

Кризис заморозил процесс формирования рынка управления бизнес-центрами. Если до кризиса собственники коммерческой недвижимости старались отдавать управление недвижимостью на аутсорсинг, то сейчас контролировать процессы эксплуатации и взаимодействия с арендаторами владельцы офисных центров предпочитают самостоятельно. Рынок вернулся на пять лет назад, говорят аналитики.

Офисное дежавю

управляющие компании

Вице-президент Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга и Ленобласти Павел Созинов рассказывает: «С начала года произошло резкое снижение процентных ставок — до 25% в рублях, до 1000–1500 рублей в месяц за „квадрат“ — вполне реальная процентная ставка бизнес-центра класса А в центре города. Из тенденций можно отметить, что арендная ставка практически повсеместно перестала привязываться к валюте. Наибольшие трудности испытывают бизнес-центры, которые вовремя не успели пойти навстречу арендодателям и не снизили ставки, проблемы и у вводимых в период кризиса бизнес-центров с неустоявшими связями с арендодателями, заполняемость их часто не превышает 50%, что влияет на отношения с уже „расположившимися“ арендаторами», — говорит господин Созинов.

Участники рынка отмечают серьезные проблемы с заполнением у бизнес-центров на периферии, особенно в бизнес-центрах, заявивших о себе как о высокотехнологичных объектах. Деловые зоны вне исторического центра так и не состоялись, исключение может составлять только Выборгская набережная, но и здесь интерес потенциальных арендаторов сильно снизился. В период кризиса управляющие компании и владельцы объектов недвижимости склонны экономить, необоснованные увольнения сотрудников и, как следствие, потеря организационной

структуры — повсеместное явление. «На стадии роста рынка росли и перспективы у независимых управляющих компаний. Это логично, поскольку собственнику бизнес-центра более выгодно переложить часть своей „головной боли“, наняв стороннюю компанию, и спрашивать с нее со всей строгостью, нежели организовывать с нуля свою структуру. Но похоже, что с кризисом, когда каждая копейка на счету, собственники предпочитают углубляться в вопросы эксплуатации самостоятельно и полностью контролировать процесс, чтобы избежать лишних трат. Склонность брать на себя управлениями подавляющее количество функций в ущерб качеству обслуживания — кажущаяся необходимостью. Работа „в ручном режиме“ успокаивает владельцев бизнеса, но расшатывает его устойчивость. Поэтому уменьшение в период кризиса количества независимых эксплуатирующих компаний — реальность», — считает господин Созинов.

На плаву

Евгения Скачкова, руководитель департамента по управлению и эксплуатации недвижимости компании Maris Properties in Association with CB Richard Ellis, полагает, что рынок услуг по управлению и эксплуатации повторяет общее состояние этого сегмента бизнеса. «Цены на услуги сократились до минимума, что позволяет только держаться на плаву, но ни о каком разви-



Обычно владельцы бизнес-центров стараются сохранить аутсорсинг на услуги технической эксплуатации, клининга и охраны, так как организация собственных служб сразу влечет за собой целый комплекс проблем: необходимы дополнительные инвестиции

тии (обучение, совершенствование, перевооружение) речи не идет. Поскольку рынок управления в Петербурге не был особенно развит, то и говорить о перенасыщении

не приходилось, а в кризис пострадали и были урезаны прежде всего сегменты, которые были перенасыщены и близки к избыточности. В основном многие компании,

сократив бюджеты, дрейфуют в ожидании окончания кризиса. Управление и эксплуатация — это услуга, которая при больших степенях риска требует наличия команды

специалистов хорошего уровня, поэтому развитие этого направления в компаниях, которые занимаются недвижимостью, происходит, когда заполнены остальные секто-

ры рынка, а собственникам подчас на стихийном рынке спокойнее создать (переводом сотрудников, которые занимались строительством) свою управляющую компанию, тем более, если объект недвижимости достаточно велик по размерам. На данный момент ситуация на рынке по соотношению профессиональных собственников компаний практически не изменилась. Все занимаются выживанием», — говорит она.

Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости группы компаний «Аверс», согласна с тем, что кризис затормозил процессы специализации и разделения по отраслям. По ее мнению, он вернул ситуацию примерно в 2004 год. «Это видно на примере структуры ставки аренды — до кризиса в бизнес-центрах высокого класса применялась в основном чистая (triple net), с дополнительными счетами на оплату НДС, эксплуатации и коммунальных услуг; некоторых прочих услуг; сейчас повсеместно вернулись к валовой аренде (все включено). Полагаю, что количество эксплуатирующих компаний также сократилось. Вообще, рынок упростился», — говорит она.

Удержать объект

Константин Меркель, старший консультант департамента офисной недвижимости Colliers International, считает, что для существующих проектов кризис не оказал существенного влияния на модель управления.

(Окончание на стр. 18)

19

страница

К сердцу
арендатора
подъезжают
на парковке

Расходы на оборудование
стоянки могут составить
треть стоимости бизнес-центра

20

страница

Деловой туризм
в далекой
перспективе

Городу не хватает
специализированных площадок

23

страница

Успеть
за падающими
ценами

Остывающий рынок
мешает приватизации

24

страница

Покупки
после еды

Торговые центры привлекают
покупателей через рестораны

Санкт-Петербург
Думская ул. 2, т. (812) 333-34-90, ул. Маяковского, 1, т. (812) 273-51-59
Невский пр. 20, т. (812) 312-09-21, П.С., Большой пр. 46, т. (812) 235-07-66
П.С., Большой пр. 57, т. (812) 232-93-85, Владимирский пр. 3, т. (812) 713-22-84
Невский пр. 44 (Grand Palace), т. (812) 571-36-78
Москва, ул. Б. Якиманка 22, т. (495) 995-21-76, www.imperial-ltd.ru

BREITLING
1884
INSTRUMENTS FOR PROFESSIONALS™

BLACKBIRD

WWW.BREITLING.COM

РЕКЛАМА

коммерческая недвижимость

Офисное дежавю

управляющие компании

(Окончание. Начало на стр. 13)

«Если собственник бизнес-центра до кризиса создал собственную управляющую компанию, то в кризис он вряд ли станет привлекать стороннюю УК. Если же на объекте изначально работала профессиональная УК, то собственник будет стараться всеми возможными способами снизить стоимость услуг нанятой компании, чтобы избежать головной боли при организации собственной УК. В большинстве случаев эксплуатирующие компании в результате давления собственника соглашаются на минимально возможную рентабельность, чтобы удержать объект в своем управлении», — рассуждает господин Меркель.

В отношении новых офисных центров, которые только вводятся в эксплуатацию, модель управления в каждом случае зависит от конкретного проекта. «Для сети бизнес-центров, расположенных в одном городе, эксплуатацию с большой долей вероятности будет осуществлять «карманная» УК собственника. Если же у собственника ряд проектов в разных регионах, то он скорее предпочтет услуги профессиональной сетевой УК, либо в каждом городе будет выбирать местную профессиональную эксплуатирующую компанию. В случае единичного проекта выбор все еще зависит от настроения собственника и его готовности отдать управленческие полномочия в «чужие» руки. Кризис только выделил эту черту: часто, если основная деятельность заморожена, то собственник с большей готовностью идет на вовлеченность в процессы управления, если же наоборот — заставил соседствоваться на основной деятельности, то у владельца бизнеса попросту нет времени на непрофильный бизнес, и он предпочитает нанять профессиональную УК. К сожалению, до сих пор экономическая успешность деятельности УК не играет первостепенной роли при выборе эксплуатирующей организации. Хотя сейчас как раз самое время передать функции эксплуатации в руки профессионалов, так как это рентабельнее для проекта в целом», — полагает Константин Меркель.

Представители этого вида бизнеса уверяют, что смена эксплуатирующей компании всегда болезненна для обеих сторон — и для компании-поставщика услуг, и, что менее очевидно, для собственника бизнес-центра. Перспектива создания собственной эксплуатирующей структуры — весьма трудоемкий процесс, и обычно собственник объекта понимает всю его сложность, поэтому даже в кризис стороны стараются найти компромисс. Обычно владельцы бизнес-центров стараются сохранить аутсорсинг на услуги технической эксплуатации, клининга и охраны, так как организация собственных служб сразу влечет за собой целый комплекс проблем: необходимы дополнительные инвестиции, в том числе в административный

ресурс, а также на покупку оборудования; аутсорсинговые компании обладают возможностью предоставлять определенный кредитный лимит (до трех месяцев), в то время как в отношении работников собственных служб подобные задержки по заработной плате критичны; необходимость постоянного контроля всех, даже самых мелких, вопросов, так как именно работа управляющей компании является показателем успешности бизнес-центра и подтверждением его статуса.

«Нужно отметить, что собственники некоторых объектов (обычно небольших по площади, до 10 000 кв. м) вынуждены были пойти на организацию собственных служб даже в ущерб качеству обслуживания. Но эта тенденция не повлияла на устойчивость крупных профессиональных управляющих компаний, так как их бизнес опирается в первую очередь на управление и эксплуатацию крупных объектов, которые генерируют основной денежный поток. Поэтому потеря нескольких мелких объектов не могла серьезно пошатнуть бизнес профессиональных управляющих», — считает господин Меркель.

Генеральный директор ООО «АйБи Фэсильти» (входит в структуру «АйБи Групп») Сергей Попов говорит, что преимущество в привлечении управленцев на аутсорсинг, помимо всего прочего, состоит и в том, что есть отдельный вид работ, лицензию на выполнение которых имеют только определенное количество организаций. «Скажем, в зависимости от сложности объекта недвижимости, для эксплуатации инженерных систем могут привлекаться от трех до двадцати компаний», — говорит он.

При этом Наталья Корнилова из UK BlackStone Keeping Company отмечает, что цены на услуги управленцев значительно изменились. «Если год назад средняя стоимость услуг эксплуатационных компаний составляла 8–12 долларов за метр в год, то сегодня это 2,5 доллара. А порой цены доходят и до 0,9–1,2 доллара за метр. И, разумеется, многие компании в такой ситуации вынуждены были прекратить свою деятельность на этом рынке», — говорит она.

Наталья Корнилова уверена, что рынок эксплуатации бизнес-центров вряд ли сейчас способен «переварить» более десятка крупных компаний. «Лидеров, ведущих рынок, задающих темп и стандарты, может быть порядка шести. Плюс еще обязательно нужны небольшие компании. Дело в том, что лидеры часто утрачивают маневренность, готовность идти навстречу клиентам, уходить «с волны». А маленькие компании, только формирующие свои преимущества, в этом смысле могут быть как раз очень интересны. Очевидно одно: чем меньше компаний на рынке, тем выше цены», — полагает она.

РОМАН РУСАКОВ

Среднеценовой недобор

Городу по-прежнему не хватает гостиниц среднего уровня

отели

К 2011 году в Петербурге, согласно городской программе развития гостиничной инфраструктуры, номерной гостиничный фонд должен увеличиться до 32 072 номеров. Достигнув этого порога, Северная столица окажется на средневропейском уровне по количеству гостиничных мест — семь номеров на 1000 жителей. Однако в условиях кризиса о четком выполнении программы говорить не приходится.

Отрицательное влияние мирового финансового кризиса на гостиничный рынок Петербурга подтверждают многие его участники. По словам директора по продажам и маркетингу гостиничной сети Sokos Hotels St.Petersburg Натальи Изотовой, темпы роста отрасли сократились. Появились сложности с финансированием ряда проектов, что, в свою очередь, привело к переносу сроков ввода в эксплуатацию различных объектов. Так, среди замороженных проектов оказались гостиницы в составе квартала Шкапина — Розенштейна и Апраксина Двора. Причина — финансовые трудности инвестора, которым в обоих случаях является «Главстрой».

«В дальнейшем можно прогнозировать резкий спад ввода новых объектов», — говорит директор по развитию компании London Consulting & Management Company (LCMC) Константин Костин. — Самые крупные и значимые проекты, конечно, будут завершены, но ожидать массового строительства новых гостиниц в 2–3-летней перспективе не приходится. Скорее, возможна реконструкция существующих устаревших объектов».

Снижение из-за кризиса турпотока также отразилось на гостиничном бизнесе. Иностранных туристов, привыкших к европейским условиям проживания, в Петербург стало прибывать все меньше, деловые поездки из-за рубежа сократились, конференц-залы при гостиницах перестали пользоваться былой популярностью. Спрос на гостиницы высокого класса, коих в Петербурге большинство, упал. Российские же туристы как размещались в гостиницах низкого ценового сегмента, так и продолжают это делать. Все вкуче, в свою очередь, привело участников рынка к коррекции ценовой полити-



Спрос на гостиницы высокого класса, коих в Петербурге большинство, со стороны иностранцев упал. Российские же туристы как размещались в гостиницах низкого ценового сегмента, так и продолжают это делать

ки и миграции части отелей уровня 3–4 звезды в уровень 2–3 звезды.

«Большинство гостиниц предлагают нерациональное сочетание цены и качества, при котором стоимость комфортабельного размещения чрезвычайно завышена», — говорит Константин Костин. — Если же цена снижается, то вслед за ней меняется качество номеров и услуг в худшую сторону».

В условиях же кризиса многим гостиницам приходится быть максимально клиентоориентированными и улучшать качество номеров и услуг даже при снижении цен. Повышение комфортабельности отелей Петербурга — один из немногих плюсов влияния пошатнувшейся экономики. Хотя дефицит качественных мест размещения на рынке гостиничной недвижимости Петербурга при этом куда не исчез. В первую очередь, это касается гостиниц сегмента economy и mid-market и связано с достаточно большими сроками окупаемости подобных проектов.

«Гостиницы — одно из самых долговременных вложений», — говорит Константин Костин. — Сейчас срок окупаемости новых проектов доходит в некоторых случаях до 15 лет. Но из-за того, что российский рынок коммерческой недвижимости еще молод, девелоперы предпо-

тают инвестировать в более доходные сегменты».

Операторы вне кризиса

Несмотря на перечисленные минусы, гостиничный бизнес довольно устойчив, и у крупных операторов не изменились намерения по развитию в Петербурге.

«На рынке Петербурга шире всего представлены европейские гостиничные операторы, — говорит ведущий консультант департамента маркетинга и консалтинга компании Praktis C & B Татьяна Яблокова. — Сказываются стабильные экономические связи. Практически все они имеют долгую историю существования и пережили уже не один кризис. Так что особо им беспокоиться не о чем — все возможные издержки и риски у операторов заранее учтены в бизнес-планах».

К примеру, финская гостиничная сеть Sokos Hotels заявляет, что планы по развитию не изменились, и в Петербурге будет работать восемь отелей сети. Правда, сроки введения новых отелей оператора не указывает. Сейчас же в Северной столице представлено три отеля сети — Sokos Hotel Palace Bridge (5 звезд), Sokos Hotel Vasilievsky и Sokos Hotel Olympic Garden (оба — 4 звезды). В их строительство инвесторам было вложено 60 млн евро.

Кроме Sokos, в Петербурге сейчас работают операторы Rezidor Sas Hospitality (гостиницы Radisson SAS Royal Hotel St-Petersburg, 5 звезд), Park Inn («Прибалтийская», «Пулковская», 4 звезды, Nevsky pr., 3 звезды — открытие в 2010), Orient Express Hotels (гостиница Grand Hotel Europe, 5 звезд), Corinthia Hotels (го-

стиница Corinthia Nevsky Palace Hotel, 5 звезд), Rocco Forte Collection (гостиницы Astoria, 5 звезд, Angleter, 4 звезды), Best Western (гостиница Hotel Neptun, 4 звезды), Accor Group (гостиницы Novotel, 4 звезды, Ibis Lgovsky, 3 звезды), Marriott Int. (гостиницы Renaissance Baltic Hotel, 5 звезд, Courtyard, 4 звезды), Intercontinental Hotels Group (гостиницы Holiday Inn Moskovskye Vorota, 3 звезды, Staybridge Suites, 5 звезд — открытие в 2010), Reval Hotels. Также на рынок выходят Starwood, Four Seasons, Hesperia, Raffles Hotels and Resorts, Swissotel.

С каким оператором работать, решает владелец участка, на котором будет возведена гостиница. Он определяет категорию объекта в конкретном месте, продумывает концепцию проекта и затем обращается к оператору с соответствующим этой концепции брендом. Лишь только после договоренности с оператором можно приступать к проектированию и строительству. Это по-европейски правильно и проверено. В Петербурге же все по-своему.

«Строить гостиницу и искать под нее оператора — это всегда большой риск для девелопера, так как есть вероятность ошибки при проектировании с точки зрения требований гостиничных сетей, — говорит руководитель группы исследований рынков Knight Frank St.Petersburg Олег Громков. — В Петербурге такие ситуации не редки, однако, если до кризиса операторы были менее щепетильны в вопросах строгого соответствия их стандартам, то теперь они не готовы брать на себя дополнительные риски».

Отельный пригород

По данным комитета по инвестициям и стратегическим проектам Санкт-Петербурга,

в городе сейчас всего 574 гостиницы (26 051 номер). В это число входят 11 5-звездных гостиниц, 15 4-звездных, 37 3-звездных, 25 экономкласса, 472 малых (до 50 номеров) и 15 хостелов.

Больше всего гостиницами насыщен Центральный район Петербурга.

«Несмотря на обилие гостиниц, в Центральном районе мало бюджетных вариантов, — говорит Татьяна Яблокова. — Здесь, из-за обилия иностранных туристов, преобладают 4-звездные гостиницы. Они составляют 47% номерного фонда. В спальных же районах, Выборгском, Калининском, Кировском, Красногвардейском и Приморском, в основном, представлены 3-звездные гостиницы советского типа. Тут не хватает современных отелей, хотя место под строительство есть».

Место под строительство также есть и в пригородных зонах, которые в последние годы все больше застраиваются отелями выходного дня. Так, с 2007 года в Курортном, Петродворцовом и Пушкинском районах появилось несколько качественных гостиниц. В частности, в Курортном районе — 3-звездный «Репино Бутик-отель» (118 номеров), 4-звездные «Аквамарин» (112 номеров) и «Терийоки» (57 номеров). В Пушкинском — парк-отель «Потемкин» (116 номеров). В Петродворцовом — 3-звездные отели «Самсон» (59 номеров), «Отель на Еленинской ул.» (103 номера), «Бельведер» при гольф-клубе (37 номеров), гостинично-ресторанный комплекс «Летний дворец» (15 номеров).

Однако даже повысившийся интерес к загородным зонам со стороны участников гостиничного рынка Петербурга не спасет отрасль от снижения темпов развития.

ДАША ГИЛЕВА

Будут достроены в 2010–2011 гг.

Наименование	Адрес	Класс	Ном. фонд	Инвестор
Four Seasons («Дом со львами»)	Адмиралтейский пр., 12/ Вознесенский пр., 1	****	186	Tristar Inv. Holding
StayBridge Suites — ДК Канарова	Московский пр., 97, лит. А	*****	176	«Сезон»
Renaissance Forum	Литовский проспект, 61–63	****	120	Renaissance Construction
Гостиница Missoni	Грибоедова, 51, лит. Б	****	208	«Легион»
Marriott Courtyard Mariinsky Theatre	наб. канала Грибоедова, 166	****	281	«Евро Транс»
W Hotel	Вознесенский пр., 6, лит. А	*****	186	RED (Real Estate Development ICC)
Park Inn	Невский пр., 89–91	***	268	«Феникс Отель»
Гостиница в составе гостинично-делового комплекса	ул. К. Заслонова, 8	***	223	Тележная, 29
Гостиница	Конногвардейский б-р, 5	****	100	МИСК
Renaissance Forum	Литовский проспект, 61–63	****	120	Renaissance Construction
IBIS	ул. Маяковского, 5	****	165	«Вест Бридж Отель»
Гостиница	Петергоф, С.-Петербургское ш., 40/16	****	150	МИСК
Гостиничный комплекс	ул. Правды, 10	***	100	МБИК

Источник: Praktis C & B

Приостановленные гостиничные проекты

Наименование	Инвестор	Класс	Ном. фонд	Состояние проекта
Петрополь Северная пальмира (Большой пр. ПС, 37)	«Гостиницы Алроса»	***	158	Постоянно переносят сроки ввода с 2007 года
Наб. Карповки, 37–39	«Еврофинанс»	*****	322	
Пл. Островского, 2	«Абсолют»	*****	71	Ищут оператора, пытаются продать, д.б. открыт еще в 2008 году
Electric City	Группа LCP	****	200	Намеревались завершить в 2011 году, проект отложен на 2–3 года. Первая очередь — в I кв. 2013 году
Sheraton в Адамант Парке	«Адамант»	*****	352	Планировали ввести в 2011 году. Реализация проекта МФК приостановлена
Гостиница в составе квартала Шкапина — Розенштейна	Главстрой	н/д	н/д	Планировали завершить проект в 2012–2013 году, сейчас реализация проекта под вопросом из-за финансовых трудностей инвестора
Гостиницы в составе Апраксина Двора	Главстрой	***	500	Планировали завершить проект к 2013 году, сейчас реализация проекта под вопросом из-за финансовых трудностей инвестора.
Clover Plaza	Clover Group («Росгосстрах»)	н/д	270	Планировали завершить проект в 2011–2012 гг., проект отложен на неопределенный срок
гостиница Intercontinental в составе Никольского рынка	VIVM	****	354	Планировали достроить в 2010 году, ввод перенесен на 1 год позже. Строительные работы
Domina H&R	«Про Капитал-Групп»	*****	111	Отложено на 2–3 года из-за кризиса
Гостиницы в составе МФК «Телефабрика», МФК «Витебский» и МФК «Бадаевские склады»	TriGranit	Все классы	Ок. 1000	Планировали завершить проекты в 2011–2012 гг., но реализация проектов заморожена

Источник: Praktis C & B

Торговля опережает офисы

Арендаторы несколько активизировались

стрит-ритейл

Рынок коммерческой недвижимости, расположенной в первых этажах зданий, оживает. В сентябре рост арендных ставок на встроенные помещения в Петербурге составил порядка 5%. Хотя предложение по-прежнему превышает спрос.

По оценкам экспертов АРИН, на конец сентября ставки аренды на наиболее ликвидные встроенные помещения (удобное местоположение, высокий пешеходный трафик) составили порядка 2 500–3 000 рублей за кв. м в месяц (спальные районы) и около 5 000–6 000 рублей за кв. м в месяц (центральные районы города). «Менее ликвидные помещения в спальных районах города выставались по цене 1 500–2 000 рублей за кв. м в месяц, в центральных районах — за 2 000–3 500 рублей за кв. м в месяц», — комментирует Екатерина Лапина, директор

департамента коммерческой недвижимости АРИН.

В целом, предложение на рынке встроенных помещений в настоящий момент превышает спрос. «Увеличилось количество ликвидных объектов рядом со станциями метро, которые ранее занимали банковские структуры», — рассказывает Екатерина Лапина. — Кроме того, до сих пор пустуют некоторые помещения, которые ранее арендовали казино». Превышение предложения над спросом особенно заметно на примере объектов, которые расположены в удалении от станций метро. «Собственники таких помещений вынуждены снижать ставки аренды, чтобы хоть как-то привлечь внимание потенциальных арендаторов», — комментирует Екатерина Лапина. — Владельцы ликвидных объектов сейчас практически не предлагают скидки, а стараются дать арендатору какие-то бонусы: например, предоста-

вить льготный период на время въезда и проведения ремонта». Стандартный вариант в данном случае — как минимум два месяца за половину арендной ставки. В заполненных помещениях ставка аренды формируется исходя из существующего предложения.

По-прежнему существует большое количество помещений, предлагаемых в аренду на центральной магистрали Петербурга — Невском проспекте (Невский пр., 3, Невский пр., 8, Невский пр., 11, Невский пр., 22, Невский пр., 47 и др.). «Однако надо отметить, что уже сейчас предложение на Невском проспекте стало более доступным, нежели год назад», — рассказывает Екатерина Лапина. — Разрыв в ставках аренды между объектами, расположенными на центральной магистрали города и на его окраине, сократился и может составлять 30–50%. Вследствие этого помещения на Невском стали

«по карману» не только элитным бутикам, но и предприятиям общепита.

Кроме того, в сентябре появились больше свободных помещений в торговых комплексах. «Пустующие помещения можно встретить в ТРК, которые имеют неудачное местоположение или концепцию», — рассказывает Екатерина Лапина. Также сложно найти арендатора тем управляющим компаниям ТК, которые существенно завышают ставки аренды.

Если же говорить о спросе, в сентябре у покупателей встроенных помещений пользовались популярностью наиболее ликвидные объекты как в центральных, так и в спаль-

ных районах города. «При этом большая часть наших клиентов рассматривала возможность приобретения помещений с целью инвестиций, а не для себя», — отмечает Екатерина Лапина. — Соответственно, основное требование со стороны покупателей — срок окупаемости не более семи лет, желательно варианты покупки помещений с действующим арендатором». Что касается рынка аренды помещений street retail, то в сентябре большинство договоров аренды было заключено именно с предприятиями общепита. «Их в основном интересуют помещения, расположенные в наиболее проходных местах, с большими витринными окнами, обязательно наличие

больших энергомошностей, а также возможность заключения долгосрочного договора аренды», — говорит Екатерина Лапина.

«Думаю, что в ближайшие месяцы ситуация на рынке встроенных помещений кардинально не изменится, — прогнозирует Екатерина Лапина. — Однако спрос уже сейчас несколько активизировался, поэтому можно ожидать увеличения количества клиентов с желанием и возможностями купить помещение площадью от 100 кв. м до 3000 кв. м». При этом более активным будет рынок street retail и ТРК, нежели рынок офисной недвижимости.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Ставки аренды на встроенные помещения на конец сентября

Невский пр.	3 000–6 000 рублей за кв. м в месяц
Загородный пр., Владимирский пр., Большой пр. П. С., Московский пр.	2 000–3 500 рублей за кв. м в месяц
Основные торговые магистрали спальных районов	2 500–3 500 рублей за кв. м в месяц
Отдаленные от станций метро улицы	600–1 300 рублей за кв. м в месяц

Источник: АРИН

Стачек 47
рекламно-выставочный комплекс

Два удобных зала, площадью 1000 и 400 м²

- ☒ **выставки**
- ☒ **корпоративные мероприятия**
- ☒ **конференции, семинары, презентации**

(812) 702-0225, 702-0438
www.stachek47.ru

коммерческая недвижимость

К сердцу арендатора подъезжают на парковке

Расходы на оборудование стоянки могут составить треть стоимости бизнес-центра

инфраструктура

Сложные времена, наставшие для владельцев офисной недвижимости, когда бороться приходится за каждого арендатора, заставляют многие компании уделять гораздо больше внимания дополнительным сервисам. Одним из способов привлечь новых арендаторов является парковка. Несмотря на достаточно серьезные затраты, участники рынка говорят, что ее обустройство позволяет серьезно увеличить привлекательность бизнес-центра.

Виталий Антонов, генеральный директор «Эспро Девелопмент», говорит, что до кризиса фактор достаточности парковок играл несущественную роль при выборе бизнес-центра арендатором. Более того, в ряде случаев большое количество платных парковочных мест, от которых было нельзя отказаться, рассматривалось арендаторами как дополнительная финансовая нагрузка. Сейчас же, в условиях существенно превышения предложения над спросом в офисном сегменте, бизнес-центры, не имеющие достаточного количества парковочных мест, становятся непривлекательными и вынуждены снижать ставки гораздо сильнее конкурентов.

Ценность парковки зависит от местоположения бизнес-центра. В центре города, где парковочных мест мало, а транспортное движение активное, парковка — желательный, но не обязательный элемент объекта, говорят эксперты. Например, бизнес-центр класса А «Лениум» вообще не имеет парковки, зато расположено в начале Невского проспекта. Но парковка востребована всегда. И понятно, чем меньше пар-



Комитет по градостроительству и архитектуре не пропускает проекты с недостаточной парковкой. Хотя по факту зачастую инвесторы заложенные в проект парковочные места перепрофилируют под иные цели

ковочных мест в районе, тем выше будет цениться парковка в бизнес-центре. «Окупится паркинг в любом случае. Если взять два аналогичных бизнес-центра одного класса, расположенные рядом, то в случае если стоимость парковки не включается в арендуемую плату, эти объекты будут различаться не по величине ставок, а по скорости заполнения. Понятно, что более ликвидным будет объект с парковкой. Дальновидные девелоперы всегда предусматривают в объекте паркинг», — рассуждает директор по маркетингу NAI Besag Наталья Черейская.

Соответственно, собственный объект в центре города от отсутствия парковки в бизнес-центре практически ничего не теряет, но ее наличие может

существенно увеличить его доходы.

В объектах на периферии парковка обязательна, говорят участники рынка. Причем в бизнес-центрах класса А оптимальный вариант — внутренний паркинг в двух частях: служебный и гостевой.

Татьяна Яблокова, ведущий консультант департамента маркетинга и консалтинга Praktis C & B рассказывает, что при отсутствии парковки сразу отсеиваются крупные арендаторы, поскольку при запросах площадей от 400 кв. м идет требование о наличии не менее пяти машино-мест. «То есть отсутствие парковки лишает бизнес-центр конкурентного преимущества, снижает престиж офиса и его ликвидность. Это, в свою очередь, ведет к

снижению ставки или необходимости предлагать какие-то иные услуги арендаторам», — говорит Татьяна Яблокова.

Вице-президент Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга Павел Созинов говорит, что в центре города парковка пока воспринимается как дополнительная, а не основополагающая услуга. «Иное дело — на периферии. Отсутствие парковки здесь при прочих равных не выпускает БЦ из класса С, со всеми вытекающими последствиями для владельцев по величине арендной платы», — говорит господин Созинов.

Дополнительная нагрузка

Удорожание строительства офисного объекта зависит от типа паркинга: например, в

спальных районах подземный паркинг существенно затратнее, чем создание внешнего холодного паркинга.

Парковка увеличивает стоимость бизнес-центра в среднем на 20%. Если она внутридворовая, то на 10–15%. Если к тому же парковка вместительная (коэффициент обеспеченности составляет одно машино-место на 60–70 кв. м), то стоимость самого бизнес-центра может быть увеличена даже на 30%.

В простую парковку (площадка, ограждение, плаглабум, пропускная система — автоматические плаглабумы, фотоэлементы, системы видеонаблюдения и т. д.) инвестиции составляют от \$200–250 за кв. м. Окупаемость данных инвестиций зависит от режима использования самой парковки и самой арендной платы. Если использовать парковку только под нужды бизнес-центра при стоимости машино-места в 5–6 тыс. руб. в месяц, то затраты будут окупаться лет десять. «Если предусмотреть сдачу машино-мест еще и в ночное время, например, жителям окружающих домов (почасовая оплата или, в зависимости от времени дня, ночная и дневная парковка), то окупаемость может составить менее пяти лет.

Инвестиции в многоярусный наземный паркинг — составляют \$700–1000 за кв. м, в подземный — \$1100–1400 за кв. м.

Сегодня в 75% бизнес-центров города используются внутридворовые и оборудованные уличные парковки.

По мнению специалистов NAI Besag, оптимальное количество парковочных мест в бизнес-центрах различается в зависимости от стандартов страны, региона и даже района. Например, в Польше стан-

дартно 1–1,5 машино-места на 100 кв. метров полезной офисной площади, в США — 3,5, в России — 1 машино-место. Если речь идет о центре города, то достаточно 1–2 машино-мест на 200–300 кв. метров. В Англии стандарт — 1 машино-место на 1000 кв. метров.

В результате последнего исследования компании Praktis C & B в конце сентября средняя обеспеченность машино-местами в бизнес-центрах Петербурга составляла одно машино-место на 140 кв. м арендопригодной площади бизнес-центра.

Екатерина Марковец, директор департамента консалтинга и оценки АРИН, говорит, что сейчас комитет по градостроительству и архитектуре не пропускает проекты с недостаточной парковкой. «Хотя по факту зачастую инвесторы заложенные в проект парковочные места перепрофилируют под иные цели», — отмечает она.

Андрей Вересов, директор по развитию компании «МИР недвижимости», считает, что для более эффективного использования территорий следует строить многоуровневые парковки с автоподъемниками.

Оптимальное количество

По результатам опроса управляющих бизнес-центров (конец сентября 2009), машино-места на территории парковок в БЦ в 78% случаев предоставляются платно (в т. ч. включение в арендную плату за офисные помещения), в 9% случаев — бесплатно, в остальных применяется комбинированная схема.

Средняя стоимость парковочного места на уличной или внутридворовой парковке стоит в среднем 5 000–7 000 руб./

мес., в центральных районах стоимость достигает 15 000 руб./мес. Стоимость машино-места во встроеном, полуглубленном или многоэтажном паркинге в среднем составляет 6 000–8 000 руб., в центральных районах достигает 15 500 руб. в месяц.

Алексей Федоров, директор отдела офисных помещений компании Maris Properties in Association with CB Richard Ellis, при этом отмечает: «Паркинг в БЦ обладает интересной особенностью — все арендаторы на первой встрече требуют наличия большого количества парковочных мест. Но по факту далеко не все готовы платить за эти машино-места, поэтому во многих случаях значительная часть парковки остается невыкупленной. Поэтому мы рекомендуем девелоперам не упирать на дорожную подземную парковку и по максимуму использовать открытую площадку, если есть такая возможность».

По мнению Алексея Федорова, гораздо больше на цену влияет не тип паркинга, а локация объекта — можно найти варианты и открытой стоянки по 15 000 руб., и подземной — по 3 000 руб. «В некоторых случаях парковка используется как разменная монета в маркетинге и в переговорах: «Да, арендная ставка у нас на 50 руб. выше, чем у наших конкурентов, но мы же даем еще два парковочных места бесплатно». Как правило, необходимость платить за парковку не является для арендаторов чем-то пугающим, за эту услугу клиенты готовы платить. Да, практика оплаты парковки применяется и на развитых рынках», — говорит господин Федоров.

Ирина Солонова, директор департамента консалтинга

GVA Sawyer в Санкт-Петербурге, говорит, что в последнее время некоторые бизнес-центры отказывались от платы за парковку. В условиях кризиса управляющие предпочитали давать дополнительные бонусы арендаторам, нежели снижать напрямую ставки аренды. И в качестве дополнительного бонуса очень часто шло бесплатное парковочное место (или несколько). «Сейчас ситуация изменилась, ставки аренды достаточно серьезно упали, и стало понятно, что для удержания арендаторов и для привлечения новых необходимо снижение именно ставок. И большинство бизнес-центров идут на это. Поэтому для компенсации затрат и возвращается плата за парковку, — говорит госпожа Солонова. — Думаю, что отказ от бесплатной парковки не может отпугнуть арендаторов, ведь всегда есть возможность не оплачивать ее, а искать паркинг на ближайших улицах, что сейчас часто и происходит».

Екатерина Марковец говорит, что поскольку развитого рынка купли-продажи бизнес-центров в Санкт-Петербурге нет, то и выявить какую-то статистику по поводу увеличения стоимости бизнес-центра за счет парковки тоже невозможно. «Удивительно то, что если у бизнес-центра, выставленного на продажу, есть большая открытая парковка, то большинство продавцов объектов при формировании цены объекта предполагает возможность последующей застройки данной парковки вторым корпусом со встроеным паркингом. И до кризиса это также нормально воспринималось потенциальными покупателями объектов», — говорит госпожа Марковец.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Дефицитные метры и неутешительные прогнозы

Падая целый год, цены на недвижимость в начале осени замерли в ожидании новостей. Правда, новости эти в большинстве своем слабо утешительные, кризисный год, скорее всего, вызовет дефицит ликвидного жилья на рынке, что неизбежно заставит цены постепенно отвоюывать потерянные высоты. Дешевое жилье закончилось.

Рынок недвижимости в Петербурге начал падать в октябре 2008 года. За это время в рублях, по данным аналитической группы «БН», первичный рынок потерял почти 21%, а вторичный и все 26%. В долларовом исчислении с 1 октября 2008 года цены упали более чем на треть. Несмотря на это, говорить о том, что сбылись мрачные декабрьские прогнозы и рынок умер, нельзя. Как говорят эксперты, сейчас на рынке присутствуют два тренда: потенциальные покупатели еще надеются на снижение цен, а продавцы уже не готовы дальше идти на уступки. Но, тем не менее, консенсус хоть и тяжело, но находится.

Если оценить состояние на рынке в целом, то сейчас мы проходим стадию стагнации, говорят участники рынка. Это не так плохо. Но рынок не мертвый, он живет, особенно в секторе эконом-класса, подчеркивают они. Последний год на рынке наблюдается приличная разница между ожиданиями продавцов и ожиданиями покупателей. Продавцы хотят продать свои объекты на 20–50% выше цены реальных сделок. Покупатели, наоборот, хотят купить объекты на 15–25% ниже цены реальных сделок. Но с течением времени, по сравнению с ситуацией на январь-февраль, ожидания продавцов и покупателей все больше сближаются. Причем последние два месяца тренд не в пользу покупателя. Все больше экспертов прогнозируют, что цены на недвижимость после годового падения опять будут расти. Причем основная причина — грядущий дефицит жилья.

Первые ласточки уже есть: ряд компаний, например «Лидер-групп» и «Лен-СпецСМУ», официально объявили о том, что поднимают цены на свои строящиеся объекты.

Ускорение дефицита

В прошлом году за первое полугодие в Петербурге было введено в эксплуатацию 820,8 тысяч квадратных метров, а в этом — только 778,5 тысяч. Пока спад невелик, чуть больше 5%, но нужно учитывать, что сейчас сдаются те дома, которые начинали строить в докризисное время.

В дальнейшем жилья будет сдаваться все меньше и меньше, основное падение специалисты прогнозируют в 2011–2012 годах. Одна из причин — это «вставшие» стройки. Уже сейчас, по данным экспертов, в Северной столице полностью заморожено около 15–20% рынка строящегося жилья. Как рассказал начальник Службы госстройнадзора и экспертизы Санкт-Петербурга Александр Орт, в первом квартале этого года его служба получила 14 официальных извещений о прекращении строительных работ на объектах. Однако реальное число «замороженных» строек больше, потому что на многих площадках работы хоть и не прекратились совсем, но идут крайне медленно. По данным участников рынка, практически полностью работы прекращены на 100 объектах, из-за чего под вопросом оказалось строительство около миллиона квадратных метров жилья. «И если в 2010 году предполагаемые объемы ввода жилья сохраняются по инерции, поскольку эти объекты были запущены до кризиса, то уже с 2011 года в Петербурге будет нарастать дефицит жилья», — говорит президент Ассоциации строительного промышленного комплекса Северо-Запада Максим Шубарев. Всего, по мнению экспертов, в Санкт-Петербурге отложенный спрос на жилье уже к концу 2009 года может составить 1 млн кв. м.



Жилой комплекс «Лондон Парк»



Дом на бульваре Новаторов

Дефицит предложения на рынке недвижимости ощущается уже сейчас. К примеру, у одного из крупнейших игроков на рынке Петербурга, Компании ЛЭК, на готовых объектах осталось всего несколько квартир — в доме рядом с Московским проспектом и в жилом комплексе на Ленинском проспекте, но все они площадью более 100 квадратных метров. Наиболее востребованы однокомнатные и двухкомнатные квартиры, поэтому у всех застройщиков их осталось совсем мало. И это при том, что только ЛЭК до конца 2009 года планирует заселить 10 объектов, в числе которых три жилых комплекса: «Серебряные зеркала», «Монпелье-Зир», жилой комплекс «Золотая долина», 7-й корпус. Новоселье встретят жители домов на улицах Турку, Софийской, на пересечении улицы Бухарестская и про-

спекта Славы, домов на улице Ленской, на Серебристом бульваре, на пересечении улицы Ушинского и Луначарского пр. «Сейчас мы строим только те объекты, которые были начаты до кризиса. Их мы, разумеется, достроим. Те же, которые не начинали, мы не торопимся сейчас запустить. Каждый год мы закладывали не менее 100 тыс. кв. м, но в этом году не будет ни одного нового объекта. Мы только готовим документацию», говорит руководитель Компании ЛЭК Павел Андреев. Такая же ситуация и у других участников рынка, что не прибавляет оптимизма тем, кто нуждается в улучшении жилищных условий и уже сейчас ощущает дефицит предложения ликвидного жилья.

«Цены на квартиры уже достигли своего дна, и, учитывая отложенный спрос и скудность предложения на рын-



Жилой комплекс «Империя»

ке, они будут только расти», — уверен Павел Андреев.

Дорогой 214

Еще одной причиной для будущего роста цен строители называют кампанию по переводу всех застройщиков на работу по 214-му закону. Как всегда, благое намерение оказалось дорогой если пока не в ад, то к повышению цен уж точно. Власти, увидев кризис, решили предотвратить появление обманутых дольщиков. Но власти почему-то не обратили внимание, что такие проблемы в подавляющем большинстве происходили у компаний строящих один-два дома. Чаще всего эта была ситуация, когда люди начали в первый раз что-то строить, им казалось, что это простой рынок, где можно хорошо заработать, но в итоге компания рушилась. Крупные игроки уже показали, что они умеют работать, и для их клиентов нет принципиальной разницы, по 214-му закону работает компания или по предварительным договорам. Однако, «закон суров, но он закон». И большинство застройщиков согласовали планы по переводу.

«Нам, чтобы перевести на работу по 214 закону все объекты, необходимо подготовить достаточно большой объем документации: график перехода мы предоставили в Смольный. Но дольщики все равно начали волноваться. Пресса сделала свое дело. Тогда мы решили пойти навстречу клиентам и до перехода на 214-й при их желании переоформить договоры с компанией-агентом на компанию, которая находится в группе ЛЭК. Меня стали спрашивать: это же тоже предварительные договоры? Да, конечно,

просто без участия агента. Чтобы еще больше успокоить клиентов, мы вообще купили агента — компанию Г.С.К. Теперь она так же входит в группу ЛЭК. Хотя мы изначально всем гарантировали, и это написано в договоре, что по агентским договорам отвечает непосредственно Застройщик — Компания ЛЭК», говорит Павел Андреев.

К сожалению, любые согласования любой новой документацией влекут за собой новые затраты. По словам участников рынка, минимум, который приходится тратить на переослаивания, обойдется застройщикам в 5–12% от общей сметной стоимости строительства. И неизбежно они отразятся на цене квадратного метра.

«Одновременно с этим шагом цены на квартиры в комплексе автоматически будут подняты. И так будет происходить с каждым строящимся объектом компании — переход на 214-й закон, вызовет повышение цен», — говорит один из застройщиков.

Осенний прогноз

Большинство участников рынка считают, что ждать дальнейшего снижения неразумно: либо цены вновь начнут расти в связи с дефицитом, либо ниже рынка можно будет купить только то, что никогда не будет достроено. И если участников рынка еще можно заподозрить в пристрастности, то губернатор Петербурга — фигура явно незаинтересованная. Но и она на заседании правительства еще в начале августа предупредила: «Граждане, которые ожидают, что цены на рынке жилья еще упадут,

ошибаются, и потом они будут виноваты сами», — заявила Валентина Матвиенко на заседании правительства города. — Строительные компании практически не создают новых проектов, что, естественно, приведет к дисбалансу спроса и предложения по жилью. А дисбаланс, в свою очередь, приведет к росту цен».

«Я оптимист и верю в лучшее. Тем более, что я помню, какая тяжелая была ситуация в 1998 году. Казалось, что все рухнет. Начало кризиса, как вы помните, было в августе, и только в апреле-мае рынок пошел вверх. У меня осталось в памяти, что в октябре 1998 года мы продали всего лишь пять квартир. Очень мало даже для маленькой компании.

Сейчас же ситуация не ухудшается, и это уже хорошо. Я стараюсь следить за ситуацией в Америке, поскольку кризис отсюда начался, и теоретически, оттуда должен и закончиться. Последние данные вселяют осторожный оптимизм — сделки с недвижимостью пошли в рост. Хотя по-прежнему ситуацию прогнозировать сложно. И я не верю ни одному гуру, который что-то сейчас обещает. Никто из них явно не готов поставить свои собственные деньги на эти прогнозы. Главное же в строительстве, да и в экономике в целом — не паниковать, ведь продажи напрямую зависят от доверия клиентов. И, как мне кажется, люди сейчас, после девяти месяцев кризиса, как раз начинают понимать — уж паниковать точно нет смысла. Жить, оказывается, можно и нужно. А значит можно двигаться вперед. Такие мысли и есть начало выхода из кризиса», — говорит Павел Андреев.



Жилой комплекс «Серебряные зеркала» на Малой Монашней улице

коммерческая недвижимость

Деловой туризм в далекой перспективе

Городу не хватает специализированных площадок

конгресс-холлы

Попытки властей Петербурга придать городу имидж не только культурной столицы, но и центра делового туризма пока больших результатов не приносят. По данным экспертов, на сегодняшний день в Петербурге насчитывается 108 объектов, которые предоставляют услуги по проведению конференций. Однако специализированных конгресс-центров, которые отвечали бы международным требованиям, в городе до сих пор нет.

Большинство конференций, симпозиумов и форумов проводится на неспециализированных площадках. По данным компании Maris Properties in Association with CB Richard Ellis, почти половина (44%) конференц-залов Петербурга приходится на отели, 25% расположены во дворцах и музеях, 14% помещений предоставляют научные учреждения. Оставшиеся 17% — это конференц-залы в торговых и бизнес-центрах, концертных залах и спортивно-выставочных комплексах. Под специализированными конгресс-площадками в городе понимаются выставочные центры, предлагающие помещения как для проведения выставок, так и для деловых мероприятий. Наиболее крупный из них — Ленэкспо, конференц-зал которого может вместить около 2 800 человек. За ним следуют помещения на 1000 мест Международного центра делового сотрудничества на площади Пролетарской Диктатуры и Выставочного центра Северо-Запада на площади Победы.

Грандиозные замыслы

Для проведения крупномасштабных мероприятий, таких как Петербургский экономический форум, Международный банковский конгресс, форум «Российский промышленник» необходимы залы более объемного формата. По международным стандартам, вместимость конгресс-центра не должна быть ниже 5–10 тысяч человек. Однако девелоперы даже в докризисный период старались не связывать свои планы со строительством объектов для индустрии встреч.



По международным стандартам, вместимость конгресс-центра не должна быть ниже 5–10 тысяч человек. Существующие в Петербурге площадки в несколько раз меньше

Проблема в том, что деловой туризм в Петербурге, как и все прочие туристические направления, носит сезонный характер. По данным компании Colliers International, «высокий сезон», то есть время наибольшего спроса на конференц-услуги, приходится на период с марта по июнь и с сентября по декабрь. Остальное время конгрессные помещения простаивают, не принося никакой прибыли. По мнению консультанта отдела консалтинга и оценки компании Maris Properties in Association with CB Richard Ellis Натальи Киреевой, строительство отдельного крупного конгресс-центра очень рискованно, особенно в условиях кризиса. «На мой взгляд, наиболее интересен вариант связи конгресс-холла с выставочным центром, — считает эксперт. — При этом большим преимуществом станет наличие гостиницы. Не помешает и офисная составляющая. Но даже в случае реализации проекта в составе подобного многофункционального комплекса срок его окупаемости может составить 10–12 лет».

Тем не менее до кризиса был заявлен целый ряд крупных проектов. Крупнейшими конгрессно-выставочными центрами должны стать конгресс-центр «Пулковский» при выставочном комплексе «Экспофорум», площадью более 100 тыс. кв. м, рассчитанный на 4 000 человек, конгрессно-выставочный комплекс в Кудрово на 3 500 мест и конгресс-холл «Константиновский», площадью более 90 тыс. кв. м и вместимостью 2 500 человек. Кроме того, в 2008 году венгерский девелопер TriGranit Development Corporation обновил свои планы по развитию территории Бадаевских складов, в рамках которых было задумано строительство грандиознейшего по своим масштабам конгресс-центра. Создание конгресс-холла в Сестрорецке также планировала группа компаний «Осло Марин», а конгресс-отели высокого класса намеревались возвести девелоперская компания «Соломон» и московский «Центр международной торговли». (Окончание на стр. 23)

Бренд — ничто, услуга — все

Мелкие телеком-компании теснят крупных игроков

связь

Кризис оказал благотворное влияние на рынок телекоммуникационных услуг. Обострившаяся конкуренция, появление новых компаний с ценами ниже рыночных заставили операторов стать более изобретательными. Удерживать и привлекать клиентов телеком-компаний, как представители сферы высоких технологий, стали не только скидками, но и техническими новинками, позволяющими оптимизировать затраты на связь.

При работе телеком-компаний с арендаторами бизнес-центров очень важно, какие отношения складываются с администрацией этого объекта. Желание арендатора подключиться к определенному оператору и получать от него определенный набор услуг связи не всегда гарантирует, что это получится. «Владельцы или управляющая компания объекта могут быть против работы именно этой телекоммуникационной компании на своей территории», — рассказал Андрей Лук, генеральный директор ООО «ОБИТ». Впрочем, сейчас в этом отношении становится проще работать, отмечают эксперты. В условиях кризиса арендодатели стали крепче держаться за своих арендаторов и готовы прислушиваться к их пожеланиям. Многие бизнес-центры, работавшие по эксклюзивным схемам с одним оператором, теперь пускают на свою территорию и других игроков. «Сегодня в большей части бизнес-центров присутствует несколько операторов. Это связано с желанием управляющих компаний предоставлять арендаторам возможность выбора, а также повысить качество предоставляемых услуг и снизить тарифы за счет здоровой конкуренции между операторами», — отмечают в компании «Петерстар». По оценкам компании, 20% бизнес-центров в городе являются эксклюзивными БЦ одного оператора. «При этом нужно отметить, что операторы чаще всего становятся эксклюзивными в тех или иных бизнес-центрах, когда берут на себя строительство и обслуживание местной сети», — пояснили в компании «Петерстар».

Арендаторы выбирают минимум

Сами арендаторы в кризис стали более требовательны и тщательнее выбирают поставщика услуг связи, отмечают игроки рынка. Основоположающим фактором является не просто низкая цена, а оптимальное соотношение цена-качество. Самые востребованные услуги у арендаторов бизнес-центров по-прежнему — фиксированная телефония и скоростной Интернет. Отношение к ценам напрямую зависит от уровня компании. «Если компания маленькая, то фактор цены, безусловно, будет решающим при выборе оператора. Для



Телеком-компании сегодня готовы не только оптимизировать затраты клиентов, но и помочь им с переездом в новый офис. Например, некоторые фирмы предлагают своим абонентам базу данных по наличию свободных площадей и арендным ставкам на территориях их партнеров

компаний покрупнее к вопросу цены добавляются вопросы качества услуг, возможности масштабирования, сервиса», — рассказал Антон Виноградов, коммерческий директор ЗАО «Северен-Телеком».

Абоненты сейчас более заинтересованы в уменьшении объема услуг, либо в снижении тарифов, а не в модернизации своей существующей системы связи. «Например, многие клиенты сокращают количество телефонных линий, снижают тарифов, переходят на безлимитные тарифы Интернета, приобретают пакетные предложения, подключают дополнительные сервисы. Некоторые меняют технологии, переходя с аналоговых линий на каналы E1, NGN-решения, подключая виртуальный офис», — пояснила Виктория Тихонова, директор Санкт-Петербургского филиала «ВестКолл».

Антикризисные меры

Для удержания клиентов в кризис большинство операторов замораживают цены на свои услуги, хотя это и ведет к некоторому снижению их прибыли. Однако сегодня сохранить лояльность своих абонентов — более важная задача. Операторы не скупаются на разные способы удержания своих клиентов и привлечения новых. Это и пакетные предложения, и различные скидки на подключение, и абонентские платежи, и индивидуально разрабатываемые тарифные планы, скидки и схемы расщечек. Например, абонентам «Петерстар» в бизнес-центрах предоставляется также бесплатное подключение безлимитных

каналов доступа в Интернет. Во многих бизнес-центрах арендаторам предоставляется возможность пользоваться услугами АТС «Петерстар» для нужд своей компании: внутренний номер, переадресация, конференц-связь. Помимо этого, «Петерстар» предложила клиентам линейку новых сервисов. К ним относятся: «ТелеШеф» (возможность совершать звонки, используя свой офисный телефонный номер с помощью компьютера из любого места, где есть Интернет, заказывать соединения и конференции), «Видеонаблюдение» (возможность видеонаблюдения с высоким разрешением через Интернет с использованием компьютера или мобильного телефона 3G), а также услуги ЦОД (обеспечение доступности и безопасности ИТ-инфраструктуры клиента, резервирование информации, аренда стоек и стоечного пространства, площади под стойки). Изменился и подход к ценам — они стали гибче. Сегодня для клиентов «Петерстар» возможно точечное изменение тарифов в определенных БЦ в зависимости от ситуации. В случае подключения услуг «Петерстар» при переходе с другого провайдера, компания не взимает установочные платежи.

ЗАО «Северен-Телеком» в кризис сосредоточило свои усилия на другом направлении — услуги на сервисной платформе, в первую очередь «Виртуальный офис». «Особенно востребованной эта услуга оказалась для компаний, которые по тем или иным причинам отказались от офиса, но работу не прекратили», — объяснил

Антон Виноградов. Кстати, пришлось и дополнительные сервисы — Fax-To-Email, Email-To-Fax, виртуальные АТС. Еще одна новинка от телеком-компаний — аренда ИТ-инфраструктуры (серверов и программного обеспечения). Услуга позволяет клиентам избежать больших затрат на создание ИТ-инфраструктуры.

На повестке дня для клиентов — анализ ситуации и консалтинг по возможностям оптимизации издержек при сохранении уровня качества. Клиенты «Гарс Телеком», к примеру, в кризис активно пользуются услугой аудита телекоммуникационной системы клиента. «Система позволяет детально проанализировать затраты на телеком и, последовав рекомендациям аудитора, оптимизировать издержки», — рассказал Захар Вальков, управляющий директор «Гарс Телеком Северо-Запад».

Телеком-компания сегодня готова не только оптимизировать затраты клиентов, предложить выгодные новинки и пакеты услуг, но и помочь с переездом в новый офис. Компания «ВестКолл» предлагает своим абонентам базу данных по наличию свободных площадей и арендным ставкам на территориях их партнеров. «С одной стороны, это позволяет клиенту быстро найти нужное предложение и оперативно сменить офис без перерывов в связи. С другой стороны, позволяет нашим партнерам — собственникам территорий — увеличить заполняемость своих площадей в текущей ситуации», — пояснила Виктория Тихонова.

Гонка на выживание

Расклад сил на рынке телекоммуникаций глобально не поменялся, но конкуренция заметно обострилась. Операторы ведут борьбу за каждого клиента всеми возможными способами — от предоставления дополнительных услуг до увеличения скорости реагирования на запросы клиента. «Дополнительную конкуренцию в Интернет наряду с невысокой абонентской платой, а также возможностью пользоваться услугой, независимо от физического местонахождения абонента», — прокомментировали в компании «Петерстар».

Операторы отмечают печальный факт — значимость бренда в кризис снижается. На первом плане сегодня — цена на услуги. «Особенно это касается арендаторов БЦ классов В и С. Отсюда и появление большого количества мелких, «карманных» операторов, у которых нет «имени», но есть очень низкие цены», — сетует Захар Вальков. Но в БЦ классов А и В+ крупные операторы сохраняют свои позиции, так как у таких клиентов более серьезные задачи в части телекома. Уровень ответственности и технологическая сложность таких решений не по силам мелкому оператору.

Крупные компании, по-прежнему удерживающие свои позиции на рынке, начинают испытывать конкуренцию со стороны не только демпингу-

ющих небольших компаний, но и телеком-компаний на аутсорсинге. По мнению Александра Кунькова, руководителя компании, осуществляющей техническое обеспечение деловой зоны «Кондратьевский квартал», сильную конкуренцию составляет предоставление беспроводного доступа в Интернет со стороны компании «СтарТел» (Yota).

Клиенты чаще используют аутсорсинговые компании в качестве основного сервиса по этому направлению. Многие переходят с договоров на основе ежемесячной оплаты на договоры с оплатой по факту выполненных работ.

Некоторые операторы сократили работу с новыми объектами, так как это требует значительных инвестиций, сообщают эксперты. «Однако это ослабление конкуренции уравнилось тем, что многие операторы, работавшие ранее только с физическими лицами, теперь пришли в корпоративный сегмент», — рассказал Андрей Лук. В любом случае, об изменении позиций и расклада сил на телекоммуникационном рынке можно будет говорить не раньше конца 2009 года.

Кризис — двигатель прогресса

Под влияние кризиса попали не только различные сферы бизнеса, но и взаимоотношения самих участников рынка. «С уверенностью можно говорить о том, что сформированы новые правила межоператорских отношений, отношений „собственник — арендатор“, „оператор — абонент“, „оператор — собственник“, — комментирует Виктория Тихонова. По сути — формируется новая конкурентная среда, новый рынок. И грядущие изменения игроки рынка оценивают положительно. Кризис дал определенный толчок индустрии. «Очевидно, что из-за обострившейся конкуренции все операторы стремятся разрабатывать и внедрять новые решения, предлагать клиенту все более и более совершенные технологические услуги», — уверен Антон Виноградов. Так что в обозримом будущем компании, работающие в бизнес-центрах, смогут серьезно продвинуться в плане внедрения новых технологий. Плюс экономичность ряда решений, которые можно получить как услуги, позволит приступить к внедрению инноваций, которые раньше были недоступны по причине высокой стоимости.

В ближайшее время игроки ожидают возвращения к докризисному темпу роста телекоммуникационного рынка. «В кризис рост не прекращался, он замедлился. Скорее всего, со стабилизацией экономической ситуации эта тенденция в скором времени должна исчезнуть», — полагает Андрей Лук.

ДАРЬЯ КАРАМЫШЕВА

ЭНЕРГО
ЛОГИСТИК

Логистический терминал класса А
Московское шоссе, д. 235,
5 км от КАД
Тел. +7 812 459 97 95,
тел./факс 459 97 93
www.energo-logistic.ru

ЭНЕРГО
ЛОГИСТИК

ZPL логистический оператор

СУХОЕ ХРАНЕНИЕ

ТРАНСПОРТНЫЕ УСЛУГИ

АРЕНДА ОФИСОВ

ОТВЕТСТВЕННОЕ ХРАНЕНИЕ ГРУЗОВ

СТРАХОВОЕ ОБЩЕСТВО «РОССИЯ» ПРИНИМАЕТ НА СТРАХОВАНИЕ:

- ♦ ВАШУ КВАРТИРУ, ДОМ ИЛИ ДАЧУ
- ♦ ОТДЕЛКУ И ОБОРУДОВАНИЕ
- ♦ ДОМАШНЕЕ ИМУЩЕСТВО, ЦЕННЫЕ ПРЕДМЕТЫ

А ТАКЖЕ

- ♦ ГРАЖДАНСКУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРИ ЭКСПЛУАТАЦИИ ОБЪЕКТОВ НЕАВИДИМОСТИ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, УЛИЦА ЛИВЕНСКАЯ, ДОМ 3
(812) 336 3467, 336 3030

г. АРХАНГЕЛЬСК, ул. ПОМОРСКАЯ, д. 2, (8182) 20 15 79
г. ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД, ул. ГАЗОН, д. 7/1, (8162) 73 84 84
г. ВОЛОГДА, ул. ГЕРШЕНА, д. 56, (8172) 72 32 70, 72 31 71
г. КАЛИНИНГРАД, пр. МОСКОВСКИЙ, д. 50, (4012) 72 15 50, 72 15 55
г. МУРМАНСК, ул. ПРОФСОЮЗОВ, д. 24, (8152) 45 12 34, 45 44 73, 47-65-82
г. ПЕТРОЗАВОДСК, ул. ДЗЕРЖИНСКОГО, д. 3, (8142) 76 50 06, 76 30 36
г. ПСКОВ, ОКТЯБРЬСКИЙ пр., д. 50, к. 1 (3 этаж), (8112) 79 35 07, 79 35 08
г. СЫКТЫВКАР, ул. ПЕРВОМАЙСКАЯ, д. 70, (8212) 24 46 76, 44 77 74

РОССИЯ ВСЕГДА С ТОБОЙ
WWW.ROS.RU

коммерческая недвижимость

Складская инерция

подпортила финансовые показатели владельцев логистических комплексов

ЛОГИСТИКА

За последний год в Петербурге было введено в строй около 600 тыс. кв. метров новой складской недвижимости. В условиях падения деловой активности для участников рынка эта цифра стала роковой — предложение перенасыщено, заполняемость складов, по некоторым данным, составляет 35%, что ведет к тому, что владельцы складов вынуждены балансировать на грани убыточности. Если до кризиса средний срок окупаемости складского комплекса класса А составлял примерно 7 лет, то сейчас срок окупаемости таких объектов увеличивается как минимум до 10–12 лет, а иногда доходит и до 16 лет. В ближайшее время появления новых проектов никто не ожидает — в лучшем случае будут завершаться проекты, начатые до 2008 года.

Развивающийся экономический кризис привел к сокращению товарооборота и объема грузоперевозок и тем самым — к снижению объемов складских запасов. Арендаторы, пытаясь оптимизировать расходы, стремятся к сокращению занимаемых площадей и ищут более гибкие условия аренды.

Директор по консалтингу и оценке NAI Besar Игорь Лучков считает, что на рынке логистических комплексов отражается как сокращение производства, так и сокращение оборота торговых сетей, которые снизились примерно в одинаковой пропорции. «Например, объем грузоперевозок через порт снизился в кризис в два раза. Соответственно на 40–50% сократился грузооборот на логистических комплексах, что влияет и на количество арендаторов и на снижение арендной ставки. Арендные ставки же в среднем по рынку снизились на 20–30% в рублях», — говорит он.

До кризиса предполагалось, что в 2010 году будет введено еще около 600 тыс. кв. м качественных складских площадей, предназначенных для сдачи в аренду. К настоящему моменту от этих планов не осталось ничего. Все, что будет введено в 2010 году, будет являться проектами, которые планировались к вводу еще в 2009 году, но не были завер-

шены. Евгения Васильева, заместитель директора департамента консалтинга Colliers International говорит, что самой громкой «заморозкой» среди складских проектов в начале апреля 2009 стало заявление компании «Евразия Логистикс» — она объявила о приостановке строительства логистического парка «Колпино», одного из крупнейших логистических парков класса А в Санкт-Петербурге и Ленобласти. По словам госпожи Васильевой, сейчас, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, темпы ввода новых площадей снизились более чем в два раза.

Слабое место

Директор департамента оценки NAI Besar Александр Филиппов говорит, что кризис ударил по складскому рынку недвижимости сильнее всего. Традиционно наиболее высокой окупаемостью характеризовались объекты жилой недвижимости. Из коммерческой недвижимости наиболее окупаемыми всегда были офисные объекты. До кризиса ощущалась неудовлетворенность в сегменте высококачественных складских объектов. В целом же рынок, который за четыре года вырос в 14 раз (только за 2008 год было введено 10 складских комплексов общей площадью 491 тыс. кв. метров), был близок к насыщению. Кризис существенно сократил и переориентировал спрос на более дешевый сегмент. Сокращение объемов производства и оборотов торговых сетей привело к тому, что долларовые цены на складские помещения снизились на 50%. Несовременные объекты собственники готовы сдать практически за любые деньги, лишь бы помещения не простаивали. Соответственно, в два раза выросла окупаемость складов. Если раньше средняя окупаемость складского объекта была на уровне 8 лет, то теперь речь идет о 16 годах.

Директор компании «Энерго логистик» Азат Григорьян говорит, что начиная с осени 2008 года практически все компании (производители, трейдеры, дистрибьюторы, торговые сети — все, что является потенциальным заказчиком услуг складской

и транспортной логистики), стали резко сворачивать свои программы развития и начали экономить на издержках. По его мнению, часто это происходило под влиянием паники, не очень обдуманно.

Господин Григорьян констатирует, что в регионе продолжается снижение объемов производства и грузооборота, что влечет за собой сохранение рекордно низкой активности на рынке складской недвижимости и не способствует восстановлению прежних объемов спроса (без учета традиционной сезонной активности перед новогодними праздниками).

Вместе с падением грузооборота в 2009 году наблюдался прирост новых площадей класса А и В, по данным агентства Knight Frank, к концу первого полугодия текущего года объем существующих на рынке качественных складских площадей класса А и В, предназначенных для аренды и оказания услуг, составил более 1 млн кв. м.

Прирост новых качественных складских площадей с начала года составил 600 000 кв. метров по сравнению с аналогичным периодом 2008 года (во втором полугодии 2008 года парк складов удвоился — прирост составил 500 000 кв. м, а в первом полугодии 2009 года введено еще 100 000 кв. м). И это без учета площадей, вводимых для собственных нужд компаний, которые тоже могли оказаться не загруженными полностью. «Эти факты объясняют падение ставок по сравнению с предыдущим периодом. По сравнению с первым полугодием прошлого года ставки аренды на складские помещения класса А снизились по разным данным в 1,3–1,5 раза, — констатирует господин Григорьян. — Ставки на услуги ответственного хранения, по нашим данным, в среднем упали процентов на 30. Причем стоимость погрузо-разгрузочных работ «пострадала» меньше — на 10–15 процентов».

Он считает, что клиенты стали «заказывать музыку» на рынке логистических услуг, что определило существенное снижение ставок, иногда доходящее до 40% от уровня первой половины 2008 года. В качестве примера господин Григорьян приводит стои-

мость хранения стандартного европаллета на складах класса А (0,8х1,2 и высотой не более 1,7 метра). До кризиса это стоило в среднем 12–14 рублей в сутки и без НДС, а уже зимой и весной 2009 года цена упала до 7–8 рублей.

Снижение ставок повлекло за собой сокращение доходов и стало первым фактором, влияющим на срок окупаемости объекта. Вторым фактором стало увеличение пустующих складских площадей. По данным некоторых агентств недвижимости, заполняемость всех складов Петербурга составляет 30–35%. На фоне снизившихся ставок такой объем пустующих площадей заставляет владельцев балансировать на грани точки безубыточности, поскольку доходов с площадей при такой низкой заполняемости недостаточно даже для оплаты эксплуатационных расходов. «Мы полагаем, что ситуация в ближайшем полугода вряд ли существенно улучшится, несмотря на первые признаки оживления экономики. Способствовать этому будет то, что предложение на рынке логистических услуг будет превышать спрос. На рынке аренды складской недвижимости ситуация будет еще хуже, так как с рынка начали уходить некоторые западные логистические компании (например, «Таблджикс») или сокращать арендуемые площади, увеличивая таким образом объем неиспользуемых мощностей, в то время как для рынка логистических услуг частичный уход западных операторов на руку. Новые объекты в ближайшие годы строиться практически не будут (исключение — для собственных нужд), в том числе и потому, что налоговые стимулы для этого как не было, так и нет, рынок земли и инфраструктуры еще дорогатов, а чиновники барьеры являются последним весомым доводом при принятии решения — «пока не строить!». Это, конечно, может привести к определенному дефициту складских площадей, но не раньше чем в 2011 году. Таким образом, если до кризиса средний срок окупаемости складского комплекса класса А составлял примерно 7 лет, то сейчас можно сказать, что срок окупаемости таких объектов

увеличивается как минимум на 10–12 лет», — прогнозирует господин Григорьян.

Операторы на вилке

Екатерина Марковец, директор департамента консалтинга и оценки АРИН, говорит, что сегодня разница между заявленными и реальными арендными ставками доходит до 30%.

Вице-президент Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга и Ленобласти Павел Созинов говорит, что объем складских помещений в Петербурге сегодня составляет 5–6 млн кв. метров, из них не более четверти — высококлассные современные логистические комплексы. К застарелым проблемам рынка, помимо кризиса, господин Созинов относит локальное размещение объектов. «Наибольшее количество действующих и строящихся складских комплексов традиционно сосредоточено на юге в районе Московского шоссе и в промзоне Шушары. На севере города — это Парнас и Парголово, из других направ-

лений — Кудрово, Горелово, Уткина Заводь. Новые объекты тяготеют к зонам, прилегающим к КАД. Когда будут реализованы все заявленные проекты, это может привести к транспортным проблемам», — отмечает Павел Созинов. Он говорит, что в последнее время снова возрос спрос на складские помещения более низких категорий — перестроенные или перепрофилированные помещения промпредприятий советского периода. «Связано это с тем, что они имеют ряд преимуществ — во-первых, рассредоточенность по городу, во-вторых, более низкие ставки. Однако и здесь заполняемость падает — до трети помещений пустует, о чем свидетельствует многократное увеличение наружной рекламы на объектах», — рассуждает господин Созинов.

Директор департамента оценки NAI Besar Александр Филиппов говорит, что несовременные объекты собственники готовы сдать практически за любые деньги, лишь бы помещения не простаивали. «Соответственно, в два раза выросла окупаемость складов. Если раньше средняя окупаемость складского объекта бы-

ла на уровне 8 лет, то теперь речь идет о 16 годах», — говорит он.

Евгения Васильева говорит, что предложение качественных складских помещений высокого класса в первом полугодии 2009 года увеличилось на 10% и составило около 1 050 тыс. кв. м (включая логистические комплексы и спекулятивные склады, не включая склады под собственные нужды и холодильные склады). По ее словам, до конца 2009 года к вводу планируется около 177 тыс. кв. м складских площадей, все вводимые площади заявлялись как класс А.

По словам госпожи Васильевой, снижению спроса на склады способствует и девальвации рубля: «Импорт становится все менее выгодным. Многие производственные компании рассматривают возможность размещения своих производств в Санкт-Петербурге. Как показывает наш опыт, спрос на индустриальные объекты сейчас превалирует над потребностью в складских площадях. Диапазон арендных ставок на качественные индустриальные площади составляет \$80–110 за кв. м в год» — отметила госпожа Васильева.

Владислав Фадеев, ведущий эксперт-аналитик GVA Sawуег, объясняет удручающее положение складского рынка тем, что он намного более инерционен, нежели другие рынки коммерческой недвижимости, поэтому реакции на нем происходят медленнее. «В ближайшем будущем возможно строительство лишь объектов built-to-suite или для собственных нужд компании. И середина 2009 года подчеркнула эту тенденцию. Из последних событий на рынке имеет смысл выделить заключение договора «Фоксзонн РУС» на аренду площадей у «Авалон логистикс» для организации производства. Это почти случай строительства built-to-suite, хотя речь идет об уже частично построенном комплексе (в настоящий момент построены две из трех очередей). Собственно, и ранее «Фоксзонн» планировал построить производственную площадку в формате built-to-suite, но в индустриальном парке «Колпино», — отметил господин Фадеев.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

СКЛАДЫ ЕВРОПЫ ДОСТИГЛИ ДНА

Объем инвестиций в складскую недвижимость в Европе в первой половине 2009 года снизился на 50%. Впрочем, как отмечают аналитики, активность инвесторов в этом направлении стала возрастать. Ставки доходности на рынке складской недвижимости находятся на грани стабилизации.

Согласно последнему отчету компании Jones Lang LaSalle о состоянии рынка складской недвижимости, рынок арендаторов ограничен слабыми экономическими показателями. Общий объем инвестиций в складскую недвижимость в Европе составил 2,2 миллиарда евро в первой половине 2009 года, что на 45% ниже объема, зафиксированного во втором полугодии 2008 года, и на 50% ниже объема первого полугодия 2008 года.

Крис Стейвли, глава отдела европейских инвестиционных рынков компании Jones Lang LaSalle говорит: «Несмотря на то, что в целом инвестиционная активность оставалась низкой в первом полугодии, во втором квартале объемы инвестиций стабилизировались, а настроения инвесторов улучшились более, чем это отражают объемы сделок. Полное восстановление зависит от кредитных рынков и рынка арендаторов, а они в ближайшее время останутся ослабленными. Однако мы ожидаем, что объемы сделок продолжат увеличиваться, а интересы инвесторов будут сосредоточены на небольшом предложении наиболее качественных активов на основных рынках».

Из-за сильной коррекции цен, которая началась еще в конце 2007 года, доля сделок на британском рынке складской недвижимости значительно увеличилась; объем инвестиций в складскую недвижимость в Великобритании в первом полугодии 2009 года составил половину от общеевропейского показателя. Однако на основных западноевропейских рынках объем сделок составил всего 750 миллионов евро — на 61% ниже показателя первого полугодия 2008 года и на 40% ниже показателя второго полугодия 2008 года. Самое значительное падение инвестиционной активности было зафиксировано в Германии, где объем оказался на 80% ниже показателя первого полугодия 2008 года и на 86% ниже показателя второго полугодия 2008 года.

Данные отчета Jones Lang LaSalle также показывают, что ставки доходности на рынке складской недвижимости находятся на грани стабилизации. Ставка капитализации в европейском секторе складской недвижимости составила 8%, вслед за ростом на 60 базисных пунктов (б. п.) в четвертом квартале 2008 года, 40 б. п. в первом квартале и 30 б. п. во втором квартале 2009 года.

Крис Стейвли добавил: «Рынок Великобритании стал первым, на котором было зафиксировано снижение ставки

капитализации. Это произошло из-за повышенной конкуренции за высококачественные активы. На нескольких рынках, в том числе на основных западноевропейских, ставки начинают приближаться к долгосрочным средним показателям, а некоторые рынки продолжают демонстрировать ставки капитализации ниже среднего показателя. Многие из этих рынков, особенно в Центральной, Южной и Восточной Европе, в последние годы пережили период бурного развития, и можно ожидать, что там ставки капитализации стабилизируются на уровне ниже своего среднего показателя».

Объем арендованных площадей на основных европейских складских рынках, проанализированных в отчете Jones Lang LaSalle, составил 4,7 миллиона кв. м в первом полугодии 2009 года. По сравнению с предыдущим полугодием, это на 28% ниже, а по сравнению с первым полугодием 2008 — ниже на 36%.

Учитывая спад спроса со стороны арендаторов и сложности с получением кредитов, девелоперская активность за последние 12 месяцев значительно снизилась. Тем не менее, по данным исследований Jones Lang LaSalle, объем площадей, введенных в эксплуатацию в первом полугодии 2009 года, составил 3,6 миллиона кв. м, что всего на 25% ниже, чем в предыдущем полугодии. По сравнению с существующим предложением, объем новых площадей, выводимых на рынок, оставался довольно большим в Польше и Чехии, благодаря новым проектам, строительство которых началось в 2008 году.

Александра Торноу (Alexandra Topnou), глава отдела складских и логистических исследований стран Европы, Ближнего Востока и Африки компании Jones Lang LaSalle, комментирует: «Хотя условия приобретения кредитов несколько упрощаются, развитие складской недвижимости по-прежнему страдает от финансовых ограничений. Ожидается, что уровень спроса останется ограниченным в ближайшие 12–18 месяцев, и это значительно сократит количество новых проектов».

Госпожа Торноу далее прогнозирует: «Тем не менее мы ожидаем, что благоприятные условия для арендаторов улучшат динамику спроса в 2010 году. Многие компании будут стараться занять площади, от которых они отказывались из-за нехватки средств. Более того, учитывая предпосылки роста ВВП в 2011 году, что повысит объем международной торговли, доля вакантных площадей может быстро сократиться. Девелоперам потребуется некоторое время на то, чтобы адекватно среагировать на растущий спрос, и ограниченная девелоперская активность может привести к краткосрочному дефициту складских площадей в 2011 году».

Валерий Грибанов

Обеспеченность городов складами, кв. м на 1 000 жителей

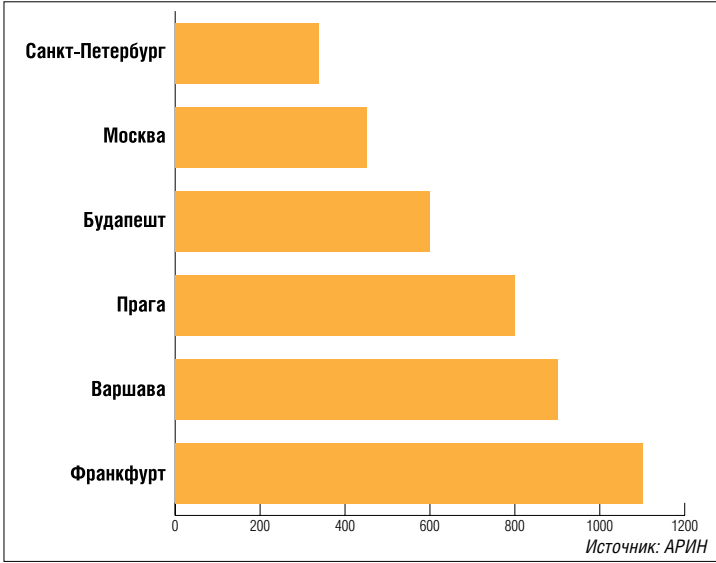


Таблица 1. Оборот розничной торговли Санкт-Петербурга

Показатель	Падение в январе-июне 2009 по сравнению с январем-июнем 2008, %
Оборот розничной торговли (в сопоставимых ценах)	6,60%
в том числе:	
Непродовольственные товары	7,20%
Пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия	5,60%
Источник: АРИН	

Таблица 2. Показатели падения грузооборота в Санкт-Петербурге

Тип транспорта	Падение в I квартале 2009 по сравнению с I кварталом 2008, %
железнодорожный	30,80%
автомобильный	40,70%
морской	25,30%
внутренний водный	12,20%
воздушный	8,50%
трубопроводный	20%
Источник: АРИН	

ПРОДАЖА И АРЕНДА

БИЗНЕС-ЦЕНТР
БИРЖЕВОЙ КОМПЛЕКС
В.О., 26-я линия, 15

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ УСЛОВИЯ
ПРИ 100%-ОЙ ОПЛАТЕ

■ Офисные помещения от 33 кв.м

■ Свободная планировка

■ Биржа, конференц-зал, комната переговоров

■ Удобная парковка

АРЕНДА

ТОРГОВО-ОФИСНЫЙ КОМПЛЕКС
НА РЕКЕ СМОЛЕНКЕ
В.О., наб. реки Смоленки, 33

■ Офисные помещения с полной отделкой от 24 кв.м

■ Торговые площади от 1200 кв.м

■ Подземный паркинг

■ Открытые террасы

ПРОДАЖА

БИЗНЕС-ЦЕНТР
КОЛОМЯЖСКИЙ ПР.

ИНВЕСТ. ПРОЕКТЫ

■ Площадь участка - 11 349 кв.м

■ Площадь здания - 67 876 кв.м

■ Разрешение на строительство

■ Нулевой цикл работ выполнен

■ Рядом станция метро «Пионерская»

ПРОДАЖА

БИЗНЕС-ЦЕНТР
БОГАТЫРСКИЙ ПР. 1/3

■ Площадь участка - 3 323 кв.м

■ Площадь здания - 19 950 кв.м

■ Разработана проектная документация

■ Рядом станция метро «Пионерская»

3АО ССМО «ЛенСпецСМУ» Реклам. Лиз. ГС-3-781-02-27-4-7802094588-026909-2 от 26.05.2008 г. (срок действия до 26.05.2013 г.). Выдана Федеральным агентством по стр-ву и жил. экон. застройку

СПб., Богатырский пр., 2
www.lenspecsmu.ru

380-0525

348-5160

коммерческая недвижимость

Плата за комфорт

Обеспеченность торговыми площадями испортила петербургскому бизнесу рентабельность

торговля

Рынок торговых центров был близок к насыщению уже в конце 2008 года. В кризисный период это принесло свои плоды. Сегодня заморожено строительство более миллиона кв. м торговых площадей, а новых проектов практически нет. Из-за высокой конкуренции девелоперы вынуждены идти на значительные уступки арендаторам.

Еще 3-4 года назад рейтинг сегментов коммерческой недвижимости по привлекательности выглядел следующим образом: первое место — торговые комплексы с окупаемостью 5-6 лет, второе место — офисные объекты с окупаемостью 6-7 лет и третье место — гостиничные объекты с окупаемостью 7-8 лет. Сегодня ситуация поменялась. «Торговые комплексы вынуждены конкурировать за арендаторов, увеличивать долю „якорей“ и развлекательной составляющей комплекса (т. е. долю площадей с низкими арендными ставками)», — говорит Андрей Тетяш, председатель совета директоров АРИН. Все это отрицательно сказалось на средней доходности и окупаемости торговых центров. В частности, срок окупаемости возрос до 10 лет. Вместе с тем для данного сегмента более чем для какого-либо важно местоположение. При условии удачного расположения комплекса (центр, рядом с метро, на крупной магистрали) доходность вложений в торговую недвижимость может быть достаточно высокой. Именно поэтому некоторые крупные торговые сети выбирают вариант расширения бизнеса в нынешних условиях, учитывая, что затраты на проекты минимум в два раза ниже, чем до кризиса.

Печальный рекорд

Петербург сегодня стоит в авангарде всей страны по обеспеченности современными торговыми площадями (т. е. крупноформатными ТЦ) на 1000 жителей. В Петербурге она в 1,5 раза выше, чем в Москве, а с регионами этот



Обеспеченность современными торговыми площадями на 1000 жителей в Петербурге в 1,5 раза выше, чем в Москве. Не говоря уже о других регионах. Однако сейчас такое обилие торговых центров плохо сказывается на их заполняемости

разрыв еще больше. В то же время в столице существенно выше среднедушевой доход, да и в целом населения намного больше. Таким образом, у нас выше удельная обеспеченность, но она потенциально не может давать такие же обороты, как в Москве. Объективно то, что и без кризиса далеко не все центры могли бы быть успешными. В Петербурге есть отдельные районы, которые перегружены торговыми центрами. Обеспеченность торговыми площадями превышает среднероссийскую показывать в Московском, Приморском, Выборгском, Невском и Адмиралтейском районах. И, конечно, те объекты, которые хуже расположены в каждом из них, проигрывают остальным.

Ставки аренды в торговых центрах упали в рублях на 30% в соответствии со снижением оборота. Многие девелоперы сегодня переходят с фиксированных ставок на процент от оборота. Естественно, что в таких условиях прежде всего страдают торговые центры с

неудачным расположением, низкой проходимостью, слабой профессиональной концепцией. «Нужно понимать, что более или менее справедливый уровень цен за аренду был примерно четыре года назад, а потом пошел чересчур быстрый рост. И как быстро арендные ставки росли в то время, так же быстро они снизились в кризисной ситуации», — комментирует Николай Казанский, генеральный директор Colliers International. Отток арендаторов из торговых комплексов сегодня замедлился и свелся к ротации. Часть операторов пересмотрела договоры аренды, другая — покинула свои помещения. В настоящий момент заполняемость качественных торговых центров, которых эксперты насчитывают 1,3 млн кв. м, находится на уровне 94%. Более того, в некоторых успешных торговых центрах до сих пор существуют листы ожидания. Вакантными, как правило, остаются неликвидные помещения.

Без новинок

Новых торговых проектов как таковых практически не появляются, говорят эксперты. За последнее время было заявлено о строительстве нескольких гипермаркетов и двух офисно-торговых комплексов в районе ст. м. Ладожская. Но проектирование этих комплексов еще не началось. Ожидается также укрупнение торгово-развлекательной зоны на пр. Энгельса, 154, за счет ввода второй очереди ТРК «Гранд Каньон». Следует отметить и торговый комплекс «Лето» на Московском шоссе, который еще усилит конкуренцию в зоне аэропорта Пулков. Совершенно новые проекты, которые сейчас разрабатываются, можно пересчитать по пальцам. По информации Сергея Федорова, исполнительного директора Praktis C & B, это ТЦ «Донк» в Белоострове и вторая очередь ТК «Сенная». Основная ставка в новых проектах делается на развлекательную составляющую, продуктовый ритейл, стоковые магазины. «Будут иметь успех торговые центры,

которые совместят операторов продуктового формата и развлекательную функцию и будут ориентированы на нужды потребителей какой-либо жилой зоны», — комментирует Игорь Лучков, директор по развитию Bescar Realty Group SPb.

Всего на конец июня 2009 года в Петербурге строительные работы ведутся в десятке проектов, совокупной площадью около 580 тыс. кв. м. Наиболее активно развивается Центральный район, где реализуются крупные торговые проекты, в настоящий момент не испытывающие трудности с финансированием (МФК «Стокманн Невский Центр» и ТРК Galeria). По словам аналитиков, появление первого суперрегионального торгового комплекса в центральной части города (ТРК Galeria общей площадью 193 тыс. кв. м) изменит географическую структуру рынка торговых центров Петербурга, и Центральный район выйдет в число лидеров как по количеству предложения в торговых центрах, так и по обеспеченности населения торговыми площадями.

С конца прошлого года девелоперы один за другим принимают решения о приостановке финансирования своих проектов. «Сегодня заморожено строительство более миллиона кв. м торговых площадей, из них около 300 тыс. кв. м на момент консервации находилось уже в стадии строительства», — говорит Николай Казанский. В текущих условиях девелопмент потерял свою привлекательность. Раньше при кредитных ставках в 10-15% и доходности 20-25% девелопер мог заработать с учетом левериджа 30-50% годовых, то теперь, когда стоимость денег составляет около 20%, а просеившие арендные ставки в состоянии обеспечить владельцу лишь 15%, строить невыгодно. Для активизации девелопмента необходимо, чтобы ставки по кредитам снизились в полтора-два раза, тогда можно будет ожидать «разморозки» проектов.

ДАРЬЯ КАРАМЫШЕВА

Накрылись крышкой стола

Новую мебель некуда ставить

смежный бизнес

Приостановка проектов в области жилого, офисного и торгового строительства оказывает существенное влияние и на смежные отрасли. Мебельный рынок в общероссийском масштабе за последние полгода стал тем сегментом, который ощутил на себе один из сильнейших ударов последствий экономического кризиса. Общее падение рынка составило в среднем около 40%.

Текущую ситуацию на мебельном рынке Санкт-Петербурга можно охарактеризовать как стабильно тяжелую. По словам аналитика УК «Финам менеджмент» Максима Клягина, на фоне негативных последствий финансового кризиса, прежде всего в части падения реальных доходов населения, рыночные риски компаний, оперирующих в секторе, безусловно, выросли. Снижение спроса, в первую очередь, проявляется как раз в различных группах непродовольственных товаров длительного пользования. И мебельный сектор не является исключением.

Дополнительный негативный фактор — дестабилизация рынка жилой недвижимости, активное развитие которого всегда выступало важным стимулятором роста мебельного рынка. Очевидно, что кризис на рынке продажи мебели имеет прямую взаимосвязь с ситуацией на рынке недвижимости. Сегодня здесь наблюдается отсутствие массового спроса и падение объемов нового строительства. Ухудшение конъюнктуры рынка в целом по России отразилось и в стратегиях его операторов, большинство из которых в разной степени скорректировали собственные планы дальнейшего развития на 2009 год.

В сфере продаж недвижимости в последний месяц наблюдаются положительные сдвиги, однако за примерами того, какой удар ощутил на себе производитель, далеко ходить не нужно. Например, по словам генерального директора «Первой мебельной фабрики» и торговой сети «Мебель-сити» Александра Шестакова, к октябрю 2009 года падение продаж

готовой продукции достигло 25% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Продажи ОАО «Севзапмебель» в Петербурге упали на 11%.

Кроме того, с девальвацией рубля в начале года возросла стоимость производственных издержек конечного продукта, так как многие комплектующие производятся за рубежом.

Первое серьезное падение объемов продаж мебели в Санкт-Петербурге произошло в марте и достигло 30%. Наряду с этим, сама продукция подорожала в среднем на 1,9%.

К маю уровень спада мебельного рынка по некоторым позициям составлял уже 50%. Генеральный директор Союза мебельщиков Северо-Запада Марина Лебедева заявила, что «сейчас на рынке временно наблюдается оживление, но говорить о скором изменении ситуации в лучшую сторону пока что не приходится». Аналогичное мнение высказал и Александр Шестаков, хотя и он, в свою очередь, оговорился в прогнозировании дальнейшего развития ситуации на рынке. Директор по маркетингу ОАО «Севзапмебель» Елена Хлопина заявила, что произошло формирование отложенного спроса на мебель, который сдерживается дефицитом платежеспособности у потребителей. Это отражается, в первую очередь, на падении продаж товаров экономкласса. В данном контексте на улучшение продаж может серьезно сказаться снижение арендных ставок в торговых центрах.

Вместе с тем, казалось бы, достаточно активный старт взял проект строительства мебели на промзоне Ржевка технопарка для размещения производственных мощностей петербургских производителей мебели.

Инициатор и организатор строительства мебельного технопарка, Союз мебельщиков Северо-Запада, претендует на присвоение проекту статуса стратегического, что позволит снизить издержки, прежде всего благодаря понижению арендных ставок. По заявлению Марины Лебедевой, проект по-прежнему получает поддержку правительства города и рассматривается в качестве одной

из наиболее приоритетных инвестиционных программ: «Изыскательские работы полностью завершены, и в настоящее время происходит согласование проекта планировки производственных площадей».

Госпожа Лебедева подтвердила наличие озвученных ранее договоренностей с финскими, итальянскими и немецкими инвесторами, однако в условиях кризиса на рынке активного притока иностранных инвестиций на развитие проекта пока что не ожидается. В связи с этим неясным остается вопрос об основных источниках финансирования столь дорогостоящего проекта, как и сроки его сдачи. На фоне общей ситуации на рынке можно предположить, что в настоящее время проект временно заморожен.

Не лучше дела обстоят и у иностранных импортеров на рынке. По оценкам экспертов, в настоящее время не наблюдается серьезного усиления их позиций. Традиционные конкуренты отечественных компаний, китайские, итальянские и испанские производители, пока что не совершили серьезного рывка вперед. Александр Шестаков заявил, что спад на рынке в равной степени затронул как местные компании, так и импортеров. К тому же стоит отметить, что зарубежная экспансия пока что вполне удается сдерживать благодаря тарифам на импорт. «Если текущая тарифная политика российского правительства будет последовательно реализовываться, то это сохранит спрос на отечественную продукцию», — отметил господин Шестаков. В противном случае давно прогнозируемое усиление иностранных игроков наверняка затронет и петербургский рынок мебели.

В среде крупных иностранных производителей мебели на рынке Петербурга определенные трудности испытывает и компания IKEA. В мае 2009 года в связи с подорожанием импорта и девальвацией рубля цены на продукцию IKEA выросли в среднем на 25%. Хотя, по заявлению пресс-службы компании, продажи в России продолжают стабильно расти, в том числе в магазинах IKEA в Санкт-Пе-

тербурге: «Пока мы фиксируем лишь незначительное снижение темпов этого роста, но он по-прежнему исчисляется двузначными цифрами».

На этом проблемы компании на отечественном рынке не заканчиваются. Уже в июне текущего года руководство регионального отделения компании в России и странах СНГ заявило о возможном приостановлении деятельности торговой сети и инвестиционных программ IKEA в нашей стране.

Пресс-служба IKEA предоставила комментарий Пера Кауфмана, генерального директора компании в России и СНГ. По словам Кауфмана, «причиной заявления экс-президента группы компаний IKEA Андерса Дальвига о приостановке инвестиционной программы IKEA в России является непредсказуемый характер административных процедур в ряде регионов России, в частности затянувшееся ожидание полного комплекта разрешительной документации, необходимой для открытия IKEA и „Меги“ в Самаре».

Все текущие проекты, финансирование по которым уже открыто, будут завершены. «Тем не менее до тех пор пока не решены ключевые вопросы, от которых зависит возможность работы IKEA в России, дальнейшие инвестиции будут временно приостановлены», — заявил Кауфман.

Максим Клягин отмечает: «Рынок DIY в России остается ненасыщенным и, на наш взгляд, по мере восстановления экономики, в частности темпов жилищного строительства, продолжит демонстрировать положительные темпы роста. Рынок остается привлекательным, и с этой точки зрения экспансия крупного иностранного оператора в России выглядит вполне логично». В данном контексте можно предположить, что заявления руководства IKEA могут быть либо излишне эмоциональными и преждевременными (что маловероятно), либо они направлены на провоцирование реакции рынка и дальнейшей корректировки собственной стратегии.

ДМИТРИЙ ПРИВЫЩУК

Бизнес-центры сдались арендаторам

Больше всего пострадали офисы высокого класса на периферии города

арендные ставки

Рынок аренды офисных площадей в первом полугодии испытал немало потрясений. Резкое снижение спроса, пересмотр арендаторами условий аренды, массовый переезд компаний на бюджетные площади. В результате арендные ставки не выдержали натиска. Снижение составило до 30%.

В первом квартале 2009 года ставки понизились в среднем на 14-16%. В классе А средние ставки составили 21 800 руб./кв. м/год (включая НДС и КУ). «В некоторых бизнес-центрах класса А снижение составило до 30% по сравнению с концом 2008 года», — рассказала Ольга Земцова, руководитель отдела проектного брокериджа AS-TERA St.Petersburg. На конец

2008 года и начало 2009 года пришлось основной период пересмотра управляющими арендных ставок, поэтому во втором квартале 2009 года ставки демонстрировали разную динамику в зависимости от класса. «В классе В они незначительно повысились (на 1,7%), в классах А и С — произошло снижение на 9,9% и на 2,5% соответственно», — рассказывает Алексей Чижов, директор по консалтингу Praktis C & B.

Самые низкие ставки аренды в офисных центрах класса А, по данным Colliers International, зафиксированы в деловых зонах на периферии города — на уровне 800 рублей за кв. м в месяц, включая эксплуатационные расходы и НДС. На офисные помещения в центральных районах города верхний ценовой порог

доходит до 2 500 рублей за кв. м в месяц, включая эксплуатационные расходы и НДС.

Сегодня в офисной недвижимости класса А и В по-прежнему наблюдается дисбаланс предложений собственников бизнес-центров по ставкам и ожиданиям арендаторов. Предложение арендных ставок в классе А составляет 1000-1300 руб./кв. м/мес., в классе В — 800-1100 руб./кв. м/мес. «При этом средний уровень запрашиваемых арендаторами ставок не превышает 700-800 руб./кв. м/мес. Максимально рассматриваемый бюджет — 1 200 руб./кв. м/мес.», — комментирует Ольга Земцова. В классе С сегодня все стабильно, и сегмент продолжает набирать очки у арендаторов, вынужденных сокращать свои издержки. «Наибольший рост ставок в

этом сегменте был зафиксирован в 2007 году — около 25% по сравнению с 2006-м годом, в 2008-м году рост не превышал 5% в год. В текущем году рост прекратился. В классе С ставки всегда были низкие и соответствовали характеристикам помещения», — объяснила Ольга Земцова. За год кризиса ставки в классе С снизились не больше, чем на 10%, так как они в меньшей степени подвержены трендам, характерным для высокотехнологичных офисов. Сегодня ставки в этом сегменте не превышают 800 рублей/кв. м/мес.

Арендаторы сегодня прекрасно владеют ситуацией в сегменте офисной недвижимости, признают эксперты. «Некоторые готовы открыто шантажировать арендодателей: „Мы хотим надолго арендовать хороший офис по

минимальной цене, кризис все-таки!“, — поделился Алексей Чижов. Однако дальнейшее снижение ставок невозможно повлечет на снижение качества оказываемых в рамках договоров аренды услуг или сокращение их количества. Темпы снижения арендных ставок уже замедлились. Улучшилась ситуация с заполняемостью бизнес-центров: средний уровень вакантных площадей в высокотехнологичных офисных центрах снизился до уровня 20-25% по сравнению с началом года — 35-40% (в расчете участвуют все действующие бизнес-центры, введенные в эксплуатацию на данный момент). Это обусловлено тем, что значительно число арендаторов офисных центров класса С и прочих офисных помещений арендовали помещения в офисных

центрах высокого класса. Но в то же время нужно отметить, что ситуация на рынке офисной недвижимости в Петербурге хуже, чем в Европе, где средний показатель вакансий сейчас составляет 10% (на начало 2009 года — 7%).

В краткосрочной перспективе уровень арендных ставок сохранится на текущем уровне, либо ставки будут незначительно снижаться по конкретным объектам. Спрос на офисные площади тесно связан с общей экономической ситуацией, деловой активностью, уровнем безработицы, которые в настоящее время продолжают демонстрировать негативный тренд. Повышения уровня ставок, по прогнозам экспертов, не произойдет раньше четвертого квартала 2010 года.

ДАРЬЯ КАРАМЫШЕВА

Питер-Телеком

Телефонный номер
610-00-00
и его соседи ищут абонентов
В Бизнес-Центр можно оптом

Подробности на сайте: www.piter-telecom.ru
или по телефону 740-46-64 (доб. 8478)

Лицензия №59016, 62147, 59020, 59018, 59017, 59019 количество номеров ограничено
услуги предоставляются при наличии технической возможности.

www.piter-telecom.ru тел.: 740-46-64	www.piter-telecom.ru тел.: 740-46-64	www.piter-telecom.ru тел.: 740-46-64	www.piter-telecom.ru тел.: 740-46-64	www.piter-telecom.ru тел.: 740-46-64
---	---	---	---	---

качественная бизнес-информация с доставкой в офис

2010 ПОДПИСКА

- Оформите подписку на газету «Коммерсантъ» удобным для Вас способом:
 - через редакцию;
 - через альтернативные агентства;
 - через Почту России.
- Вместе с газетой «Коммерсантъ» Вы получаете:
 - еженедельное глянцево приложение «Коммерсантъ Weekend»;
 - цветные тематические бизнес-приложения;
 - ежеквартальный журнал о товарах и услугах «Коммерсантъ КАТАЛОГ».
- Дополнительная информация о подписке по телефону: (812) 271-36-35, fomina@spb.kommersant.ru, www.kommersant.ru

обит
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

РЕЦЕПТ
безупречной СВЯЗИ

Местная, междугородная, международная телефонная связь

Высокоскоростной доступ в Интернет

Создание сетей передачи данных

Интеллектуальные сервисы

Аренда каналов

Комплексные проекты "под ключ"

(812) 622 00 00
www.obit.ru

коммерческая недвижимость

Успеть за падающими ценами

Остывающий рынок мешает приватизации

малый бизнес

Малый бизнес, арендующий у города подвальные помещения, пока неактивно пользуется приоритетным правом выкупа занимаемой недвижимости. Выкуп помещений даже с рассрочкой по рыночным ценам или ценам, приближенным к рыночным, для представителей малого бизнеса нерентабелен. Ситуация осложняется удешевлением объекта недвижимости, то есть арендодатель и арендатор не могут зафиксировать удовлетворяющую стороны цену в среднесрочной перспективе — на период рассрочки.

Небольшие помещения, площадью 50–60 кв. метров, предоставляемые КУГИ в центре города предприятиям малого бизнеса, обычно не из лучших, часто это или полузатопленные подвалы во внутренних дворах или помещения, которые могут использоваться под ограниченное количество функций. «Если несколько лет назад город активно избавлялся от такой недвижимости, пополняя бюджет в зависимости от объемов продаж помещений, то в предкризисный период ажиотажного роста процентных ставок помещения стали придерживаться. Причем процентная ставка за такие помещения вплотную приблизилась к реальной рыночной ситуации, что в период резкого кризисного обвала ставок, в некоторых случаях на 25–30%, привело к освобождению помещений, особенно в случаях скрытой субаренды. Выкуп помещений, даже с рассрочкой, по рыночным ценам или ценам, приближенным к рыночным, для представителей малого бизнеса нерентабелен», — рассказал вице-президент Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга и Ленинградской области Павел Созинов. Ситуация, по его словам, осложняется удешевлением объекта недвижимости, то есть арендодатель и арендатор не могут зафиксировать удовлетворяющую стороны цену в среднесрочной перспективе — на период рассрочки. Среди прочих проблем, если несколько помещений арендуются одним юридическим лицом, то «лыготный» выкуп возможен только одного из помещений, на остальные помещения «льготы» не распространяются. Директор департамента оценки NAI Becar Александр Филиппов согласен, что основной проблемой и причиной слабого интереса к приватизации яв-



Кризис осложнил процесс оценки. Оценщик в работе всегда исходит из цен предложения, которые корректируются в зависимости от цен сделок. Когда сделок купли-продажи много, процент этой корректировки ясен и проще просчитывается. Сейчас сделок мало, просчитать, насколько цена предложения отличается от цены сделки, и обосновать этот процент сложнее

ляется нестабильная ценовая ситуация на рынке. «Сделка — процесс не быстрый. Если оценка объекта проводилась, скажем, в январе, а до заключения сделки дело дошло только к сентябрю, то в процессе формирования сделки цены на рынке снизились. Если в январе объект был оценен в 100 рублей, то в сентябре, на момент заключения сделки, его рыночная цена будет уже 80 рублей. Арендатор обращается в суд с требованием провести переоценку объекта в новых условиях. Сделка тормозится. Но надо понимать, что равно как цены могут снизиться в процессе формирования сделки, так они могут и увеличиться. Такая динамичность рынка тормозит развитие процесса приватизации», — полагает господин Филиппов.

Кроме того, некоторые арендаторы ждут, что цены на рынке еще снизятся, и они выкупят свое помещение по более выгодной цене.

Кроме того, отмечают эксперты, кризис осложнил и сам

процесс оценки. Оценщик в работе всегда исходит из цен предложения, которые корректируются в зависимости от цен сделок. Когда сделок купли-продажи много, процент этой корректировки ясен и проще просчитывается. Сейчас сделок мало, и обосновать этот процент сложнее. Да и сама эта корректировка увеличилась: например, цена предложения по земельному участку может превышать цену сделки на 50%.

Лучше, чем ожидали
Заместитель директора департамента оценки ГУП «Гордское управление инвентаризации и оценки недвижимости» Владислав Мурашов говорит, что в настоящее время арендаторами заключено с городом более 150 договоров купли-продажи объектов нежилого фонда, подлежащих приватизации по преимущественному праву. Примерно 200 договоров находится на стадии подписания. Всего же

ГУИОН выполнена оценка более 400 объектов. «В самом начале года мы планировали, что по пессимистическому сценарию за весь 2009 год будет оценено не более 400 объектов. Уже в сентябре эта цифра превышена. В целом мы ожидаем, что в 2009 году будет оценено порядка 700 объектов «малой приватизации», — радуется господин Мурашов.

При этом он признает, что сложившаяся ситуация с выкупом в Санкт-Петербурге, а также опыт реализации «малой приватизации» в других субъектах Российской Федерации, демонстрирующий крайне низкую активность арендаторов или крайне жесткие барьеры для выкупа, установленные региональными властями, не дают оснований говорить о невисоком интересе к выкупу в нашем городе. «Вместе с тем мы не исключаем, что властями страны и города могут быть предприняты дополнительные меры для стимулирования «малой приватизации». Такими мерами могут быть отмена уплаты НДС со стоимости приобретаемого имущества, увеличение срока льготной рассрочки, продление сроков «малой приватизации», — считает господин Мурашов.

Представитель ГУИОН говорит, что с момента проведения первых оценок в начале года до настоящего времени рыночная стоимость объектов нежилого фонда снизилась в среднем на 25–30%. «При этом темпы падения рыночных цен в последнее время снизились, что может свидетельствовать о возможной стабилизации рынка. Именно оценку в условиях изменяющейся рыночной конъюнктуры я бы назвал основной особенностью проводимых нами оценок объектов «малой приватизации». Во всем остальном мы ориентируемся на действующие стандарты оценки и сложившуюся методологию сравнительного и доходного подходов оценки рыночной стоимости», — отметил господин Мурашов.

Подводные камни
Однако Константин Ивашенко, руководитель управления оценки и анализа активов GVA Sawyer, полагает, что проблемы с оценкой приватизируемой недвижимости связаны не только с падающими ценами: «Основные подводные камни — вопросы, связанные с оценкой объекта приватизации, а конкретнее — с учетом тех улучше-

ний, которые были произведены арендаторами. Зачастую выполненные ремонтные работы, даже окраска фасада в непосредственной близости от объекта приватизации, выполнялись без согласования или на основании устного разрешения представителя собственника. С одной стороны, в результате этих действий собственник получал увеличение стоимости своего имущества, а с другой стороны — арендатор нарушал правила, выполняя работы, на которые он не получил формального согласия, требующего соблюдения ряда бюрократических процедур. В результате развития этой ситуации возникает рычаг давления на арендатора, а со стороны арендатора — недовольство тем, что произведенные им ремонтные работы или работы по благоустройству подъезда, лестницы, прилегающей территории и прочего не учитываются при проведении рыночной оценки объекта».

Также, по мнению господина Ивашенко, существенную роль в низком интересе к приватизации играет отсутствие реально действующих программ по финансово-кредитной поддержке арендаторов при их желании выкупать помещения. Предлагаемые лизинговые схемы пугают многих потенциальных инвесторов тем, что после приватизации актив не находится на балансе их юридического лица, а вместо государства как арендодателя арендатор получает лизинговую компанию, по мнению интересанта, менее надежную, чем государство в лице КУГИ.

В 2006 году несколько банков разрабатывало программы финансово-кредитной поддержки арендаторов, желающих выкупать занимаемые помещения. По ряду причин, включающих как глобальные экономические, так и локальные, на уровне действующего законодательства, эти программы не получили широкого распространения. Именно возможность получения длинных денег будет являться наиболее существенным стимулом к приватизации занимаемых помещений, так как для предпринимателя важно не изымать крупные суммы из оборота предприятия. Также необходимо учитывать произведенные арендатором улучшения, даже выполненные с нарушением процедур, и принимать их во внимание при проведении приватизации. Участникам рынка

представляется целесообразным, чтобы при приватизации объектов по лизинговой схеме город смог выступать гарантом того, что при любых форс-мажорных ситуациях с компаниями, предоставившими услуги лизинга, бывший арендатор не был выкинут на улицу, а смог не прерывая основной своей деятельности, искать возможности для перекредитования.

Инна Попова, руководитель отдела оценки АРИН, говорит, что потенциальный спрос среди тех, кто арендует часть помещения, находящегося в городской собственности, достаточно велик. Но на сегодня властями Санкт-Петербурга не допускается выкуп частей помещений.

Она также отмечает проблему перепланировок арендованных помещений. Многие за годы аренды успели произвести перепланировки: от создания отдельных входов до объединения помещений и сноса перегородок. И КУГИ, прежде всего, требует согласовать перепланировки. В случае если в результате согласования перепланировки будет изменен кадастровый номер объекта недвижимости, арендатор теряет право на выкуп. Поэтому перед началом согласований арендатору лучше получить консультацию у специалиста относительно того, что нужно делать, чтобы не лишиться права выкупа.

«Серьезное недовольство арендаторов вызывает и тот факт, что привнесенные ими улучшения увеличивают выкупную стоимость занимаемого помещения. Некоторые помещения, где по факту размещаются офисы и торговля, согласно нормативам не могут использоваться под эти цели. Соответственно, данные предприятия размещаются нелегально, и в любой момент при ужесточении требований их могут либо попросить перепрофилировать помещение, либо закрыть предприятие, либо сделать серьезную реконструкцию с размещением дополнительных входов-выходов и т.д.», — рассказывает Инна Попова.

Несмотря на существующие шероховатости, 90% опрошенных АРИН арендаторов выразили желание участвовать в программе преимущественного выкупа. Однако сейчас многие из них отложили принятие решения о выкупе помещений до прояснения ситуации на рынке недвижимости.

РОМАН РУСАКОВ

«Золотые коридоры» стали доступнее

Кризис помог арендаторам пробиться на центральные улицы

центр города

Два главных торговых коридора города — Невский проспект и Большой проспект П. С. по-прежнему на пике популярности. Однако они стали ближе к арендатору за счет снижения арендных ставок.

В Петербурге у многих улиц есть свой сложившийся имидж, гений места. В первых строчках петербургского хит-парада торговых мест, конечно же, Невский проспект. Этот торговый коридор всегда пользовался и продолжает пользоваться популярностью. И в кризис, и в другое время в сегменте стрит-ритейла Невский проспект — номер один. «А в связи с существенным снижением арендных ставок на Невском большинство компаний, которые еще год назад даже не могли подумать, чтобы арендовать помещение здесь, сейчас

активно занимают площади», — рассказывает Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН. Это, по словам Сергея Федорова, исполнительного директора компании Praktis & B, вызвало увеличение демократичных марок на самой феешенбелной улице города. Однако некоторые помещения на Невском проспекте пока не нашли арендаторов, хотя пустуют уже около полугода. «Например, это помещение, где ранее располагался магазин «Лаверна» на Староневском», — сообщает Сергей Федоров.

Второй по популярности торговый коридор в городе — известная бутиковая зона Петроградского района — пл. Льва Толстого, пересечение Каменноостровского и Большого пр. П. С. у станции метро «Петроградская», весь Большой пр. П. С. Кризис также сделал эту локацию

более доступной по цене. «Сейчас многие торговые операторы ставят себе в планы развития открытые именно здесь торговых точек. В первую очередь, это относится к магазинам сегмента «парфюмерия», магазинам брендовой одежды, отделениям банков, ресторанам», — пояснила Екатерина Лапина.

Владимирский проспект — это традиционно «обувная улица», а вместе с ним и Загородный — до «пяти углов», и Большая Московская. Соответственно, для обувного магазина престижно и выгодно осесть именно там, поскольку весь город традиционно едет на Владимирскую площадь за обувью. Улица Рубинштейна — признанная «ресторанная улица». «Ресторанный бизнес в зависимости от категории — предприятия быстрого питания или пафосный ресторан — в

условиях кризиса стал одним из наиболее востребованных сегментов рынка», — отмечает Екатерина Лапина.

Все перечисленные локация притягивают торговцев не только сложившейся традицией, но и весьма практическими вещами. Каждая зона сочетает в себе уникальные характеристики — высокая пешеходная и транспортная проходимость, расположение в центре, прекрасные видовые характеристики помещений. Это зоны туристического притяжения и скопления офисных помещений, плотной жилой застройки — все, что нужно для успешной торговли.

В сегменте стрит-ритейла наиболее ликвидные помещения вблизи станций метро как в спальных районах, так и в центре по-прежнему сохраняют высокие арендные ставки.

Ротация арендаторов в таких районах незначительная. Разрыв между арендными ставками в спальных районах и на Невском проспекте сократился примерно вдвое, говорят эксперты. «Причем ставки снизились везде, но в условиях кризиса на Невском существенно уменьшилось число помещений, которые сдавались по очень высоким, даже для этой локации, ставкам», — добавляет Сергей Федоров. Это, в свою очередь, снизило средний уровень ставок и позволило сократить разрыв между спальными районами и Невским проспектом.

Что касается офисной недвижимости, сейчас очередь из арендаторов выстроилась к помещениям площадью от 10 до 45 кв. метров практически независимо от местоположения и других параметров бизнес-центра. За последние 3–4 года появился

спрос на помещения площадью от 1,5 до 5 тыс. кв. метров. Запрашивают такие площади компании, связанные с газовым и нефтяным бизнесом, которые развивают свои представительства. Сравнительно быстро, по словам брокеров, заполняются бизнес-центры у станции метро «Садовая» (БЦ класса «В минус», площадь порядка 2,5 тыс. кв. м). Менее двух месяцев экспонируются площади в бизнес-центре площадью 7 тыс. кв. м. у метро «Лесная». «Чрезвычайно востребован бизнес-центр у метро „Пушкинская“. Это, пожалуй, единственный пример, где арендаторы, действительно, уже почти в очереди становятся», — рассказал Роман Коссиковский, директор департамента брокериджа NAI Becar. Причина — ставки в рынке, дешевая и большая парковка.

ДАРЬЯ КАРАМЫШЕВА

Деловой туризм в далекой перспективе

конгресс-холлы

(Окончание. Начало на стр. 20)
Однако эксперты сомневаются в скорой реализации этих проектов. «К 2015 году площади основных конгрессно-выставочных центров в Санкт-Петербурге должны были составить более 670 тыс. кв. м., — рассказывает заместитель директора департамента консалтинга Colliers International Евгения Васильева. — Но, учитывая сегодняшнюю ситуацию на рынке, мы ожидаем, что сроки реализации большинства проектов отодвинутся». Похожее суждение высказал и руководитель группы исследований рынков «Knight Frank Санкт-Петербург» Олег Тромков. «Проектов немало. Однако конгрессно-выста-

вочная тема для нашего города достаточно нова, и пока немногие понимают этот бизнес. Поэтому быстрый рост рынка в текущих условиях ожидать не приходится. Самыми реальными проектами, на мой взгляд, являются конгресс-холл рядом с Дворцом конгрессов в Стрельне и проект Газнефтепромпанка — конгресс-центр при выставочном комплексе «Экспофорум»».

Небольшое пополнение
Впрочем, по данным Colliers International, в 2008 — начале 2009 года в Петербурге было введено несколько гостиниц с возможностями организации деловых мероприятий. Наиболее крупным событием стало открытие отеля Holiday Inn Moskovskie Vorota, располага-

ющего 14-ю конференц-залами вместимостью 50–200 человек и еще одним залом на 1000 мест. Также порадовал и четырехзвездный Sokos Hotel Olympic Garden на Батайском переулке, предложивший 11 многофункциональных конференц-залов вместимостью от 16 до 350 человек. Более скромный зал появился в отеле Courtyard St. Petersburg Vasilievsky — всего на 170 человек, и два конференц-зала на 30 мест предложил Sokos Hotel Vasilievsky.

Однако конференц-залы небольшой вместимости не менее востребованы, нежели масштабные конгресс-холлы. «По нашим данным, более 60% конференц-мероприятий рассчитаны на количество участников до 150 человек, 30% составляют меро-

приятия с количеством участников от 150 до 500 человек, и только оставшиеся 10% — крупномасштабные мероприятия с количеством участников от 500 человек и более, не включая сотрудников пресс-центра и сопровождающих лиц», — увере на Евгения Васильева.

Несезонный туризм
По мнению руководителя группы оценки недвижимости Института проблем предпринимательства Алексея Шаскольского, развитие конгрессной деятельности вполне могло бы решить проблему сезонности туристического бизнеса в Петербурге. «В так называемый „несезон“ в нашем городе очень низкие показатели посещаемости, и проведение конгрессов

в непопулярное для обычных туристов время могло бы скорректировать ситуацию. В крупных городах Америки и Европы конгрессный туризм круглый год обеспечивает заполняемость отелей на 75–80 процентов». По мнению эксперта, необходимо увеличивать деловую активность в городе, тогда появится смысл и возможность в возведении крупных конгресс-площадок. «Например, конгрессная деятельность в Москве более интенсивна. Выставочные и конгрессные возможности столицы в разы превышают питерские, что не совсем правильно. Не должно все замыкаться на одном городе. Выполне можно было бы разгрузить Москву от некоторых событий, и, собственно го-

воря, нынешнее правительство уже пошло по этому пути. Один из первых примеров — проведение у нас Петербургского экономического форума. В этом смысле у города есть определенные перспективы».

Однако без создания соответствующей инфраструктуры, внедрения необходимых технологий и оборудования, развитие конгрессного бизнеса невозможно, считает эксперт. «Только в том случае если город будет активно заниматься новым аэропортом, обеспечением безопасности гостей, создавать благоприятные условия для развития ресторанов, кафе, гостиниц, то конгресс-холлы войдут в число тех продуктов, которые будут востребованы на рынке».

ТАТЬЯНА ШУБИНА



коммерческая недвижимость

Покупки после еды

Торговые центры привлекают покупателей через рестораны

пространство для бизнеса

В борьбе за поток посетителей торговые центры ищут новых якорных арендаторов, способных увеличить посещаемость. В последнее время, помимо кинозалов, катков и аттракционов, некоторые объекты стали делать ставку на рестораны. Речь идет не о фастфудах, которые играют скорее вспомогательную роль, сколько о заведениях, работающих в среднем и выше среднего ценовых сегментах. Участники рынка считают, что такая политика оправдана и способна приносить результат.

Андрей Васюткин, руководитель направления торгово-развлекательной недвижимости департамента консалтинга GVA Sawyer, считает, что ставка на рестораны оправдана. «Концепция фуд-корта, при которой в составе объекта размещаются операторы, предлагающие „быструю еду“, может не вписаться в концепцию торгового центра. В этом случае, при наличии спроса на объекты питания в целом, целесообразно размещать ряд концептуальных ресторанов, работающих или в среднем или в среднем верхнем ценовом сегменте. Кроме того, в составе торгового центра возможно совмещение этих двух концепций организации питания, они будут лишь дополнять друг друга, но не конкурировать», — говорит господин Васюткин.

В российских ТЦ как раз чаще всего наблюдается сосуществование ресторанов с собственными посадочными местами с операторами фастфуда в одном здании. Так, в ТРЦ «Ереван-Плаза» (Москва) данные зоны размещены в разных частях здания на одном этаже.

Участники рынка говорят, что сконцентрированность нескольких ресторанов в шаговой доступности друг от друга вполне оправдана, поскольку отвечает запросам потребителя. Во-первых, сегодняшняя тенденция «ресторанного» отдыха такова, что многие не

ограничиваются посещением одного заведения за вечер, а предпочитают ужинать в одном ресторане, пить кофе в другом, а коктейли — в третьем. Когда разнообразные по своей специфике рестораны находятся рядом, посетители, как правило, не выходят за пределы «ресторанной» зоны, перемещаясь внутри нее.

Кроме того, близость равных по классу и уровню обслуживания ресторанов, создает необходимость здоровой конкуренции, что тоже на руку потребителю. Нельзя некачественно обслужить клиента (это относится и к сервису, и к кухне), иначе он сделает шаг в сторону и уйдет к соседу-конкуренту.

Таким образом, сочетание синергетического эффекта и достаточно жесткой конкуренции могут создать действительно выгодный для торгового комплекса блок арендаторов, способный стать не только дополнением к основной торговой функции, но и самостоятельно привлекать клиентов. Кроме того, в отличие от сегмента «фастфуд», функционирующего в то же время, что и торговая зона (как правило, до 21–22 часов), рестораны «файн-фуд» способны работать и приносить прибыль и в более позднее время.

Незапланированные покупки

Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН, признает, что сегодня уже можно отметить тенденцию размещения в торговых комплексах ресторанных сетей, специализирующихся не только в сегменте «фастфуд», но и в более высоких категориях. «Примером подобного подхода могут выступать ТК „Гранд Каньон“, ТК „Вояж“, торговый центр „Миллер“. Причем в случае с последним размещение ресторанов достаточно высокого уровня позволило создать особый имидж „ресторанного“ ТК всему торговому



Посетители фастфуд-точек в зоне фуд-корта — это, как правило, покупатели, зашедшие передохнуть после или во время продолжительного шоппинга. Рестораны же более высокого класса способны сами по себе привлекать дополнительную аудиторию

центру. Сюда едут не только за покупками, но и ради хорошей кухни. Рестораны высокого уровня, сконцентрированные в торговых комплексах, вполне способны стать самостоятельным центром притяжения покупателейских потоков и обеспечить дополнительную прибыль. Посетители ресторанов более высокого уровня идут туда не только и не столько, чтобы просто перекусить, но для того чтобы провести время в приятной обстановке, совместив покупки и общение», — говорит госпожа Лапина.

Директор по маркетингу NAI Весаг Наталья Черейская считает, что концепция ресторанных дворов зависит от местоположения и концепции самого торгового центра. Например, в бутиковых торговых центрах (как «Гранд Палас, например») ресторанный дворик вооб-

ще неуместен. «Оптимально всегда совмещение ресторанов разных ценовых категорий: и разнообразных блинных с „Макдоналдсами“, и кофеен с ресторанными 4-я. „Две палочки“. Например, в ТЦ „Радуга“ рядом размещаются заведения фастфуда, „Сигарный клуб“ и „Розарио“ — рестораны совершенно разные по аудитории и ценам, но благополучно уживающиеся в ТЦ формата „Радуги“. Аналогичная ситуация в ТЦ „Миллер“, — говорит госпожа Черейская.

При этом она считает, что элитные рестораны для размещения в ТЦ в принципе не подходят. «У них своя аудитория, своя аура. Сюда идут в особом настроении специально, а не по пути. Аудитория элитных ресторанов слишком специфична, — считает она. — Поэтому я считаю, что в ТЦ уместно раз-

мещение ресторанных дворов, совмещающих заведения фастфуд и рестораны средней ценовой категории. Создавать ресторанные дворики из ресторанов только ценовой категории выше среднего, на мой взгляд, нецелесообразно».

Как сообщили в ТЦ «Миллер», сейчас на территории торгового центра насчитывается 14 ресторанов. «Мы планируем, что рестораны займут до 20% площадей торгового центра. В будущем планируется открытие нового ресторана», — сообщили в «Миллере».

Как отмечают в «Миллере», первоначально идея создания ресторанный двора у некоторых торговых арендаторов энтузиазма не вызвала — им казалось, что рестораны не способны привлекать достаточное количество новых посетителей. «Сейчас некоторые арендаторы

уже отмечают, что в определенное время поток посетителей магазинов возрастает — очевидно, что это люди, которые пришли в рестораны», — говорят представители «Миллера».

Участники рынка говорят, что как раз размещение нескольких, а не одного ресторана позволит привлечь в ТЦ дополнительную аудиторию. Если посетители фастфуд-точек в зоне фуд-корта — это, как правило, покупатели, зашедшие передохнуть после или во время продолжительного шоппинга или ожидающие сеанса в кинотеатре, то в рестораны с собственными посадочными местами можно привлечь дополнительную аудиторию. Основной целью посещения ресторана в этом случае могут быть и личная встреча, переговоры и т. п. — то есть рестораны могут стать стимулом для незапланирован-

ного посещения магазинов и развлекательных объектов в составе торгового центра.

«Данные опроса показывали, что именно группа различных по концепции ресторанов с собственными посадочными местами больше интересна жителям, чем фастфуд (интерес к первой концепции организации зоны питания проявилось в два раза больше людей, чем ко второй)», — указывает господин Васюткин.

«Мы считаем, что в условиях кризиса ориентированность на развитие ресторанной составляющей в ТК является одним из наиболее успешных вариантов реконструкции торговых комплексов. Однако нельзя это называть универсальным рецептом, поскольку возможность размещения ресторанов и кафе должна быть либо предусмотрена в изначальной концепции, либо владелец торгового комплекса должен понести серьезные затраты на переоборудование помещений, обеспечение их соответствия всем санитарным нормам, предъявляемым к предприятиям общественного питания. Просто заменить арендатора промтоварной группы рестораном не удастся, и не все владельцы ТК готовы идти на подобные издержки», — предостерегает госпожа Лапина.

На какое число ставить?

Впрочем, каково должно быть оптимальное количество ресторанов среднего уровня в одном торговом центре, участники рынка однозначно сказать не могут.

Менеджер проектов отдела стратегического консалтинга Knight Frank St.Petersburg Игорь Кокорев отмечает также, что для торговых центров среднего и выше среднего уровней формирование ресторанный двора вместо традиционного фуд-корта — это возможность дополнительно подкрепить уровень проекта. «С учетом уже сложившейся достаточно высокой конкуренции в сегментах торговых центров создание ре-

сторанных дворов выглядит оправданным. Совокупность предприятий общепита может расцениваться как один из якорей торгового комплекса», — согласен с коллегами господин Кокорев.

При этом он считает, что для ресторанный двора вполне достаточно 4–6 операторов, площадь каждого оператора 250–500 кв. м. «Так как потребителям постепенно начинает приедаться единообразие торговых центров, в том числе и единообразие фаст-кортов, формат более продуманного и изолированного места, где можно спокойно отдохнуть от шоппинга или вовсе не ощущать себя в большом торговом центре, а просто в ресторане, начинает пользоваться все большей популярностью и имеет хорошие перспективы», — полагает Игорь Кокорев.

Елена Снегирева, консультант торгового департамента компании Maris Properties in Association with CB Richard Ellis, считает, что ресторанные дворики (имеется в виду fine dining) имеет смысл создавать в крупных и очень крупных торговых центрах (от 70 000 кв. м) рядом или непосредственно в зоне развлечений или в центрах, которые находятся в исторически сформировавшихся туристически-прогулочных зонах (например, Невский проспект). «В других случаях лучше сделать один-два ресторана с возможностью отдельного круглогодичного входа и выхода. Вряд ли четыре-пять ресторанов в районном ТК на двух-трех этажах будут востребованы — это, скорее, модное веяние и повод для собственника сказать: „А у меня есть!“. На сегодняшний день в городе формируются настоящие ресторанные улочки (например, ул. Рубинштейна), и мне кажется, что этот ресторанный формат имеет большой потенциал развития, нежели ресторанные дворики в торговых центрах», — полагает госпожа Снегирева.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Только продуманные решения!

Офисы в аренду от 50 до 6000 м²

КОНДРАТЬЕВСКИЙ

- Отличная транспортная доступность — 10 минут от центра!
- Бизнес-центры класса «В+»
- Общая площадь 30 000 м²
- Торговые площади в аренду от 500 до 1000 м²
- Складские площади на территории делового квартала от 1000 м²
- Аренда помещения под кафе
- Возможность индивидуальной перепланировки
- Новейшие инженерные системы и коммуникации
- Охраняемая парковка на 500 машиномест
- В аренду: Фитнес-центр с бассейном

Кондратьевский, 15/3
(812) 611-0110
www.splav-invest.com

Комплекс Ортал

Офисы в аренду от 30 до 2000 м²

- Отличная транспортная доступность — 3 минуты от станции метро «Нарвская»!
- Общая площадь 32 000 м²
- Новейшие инженерные системы и коммуникации
- Цифровая телефония
- Высокоскоростной интернет
- Охраняемая парковка
- Кафе

Бумажная, 18
(812) 336-5425
(812) 336-5427