

коммерческая недвижимость

Рекордно низкий показател

Торговля вернулась на семь лет назад

форматы

В 2009 году в Санкт-Петербурге было открыто 6 торговых комплексов общей площадью 96 тыс. кв. м, что в 4 раза меньше, чем в 2008 году. Объем вывода на рынок новых торговых площадей в 2009 году стал рекордно низким за последние 7 лет. Таким образом, общий объем рынка качественной торговой недвижимости за год вырос всего на 3%. Впрочем, в наступившем году участники рынка ожидают многократного увеличения ввода торговых центров по сравнению с прошлым годом.

По данным АРИН, на конец 2009 года предложение качественных торговых площадей составило около 3,05 млн. кв. м, превысив объем торговых площадей на 6% по сравнению с концом 2008 года. Качественные торговые площади распределены по районам Санкт-Петербурга неравномерно. На конец 2009 года лидируют три района: Приморский (22%), Выборгский и Московский (по 12%). Менее всего торговых центров представлено в пригородных районах, таких как Курортный, Пушкинский, а также в прибрежных к центру районах (Василеостровском, Петроградском, Адмиралтейском).

В структуре предложения торговых центров основная доля торговых площадей относится к классу «мидл». Малое предложение площадей в классах «мидл-элит» и «элит» связано не только с малым количеством торговых объектов, но и с их небольшими площадями, в сравнении с объектами других классов.

На конец 2009 года наибольшее число рассматриваемых объектов приходится на диапазон от 3 000 и до 40 000 кв. м. В этом диапазоне площадей работают практически все торговые центры, гипермаркеты, а также ведется торговля в торгово-офисных центрах.

Уровень заполняемости торговых площадей в связи с кризисом снизился на 10%. В



Несмотря на общее увеличение доли вакантных площадей в торговых комплексах, заполняемость успешных торговых объектов остается близкой к 100%, в некоторых из них продолжает существовать лист ожидания арендаторов.

первую очередь страдают торговые центры, расположенные в неликвидных местах вдали от активных трафиков, с плохо проработанной концепцией, не большие по объему, менее 10 000 кв. м. «Есть торговые центры со стопроцентной заполняемостью. Это высококачественные торговые центры (с хорошей концепцией) — „ПИК“, „Сенная“, „МЕГА“, „Южный полюс“, „Атмосфера“, „Гранд Каньон“ и пр. У основной массы торговых центров уровень заполняемости находится на уровне 70–95 процентов: Miller Center, „Бада Бум“ заполнены на 70–80 процентов; „Озерки“, „Родео Драйв“ и „Торговый двор“ (у станций метро „Пр. Большевиков“ и „Академическая“) — заполнены на 80 процентов; „Гулливер“, „Капитолий“ — на 90 процентов. Но есть и неудачные примеры, где заполняемость на уровне 40 процентов — „Северный молл“, „Сити молл-1“ — на 90 процентов; Esfera на 50 процентов, Voyage на 50 процентов», — говорят в АРИН.

За три квартала 2009 года падение арендных ставок в

торговых центрах в среднем составило 30%. Основное падение цен происходило в первые полгода после начала кризиса. Со второго квартала 2009 года темпы снижения арендных ставок замедлились. И в четвертом квартале 2009 года средние арендные ставки выросли на 6% по сравнению с третьим кварталом 2009 года — рост обеспечен за счет роста арендной ставки на наиболее ликвидные площади.

Уровень арендных ставок для «якорей» варьируется в диапазоне 3 000–24 000 руб./кв. м в год, для арендаторов торговой галереи — 6 000–54 000 руб./кв. м в год.

За 2009 год в торговой галерее арендные ставки снизились на 10–70% в зависимости от арендаторов и концепции торгового центра.

Помещения в аренду в новых торговых центрах предлагаются со скидкой на первые 2 года, а собственники некоторых действующих ТЦ готовы пересматривать договоры и снижать ставки на год. Появляются примеры, когда «якорные» операто-

ры освобождаются от арендных платежей и рассчитываются только за коммунальные услуги (например, так происходит в ТРК «Феличита» компании «Макромир»).

Ошибочность концепций

Кризис показал ошибочность концепций некоторых торговых комплексов — если раньше можно было существовать и с ними, то с падением оборотов в неудачных комплексах арендаторы просто стали съезжать. Собственники задумались о реконцепции — в ближайшее время рынок отделки внутренних помещений в торговых центрах может немного подрасти из-за перепланировки помещений торговых центров.

По данным Гильдии управляющих и девелоперов, сейчас в городе осуществляется реализация 35 объектов торговой недвижимости. Активно строятся только около 45%. Строительство четырех торговых объектов ведется в замедленном темпе, 13 — приостановлено. Еще до начала кризиса рынок торговой недвижимости Петербурга

развивался настолько активно, что начал испытывать дефицит торговых операторов. Это привело к появлению масштабных проектов с похожими друг на друга концепциями, пустующими торговыми секциями и большими площадями, отведенными под развлекательную составляющую. В кризис торговые сети стали сокращать ассортимент, отказываясь от непрофильных товаров и закрывать наименее доходные из своих объектов.

Андрей Соколов, руководитель аналитического департамента Гильдии управляющих и девелоперов, говорит, что лучше всего с арендаторами обстоит дело в торговых центрах, построенных до 2007 года — около 8–10% вакантных площадей. В ТРЦ, введенных в эксплуатацию в 2009-м, пустует около 25–30%. «Для действующих торговых центров реконцепция заключается прежде всего в ребрендинге (изменении пула арендаторов) и смене управления. Возможна замена одного или нескольких якорей», — говорит господин Соколов.

Смерть искусственных форматов

Александр Волошин, руководитель отдела инвестиционного консалтинга ASTERA St.Petersburg, считает, что кризис ускорил отмирание искусственных форматов, в том числе и торговых комплексов среднего размера. Сегодня продолжают строиться и вводиться в эксплуатацию в основном крупные объекты и небольшие комплексы микрорайонного формата. «Комплексы, которые функционируют с большими свободными пятнами, естественно, должны решать каким-то образом данную проблему — кто-то пытается сдавать как есть, а кто-то думает об изменении концепции. Это может быть смена формата — был комплекс с однежно-обувной галереей, теперь предлагает под бытовую технику, мебель, фитнес и т. д. Это может быть укрупнение

нарезки или, наоборот, уход от концепции премиальной в демократичный сегмент или дисконт-центр», — говорит он. В качестве примеров реконцепции Александр Волошин приводит ТК «Владимирский пассаж», который планомерно повышает уровень комплекса до премиального, осуществляет ротацию арендаторов. Также он вспоминает ТК «Променада», который вынашивает аналогичную идею и привлекает интересных арендаторов в сегменте «средний плюс». «Есть примеры внедрения новых функций в торговые комплексы, например, выставочной, как в ТК «Гарден Сити», — приводит еще один пример господин Волошин.

Если же взять более широкий взгляд — сейчас происходит формирование психологии потребления destination shopping, которая уже давно прижилась в развитых странах. Для такого времяпровождения необходимы большие комплексы, когда покупатель может провести там целый день и найти для себя все интересующие его магазины и развлечения. Соответственно, происходит постепенное укрупнение торговых объектов. «С течением времени исчезнет средний формат торговых комплексов. Шопинг у дома в небольших комплексах всегда останется популярен. Таким образом, через несколько лет на рынке торговой недвижимости будут работать форматы „большие далеко“ и „маленькие рядом“», — прогнозирует господин Волошин.

Самый распространенный

Сегодня наиболее развитыми форматами в торговле остаются торговые центры и торгово-развлекательные комплексы, на их долю приходится 2/3 торговых площадей города. При этом по площади лидирует формат ТРЦ, что объяснимо большой площадью объектов данного формата — средняя площадь составляет 30 тыс. кв. м, тогда как у ТЦ и гипермаркетов в среднем площадь в три раза меньше — по 9 тыс. кв. м.

Форматы сетей DIY и товаров для дома (OBI, Leroy Merlin, Castorama, «Максидом», «K-Payta», «Старик Хоттабыч», «Метрика», IKEA) и cash & carry, по мнению экспертов, пока не получили широкого распространения — их суммарная площадь не превышает 5–10% от более чем четырех миллионов квадратных метров качественных торговых площадей.

Екатерина Немирова, руководитель отдела торговых центров Praktis CB, признает, что практически во всех торговых центрах есть пустующие площади. Но по сравнению с итогами второго полугодия, по ее данным, они уменьшились на 1%. По словам госпожи Немировой, в среднем по городу показатель вакантных площадей — 10,3%.

Вице-президент Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга и Ленобласти Павел Созинов согласен с мнением, что принципиальный тренд последних лет — укрупнение форматов. «Так, доля ТЦ „районного масштаба“ уменьшилась практически в

три раза за последние три года. Очевидно, что кризис, активно повлиявший на ритейлеров, серьезно перетасует основных игроков, что повлечет за собой смену владельцев ТЦ и последующее репозиционирование объектов. Однако изменение „крупных форматов“ в кризис затруднено дефицитом инвестиций, количество новых ТРК в текущем и следующем году будет исчисляться единицами, достраиваются только уже начатые проекты», — резюмирует господин Созинов.

С мнением коллег о тенденции к укрупнению торговых центров не согласен директор по консалтингу и оценке NAI Besag Игорь Лучков: «Пора больших форматов (как „Невский Колизей“ или „Галерея“ на 200 тыс. кв. метров) прошла. С окончанием форматы будут распространяться ТК районных форматов. Крупные форматы ТК будут возникать только в зоне Западного скоростного диаметра и западной части кольцевой, когда они будут достроены. Но и там это будут единичные объекты. Те крупные торговые комплексы, что уже введены, сейчас столкнулись с проблемой ротации арендаторов, но можно сказать, что объекты с хорошей локацией — рядом с метро, с хорошей транспортной доступностью или развозкой — эти проблемы решат со временем, а вот крупные форматы с неудачным расположением (например, есть подобные объекты в районе Командантской площади) могут оказаться в сложной ситуации».

(Окончание на стр. 16)

Наиболее крупные торговые центры, введенные в эксплуатацию в 2009 году				
Название	Адрес	Девелопер	Тип	Площадь
«Мебель Wood»	на углу Дальневосточного пр. и ул. Коллонтай	«Диамант-Инвест»	ТК	21 000
Miller Center (3-я очередь)	Командантский пр.	«Стройкапитал»	ТРК	22 000
«Феличита-Пионерская» (2-я очередь)	Коломяжский пр.	«Макромир»	ТРК	26 500
Cruise	ул. Тулоповская, напротив дома 8	«Окемид»	ТРК	22 000
«Аура»	Лактинский пр., д. 85	«Этапол ЛенСпецСму»	ТК	14 320
«Рыбачий»	Тепловозная ул., д. 31	«Бестъ. Коммерческая недвижимость»	ТК	10 800
«Мебель Холл»	пл. Карла Фаберже, д. 8	«Русские самоцветы»	ТК	21 000

Источник: АРИН

В поисках источника

финансы

(Окончание. Начало на стр. 13)

Поэтому, при условии что заемщик не вызывает у банка сомнений, кредит может быть предоставлен в равной степени и под торговый, и под офисный объект. Здесь значительную роль играет презентация проекта девелопером, качество представленного инвестиционного меморандума, полнота финансовых расчетов и т. д. При этом получить кредит под объект жилой застройки в текущей рыночной ситуации пока проще, чем под коммерческую недвижимость — ввиду разницы в сроках окупаемости инвестиций», — говорит господин Волошин.

Николай Вечер говорит, что в первой половине 2009 года банковское кредитование сектора коммерческой недвижимости практически прекратилось. Реальные кредитные ставки превышали 20%, что делало проекты практически некупаемыми.

Ситуацию подогрели федеральные власти тем, что, панически боясь скачка инфляции, они стали сжимать денежную массу и повысили ставку рефинансирования. Постепенно, однако, обстановка менялась, и во втором полугодии банковская ликвидность была практически восстановлена, а ставка рефинансирования значительно снижена. «Однако банки по-прежнему считают риски девелоперов достаточно высокими и неохотно кредитуют застройщиков. Исключения возможны лишь в тех случаях, когда проекты в достаточно высокой стадии были заложены в банки и сейчас перешли в их собственность. В этой ситуации банкам зачастую проще продолжить кредитовать эти проекты (при условии полной смены команды менеджеров), чтобы реализовать их в уже готовом виде, что, естественно, повышает как цену объекта, так и

его ликвидность. На начало года банки предлагали свои кредитные продукты для девелоперов со ставками на уровне 15–17 процентов», — говорит господин Вечер.

Андрей Тетых, председатель совета директоров АРИН, говорит, что даже в случае если заемщик предоставляет залог, банк тщательно проверит финансовое состояние заемщика и дает в кредит не более 50–60% от стоимости залога.

«Кроме того, банки существенно повысили требования к оценке рисков проектов. В частности, к определению залоговой стоимости объекта. По некоторым банкам встречалась существенная недооценка по рыночной стоимости объекта, когда залоговая стоимость объекта рассматривалась в цифрах в разы ниже, нежели рыночная стоимость», — говорит господин Тетых.

Николай Пашков, директор по профессиональной деятельности Knight Frank St.Petersburg, говорит, что классическое проектное финансирование не ушло с рынка окончательно: банки продолжают искать новые проекты, правда, сегодня тактика их поведения стала более консервативной. Если до кризиса можно было получить кредит в размере до 70–80% от стоимости проекта, то сейчас речь идет максимум о 50–60% и то — при наличии хорошего залога. К недостаткам такой схемы можно отнести краткосрочный характер привлекаемых средств (от 1,5 до 3 лет), высокие процентные ставки (15–20%), а также недостаточность залоговой базы.

Гораздо больше шансов получить финансирование у проектов, которые уже строятся и находятся в достаточно высокой стадии готовности. В этом случае девелоперу имеет смысл оформить проект как объект

незавершенного строительства. Такой шаг делает его более ликвидным в качестве залога и повышает шансы на кредитование.

Разумная альтернатива

«Разумной альтернативой проектному финансированию можно назвать ломбардное инвестирование под залог третьих активов (при наличии качественного залога) и привлечение средств под гарантии национальной экспортных кредитных агентств (НЭКА). Кстати, именно последняя схема получает все большее распространение на нашем рынке, в частности, именно по ней реализуется проект отеля Four Seasons в „Доме со львами“ около Исаакиевской площади», — говорит господин Пашков.

Как правило, НЭКА создается при участии государства, однако их роль в некоторых странах иногда могут играть банки или страховые компании. НЭКА обычно не выделяют финансирование, а предоставляют страховое или гарантийное покрытие рисков банкам, которые осуществляют финансирование по сделке. Для зарубежных банков реализация подобных схем кредитования является чрезвычайно привлекательным видом бизнеса ввиду их безрисковости. НЭКА обеспечивает страхование 95–100% экономических и политических рисков финансирующего банка, в то же время это источник недорогого фондирования для российского банка.

Финансирование под гарантии национальных экспортных агентств является одним из самых дешевых по стоимости (10–12%) и длинных по сроку (от 5 до 10 лет) видов финансирования. Для сравнения: кредиты за счет средств, привлеченных на российском рынке, банки выдают в среднем на срок до

3 лет. Девелоперу это дает возможность завершить проект, а «длинные» деньги понижают риск дефолта по погашению кредитных обязательств.

Если обратиться к небанковским формам финансирования, стоит отметить, что начали активизироваться игроки (в основном это околофинансовые структуры), готовые приобрести долю в акционерном капитале компаний-собственников проекта. Как правило, их требования далеки от текущих рыночных реалий — запрашиваемая доходность на вложенные средства составляет 30–35% годовых. Однако для некоторых девелоперов, уже начавших строительство объектов и испытывающих недостаток средств для их завершения, это тем не менее может стать неплохой альтернативой. Даже нулевая доходность на собственные средства, которую можно получить при привлечении соинвестора, в сравнении с серьезными убытками от заморозки проекта, является в итоге гораздо более разумным вариантом. Основным преимуществом стратегии также является диверсификация рисков управления проектом и инвестиционных рисков между партнерами.

«В следующем году, по мере стабилизации ситуации на рынке недвижимости, можно прогнозировать, что все вышеперечисленные способы финансирования будут активно возвращаться в наши реалии. В частности, последние переговоры с крупными банками позволяют говорить, что они вновь начинают рассматривать возможность кредитования строительного сектора. А любая конкуренция за проекты приведет к снижению процентных ставок и смягчению условий кредитования», — резюмирует господин Пашков.

Олег Привалов



2010

Корпоративная подписка

действует для гостиниц, баров, ресторанов, кофеен, фитнес-клубов, салонов красоты.

- Удобные условия доставки газеты «Коммерсантъ» и всех тематических приложений издательства;
- Прекрасная возможность вашим клиентам быть в курсе событий во время бизнес-ланча, ожидания или досуга;
- Специальные цены, рекламная поддержка.

Узнайте подробную информацию об условиях корпоративной подписки в отделе распространения ЗАО «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге: (812) 271-36-35, golubeva@spb.kommersant.ru