% площадей в крупных торгцентрах Москвы, привел к резкому снижению посещаемости объектов. С весны динамика, конечно, успела стабилизироваться, но спад все еще остается заметным. В июле показатель Mall Index (отражает количество посетителей на 1 тыс. кв. м торговых площадей) в Москве был на 5% ниже аналогичного значения 2021 года и на 24% отставал от показателя 2019-го. В Санкт-Петербурге аналогичный спад оценивался в 5% и 19% соответственно.

Стремясь генерировать дополнительный трафик, операторы торгцентров все активнее делают ставку на событийную составляющую, констатирует Татьяна Дивина. Эксперт рассказывает об опыте Саратова, где в торгово- центрах запущены организованные региональным министерством труда и соцзащиты мобильные центры занятости. Альтернативный пример — торгцентр «Акварель» в Волгограде, где проводятся SWAP-вечеринки — ярмарки вещей: можно сдать ненужную одежду, обувь, аксессуары, книги, посуду, детские товары и другие вещи, а взамен взять бесплатно что-то из принесенного другими людьми или партнерами. В московском «Гудзоне» открыли выставочную площадку, где представлены живопись, графика различных жанров и направлений профессиональных художников из разных городов России.

Функциональный ввод

Эпоха крупных торгцентров, судя по всем признакам, закончилась, констатирует руководитель департамента продаж Российского аукционного дома Наталья Круглова. Единственным живым сегментом эксперт называет объекты районного формата, ориентированные на локальный спрос: они будут развиваться как в крупных городах, так и вблизи коттеджных агломераций. В устойчивости «районников» уверен и гендиректор УК «Аструм Недвижимость» Марат Мирхайдаров, называя формат наиболее выигрышным. Уход международных брендов практически не повлиял на работу таких объектов из-за низкой доли в них соответствующих арендаторов. «В торгцентрах районного масштаба большая доля площадей отводится товарам и услугам первой необходимости, сервисам, которые необходимы посетителям, проживающим по соседству»,— рассуждает он. На этом фоне эксперт ждет дальнейшего роста спроса на подобный формат объектов.

В моменте обозначенный тренд легко подтверждается цифрами: по словам регионального директора департамента торговой недвижимости Knight Frank Евгении Хакбердиевой, именно на «районники» в текущем году в Москве приходится 95% нового строительства. По мнению главы ритейл-департамента CORE.XP Марины Малахатько, речь также идет об объектах в составе многофункциональных комплексов, уже ставших в Москве драйверами развития ритейла. В таких комплексах торговые площади занимают 15–20% общего объема. В качестве примеров эксперт выделяет торгцентр Discovery Park в составе одноименного жилого комплекса MR Group, торговое ядро проекта Neva Towers, здание Центрального телеграфа на Тверской улице.

Второй потенциальной точкой роста предложения торговой недвижимости в Москве можно считать объекты в составе транспортно-пересадочных узлов (ТПУ). Именно в таких объектах наравне с районными торгцентрами, по мнению Константина Пыресева, в основном будут появляться новые помещения для ритейлеров. Торгцентры в составе ТПУ, по его словам, часто выступают обременением для девелоперов, но могут быть и успешными.

Марат Мирхайдаров обращает внимание на то, что ключевым для таких объектов остается численность населения и перспективы его увеличения: формат рассчитан на то, чтобы жители в рамках маршрута дом—работа—дом могли купить все необходимое. Именно логистический фактор, по мнению Натальи Кузнецовой, можно считать основным преимуществом торговой недвижимости на ТПУ. «Достаточно обратить внимание на „Европейский“, который, по сути, часть ТПУ Киевского вокзала,— это один из немногих объектов, не испытывающих даже сейчас проблем с арендаторами»,— указывает она. Марина Малахатько отмечает, что ТПУ в целом интересны инвесторам, но их сложность — относительно непредсказуемая цена строительно-монтажных работ.

Одновременно Марина Малахатько считает, что вряд ли стоит ждать строительства масштабных торгцентров в ближайшие десять лет: насыщение рынка совпало с общим спадом покупательской способности и давлением онлайн-торговли. Президент Magic Group Александр Перемятов поясняет, что владельцы торгцентров оказались в крайне невыгодном положении. На этом фоне неудивительно, что вопрос строительства новых объектов вызывает у инвесторов крайнюю осторожность.

Альтернативные арендаторы

Как бы то ни было, все появляющиеся и существующие объекты собственники в любом случае стремятся чем-то заполнять. Сейчас, по наблюдениям Марины Малахатько, основными драйверами сделок аренды торговых площадей стали городские многофункциональные центры, пункты выдачи заказов, склады формата self-storage, фитнес-центры, образовательные концепции, операторы индустрии развлечений (за исключением кинотеатров), заведения общественного питания. Марат Мирхайдаров также заметил растущую активность спортивных клубов: «Работающий у нас фитнес-центр арендовал дополнительные площади для групповых занятий — спрос на них сейчас достаточно высокий».

В региональных, по мнению Евгении Хакбердиевой, привлечение досуговых и спортивных арендаторов в торгцентры частично продиктовано нехваткой общей инфраструктуры для развлечения и саморазвития. «Собственники торгцентров стали рассматривать альтернативных арендаторов: это клубы саморазвития, мастер-классы, творческие кружки, молодежные центры, киберспортивные клубы, VR-развлечения, лазертаги, картинг, занятия танцами, гимнастика, йога, пилатес, сквош-клубы, различные временные коллаборации с арендаторами»,— рассказывает она.

Но активное развитие выделенных категорий нельзя назвать завидным будущим дня рынка торговой недвижимости. Крупные объекты традиционно формировали свою доходность благодаря арендаторам, специализирующимся на продаже электроники, одежды и обуви, а не развлечений и продуктов, констатирует Наталья Кузнецова. Развитие альтернативных категорий и тем более размещение социальных объектов, по ее словам, не позволяет торгцентрам восполнять потери денежного потока: «Достаточно посмотреть на разницу в ставках аренды развлекательного формата и супермаркета по отношению к ставкам в одежной галерее второго этажа, чтобы оценить, насколько упадет доходность операционного цикла при замещении».

Дмитрий Томилин называет стратегию заполнения пустующих площадей «всем, чем можно» оправданной, но только в краткосрочной перспективе. В целом же ни фитнес-клубы, ни МФЦ, по его словам, не смогут компенсировать уход международных брендов даже в части замещения трафика. «В идеале нужны альтернативы крупных „якорей“, которые мы пока не видим»,— говорит он.

Торговая реновация

Дмитрий Томилин характеризует ситуацию на рынке торговой недвижимости как небывалый кризис, самый тяжелый его этап. И, очевидно, пережить его удастся не всем игрокам. Эксперт предполагает, что рынок ждет череда банкротств и реорганизаций существующих объектов, и на этом фоне ждать новых проектов не стоит: в случае необходимости инвестору будет проще купить существующий торгцентр по сниженной цене. «Вся торговля не вымрет, но объекты с качественной концепцией, расположением и управлением оттянут на себя как мельчающий поток розничного спроса, так и арендаторов, менее удачные форматы примут на себя всю боль от потерь в экономике и отрасли»,— добавляет Наталья Кузнецова.

Важным вопросом в таких условиях для рынка станет судьба устаревающих торгцентров, которые столкнуться с проблемами при заполняемости. Марина Малахатько предполагает, что такие объекты будут постепенно трансформироваться в специализированные форматы: станут дискаунтерами, складами, мебельными или развлекательными центрами. Развития узкопрофильных торгцентров ждет и Наталья Кузнецова. Она предполагает, что такие центры будут наполнены по востребованным направлениям: DIY, спорттовары, детские товары и т. д. Вполне возможно, что появятся отдельные концепции «товары из Китая (Турции, Ирана)», говорит она.

Марина Малахатько не исключает и сноса некоторых торгцентров для освоения площадок в пользу жилищного или другого строительства. «В прошлом году на фоне высокого спроса на площадки под жилье было много обсуждений сделок по торговым объектам ради их земельных участков»,— соглашается Наталья Кузнецова. Но такие соглашения в ближайшее время вряд ли станут массовыми: в моменте девелоперы жилья также столкнулись с последствиями кризиса и общим снижением спроса. Однако вариантов перестройки существующих объектов много. Госпожа Малахатько рассказывает об уже запущенной сделке по продаже одного регионального торгцентра под размещения производства для госзаказов. «Объект полностью поменяет свой функционал после смены собственника»,— отмечает она.

Ускользающий смысл

Одновременно управляющий партнер RRG Денис Колокольников убежден, что в том или ином формате торговая недвижимость для городов останется актуальной, хотя об их новом формате говорить пока преждевременно. «Для строительства новых торгцентров можно рассматривать только те локации, в которых заметен их очевидный недостаток, „белое пятно“, важно уже на старте формировать их концепцию достаточно гибко, чтобы пространство можно было трансформировать в зависимости от спроса»,— рассуждает он. Господин Колокольников убежден, что речь, по сути, должна идти о создании нового многофункционального пространства, где будут развиваться гастрономия, впечатления, образование, спорт и здоровый образ жизни, включая элементы биохакинга. Такие объекты, по мнению эксперта, будут привлекать аудиторию для времяпровождения.

Впрочем, все кризисные тренды характерны преимущественно для Москвы и крупнейших городов. Евгения Хакбердиева не исключает, что новые торгцентры будут появляться в городах с населением до 1 млн человек. Речь идет о локациях, где рынок торговой недвижимости по-прежнему сильно отстает от городов-миллионников, а предложение качественных ритейлеров находится на низком уровне. «С учетом массового строительства жилых объектов в небольших городах регион будет нуждаться в качественной сопутствующей инфраструктуре — это даст толчок для выхода новых сетевых арендаторов и позволит создать досуговые центры с учетом потребительских предпочтений»,— заключает она.

Александра Мерцалова

Городские склады переполнены

— формат —

На фоне активного спроса на жилье и последовавших за ним переездов москвичей помещения для хранения личных вещей оказались заполнены на 92,8%. Операторы self-storage стали активнее открывать новые объекты: в первой половине 2022-го их открылось больше, чем за весь предыдущий год. Этому способствует снижение спроса на прямую аренду городских складов со стороны игроков e-commerce, которые ранее провоцировали борьбу за такие объекты, тем самым повышая средние ставки аренды на них.

Ни одного свободного места

Средний размер открываемых складов self-storage сократился в 2022 году на 28,5% по отношению к среднему значению 2021-го, до 672 кв. м, подсчитали в Knight Frank. Это минимальное значение за всю историю рынка. По словам директора департамента индустриальной и складской недвижимости компании Константина Фомиченко, это соответствует тренду на снижение общей площади новых складов, которые операторы предпочитают открывать в более удобных локациях.

Склады self-storage — один из форматов городской логистики, который представляет собой помещения для индивидуального хранения вещей и товаров. В России это направление стало развиваться в 2007 году. Преимущественный объем предложения сконцентрирован в Москве — 209,5 тыс. кв. м, подсчитали в Knight Frank.

Большинство новых объектов self-storage стали открываться операторами в арендованных, а не в собственных помещениях. Если в 2011–2018 годах на собственных площадях открывалось примерно половина объектов, то в первом полугодии 2022-го 13 новых объектов из 16 открылось в арендованных помещениях. Дело в том, что операторы self-storage стараются экономить, так как цена входа на рынок при открытии склада в арендованном помещении существенно ниже, поясняет руководитель оператора Prostor Сергей Журавлев. К тому же пока этот сегмент бизнеса остается невысокодоходным в силу специфики формата и особенностей спроса, считает член совета директоров IBC Real Estate Евгений Бумагин.

Несмотря на сокращение площадей новых объектов, их число выросло. По подсчетам экспертов, в первом полугодии 2022-го открылось 16 новых объектов self-storage, что даже больше, чем за весь 2021 год, когда рынок пополнился 13 проектами. В итоге общая площадь складов сегмента в Москве в январе—июне увеличилась на 6,7% год к году, до 209,54 тыс. кв. м, а число проектов — на 19%, до 100, говорится в исследовании Ассоциации компаний индивидуального хранения (АКИХ) и Knight Frank.

Исполнительный директор АКИХ Наталья Мацнева отмечает, что за последние два года отрасль индивидуального хранения развивается крайне стремительно — за 2021–2022 годы объем предложения по количеству объектов в Москве вырос в два раза, а рынок Петербурга впервые обогнал столицу по темпам развития арендопригодной площади. Открытие новых площадок произошло на фоне высокого спроса. Константин Фомиченко говорит, что сейчас в self-storage занято 92,8% площадей.

За полгода, по оценкам Knight Frank, выросла и средняя арендная ставка на такие помещения — на 12%, до 1,92 тыс. руб. за 1 кв. м в месяц. В Nikoliers говорят о росте на 15–20%. Гендиректор ГК «Хоумсклад» Дмитрий Майер считает, что в Москве еще даже не началась конкуренция между складами такого формата: спрос настолько существеннее, что в радиусе 500 м могут существовать четыре склада. «Рост узнаваемости услуги и желание цивилизованно хранить товары и вещи обеспечат складам индивидуального хранения новых клиентов на ближайшие 10–15 лет»,— говорит он.

Наибольшим спросом склады формата self-storage традиционно пользуются у физических лиц: их доля спроса в Москве составила 84,7% против 78,9% в 2021 году, достигнув максимального значения с 2014-го, уточнили в Knight Frank. Динамика может объясняться новыми кризисными трендами, не исключает региональный директор департамента складской и индустриальной недвижимости Nikoliers Виктор Афанасенко. «Кто-то планировал купить квартиру или сделать ремонт и временно положил вещи на хранение в self-storage»,— говорит он. Дополнительный спрос, по словам эксперта, могли обеспечить и москвичи, решившие уехать из города или страны. «Некоторые купили бытовую технику в самом начале кризиса, опасаясь ее дефицита»,— добавляет он.

с16

Review

IBC REAL ESTATE

«Инвестиции в недвижимость демонстрируют рекордные значения»

После начала геополитического кризиса российский бизнес вошел в новую фазу качественного развития — этот путь сильно отличается от международного опыта, не имеет аналогов и примеров. Процесс переломного периода переживают сегодня все сферы российской экономики, и рынок недвижимости не исключение. О текущих влияниях, трансформации отрасли и новых возможностях рассказал генеральный директор консалтинговой компании IBC Real Estate **Алексей Ефимов**.

— интервью —

ПРЕДОСТАВЛЕНО IBC REAL ESTATE

— Как вы оцениваете влияние макроэкономики на российский рынок? Как скоро он сможет вернуться к докризисным значениям?

— В условиях глобальных перемен, происходящих сейчас в России, мы ожидаем, что развитие рынка замедлится, а под влиянием окажутся практически все отрасли нашей экономики. Общий тренд, который будет преобладать следующие два-три года,— высокий уровень инфляции и падение платежеспособного спроса. Антироссийские санкции привели к усилению волатильности валютного курса, снижению цен на финансовые активы и расширению дефицита ликвидности банковского сектора. В апреле годовой уровень инфляции достиг 17,8%. Благодаря мерам господдержки к середине июля он снизился до 15,5%. По предварительному прогнозу ЦБ РФ, годовое значение инфляции в 2022 году может составить 12–15%, а вернуться к 4% — в 2024 году.

В ближайшее время климат в реальном секторе экономики будет определяться внешнеторговым балансом, зависеть от объемов сокращения импорта и, главное, от того, как скоро будут найдены новые рынки сбыта и налажена альтернативная логистика. Многое будет зависеть от устойчивости рубля и цен на нефть. Эксперты озвучивают разные прогнозы, но ожидается, что к 2023 году стоимость нефти войдет в пределы $100–120 за баррель. Что касается курса доллара, то, по предварительным оценкам Минэкономразвития, до конца этого года он будет в пределах 73,5 руб., что сможет обеспечить комфортные условия для восстановления экономики.

— Как будет себя чувствовать рынок недвижимости в среднесрочной перспективе?

— Сегодня мы видим падение спроса на жилье — это основной индикатор потребительских настроений. При этом государство делает все, чтобы создать благоприятный климат для стабилизации спроса, путем запуска различных льготных программ и возвращения к комфортным ипотечным ставкам. На последнем заседании 22 июля ЦБ РФ снизил ключевую ставку до 8% и, таким образом, вернулся к значениям конца 2021 года. По прогнозам SberCIB Investment Research, к концу года ставка может достигнуть 7%, что вселяет позитив.

Если говорить о коммерческой недвижимости, то на фоне массового ухода с российского рынка иностранных компаний мы также ожидаем сокращение спроса во всех сегментах. Сильнее других сожмутся торговый и гостиничный секторы. В офисах спрос упадет в два раза. Но в целом рынок будет достаточно динамичным. Складской сегмент останется наиболее устойчивым классом активов в ближайшие два года.

— Как вы оцениваете инвестиционный рынок, ведь сейчас в России, по мнению экспертов, освобождаются очень интересные и перспективные ниши для развития локального бизнеса?

— Действительно, в этом году с точки зрения инвестиций российский рынок недвижимости демонстрирует рекордные значения. По итогам первой половины года объем инвестиционных сделок составил 205 млрд руб., что на 48% больше год к году. Это максимальный показатель за последние 20 лет. Я думаю, мы увидим еще больше сделок до конца текущего года.

Примечательно, что общий объем транзакций во втором квартале составил почти половину от совокупного объема первого полугодия — 98 млрд руб., что также является максимальным значением за всю историю наблюдений. При этом 19% пришлись на продажу активов, которыми владели иностранные компании, в 2021 году доля таких сделок составила лишь 8%. По структуре вложений инвестиционные сделки распределились достаточно равномерно. И если в январе–марте 2022 года объем вложений в жилую недвижимость опережал коммерческий сектор, то сейчас доля жилья сократилась более чем в два раза — до 24%.

На фоне снижения ключевой ставки существенным фактором инвестиционного роста стала доступность заемного финансирования, что для инвесторов является безусловным драйвером новых возможностей. Кроме того, с понижением ключевой ставки привлекательность депозитов становится все ниже, и в этом случае недвижимость тоже является лучшей альтернативой для капиталовложений. Мы ожидаем, что по объему инвестиционных сделок 2022 год превзойдет показатель прошлого на 400 млрд руб., что станет беспрецедентным результатом.

В объеме транзакций мы ожидаем, что на фоне снижения ключевой ставки и улучшения условий ипотечного кредитования доля жилой недвижимости снова покажет положительную динамику и к концу 2022 года увеличится до 35–40%. Доля складской недвижимости составит 15–20%, офисной — 15–20%, торговой — 10–15%.

В числе главных трендов, которые определились в результате ухода иностранного бизнеса из России и которые оказывают сейчас ключевое влияние на формирование нового инвестиционного климата в стране, мы отмечаем существенную динамику по продажам международных активов (с заметным дисконтом и даже ниже себестоимости строительства), процесс локализации и реструктурирования схем владения активами иностранных компаний в РФ, а также высокий интерес к производственным активам с курсом на импортозамещение.

— Международные бренды продолжают освобождать площади. Не столкнется ли рынок с дефицитом спроса в офисном сегменте?

— Объективно — вакансия нарастает. За последние три месяца доля свободных площадей в офисах Москвы выросла до 12%, что стало максимальным показателем со второго квартала 2021 года. Однако в целом мы оцениваем этот сегмент как живой и устойчивый к кризису.

Сокращение в России присутствия международных игроков в большей степени отразилось на офисах класса А, где доля свободных площадей по итогам июня достигла 11,8%. Наибольший рост вакантности отмечен в Центральном и Белорусском деловых районах — 21,1% и 16,3% соответственно. Исключением пока является деловой квартал «Москва-Сити», где доля вакантных площадей остается на рекордно низкой отметке в 3,7%.

Стоит отметить, что в сложившихся условиях при досрочном освобождении площадей собственники получают хорошие отступные в виде штрафов или полной стоимости аренды в краткосрочном периоде. Реальную картину по сегменту мы сможем увидеть только в 2024 году. В качестве аналогии можно привести все тот же «Москва-Сити», где в кризис 2014 года вакантность достигала рекордно высокого значения в 46%, а за пять лет, к 2019 году, опустилась до 2–3%. Посмотрим, как будет развиваться ситуация в этот раз.

До конца года мы прогнозируем рост вакантности до 16–18% в среднем по рынку и до 18–20% в классе А за счет сокращения площадей, занимаемых иностранными компаниями, и умеренной активности локальных игроков. Чистое поглощение в этом году будет отрицательным и может догнать рекорд 2020 года (–586 тыс. кв. м). На рынок вернется больше метров, чем уйдет, и это приведет к падению арендных ставок. В период до года мы предполагаем их снижение в диапазоне 5–15%.

В качестве текущего тренда в сегменте стоит отметить уверенное формирование рынка субаренды. По итогам первого полугодия его объем составил 210 тыс. кв. м, еще около 100 тыс. кв. м заявлены к освобождению до конца года. В структуре спроса мы зафиксировали уменьшение среднего размера сделок до 1,4 тыс. кв. м, что сопоставимо с уровнем предыдущего года, когда в условиях пандемии компании оптимизировали свои рабочие пространства. Ранее этот показатель составлял 2 тыс. кв. м.

— Складской сектор оценивается как наиболее устойчивое и стабильное направление, но и там происходят неизбежные трансформации. Каковы точки роста в этом сегменте?

— Складской сегмент имеет превосходный потенциал. Даже с уходом международных брендов у нас сохранится спрос, и в перспективе он будет возрастать. Последние три-четыре месяца отечественный бизнес активно исследовал новые возможности и налаживал альтернативные каналы поставок, сегодня он готов наращивать складские мощности. В структуре спроса растет доля дистрибуторов, что ожидаемо с учетом изменившихся логистических цепочек. Этот тренд продолжится и во второй половине года.

По итогам 2022 года объем ввода логопарков в Московском регионе может достигнуть 2 млн кв. м и станет максимальным значением с 2014 года. Больше половины составят проекты built-to-suit (под конкретного заказчика), и только треть будет построена спекулятивно.

С уходом либо сокращением иностранного бизнеса на рынке сформировался избыток арендуемых площадей, что повлекло за собой существенный рост субаренды. На конец июня предлагалось около 360 тыс. кв. м таких площадей, и столько же анонсировано к появлению в третьем квартале. Это максимальные объемы субаренды за период существования складского рынка.

Вакансия в складском сегменте тоже растет. За полгода ее объем увеличился в семь раз, до 632 тыс. кв. м, а уровень вакантности с учетом субаренды достиг 4,5–5,0% и в перспективе может увеличиться до 6,5–7,0%.

Объем сделок в апреле–июне составил 237 тыс. кв. м, что на 66% меньше год к году. Показатель чистого поглощения — 431 тыс. кв. м. До конца года может быть закрыт ряд сделок общей площадью около 1,0–1,1 млн кв. м, и это станет минимальным значением с 2011 года.

Базовые арендные ставки на готовые складские помещения по итогам второго квартала упали на 8–10%, что в первую очередь стало следствием роста субаренды. Однако ожидать сохранения темпов падения не стоит, поскольку сейчас рынок находится в поиске нового баланса.

— Недавно ваша компания провела ребрендинг, преобразовавшись из международного бренда JLL в российский IBC Real Estate. Как вы оцениваете эту новую реальность и что видите впереди?

— Мы смогли взять с собой все лучшее, что было создано JLL в России за 25 лет: команду, опыт и отношение к бизнесу. Следующие два-три года будут самыми интересными для рынка в целом и для нас в частности. Мы полны сил и оптимизма, мы сделали «перепланировку» в нашей компании и уверены, что результат будет впечатляющим!

Интервью взяла Арина Дмитриева

коммерческая недвижимость

Коворкинги остались без IT-индустрии

— формат —

Новый геополитический кризис, вследствие которого международные игроки начали покидать российский рынок, уже негативно сказался на гибких офисах Москвы. Доля свободных площадей в этом сегменте к концу июня достигла 50% за счет релокации IT-компаний в другие страны и сокращения занимаемых офисных площадей оставшимися игроками. Консультанты ожидают, что освободившиеся помещения теперь займут компании с госучастием. Но даже в этом случае операторы вряд ли решатся открывать новые сервисные офисы.

МИХАИЛ СОКОЛОВ

Бум коворкингов и гибких офисных пространств может смениться замедлением в этом сегменте рынка

Доля вакантных помещений в готовых сервисных офисах Москвы в первом полугодии 2022 года достигла 50%, или 167,5 тыс. кв. м, подсчитали аналитики «Ricci | Офисы». Хотя еще в мае доля свободных площадей у сетевых операторов таких пространств составляла 23%, уточняет директор департамента офисной недвижимости Knight Frank Мария Зимина.

В условиях неопределенности, в которых бизнес находится уже третий год, спрос на гибкие офисы увеличился даже со стороны компаний, которые ранее скептически относились к данному формату, отмечает руководитель отдела услуг собственникам департамента офисной недвижимости CORE.XP Кирилл Бабиченко. Преимущества таких пространств перед классическими офисными помещениями заключаются в гибкости договора аренды, возможности корректировать занимаемую площадь, а также в отсутствии затрат на отделку и оборудование офисов, что особенно актуально в условиях подорожания стройматериалов и нарушения транспортных цепочек, поясняет Мария Зимина.

Но из-за этого ставки аренды в коворкингах выше. По данным Knight Frank, средняя стоимость рабочего места составляет 39 тыс. руб. ежемесячно, в то время как классический офис премиального сегмента обойдется в 45 тыс. руб. за 1 кв. м ежегодно.

За последние три года объем спроса на сервисные офисы составлял примерно 8% от совокупного объема сделок на офисном рынке, подсчитали в «Ricci | Офисы». Лидером по объему законтрактованных площадей в коворкингах стал сегмент e-commerce, который обеспечил 65% всего объема спроса в сегменте, уточняет партнер «Ricci | Офисы» Дмитрий Жидков.

Пустые переговорки

Но тренд сменился обратным. Увеличение доли свободных площадей прослеживается еще с начала текущего года, отмечает господин Жидков. По его словам, на это повлиял не только уход западных компаний, но и выход российских IT-компаний и организаций e-commerce из договоров аренды. По данным эксперта, интернет-холдинг Ozon освобождает около 17 тыс. кв. м, структуры Сбербанка не продлевают договоры в офисах оператора Manufaqtury, а «Яндекс» съезжает из бизнес-центра «Око II».

В Ozon подтвердили, что расторгают договор субаренды в коворкинге Flexity на Овчинниковской набережной, но продолжают использовать такой формат рабочих пространств в нескольких башнях делового кластера «Москва-Сити». В «Яндексе» сообщили, что, скорее всего, не будут продлевать аренду части рабочих мест в BusinessClub, которая заканчивается в конце года. В «Сбере» не ответили на запрос „Ъ“.

Такая тенденция началась еще в начале новой волны геополитического кризиса в марте текущего года, когда сотрудники российских и зарубежных IT-компаний стали либо самостоятельно покидать страну, либо их организованно вывозили работодатели. Учитывая, что в гибких офисах действуют краткосрочные договоры аренды, кризис в первую очередь сказался на операторах таких пространств, а не на владельцах классических офисов, где выход из контрактов более сложный за счет штрафов, которые могут достигать суммы в размере объема платежей до конца действия соглашения.

Совладелец сети BusinessClub Мурад Дамиров уточняет, что в последние два месяца вакантность объектов оператора выросла с 10% до 20%. Он также ожидает, что в ближайшее время вырастет объем площадей, предлагаемых в субаренду — таким образом крупные арендаторы смогут оптимизировать платежи за свои штаб-квартиры. Гендиректор сети Meeting Point Лариса Афанасьева также отмечает рост свободных площадей за счет оттока арендаторов, сосредоточенных на иностранном бизнесе. Управляющий партнер сети SOK Ирек Аллаяров говорит, что сейчас заполняемость офисов компании составляет 80–90%.

В сложившейся ситуации свободные коворкинги конкурируют не только между собой, но и с субарендой классических пространств, объем которых уже составляет порядка 200 тыс. кв. м, отмечает Дмитрий Жидков. Все чаще потенциальные арендаторы готовы рассматривать сервисные офисы в формате классической аренды, то есть с гораздо меньшим набором сервисов, добавляет он. Таким образом компании пытаются сэкономить средства на арендных платежах.

Госкомпании сменяют телеком-сектор

В условиях неопределенности гибкие офисные пространства могут выступать как временное решение для компаний, у которых снижен горизонт планирования и которые не до конца понимают свою потребность в офисах в долгосрочной перспективе, отмечает Мария Зимина. Преимуществом также является отсутствие необходимости инвестировать в отделку на фоне подорожания стоимости стройматериалов, добавляет она.

Многие уходящие с российского рынка зарубежные компании оставляют в Москве свое представительство. Именно они будут формировать значительную часть спроса на гибкие офисы в 2022–2023 годах, считает Кирилл Бабиченко. Госпожа Зимина полагает, что основными резидентами также станут игроки банковского и финансового сектора и компании с госучастием. Ирек Аллаяров уверен, что места покинувших или закрывшихся международных компаний займут российские IT-компании и маркетплейсы. Этому будут способствовать программы поддержки сектора, полагает он.

Для привлечения новых клиентов и удержания действующих операторы коворкингов стали предлагать более лояльные условия арендаторам. Мурад Дамиров отмечает, что особенное внимание владельцы гибких офисов уделяют работе над увеличением лояльности: предоставляют дополнительные сервисы, инициируют полезные или поддерживающие вдохновляющую атмосферу на площадке мероприятия. Глава отдела аренды сети «Ключ» Анастасия Ше отмечает, что сейчас компания готова предложить рассрочку и частично оплачивает парковку клиентам. А компании, которые хотят сэкономить на офисных сервисах, предлагаемых оператором, могут самостоятельно управлять рабочим пространством, добавляет она.

В SOK ввели тариф «офис по подписке», который позволяет оплачивать только те рабочие места, которые были заняты в течение месяца, а если сотрудник не пришел — за него не нужно платить. Кроме того, сеть предлагает фьючерсы по более низкой цене, чтобы клиент мог оплатить аренду сейчас, а воспользоваться офисом тогда, когда ему будет нужно.

Лариса Афанасьева уточняет, что Meeting Point исходно делала ставку на мультиформат и в зависимости от спроса в той или иной категории предлагает, к примеру, в аренду залы для деловых мероприятий и переговорные комнаты, таким образом диверсифицируя бизнес. Господин Дамиров отмечает, что Business Club еще в прошлом году расширила портфель проектов built-to-suit (BTS; под конкретного заказчика). Он подчеркивает, что нынешняя ситуация подтверждает правильность выбранной стратегии. Сейчас и для операторов, и для собственников гораздо выгоднее работать в формате BTS, так как в таком случае меньше рисков и более прогнозируемый результат, добавляет Анастасия Ше.

Но появления новых коворкингов в текущей экономической ситуации ожидать не стоит, считает Дмитрий Жидков. В Meeting Point, напротив, говорят, что планируют в этом году открыть коворкинг в Пензе и запускать новую площадку в деловом центре «Москва» в центре столицы. Нестабильные цены на отделочные материалы и сложности с логистикой спровоцируют рост стоимости готового продукта, что при нынешней тенденции к снижению ставок аренды станет экономически невыгодным для операторов, предупреждает господин Жидков. Основная часть новых клиентов рассматривает аренду с сентября, поэтому к началу бизнес-сезона ситуация будет исправляться, ожидает Лариса Афанасьева.

Дарья Андрианова

ACCENT

«Кризис — всегда подходящее время для инвестиций в недвижимость»

На фоне волатильности мировых финансовых рынков инвестиционный фокус сместился в сторону наиболее консервативных инструментов. Особым спросом пользуются закрытые паевые фонды недвижимости (ЗПИФ), интерес к которым, несмотря на общее снижение инвестиционной активности, стремительно растет. Генеральный директор Accent Capital **Марина Харитонова** рассказала «Ъ-Коммерческая недвижимость» о том, какие преимущества имеют паи фондов перед прямой покупкой объектов, какую доходность они обеспечивают и как профессиональные управляющие компании справляются с кризисом.

— интервью —

— Учитывая, что доходность наиболее консервативных инвестиционных инструментов, таких как облигации и банковские депозиты, продолжает снижаться, во что, на ваш взгляд, стоит сейчас вкладываться?

— Я бы рекомендовала обратить внимание на недвижимость — она отвечает всем параметрам защитного актива из-за низкой волатильности и стабильного денежного потока. Ключевым моментом здесь является индексация арендной платы, которая прописана в договорах с арендаторами. Она, как правило, привязана к индексу потребительских цен — именно поэтому недвижимость считается защитным активом: если растет инфляция, растут и доходы арендодателя. В основе таких инвестиций лежат реальные объекты, которые значительно снижают риск потери вложенного капитала.

Особенность текущей ситуации в том, что практически все классические инструменты, кроме недвижимости, девальвировали свое значение защитных активов

— Рост ключевой ставки до 20% в начале марта стимулировал переток инвестиций населения в депозиты. В августе срок депозитов должен закончиться, инвесторы столкнуться с новой задачей — поиском надежных инструментов, способных противостоять высокой инфляции. Куда пойдут «депозитные» деньги? С какими инвестиционными продуктами им придется конкурировать?

— Уже сейчас можно с уверенностью говорить, что рынок недвижимости проживает кризис более позитивно относительно прогнозов. Так, инвестиционная активность в первом полугодии 2022 года оставалась высокой: объем инвестиций в российскую недвижимость вырос на 42% относительно показателя годом ранее, до 180 млрд руб. По нашим оценкам, стоимость активов недвижимости в розничных ЗПИФах для квалифицированных и неквалифицированных инвесторов выросла до 177 млрд руб.

По итогам первого полугодия 2022 года ЗПИФы недвижимости оказались устойчивыми к внешним событиям, переоценка активов не показала снижения стоимости чистых активов (СЧА). Недвижимость институционального качества, которая, как правило, включается в состав ЗПИФа, исторически менее волатильна в кризисы и хеджирует риски.

Если использовать классический подход, то защитными активами в кризис являются валюта, драгоценные металлы и недвижимость. Особенность текущей ситуации в том, что практически все классические инструменты, кроме недвижимости, девальвировали свое значение защитных активов. При этом недвижимость по-прежнему сохранила эти свойства: инертность к рыночным изменениям и способность отыгрывать инфляцию, все важные контракты в недвижимости заключаются с учетом этого показателя. Очевидно, что на рынке капитала недвижимость останется востребованной. При этом сам рынок некоторое время будет находиться в поиске нового баланса риска и доходности.

Наши исследования показали, что средний чек квалифицированного инвестора в России составляет 15 млн руб., а неквалифицированного — 1,5 млн руб.

— Какую доходность могут обеспечить инвестиции в коммерческую недвижимость?

— Такие вложения могут иметь очень широкий спектр доходности: самая высокая — в девелоперских проектах, они же являются и наиболее рискованными. Повышенную доходность, но с меньшими рисками можно получить в проектах по реконцепции объектов, которые, с одной стороны, зависят от стоимости стройматериалов, рабочей силы и соблюдения плановых сроков. С другой стороны, объекты уже построены, имеют небольшой арендный поток, но при этом нуждаются в изменениях, для того чтобы привлечь качественных арендаторов, увеличить денежный поток и тем самым повысить стоимость актива.

Тем инвесторам, которые остаются в консервативной зоне — стремятся сохранить капитал, диверсифицировать портфель, защитить сбережения от инфляции, стоит рассмотреть стабилизированные объекты, которые уже имеют денежный поток, заполнены арендаторами и обеспечивают инвесторам купонную доходность. Важно обращать внимание на активы, которые управляются профессиональными УК — это институциональная недвижимость, где заключаются долгосрочные договоры аренды, в которых ставки привязаны к индексу потребительских цен, что в итоге обеспечивает рост арендного потока, а вместе с ним и стоимость недвижимости.

— Сейчас у инвесторов большой популярностью пользуются ЗПИФы недвижимости. В чем их преимущества перед классической покупкой коммерческой недвижимости?

— Когда заходит речь об инвестициях в недвижимость, средний россиянин представляет чрезвычайно дорогостоящий объект с высоким порогом входа. ЗПИФы позволяют «заходить» в качественные объекты относительно небольшим чеком. Наши исследования показали, что средний чек квалифицированного инвестора в России составляет 15 млн руб., а неквалифицированного — 1,5 млн руб.

Налог на прибыль не выплачивается за счет имущества ЗПИФа. Реестры пайщиков ведутся в специальных депозитариях, закрытых для публичного использования. Учет и контроль за операциями с имуществом фонда осуществляется также спецдепозитарием.

Профессиональное управление недвижимостью фондов может осуществляться как привлеченными специалистами, так и управляющей компанией, которая отвечает перед пайщиками собственным имуществом, согласно российскому законодательству, тем самым разделяя с ними риски.

В среднем по итогам 2021 года ЗПИФы недвижимости показали доходность 8–15% на фоне ключевой ставки ЦБ РФ в диапазоне 4,5–7,5%. Следует отметить, что профессиональные управляющие недвижимостью зарабатывают своим инвесторам более высокую доходность — в районе 10–18%. Востребованность в России подтверждает высокий спрос на аналогичный инвестиционный продукт на развитых рынках — так, 43% домохозяйств в США имеют вложения в REIT.

По итогам первого полугодия 2022 года ЗПИФы недвижимости показывают устойчивость к внешним событиям — так, средняя доходность с арендных платежей по рыночным ЗПИФам недвижимости для неквалифицированных инвесторов составила 11%.

— Какая доля вложений приходится на квалифицированных и неквалифицированных инвесторов ЗПИФов?

— На конец июня 2022 года в России было представлено 24 рыночных ЗПИФа коммерческой недвижимости с совокупной стоимостью чистых активов 50,2 млрд руб., что на 27% выше по сравнению с концом 2021 года. Прирост СЧА в фондах недвижимости для неквалифицированных инвесторов за шесть месяцев 2022 года составил 10,6 млрд руб. При этом количество ЗПИФов недвижимости для квалифицированных инвесторов существенно больше — 32, а совокупная СЧА в них значительно выше — 126,5 млрд руб.

— Какие преимущества ваши фонды недвижимости имеют перед ЗПИФами крупных банковских игроков?

— ООО «АКЦЕНТ УПРАВЛЕНИЕ АКТИВАМИ» является единственной на российском рынке УК, которая верифицирует отчетность по международным стандартам GIPS (Global Investment Performance Standards). Наш опыт на рынке недвижимости превышает 15 лет. Мы управляющие полного цикла, ведем все процессы самостоятельно: от разработки стратегии, поиска активов, строительства объектов, операционного управления до организации выхода из инвестиции. Наши доходы напрямую зависят от результатов деятельности фонда, мы несем ответственность перед пайщиками собственным имуществом, поэтому мы мыслим как инвесторы.

ПРЕДОСТАВЛЕНО ACCENT CAPITAL

МАРИНА ХАРИТОНОВА

Генеральный директор Accent Capital. Имеет степень магистра учета и аудита, а также степень MBA Московской международной школы бизнеса. В команде Accent Capital с 2010 года, ранее занимала должность финансового директора. Отвечает за стратегическое и операционное управление группы компаний Accent. Основные задачи — увеличение активов под управлением, поиск новых возможностей для инвестирования, повышение эффективности деятельности компании.

— Является ли ЗПИФ недвижимости единственным инструментом, который вы предлагаете? Как еще можно стать клиентом Accent Capital?

— Мы готовы рассмотреть различные формы сотрудничества, которые интересны нашим потенциальным партнерам и клиентам, соответствуют их размеру капитала, стратегическим целями и характеристикам активов.

Наш клиент стремится повысить качество управления активом с целью увеличения его стоимости, он ищет качественные возможности вложения средств в недвижимость

Наш клиент — это собственник недвижимости, который стремится повысить качество управления активами с целью увеличения его стоимости, или инвестор, который ищет качественные возможности вложения средств в недвижимость, надежного финансового партнера и профессионального управляющего.

Искусство управления недвижимостью заключается в том, что управляющая компания уже на стадии рассмотрения актива хорошо представляет себе, какие качественные изменения ему необходимы. Вариантов великое множество: реконцепция, реновация, изменения назначения и многое другое. Цель этих изменений — стабилизация арендного потока, увеличение стоимости объекта и, как следствие, более высокая доходность, которую получают инвесторы в различных продуктах. Мы привлекаем инвесторов с чеком от 50 млн руб. к участию в наших проектах теперь не только в коммерческой, но и жилой недвижимости. В данный момент мы запускаем жилой кластер в Ярославской области, а затем планируем строительство объекта в Москве.

ACCENT CAPITAL

Работающая на рынке недвижимости компания основана в 2007 году Александром Самоновым. Ключевое направление деятельности — услуги управления инвестициями в недвижимость институционального качества в Москве и российских городах с населением более 1 млн человек.

Accent Capital работает на рынках капитала и недвижимости, обладая компетенциями в обеих сферах: от разработки инвестиционной стратегии и ее реализации, включая девелопмент, приобретение активов, эффективное коммерческое управление, техническую эксплуатацию, до непосредственно выхода из инвестиции. Инвестирует в готовые объекты недвижимости со стабилизированным арендным потоком, а также в строительство новых объектов, рассматривает предложения, связанные с реконцепцией и реновацией.

— Текущий кризис поставил перед владельцами коммерческой недвижимости множество вопросов, например относительно арендного потока и дальнейшей судьбы объектов в целом. Насколько важна сейчас роль управляющих компаний?

— Роль управляющего в коммерческой недвижимости решающая. Главный актив компании — это опыт сотрудников в преодолении кризисов, как позитивный, так и негативный. Про наш опыт можно рассказать на примере кейса ТЦ «Сокольники», который компания приобрела в январе 2020 года. В течение пандемии мы провели реконцепцию, полностью преобразив торговый центр и превратив его в уютный community, некое продолжение парка в городе. Это позволило увеличить GLA на 14%, собрать пул федеральных арендаторов, заменив ими стихийно возникшие торговые точки и увеличив тем самым арендный поток. Таким образом, стоимость актива выросла, выполнив бизнес-план, утвержденный еще до 2020 года, когда в России началась пандемия. Благодаря этому по сравнению, например, с маем 2021 года трафик в ТЦ «Сокольники» за аналогичный период в этом году увеличился на 22%.

— Какие услуги в сфере управления инвестициями в недвижимость предлагает ваша компания?

— Управление недвижимостью — это комплексный процесс, занимающий большое количество времени и требующий полного погружения. Здесь многое зависит от ответа на вопрос: есть ли у владельца объекта время контролировать все процессы самостоятельно? Насколько эффективно иметь собственную УК или лучше обратиться к внешней?

Accent Capital комплексно решает задачи владельцев объектов, а также инвесторов, которые рассматривают вложение средств в недвижимость. Мы разрабатываем стратегию актива и отвечаем за ее реализацию. Вопросы, которые обычно задает себе владелец объекта или потенциальный инвестор, делятся на три группы: стратегические, тактические и операционные. Разрабатывая стратегию в самом начале, важно понять, каким образом можно увеличить стоимость актива. Приведут ли инвестиции в объект к долгосрочному росту его стоимости? Выгодно ли сейчас увеличить или снизить долговую нагрузку? К тактическим вопросам относится концептуальное понимание объекта: насколько актуальна его текущая концепция? Соответствует ли она современным тенденциям рынка? Сюда же включаем вопросы о возможных рисках и слабых сторонах проекта. Третий блок — операционные вопросы. Оптимально ли штатное расписание? Грамотно ли выстроены операционные процессы? Достоверна ли отчетность — финансовая и управленческая?

Что мы предлагаем владельцам объектов в качестве ответа на эти вопросы? Во-первых, единое окно. Мы выступаем в качестве внешней управляющей компании в структуре бизнеса владельца, куда он может обратиться за ответом на все вопросы относительно объекта. Во-вторых, международные стандарты, в соответствии с которыми мы осуществляем свою деятельность,— RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors). В-третьих, опытную команду профессионалов, которая работает на стороне клиента на ежедневной основе. И, наконец, в-четвертых, полноценную аналитическую поддержку: анализ рынка, прогнозы, бенчмарки. Мы довольно часто публикуем нашу аналитику в ведущих деловых СМИ.

Accent Capital предлагает услуги управления недвижимостью на двух уровнях: управление стратегией развития актива, а также тактическое и операционное управление. Первый блок включает разработку, защиту и контроль исполнения долгосрочного бизнес-плана актива, мониторинг показателей и принятие мер по их оптимизации. Формирование ежеквартальных факт-прогнозов, мониторинг рынка конкретного сектора недвижимости с учетом анализа изменений и их влияния на актив. Управление процессом возможной реконцепции актива, работу с кредиторами, риск-менеджмент.

Второй блок — тактический и операционный. Он включает управление арендными отношениями, продвижение арендаторов, операционное управление объектом, бухгалтерский учет и управленческую отчетность, юридическое сопровождение. Это лишь краткий перечень тех опций, которые мы предлагаем в качестве услуги по управлению недвижимостью.

— Планируете ли вы сейчас инвестировать в девелоперские проекты жилой недвижимости?

— Сейчас мы развиваем проект в Ярославской области, к 2030 году эта территория будет находиться в городской черте. Проект включает в себя современную жилую застройку комфорт-класса и сопутствующую социальную и коммерческую инфраструктуру. Это место уникально по своей экологии: там присутствуют рукотворное озеро, которое напоминает по форме медведицу, сосновый бор. Резиденты получат уникальную возможность наслаждаться первозданной природой, при этом пользуясь всеми благами городской цивилизации.

Это будет не просто жилье, а социальный кластер, в котором человеку хотелось бы прожить всю свою жизнь: там планируются качественные образовательные учреждения с техническим уклоном, спортивный центр, музей искусства, школы, несколько торговых центров.

Этот проект будет частью комплексного развития территорий Ярославского региона, его целью станет строительство качественного мультиформатного жилья для жителей Ярославля, области и других регионов, особенно жителей Крайнего Севера и Сибири, которым этот регион подходит по климатическим условиям.

— В какую недвижимость вы бы посоветовали сейчас вкладываться? Какой сегмент в этот кризис стал наиболее устойчивым?

— Складская недвижимость выглядит сейчас наиболее устойчивой. По итогам прошлого года заполняемость складов была практически 100%. Мы считаем, что снижение ключевой ставки окажет положительное влияние на рынок коммерческой недвижимости. В складском сегменте, как наиболее активном, это приведет к росту числа сделок, ведь он по-прежнему остается привлекательным. Инфраструктурный характер складской недвижимости, защитные функции от инфляции, практика built-to-suit, долгосрочные контракты с арендаторами и продолжающееся развитие e-commerce, которое требует новых складских площадей, создают устойчивость к экономическим шокам.

Мы выступаем в качестве внешней управляющей компании в структуре бизнеса владельца, куда он может обратиться за ответом на все вопросы относительно объекта

Потребность бизнеса в складских площадях сохраняется на высоком уровне, поэтому каждый новый кризис владельцы таких объектов проходили успешнее остальных. Также инвестиционно привлекательным остается рынок жилой недвижимости, который всегда поддерживается государством в качестве стратегической отрасли экономики.

Интервью взяла Арина Дмитриева

Review

nhood NEW LIVING MOOD

«Наш опыт работы как на стороне девелопера, так и консультанта гарантирует высокое качество услуг и абсолютную вовлеченность в проекты наших клиентов»

В России активно развивается созданный группой AFM сервисный мультиоператор недвижимости Nhood, предлагающий рынку весь спектр услуг по созданию концепции, управлению и сопровождению коммерческих объектов. Глава российского офиса Nhood **Мария Кочйигит (Чернакова)** в своем интервью рассказала о пути развития компании, ее основных конкурентных преимуществах и том, как международный опыт позволяет ей эффективно выстраивать свою стратегию в России.

— опыт —

ПРЕДОСТАВЛЕНО NHOOD

— Оператор Nhood был запущен в начале прошлого года. Почему было принято решение выделить компанию в отдельный бизнес? Изначально ее основной целью было управление объектами Ceetrus?

— В основе решения о создании сервисного оператора под брендом Nhood (производное от английского «neighbourhood» — «квартал, район, соседство», русское произношение названия компании — «Нооd») лежат высокий уровень экспертизы команд и накопленный опыт реализации международных проектов различного формата на стороне девелопера, который является нашим ценнейшим преимуществом. Эти знания мы можем успешно использовать на открытом рынке, предлагая свои услуги девелоперам, ритейлерам, застройщикам и другим участникам рынка недвижимости.

Ceetrus и другие бренды группы AFM на текущий момент остаются крупнейшими клиентами Nhood. Качество, подход и модель управления портфелями объектов командой Nhood заметно изменились, так как была проведена кадровая и управленческая реорганизация, что позволило усовершенствовать многие процессы. К примеру, нами была создана с нуля и запущена собственная служба фасилити-менеджмента.

Пилотный проект стартовал в ТЦ «Тройка», но будет масштабирован и на другие объекты. Уже внедрены и продолжается разработка различных программных инструментов, которые позволяют менеджменту видеть полную и правдивую картину всего происходящего, а нашей команде — решать свои задачи быстрее. Тендерные процедуры, согласование документов, ведение бюджетов осуществляются в электронном формате. Внедрено программное обеспечение CAFM как для нашей службы эксплуатации в «Тройке», так и для других объектов, где функции FM пока выполняет внешний подрядчик. До конца года будет внедрен портал для арендаторов.

— Каков сейчас российский портфель объектов компании, что в него входит?

— На данный момент портфель объектов состоит из трех частей:

портфель объектов Ceetrus, куда входят крупные ТЦ (три торговых центра под брендом «Акварель», «Тройка») и 15 гипермаркетов «Ашан» с торговой галереей, где Ceetrus является сособственником. В таких объектах Nhood реализует полный цикл управления, брокеридж, управление арендными отношениями, техническую эксплуатацию, юридическое и бухгалтерское сопровождение;

портфель объектов «Ашан», куда входят прикассовые зоны гипермаркетов и супермаркетов «Ашан». Наша команда получила дополнительно более 130 торговых галерей в супермаркетах «Ашан» в коммерческое управление;

проекты рынка коммерческой недвижимости, которые мы получаем по результатам участия в тендерах.

— К чему сводятся основные компетенции Nhood?

— Наши компетенции покрывают весь спектр услуг, востребованных в сфере недвижимости: от создания коммерческой концепции и расчета финансовой модели до управления строительством и проектированием, запуска УК с последующим операционным управлением и управлением маркетингом проекта, а также сопутствующие услуги финансового и юридического сопровождения.

А также мы готовы предложить свои услуги в части ESG и управления углеродным следом. Тема влияния экологической устойчивости на экономические и финансовые показатели выходит на первый план при создании новых проектов и модернизации существующих. Мы активно внедряем ESG-принципы в проекты под нашим управлением и готовы делиться накопленным опытом и лучшими практиками наших зарубежных коллег.

— На российском рынке есть подобные компании? Чем принципиально отличается Nhood?

— Уникальность Nhood — в его истории и корнях. Наш опыт в сфере девелопмента и управления торговой недвижимостью строится на общей истории с крупнейшими ритейлерами из вселенной AFM. У нас принято говорить, что «мы имеем общую ДНК с этими торговыми гигантами». А значит, наши знания, модель работы и образ мысли работают в различных векторах. Кроме того, важно отметить, что наша команда имеет опыт работы как на стороне девелопера, так и на стороне консультанта, что позволяет нашим клиентам, с одной стороны, получать высокое качество услуг, с другой стороны, получать отношение к проекту как у внутренней команды.

— С какими внешними партнерами уже сотрудничает оператор? Планируется ли увеличить их число?

— Среди недавних клиентов можно отметить работу с одним из крупнейших застройщиков жилья — ГК «Гранель», для которой мы проводили комплекс исследований, разрабатывали коммерческую концепцию, проводили предброкеридж и рассчитывали финансовую модель ТПУ в Подмосковье.

— Какие результаты можно назвать основными за полтора года? Есть какие-то успешные кейсы?

— Всего через несколько месяцев после запуска новой компании мы увеличили свой портфель на 130 объектов, находящихся в различных регионах, сумели оперативно провести кадровую реорганизацию, чтобы не просто перехватить управление, но и показать выдающиеся результаты: уровень вакантности снизился более чем на 20% по результатам года работы нашей команды.

Кроме того, запуск и успешное функционирование собственной службы эксплуатации позволили нам оптимизировать данный сектор управления на наших объектах, в том числе снизив затратный бюджет на 5–10%.

— С какими сложностями компания столкнулась при работе в России? В чем основное отличие страны от рынков других стран?

— Мы действительно видим много различий в подходах, методологиях, организационных структурах, законодательстве и т. д. между нашим офисом в России и других странах. Но именно огромный международный опыт, который наша команда успешно адаптирует к локальным особенностям и приоритетам, является нашим ключевым преимуществом, выделяющим нас среди конкурентов. На наш взгляд, основными особенностями российской бизнес-среды являются ее динамичность и необходимость быстрых решений и в то же время неспособность сразу принимать инновации. К примеру, среди проектов в активной стадии реализации сейчас идет внедрение ряда мер для экономии ресурсов и снижения негативного влияния на окружающую среду в ходе жизнедеятельности наших объектов. Эти меры внедряются в соответствии с корпоративной политикой в сфере ESG, опираясь на опыт наших зарубежных коллег, которые добились значительных успехов в этом направлении.

— Как Nhood видит свое дальнейшее развитие в России? Какие основные цели оператор перед собой ставит?

— На данном этапе мы планируем активное продвижение своих услуг среди игроков рынка недвижимости, так как уверены, что наши структурированность, профессионализм и концептуальное видение, которое строится вокруг принципов тройного позитивного воздействия на экологическую, экономическую и социальную сферы жизни, являются безусловным преимуществом, актуальным и востребованным российским бизнесом.

— На фоне начавшегося кризиса развитие торговых площадей в целом осложнено. Привлечение профессионального оператора может существенно повысить эффективность объекта?

— Да, у нас есть методики по оценке текущей модели управления. Мы можем проанализировать, насколько качественно вы работаете с арендаторами, эффективно ли вы используете планировочные решения, насколько устойчив ваш актив, есть ли возможности увеличения доходов и сокращения расходной части бюджета без потери качества, а также многое другое. Объекты Ceetrus ежегодно проходят процедуру оценки, корректировки существующей стратегии и плана действий, разработки доходного и расходного бюджетов. В некоторых случаях мы предлагаем более кардинальные изменения, включающие в себя изменение функционального назначения проекта с привлечением партнеров. Ряд таких проектов у нас находится в разработке, и уже в следующем году мы будем готовы их представить рынку.

Интервью взяла Ольга Мухина

коммерческая недвижимость

Городские склады переполнены

— формат —

с13

В то же время доля компаний в структуре арендаторов складов индивидуального хранения, по данным АКИХ, размылась с 21,1% до 15,3%. Это связано и со снятием пандемийных ограничений. «В прошлом году многие компании на время простоя перевозили из офисов в self-storage мебель и технику»,— говорит Наталья Мацнева. Виктор Афанасенко отмечает, что сейчас индивидуальные склады активно используют небольшие предприниматели для хранения мелких партий товара.

Городские склады уступили личным

Последние два года доля свободных помещений внутри МКАД приблизилась к нулю, отмечает Евгений Бумагин. Это привело к тому, что операторам self-storage стало трудно найти свободные помещения по ставкам аренды, позволяющим выдерживать рентабельность бизнеса, поскольку игроки e-commerce готовы были переплачивать за открытие объектов формата dark-store, добавляет он.

На этом фоне развитие складов внутригородской логистики в последние годы происходило наиболее активно. Так, в прошлом году объем спроса вырос в два раза год к году, до 214 тыс. кв. м, подсчитали в Knight Frank. Повышенный интерес к складам такого формата был обеспечен игроками e-commerce и маркетплейсов, которые активно открывали точки dark-store. В итоге к концу 2021 года доля свободных складских помещений внутри города и в пределах 5 км от МКАД не превышала 0,6%, что практически сопоставимо с показателем Московского региона в целом, где вакантность была зафиксирована на уровне 0,4%, добавили аналитики.

Однако сейчас тенденция сменилась противоположной. Несмотря на рост спроса в январе—июне почти в два раза год к году, до 81 тыс. кв. м, доля новых арендаторов перераспределилась. Если в 2021-м на компании онлайн-торговли и розничного ритейла приходилось 72% новых сделок, то в текущем году их доля снизилась до 44%, подсчитали в Knight Frank. Из-за нарушения логистических цепочек ритейлеры затрудняются прогнозировать объем товара и его оборот в долгосрочной перспективе, поэтому их экспансия внутри МКАД временно приостановлена, поясняет директор департамента аналитики Nikoliers Вероника Лежнева. По ее словам, сейчас ключевые игроки сфокусированы на выстраивании альтернативных цепей поставок, а также на поиске альтернативных поставщиков.

Например, Ozon, как и многие другие игроки, закрыл большое количество dark-store и прекратил открытие новых, отмечают в IBC Real Estate. В Ozon сообщили, что все большие dark-store Ozon fresh продолжают работу, а пилотный проект с мини dark-store с доставкой за 15 минут компания остановила, эти объекты закрылись. По словам представителя IT-холдинга, для клиентов приоритетнее широкий ассортимент с доставкой за час, нежели ультрабыстрая доставка товаров с ограниченным выбором. Кроме того, основными пользователями городских складов были компании, которые занимаются курьерской доставкой, ориентируясь на западных ритейлеров, которые приостановили деятельность в РФ, добавляет Константин Фомиченко.

Старший директор отдела складской и индустриальной недвижимости CORE.XP Антон Алябьев говорит, что небольшой новый объем сделок среди игроков e-commerce в сегменте внутригородских складов связан с ограниченным объемом качественного предложения. По данным Knight Frank, в зоне городской логистики сосредоточено 3,9 млн кв. м такой недвижимости, из которых к концу июня оказалось свободно только 2,7%.

В 2021 году произошел перегрев рынка из-за борьбы за склады между основными игроками, формирующими спрос на такую недвижимость, но сейчас ставка временно снизится, считает коммерческий директор Ghelamco Александр Перфильев. По данным Knight Frank, в декабре 2021-го ставка аренды на качественные объекты этого сегмента внутри Москвы выросла на 40% год к году, до 12 тыс. руб. за 1 кв. м в год. Уже в июне запрашиваемая собственниками ставка опустилась до 10 тыс. руб., уточняют аналитики.

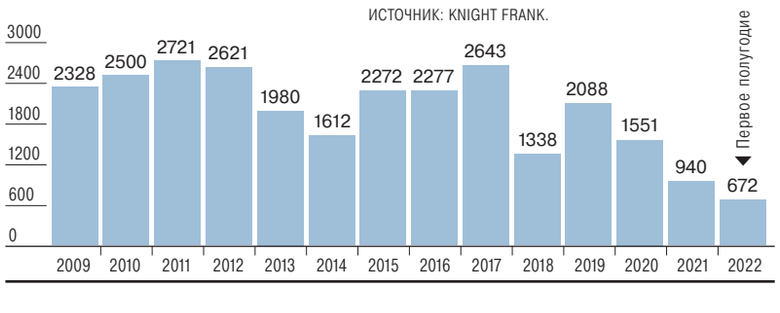
На этом фоне девелоперы решили приостановить активное строительство городских складов. Некоторые игроки временно приостанавливали строительство из-за неопределенности рынка, отмечает Вероника Лежнева. Пока заявляется запуск строительства единичных проектов, однако такого бума, как в прошлом году, не наблюдается, отмечает господин Фомиченко. В 2022 году к вводу ожидается 264 тыс. кв. м новых логопарков в пределах 5 км от МКАД и внутри города, еще два проекта на 229 тыс. кв. м должны начать строить, однако фактические сроки начала строительства этих объектов находятся под вопросом, резюмирует он.

Дарья Андрианова

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Склады для временного хранения личных вещей становятся популярными среди жителей больших городов

СРЕДНИЙ РАЗМЕР ОТКРЫВАЕМЫХ В МОСКВЕ ОБЪЕКТОВ SELF-STORAGE ПО АРЕНДОПРИГОДНОЙ ПЛОЩАДИ (КВ. М)



Review

Platforma Legal

«Рынок юридических услуг стал более конкурентным»

Текущий кризис привел к резкому сокращению инвестиционной активности на рынках коммерческой недвижимости, что почувствовали на себе и сопровождающие сделки юридические фирмы. А для запущенной два года назад компании Platforma.Legal текущая ситуация стала вторым внешним стрессом после пандемии. О том, как выбранная модель бизнеса и накопленный опыт помогают в работе в новых условиях, об изменении запросов от собственников и арендаторов, о решении споров и новых возможностях „Ъ-Коммерческая недвижимость“ рассказали партнеры Platforma.Legal **Влад Сурков** и **Дмитрий Мальцев**.

ПРЕДОСТАВЛЕНО PLATFORMA.LEGAL

Партнер Platforma.Legal Дмитрий Мальцев

ПРЕДОСТАВЛЕНО PLATFORMA.LEGAL

Партнер Platforma.Legal Влад Сурков

— практика —

— Вы запустили ваш проект в период кризиса, связанного с пандемией COVID-19. Как вы встретили новый кризис?

— Мы формально запустили Platforma.Legal ровно два года назад, в июле 2020-го, но идея сформировалась у нас еще в конце 2019 года. Время показало, что наша ставка на удаленную работу, формирование проектных команд из топовых специалистов и отказ от классической офисной модели была абсолютно верной. Мы активно развиваемся, и текущий, 2022 год (при сравнении год к году) уже стал существенно лучше предыдущего. Думаю, что одной из предпосылок успешности модели как раз является ее гибкость. С одной стороны, наших клиентов привлекает возможность получить высококлассные услуги по разумной стоимости, а с другой — юристы готовы участвовать в проектной работе, а для многих на текущем рынке она стала настоящим спасением.

— Как изменилась ваша практика с начала кризиса? Число каких кейсов выросло, каких — сократилось?

— Наш бизнес, безусловно, не является неуязвимым, и мы, как и другие наши коллеги, почувствовали резкое сокращение активности на рынке. Крупные инвестиционные сделки практически исчезли. Они составляли значительную часть нашей работы, и эти изменения, конечно, нас не порадовали. С другой стороны, за этот год на рынке произошло достаточно много сделок, связанных с выкупом активов у уходящих иностранных компаний. Их в общем-то тоже можно назвать инвестиционными или спекулятивными. Разница в том, что если раньше такие сделки были результатом реализации долгосрочных стратегий, то сейчас это инстинктивная реакция рынка и наиболее агрессивных его игроков.

С другой стороны, на рынке настоящий бум корпоративных сделок, связанных с выкупом локального бизнеса уходящих иностранных компаний (management buy-out). Мы успешно реализовали несколько знаковых проектов в этой сфере. Конечно, радоваться в данном случае нечему, с другой стороны, этот новый объем работы поддерживает юридический рынок в наиболее тяжелый для него период. Мы надеемся, что ситуация рано или поздно нормализуется, рынок стабилизируется и продолжится нормальная деловая активность, а сейчас перед российским юридическим бизнесом стоит задача радикально реформироваться и выжить.

— С чем сейчас обращаются владельцы коммерческой недвижимости? С чем — арендаторы?

— На рынке велико число арендных сделок. Большинство сделок реализуется отечественными компаниями, которые запланировали их еще в прошлом году, и введенные санкции их не затронули напрямую. Например, крупные арендные сделки в складском секторе реализует Wildberries (не исключено, что это альтернатива планировавшемуся приобретению собственных складов).

В то же время выросло число обращений, связанных с прекращением договоров аренды. Арендаторы с иностранным участием (или сильно зависящие от международной торговли) рассматривают возможности отказа от текущих договоров или изменения их условий. Мы наблюдали большое количество переговоров в торговой недвижимости: арендаторы, приостановившие деятельность, искали компромиссы с арендодателями. Важнейшим вопросом стал вопрос о начислении арендных платежей в отсутствие оборота.

Арендодатели, как правило, обращаются с вопросами о том, какие рычаги давления есть по договору на арендатора, какие условия расторжения можно предъявить арендатору, который настаивает на прекращении договора.

— Как уход иностранных компаний сказался на вашем бизнесе и на рынке в целом?

— Сложившаяся ситуация является для рынка шоковой. Причем принципиальное отличие от прошедшей пандемии в том, что многие игроки вынуждены принимать решения, основанные не на требованиях рынка и экономики, а из корпоративных и политических соображений. В итоге это наносит большой ущерб экономике, и сложившаяся ситуация далека от здоровой. В то же время надо признать, что отечественные предприниматели прошли закалку пандемией, давно сократили лишние расходы и оптимизировали свои бизнес-процессы, поэтому новый кризис они встретили в хорошей форме. В течение 2021 года рынок недвижимости показывал значительный рост после пандемии, и это также позволило многим сформировать резервы.

По нашим наблюдениям, уход иностранных арендаторов в меньшей степени сказывается на офисном рынке — их доля там была незначительна. А вот для торговой сферы это чувствительно. Даже несмотря на выкуп российских подразделений локальными командами и игроками, логистические цепочки нарушены или уничтожены — это неизбежно приведет к сокращению товарооборота, количества торговых точек и сокращению потребностей в складских помещениях. Мы испытываем умеренный оптимизм в отношении перспектив развития отечественного рынка. Надеемся, что локальные компании смогут расширить свое присутствие на рынке, а часть освободившихся ниш будет занята турецкими и иными иностранными компаниями (эти процессы уже начались в торговой недвижимости).

— Ряд владельцев торгцентров сейчас пытается взыскать средства с приостановивших работу иностранных торговых сетей. Насколько перспективны такие споры, чего может достичь истец?

— Сама по себе приостановка деятельности в торговых помещениях (неоткрытые магазины в часы работы торгового центра), как правило, является прямым нарушением условий договора аренды. Арендаторы, безусловно, это знают, но сейчас выбора нет. Таким образом, нарушение договоров аренды налицо и, как правило, не оспаривается, поэтому перспективы начисления штрафов и вероятность их последующего взыскания в суде представляется высокой. Некоторые арендаторы заявляют о применении условий о форс-мажоре, но мы полагаем, что практика не пойдет по этому пути.

Кроме того, законодатель недавно подтвердил и закрепил используемый рынком подход о начислении арендной платы за период простоя (если она начисляется с оборота по условиям договора) исходя из средневзвешенного значения за прошедший год. Таким образом, у арендодателей появился ориентир для определения суммы взыскания.

— Имеет ли в целом смысл судиться с иностранной компанией, которая объявила об уходе из России?

— Судиться имеет смысл всегда, если это не влечет несоразмерных затрат или рисков. Как в покере: неиспользованная возможность — это проигрыш. Суды в целом склонны прислушиваться к аргументам российских компаний.

— Крупные иностранные торговые сети часто пользовались привилегированными условиями аренды помещений. Кто-то сможет стать их преемником в этом отношении, получить особые условия аренды?

— На самом деле, арендодателям не так важно, является компания иностранной или нет, им важны арендуемые площади и поток, который генерирует присутствие арендатора в торгцентре. Якорные арендаторы, будь то H&M или «Эльдорадо», действительно обычно имеют более низкие ставки и в целом во время переговоров имеют сильную позицию, но при этом они приносят существенно большую прибыль арендодателю, чем небольшие арендаторы галереи. Полагаем, что в этих взаимоотношениях ничего не изменится: крупные арендаторы, как и прежде будут иметь некоторые преимущества. Однако в текущей ситуации, когда многие арендодатели неожиданно теряют большую часть потока, у новых крупных арендаторов появилось дополнительное преимущество.

— На офисном рынке есть примеры расторжения соглашений?

— Нам известно о случаях, когда иностранные компании, заключившие договоры аренды в 2020–2021 годах, приостановили проведение отделки и известили арендодателей о намерении закрыть офис или не начинать его использование. Пока что все такие известные нам случаи находятся в стадии коммерческих переговоров. Стороны понимают, что ситуация вынужденная и, более того, у арендаторов нет выбора, поэтому они ищут компромиссы. Как правило, в таких ситуациях арендодатели точно могут рассчитывать на сохранение полной суммы обеспечительного депозита (до шести-восьми месяцев арендной платы), а также на возмещение части убытков и взыскание штрафов с арендаторов.

— Во время пандемии на российском рынке распространилась практика арендных каникул, скидок. Ждете ли ее повторения в текущем кризисе?

— Нам известны случаи, когда иностранные торговые сети, приостановившие деятельность, договаривались с арендодателем о применении на период приостановки пониженных ставок. По сути, о предоставлении арендных каникул на три-шесть месяцев. Но сроки таких каникул уже истекли или подходят к концу. Многие из таких арендаторов уже не откроются и начали обсуждать с арендодателями условия прекращения договоров. Следует отметить, что в наиболее выигрышной ситуации оказываются арендаторы, которым удалось самостоятельно найти и предложить арендодателю альтернативного арендатора на освобождаемые помещения. Таких примеров на рынке немного, но они есть. В целом мы не ожидаем, что практика предоставления арендных каникул будет расширяться — очевидно, что уходящие иностранные компании уходят и вернутся нескоро, поэтому предоставление каникул влечет большие риски для арендодателей.

— Какие перспективы вы видите для вашей модели бизнеса в сложившихся условиях?

— Мы считаем, что наша модель, подразумевающая привлечение широкого круга профессионалов на конкретные проекты и, как следствие, минимальные фиксированные затраты на ведение бизнеса, в условиях драматических изменений ситуации на рынке становится еще более привлекательной для клиентов. Конечно же, наша фирма, как любой другой бизнес в нашей стране, испытывает немалый стресс. Но мы не наблюдаем снижения оборота, у нас в работе появляются все новые проекты, причем многие клиенты обращаются повторно. Эти проекты радикально отличаются от тех, которые мы вели до февраля 2022 года. Но, собственно, изменились не только проекты, изменился, причем до неузнаваемости, весь рынок юридических услуг. Большинство юристов и юридических фирм начинают жизнь заново.

Служившие еще недавно ориентиром для многих клиентов международные рейтинги юридических фирм прекратили работу в нашей стране. Все бренды необходимо выстраивать заново. В этой ситуации одним из наших преимуществ является то, что многие проблемы, с которыми сегодня сталкиваются наши коллеги, ушедшие из покинувших рынок фирм, мы уже решили на начальном этапе становления нашей фирмы. Вместе с тем мы не испытываем иллюзий: в результате недавних изменений рынок юридических услуг стал более конкурентным — нас ожидает своего рода «война всех против всех», которая продлится несколько лет. Ну что ж, тем интереснее — мы намерены расширять свое присутствие на рынке, расширять круг юристов, вовлеченных в работу нашей платформы, и продолжать помогать нашим клиентам в решении возникающих перед ними задач.

Интервью взял Антон Степанов

коммерческая недвижимость

Бизнес-центры с погасшими окнами

— индикаторы —

Второй год подряд офисный рынок перманентно входит в зону турбулентности. Вначале этот сегмент стал одним из первых, пострадавших в пандемию, в разгар которой казалось, что бизнес-центры как формат окажутся менее востребованными. Но как только появились первые ясные признаки постковидного восстановления этого сектора рынка недвижимости — нагрянул другой кризис, геополитический. Теперь консультанты фиксируют новые антирекорды, а стабилизации в сегменте — хотя бы частичной — они ожидают не раньше 2023 года.

Похоже, сейчас у участников офисного рынка наступила стадия принятия кризисной ситуации, маховик которой был запущен в конце февраля. По крайней мере, как пишут консультанты Commonwealth Partnership в своем обзоре по итогам первого полугодия, во втором квартале многие компании перешли от стадии ожидания к действиям. «Например, сейчас мы фиксируем полный или частичный отказ от арендованных площадей, поиск новых экономически выгодных вариантов размещения»,— развивает эту мысль руководитель департамента офисной недвижимости Commonwealth Partnership Наталья Никитина.

Уходят, не прощаясь

Серьезным ударом для сегмента стал уход с российского рынка международных компаний—крупных арендаторов высококачественных офисных пространств в Москве после начала военной операции России на Украине. По подсчетам Ricci, за последние десять лет иностранные компании арендовали в Москве около 2,8–3,0 млн кв. м преимущественно в офисах класса А, что в целом составляет не менее 16% от общего объема рынка качественных офисных площадей. В итоге, ожидают в компании, после ухода части зарубежных арендаторов или сокращения ими снимаемых офисных площадей на рынок дополнительно выйдет около 600–800 тыс. кв. м в высококачественных бизнес-центрах.

Но есть и хорошие новости, утверждает госпожа Никитина: «Выросшее предложение субаренды и прямой аренды площадей, которые вышли на рынок вследствие исхода международных компаний, позволят наконец удовлетворить потребность российских игроков в качественных офисных площадях с отделкой на выгодных коммерческих условиях».

По данным аналитиков, средневзвешенная ставка аренды по рынку во втором квартале снизилась на 5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Это оказалось максимальным значением, оно стало характерно для бизнес-центров класса В. Что же касается офисов классом повыше, то ставка здесь сократилась меньше — всего на 2%. По данным Knight Frank, в апреле—июне средняя ставка аренды, запрашиваемая собственниками бизнес-центров класса А, составила 28 тыс. руб. за 1 кв. м. Аналитики Commonwealth Partnership ожидают, что по итогам года ставки аренды покажут снижение примерно на 8%.

Кто взамен

Однако новых договоров не стало больше. Более того, их объем, по наблюдениям Commonwealth Partnership, показывает негативную динамику. Как и в случае со ставками аренды, более драматичное снижение наблюдается в классе В — 14%. В классе А объем сделок на 5% ниже такого же индикатора 2021 года.

Снижение объемов сделок привело и к росту вакантных площадей на офисном рынке Москвы. По итогам первого полугодия 2022-го самый высокий рост свободных площадей на офисном рынке Москвы Knight Frank зафиксировал в премиальных объектах, где вакантность выросла с 9,3% до 13%. Самая большая доля пустующих помещений наблюдается на центральных улицах столицы, где во втором квартале вакантность выросла с 16,4% до 21,1%. В бизнес-центрах у станции метро «Белорусская» — с 12,2% до 16,3%, добавляют в IBC Real Estate.

Рост вакантности обусловлен уходом международных компаний, а крупные IT-игроки находятся в процессе оптимизации занимаемых площадей, поясняет директор департамента офисной недвижимости Knight Frank Мария Зимина. Аналогичная ситуация наблюдается и в Санкт-Петербурге. Но сейчас в городе спрос на офисы формируют в большей степени компании из нефтегазовой сферы, государственных структур и российской IT-индустрии, отмечает Андрей Косарев, генеральный директор Nikoliers в Санкт-Петербурге. В частности, компании рассматривают возможность переезда в более качественные офисы с сохранением или оптимизацией текущего бюджета на аренду.

Еще один вызов, с которым столкнулись участники офисного рынка,— сокращение спроса со стороны потенциальных арендаторов и покупателей таких площадей. В Commonwealth Partnership к концу 2022-го прогнозируют объем спроса на уровне 1,2 млн кв. м, что на 40% меньше, чем год назад. Еще более критичное снижение показателя ожидается в 2023 году, предупреждают консультанты: спрос тогда может оказаться на уровне 900 тыс. кв. м.

Антирекорды строительства

На этом фоне девелоперы бизнес-центров ожидаемо не торопятся заявлять на рынке новые крупные проекты, а некоторые даже заморозили стройки, находившиеся на стадии согласования разрешений. По подсчетам Knight Frank, в январе—июне в Москве было запущено всего три бизнес-центра общей площадью 38 тыс. кв. м — это в 12 раз меньше год к году. Результат прошлого года был обеспечен за счет ввода крупных объектов, построенных под нужды госкомпаний: «Ростех-Сити» общей площадью 174 тыс. кв. м и «Сбер-Сити» на 128 тыс. кв. м.

В Санкт-Петербурге ситуация также складывается не лучшим образом. С начала года в городе, по данным Nikoliers, был введен всего один небольшой бизнес-центр — объект на Обводном канале, 118 общей площадью чуть более 5 тыс. кв. м. Как прогнозируют консультанты, до конца года в Санкт-Петербурге ожидается завершение строительства еще около 170 тыс. кв. м.

Рост цен на стройматериалы из-за кризиса в сочетании с падением спроса приведет к дальнейшей заморозке строек и снижению темпов ввода новых объектов, считают в Commonwealth Partnership. По мнению аналитиков, в ближайшие два года будут достраиваться единичные здания из тех, строительство которых началось до 2022-го. Они ожидают, что в 2022–2023 годах объем нового строительства будет находиться на уровне 120–150 тыс. кв. м — это самый минимальный показатель за последнее время.

Офисный рынок реагирует на изменения в экономике с задержкой, поэтому уже во второй половине нынешнего года будут особо заметны негативные последствия геополитического кризиса в этом сегменте. Если в первой фазе военной операции России на Украине и последовавшего за ней экономического падения рынок офисной недвижимости замер, наблюдая за развитием ситуации, то сейчас он начал осознавать неизбежность происходящего. Во второй половине года, как считают участники рынка, очевидным трендом станет ротация арендаторов, а также рост предложения субаренды. Это может стать в определенной мере антикризисным инструментом, так как позволит компаниям с неразрывными долгосрочными договорами оптимизировать свои расходы.

Как говорят опрошенные „Ъ-Коммерческая недвижимость“ участники рынка, пока рано делать сравнения нового геополитического кризиса с экономическими падениями, которые российский рынок переживал в 2008-м, 2014-м или же в разгар пандемии. Такого опыта у бизнеса еще не было. А искать способы для маневра ему придется, даже несмотря на сужающиеся возможности.

Антон Боровой

коммерческая недвижимость

Устойчивость девелопера

Управляющий партнер STONE HEDGE **Анастасия Малкова** о том, какие факторы сегодня влияют на стабильность девелопера и в чем секрет востребованного офисного продукта на рынке.

— конъюнктура —

ПРЕДОСТАВЛЕНО STONE HEDGE

Несмотря на внешние факторы, рынок офисной недвижимости сохраняет стабильность: согласно данным CORE.XP, объем поглощения офисной недвижимости в Москве по итогам первого полугодия фактически соответствует показателю за аналогичный период прошлого года — около 600 тыс. кв. м. Но вакансия становится все более неоднородной и сильно зависит от форматов офисной нарезки в рамках одного здания. Понимание актуальной конъюнктуры нам дают данные собственного аналитического центра. Детальная аналитика офисного сегмента класса А показывает, что дефицит качественного предложения на рынке остается как в небольших офисных блоках, которые всегда являлись уникальным продуктом для класса А, так и крупных блоков единым объемом. Восполнить его позволит предложение в строящихся бизнес-центрах. На текущий момент самая широкая линейка такого предложения представлена под брендом STONE — по проектному объему офисных площадей мы занимаем лидирующую позицию на московском рынке класса А.

Сила бренда в разнообразии предложения

Особую ценность в условиях выбора объекта на этапе строительства получает единый сильный бренд. Для нас запуск бренда офисной недвижимости STONE изначально был не маркетинговым ходом, а логичным шагом в развитии портфеля и работе с клиентами. Мы понимаем, что для клиента, рассматривающего покупку недвижимости на этапе строительства, важно получить гарантии о том, что объект будет сдан в срок и полностью соответствовать заявленной концепции, включая все запланированные сервисы. И единый бренд в данном случае выступает показателем единых стандартов качества.

Сейчас линейка предложения STONE максимально сбалансирована: фактически мы можем удовлетворить любой запрос на офисную площадь класса А в Москве. Например, оценивая специфику запросов крупных компаний, их требования к обособленности и безопасности собственных команд, мы вывели на рынок отдельно стоящие офисные здания. Сегодня в линейке их три в разных локациях и на разной стадии строительства, что также дает еще большую вариативность выбора нашим клиентам. Помимо готовой Tower A на «Белорусской» в числе офисных зданий — STONE Курская на этапе активных строительных работ и STONE Пресня, которая реализуется по модели built-to-suit. Сложившаяся конъюнктура рынка однозначно приведет к еще более острой нехватке качественных офисных площадей, особенно единых объемов площадью более 10 тыс. кв. м, и наш продукт сможет удовлетворить спрос в этом сегменте.

Но мы также понимаем, что на рынок коммерческой недвижимости вышло много частных инвесторов, которые стремятся сохранить свой капитал в квадратных метрах. Поэтому под брендом STONE представлены и офисные блоки от 50 кв. м, которые пользуются высоким спросом у инвесторов. Потенциальная доходность вложений здесь в среднем может быть в два раза выше, чем у жилья. Одновременно подобные сделки позволят защитить средства от разогнавшейся инфляции. Но это лишь одна из возможностей. Многие инвесторы, делая вложения в офисную недвижимость, ориентируются в основном на получение пассивного дохода от сдачи в аренду. Направление является перспективным в условиях текущего дефицита качественного предложения и низких темпов ввода новых офисов — по оценкам наших аналитиков, только за первое полугодие объем нового предложение оказался на 55% ниже прогнозов, сформулированных в конце прошлого года.

Отдельное высокодоходное направление для инвесторов сейчас — стрит-ритейл, расположенный в деловых и жилых районах. В частности, на первых этажах бизнес-центра. Такие объекты получают двойной трафик — за счет резидентов и жителей района. В наших бизнес-центрах торговые площади представлены как отдельный полноценный продукт. Мы начинаем реализацию ритейла параллельно с офисными блоками — так к моменту готовности бизнес-центра в нем будет уже сформирован инфраструктурный блок для сотрудников, а инвесторы получат возможность в кратчайший срок окупить свои вложения, потому что поиски арендатора можно начать заранее. Такой подход позволяет сформировать востребованный продукт, который будет интересен как бизнесу, так и инвесторам. Добиться высоких результатов нам помогает синергия аналитики, современных подходов к строительству и ответственного отношение к продукту, дополненная сервисной моделью.

Вопрос продукта — ключевой

Для нас вопрос продукта — ключевой. За его формирование внутри компании отвечает отдельное направление с высокой экспертизой. Его основная задача — изучить все лучшие практики, выявить не только тренды московского офисного рынка, но и международный опыт. Итогом кропотливой работы становится формирование функциональных офисных пространств класса А, востребованных у современных компаний-арендаторов и ликвидных для инвестиционных вложений. Именно так, например, в наших проектах появились концепции Healthy building и be Citizen. Последняя была разработана внутри компании и отвечает потребностям человека, проводящего много времени на работе. Это мобильность, тайм-менеджмент, продуктивность, здоровый образ жизни. Учет данных факторов при проектировании бизнес-центров, по нашему мнению, поможет будущим резидентам реализовывать свой потенциал и достигать успеха, а компаниям — эффективно развивать свой бизнес и укреплять HR-бренд. Наличие собственных стандартов и четкое следование им позволили нам занять отдельную нишу рынка: в каждом нашем бизнес-центре заложены единые принципы, которые отвечают требованиям наших клиентов. Преимущества бизнес-центров под брендом STONE выходят за пределы зданий, так как мы изначально закладываем в проекты мультиформатное благоустройство прилегающей территории, которая вместе с инфраструктурой будет доступна жителям районов. Такой подход отражает принцип win-win в отношениях девелопера с городом и его жителями.

ПРЕДОСТАВЛЕНО STONE HEDGE

Бизнес-центр класса А STONE Савеловская

За 15 лет на рынке недвижимости STONE HEDGE сформировал широкую экспертизу по реализации девелоперского проекта на всех этапах, включая контроль за ходом строительства объектов. У нас есть не только понимание своего продукта, но и ресурс влияния на темпы строительства. Так, вне зависимости от внешних факторов сегодня мы готовим к вводу в эксплуатацию отдельно стоящее здание Tower A в составе квартала STONE Towers. Офисное здание станет одним из немногих новых бизнес-центров на рынке, построенных с использованием инженерного оснащения европейского уровня.

Как профессиональный офисный девелопер мы дорожим своей репутацией, и сегодня мы концентрируем свое внимание на проектах в реализации: STONE Towers, STONE Савеловская и STONE Ленинский, работы по которым ведутся согласно запланированному графику и в заявленном изначально качестве. Более того, мы приступили к строительству отдельно стоящего офисного здания STONE Курская, так как понимаем, что запрос на большие площади сохраняется, а у нашей компании есть ресурс для строительства. Знание рынка и требований к бизнес-центру у современных компаний-резидентов позволяет нам создавать офисную среду с разноформатным наполнением, где на первом месте стоят потребности жителя современного мегаполиса.

Сервисная модель

Наши клиенты уверены не только в гарантии качества продукта и сроках реализации, но и в последующем управлении нашими бизнес-центрами и жилыми комплексами. После ввода объекта в эксплуатацию мы передаем его в профессиональную управляющую компанию, которую курируем, и тем самым гарантируем высокий уровень сервиса. Для нас это отстроенный за годы процесс.

Сервисная составляющая всегда была отличительной особенностью STONE HEDGE. Мы научились четко понимать потребности своих клиентов и профессионально помогаем их решать. Такой подход позволяет нам стать надежным партнером на рынке недвижимости как для инвесторов, так и конечных пользователей — собственников и арендаторов наших объектов. Подтверждением становится число повторных обращений, которое составляет в структуре сделок порядка 40%.

Благодаря клиентскому опыту мы четко понимаем нишу, в которой работаем, и отстраиваем программу сервисов и привилегий для наших клиентов. Например, если инвестор планирует последующую перепродажу актива, мы берем на себя поиск нового собственника, а также все вопросы сопровождения сделки. Для тех, кто рассматривает стратегию последующей сдачи помещения в аренду, мы предлагаем услугу по поиску арендатора. Процесс начинается еще до завершения строительства объекта, что позволяет, с одной стороны, окупить вложения инвестора в максимально короткий срок. С другой — заполнить бизнес-центр сразу после ввода в эксплуатацию. Такая сервисная модель особенно актуальна сейчас, когда усилился переток частных инвесторов в сегмент коммерческой недвижимости.

Так, по нашему опыту, устойчивость девелопера базируется на трех ключевых элементах: широкой линейке, чтобы удовлетворить любой запрос клиента, качестве строительства и сервисной модели. Только в таком случае у компании есть шанс устоять перед любыми обстоятельствами.

Инвесторы расставили палатки

— формат —

Активное развитие, формирование трендовых направлений на рынке внутреннего туризма, интерес к новым форматам и отдыху на природе способствуют резкому росту рынка глэмпингов. Инвесторам формат понравился благодаря низкому инвестиционному порогу, быстрой окупаемости и мерам господдержки. Но популярность глэмпингов, вероятно, будет расти по модели хостелов и продлится еще три-пять лет, после чего на рынке удастся закрепиться лишь сильнейшим игрокам.

АЛЕКСАНДР КРЯЖЕВ / РИА НОВОСТИ

Глэмпинги стали одним из популярных форматов у россиян во время поездок по стране

Рынок глэмпингов демонстрирует рост. По подсчетам Ассоциации глэмпингов России, в ноябре прошлого года в стране работало 230 таких объектов, по итогам текущего летнего сезона ожидается уже 340. Аналитики Россельхозбанка не исключают двукратной динамики к 2025 году, прогнозируя увеличения объема предложения до 500 глэмпингов.

Сам по себе формат глэмпингов развивается на рынке около десяти лет. Термин «глэмпинг» (glamping) в 2016 году был включен в Оксфордский словарь английского языка и подразумевает разновидность кемпингов, которые отличаются более комфортными условиями проживания. В России, как правило, речь идет о размещении в сафари или белл-тентах, типи, юртах, куполах с панорамными окнами, модульных экодомах и т. д.

Хотя глэмпинги развиваются по всему миру, в России этот процесс явно идет опережающими темпами. По оценкам Knight Frank, рынок таких объектов ежегодно становится больше на 10–12%. С формированием более внушительной базы динамика по прогнозам аналитиков сгладится, но останется позитивной — 5–7% в год.

Более выраженному росту популярности глэмпингов в России способствует увеличение активности на рынке внутреннего туризма, которое в отдельных регионах отмечается еще с начала пандемии. По оценкам Ростуризма, в 2021 году россияне совершили 56,5 млн поездок по стране, в этом году власти ждут роста до 61,2 млн. Возникает дополнительный спрос на средства размещения, и если девелопмент гостиницы занимает от двух до пяти лет, то построить кемпинг или глэмпинг можно за несколько месяцев, говорит директор по гостиничному консалтингу Knight Frank Наталия Розенблюм.

По ее мнению, активный рост числа глэмпингов стимулируют меры господдержки, в частности грантовые программы. Замдиректора отдела стратегического консалтинга и индустрии гостеприимства CORE.XP Михаил Багдасаров добавляет, что кэшбэк-программы для туристов, нулевая ставка НДС и льготное кредитование стимулируют интерес инвесторов к проектам в сфере гостеприимства в целом.

Экологический тренд

Важный фактор роста числа глэмпингов, по мнению Наталии Розенблюм,— стремление туристов попробовать нестандартные варианты отдыха. Это хорошо сочетается с общим ростом популярности экотуризма и внимания к природе. По прогнозам Россельхозбанка, к 2025 году турпоток на заповедные и сельские территории составит 20–22 млн человек в год. Этому будет способствовать рост популярности глэмпингов, в которых смогут останавливаться до 10% туристов. Сооснователь сети глэмпингов «Под небом» Сергей Петров тоже склонен считать, что туристам сейчас нравится формат глэмпингов: «Их уже не удивить большими, богатыми интерьерами и каменными стенами — важнее природа».

Согласовать создание глэмпингов проще. Руководитель департамента «Гостиничный бизнес и туризм» компании Commonwealth Partnership Марина Смирнова говорит, что речь идет о быстровозводимых строениях, которые можно разместить на рекреационных землях. На этом фоне в некоторых локациях глэмпингам нет альтернативы. Эксперт обращает внимание на то, что похожий формат — лоджи — уже много лет успешно работает в Африке.

Бюджетная инвестиция

Немаловажный фактор привлекательности глэмпингов для инвесторов — низкий порог вхождения. Наталия Розенблюм оценивает средний объем вложений в качественный проект в 12–15 млн руб. Марина Смирнова добавляет, что средняя стоимость одного модуля с установкой сейчас составляет 1,5–2 млн руб. Окупается проект в среднем за четыре-пять лет. Это значительно лучше показателя гостиничного рынка (15–20 лет), где стоимость небольшого проекта, по оценкам Михаила Багдасарова, начинается от 300 млн руб. «Но это автоматически не означает, что речь идет о хорошей доходности: все зависит от привлекательности локации»,— говорит Наталия Розенблюм.

Запустить всесезонный проект сложнее. По оценкам Сергея Петрова, такой глэмпинг на 25 номеров с рестораном и общественными зонами будет стоить уже 130–150 млн руб. В то время как аналог летнего формата — 40–50 млн руб. Годовая рентабельность проекта заметно выше, чем у отеля, и легко может достигать 20–25%. «Но капитализируется такой проект сложнее, чем отель»,— добавляет он.

Вопросы эксплуатации

Марина Смирнова объясняет, что эксплуатировать глэмпинг проще и дешевле из-за отсутствия дополнительных сервисов. Уборка и смена белья осуществляются реже, персонала — минимум. На этом фоне, по ее словам, операционная прибыль объекта может составлять 40–50% от выручки. Наталия Розенблюм указывает, что эксплуатацию глэмпинга уместно сравнить с мини-отелем: многие функции персонала совмещены.

Впрочем, Сергей Петров убежден, что эксплуатация глэмпинга предполагает свою специфику: «Речь идет об усложненной логистике на месте, номера располагаются на определенном расстоянии друг от друга, это объект, который постоянно нужно ремонтировать». Михаил Багдасаров отмечает, что глэмпинги в работе сталкиваются с административными сложностями: такого понятия в законодательстве официально нет, что подразумевает отсутствие стандартов как строительства, там и работы. Объекты формально не считаются коллективными средствами размещения, что подразумевает проблемы с регистрацией гостей.

Ключевой вопрос для рынка сейчас — сколько продлится активный рост рынка глэмпингов. Самая подходящая аналогия здесь — рынок хостелов, демонстрировавший активные темпы роста в 2000-х и столкнувшийся как со снижением интереса публики, так и с законодательным регулированием. Марина Смирнова ждет, что развитие сегмента глэмпингов будет сходным по формату: продлится три-пять лет и закончится с наполнением рынка.

Аналогичный прогноз дает и Сергей Петров, хотя и обращает внимание на то, что «путь хостелов» на рынке проходит любая новая ниша или инновационный продукт. Этот процесс он называет нормальным для рынка. На рост рынка эксперт закладывает еще четыре-пять лет.

Небольшое охлаждение интереса инвесторов к формату глэмпингов, по словам Михаила Багдасарова, наблюдается уже сейчас. Госпожа Розенблюм соглашается, что по мере развития сегмента сохранятся наиболее конкурентоспособные объекты, эффективно выстроившие свою работу. «Сейчас это эффективный инструмент для быстрого увеличения качественного номерного фонда в самых разных локациях, но постепенно, по мере строительства классических отелей и развития курортной недвижимости, глэмпинги займут свою нишу и будут уживаться на рынке с другими форматами размещения»,— заключает эксперт.

Александра Мерцалова

Приложение к газете «Коммерсантъ» («Коммерческая недвижимость»). | **Владимир Желонкин** — генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор | **Сергей Вишневский** — руководитель фотослужбы | **Рекламная служба:** Тел. (495) 797-6996, (495) 926-5262 | **Владимир Лавицкий** — директор «Издательского синдиката» | **Халиль Аминов** — выпускающий редактор | **Ольга Еременко** — редактор | **Сергей Цомык** — главный художник | **Галина Кожеурова, Екатерина Репях** — фоторедакторы | **Екатерина Бородулина** — корректор | Ограничение: 16+