

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

BUSINESS GUIDE



RENAISSANCE
DEVELOPMENT

РЕКЛАМА

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА

Пятница, 10 декабря 2010 №229
(№4529 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №17–32
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года.
Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

ЗАПОЗДАВШИЙ КРИЗИС
ПОРТИТ СТАТИСТИКУ

Рынок коммерческой недвижимости Петербурга оказался в лучшем положении, чем в целом по миру. По крайней мере, как говорят аналитики, в Северной столице итоги развития в 2010 году оказались лучше, чем прогнозировалось 11 месяцев назад. В мире, напротив, аналитики ожидали, что объем инвестиций в коммерческую недвижимость составит 300 млрд евро, а на деле — хорошо если дотянут до 290 млрд. Превышение прогнозных показателей по Петербургу может говорить о том, что ситуация на нашем рынке лучше, чем, допустим, в целом по миру. Хотя в целом по миру инвестиции в недвижимость по сравнению с прошлым годом выросли. А у нас — упали. Связано это с тем, что в 2009 году в Петербурге вводились площади, начатые еще в 2007–2008 годах. В этом году — достраивались объекты, которые начинались, когда кризис вовсю бушевал и в России. Таким образом, нам аукнулась «тихая гавань», которой Россия оставалась в течение 2008 года — когда во всем мире все инвесторы уже испытывали очень серьезные финансовые сложности. А раз кризис начался с запозданием — с запозданием и закончится. По крайней мере в строительстве, где цикл длинный. Тем не менее даже оставшиеся негативные явления в экономике не смогли повлиять на развитие рынка — в городе не только достраивались крупные проекты, но и был начат ряд новых, чего в 2009 году практически не было. Но главным событием на рынке коммерческой недвижимости в уходящем году все-таки стало открытие двух торговых комплексов в Центральном районе — на Лиговке начал работать центр Galeria, площадью 200 тыс. кв. м, а на Невском — Stockmann, площадью 100 тыс. кв. м. Участники рынка говорят, что появление двух таких гигантов выведет Центральный район в число лидеров по объему торговых площадей в городе. Они же повлияют на стоимость аренды квадратного метра в торговых коридорах Невского проспекта и соседних улиц. Причем в сторону повышения — ожидается, что благодаря появлению новых комплексов поток потенциальных покупателей в центр возрастет, что положительно скажется на всей торговле в целом. Правда, из-за этой проблема пробок станет для центра еще более актуальной.



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ЛУЧШЕ, ЧЕМ ОЖИДАЛИ ЗА 10 МЕСЯЦЕВ
2010 ГОДА В ПЕТЕРБУРГЕ БЫЛО ВВЕДЕНО В ЭКСПЛУАТАЦИЮ ОКОЛО
110 ТЫС. КВ. М ПЛОЩАДЕЙ. КАК ГОВОРЯТ АНАЛИТИКИ, ЭТО МЕНЬ-
ШЕ, ЧЕМ БЫЛО ВВЕДЕНО ЗА АНАЛОГИЧНЫЙ ПЕРИОД ПРОШЛОГО
ГОДА, ОДНАКО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОГНОЗИРОВАЛОСЬ 10 МЕСЯЦЕВ НА-
ЗАД. НЕСМОТРЯ НА ОПТИМИСТИЧЕСКИЕ ПРОГНОЗЫ, В СЛЕДУЮЩЕМ
ГОДУ РОСТА СТАВОК АРЕНДЫ БИЗНЕС-ЦЕНТРОВ СПЕЦИАЛИСТЫ НЕ
ОЖИДАЮТ И ГОВОРЯТ О ТОМ, ЧТО ВОССТАНОВЛЕНИЯ РЫНКА СЛЕДУ-
ЕТ ЖДАТЬ НЕ РАНЕЕ 2012 ГОДА.

РОМАН РУСАКОВ

По данным Colliers International, на ноябрь 2010 года объем офисных площадей в бизнес-центрах классов А и В составил 1,41 млн кв. м. За 10 месяцев 2010 года, по данным компании, было введено в эксплуатацию около 110 тыс. кв. м площадей. В первом квартале открылся офисный центр класса В «Гулливер» площадью 20 тыс. кв. м. В апреле 2010 года предложение увеличилось еще на 8 тыс. кв. м за счет ввода в эксплуатацию делового центра класса А Quattro Corti на Почтамтской улице. Кроме того, во II квартале было сдано два корпуса Pulkovo Sky, а также офисные центры «Бизнес-лайнер» и «Гельсингфорсский». В III квартале были введены в эксплуатацию «Технополис Пулково», офисный центр на Некрасова, 14, и «Стокманн Невский центр». До конца 2010 года, по прогнозам специалистов Colliers International, предложение увеличится еще на 20 тыс. кв. м.

Сергей Акулов, директор департамента маркетинга и продаж УК «Сенатор», вспоминает, что в 2008 году было введено 393 тыс. кв. м офисных площадей, в 2009-м — 307 тыс. кв. м, в 2010 году планировалось ввести 311 тыс. кв. м, из которых порядка 189 тыс. кв. м отводилось бизнес-центрам класса А и порядка 122 тыс. кв. м бизнес-центрам класса В. «Это общие цифры, однако если брать лишь офисную площадь, то она в корне может от этих цифр отличаться. Скажем, в планируемых в этом году бизнес-центрах класса А из заявленных 189 тыс. кв. м офисная площадь составит не более 100 тыс. кв. м. Что касается бизнес-центров класса В, то в этом году их вводилось не так много, основное внимание было сосредоточено на офисах класса А, однако можно говорить о том, что в следующем году основной акцент будет сделан на вводе в эксплуатацию именно бизнес-центров класса В», — говорит господин Акулов.

Вице-президент ГУД, управляющий партнер «АйБи Групп» Сергей Игонин рассуждает: «С одной стороны, если сравнивать с предыдущим периодом, — то в 2010 году введено офисных площадей меньше, чем в 2009-м. Но это объясняется тем, что многие объекты, заявленные ранее, то есть в докризисный период, к 2008–2009 году находились на достаточно высокой стадии готовности, что позволило их ввести в строй в 2009 году. В третьем квартале 2010 года было введено порядка 46 тыс. кв. м бизнес-центров (классов А и В), и если сравнивать с третьим же кварталом 2009 года — то цифра на треть меньше. С другой стороны, это больше, чем ежеквартальный прирост за предыдущие

два квартала. Соответственно, имеется тенденция к повышению».

ТЕМИ ЖЕ СИЛАМИ

Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости ГК «Аверс», говорит, что кризис не внес существенных изменений в расстановку сил среди девелоперов, занимающихся офисными зданиями, по ее мнению, изменения могли быть больше — во всяком случае, такого развития событий опасались. Ушел, например, «Строймонтаж» (ОЦ «Монблан», 4 тыс. кв. м). Но «массовой гибели» девелоперов офисного рынка не произошло, несмотря на замораживание значительной части проектов (не появились в городе некоторые московские девелоперы, до кризиса планировавшие выход на рынок). «С другой стороны, подразделение „Дон-строй“ строит „Невскую ратушу“ — однако этот девелопер в кризис перешел под контроль ВТБ (инициатора проекта). Продолжал заявлять (в марте, несмотря на продолжающийся кризис) о намерении построить офисы в Петербурге немецкий девелопер Hochtief. Инвестиционно-девелоперская компания „Бьер Люмьер Холдинг“, Швейцария, приобрела в начале 2010-го (или декабре 2009-го) проект бизнес-центра на Университетской набережной», — рассказала госпожа Шалаева.

Олег Барков, генеральный директор Knight Frank St.Petersburg, говорит, что рынок меняется структурно. Он переходит от морально устаревших и стихийно управляемых объектов к качественной недвижимости с рынком профессионального управления. В Петербурге стали появляться специализированные офисные центры, целью которых является формирование и развитие бизнес-среды для специалистов в сфере высоких технологий и инноваций. Один из них — чисто коммерческий проект «Технополис» в Пулково, а другой — административно-деловой центр в ОЭЗ «Нойдорф» в Стрельне, созданный при государственной поддержке и исключительно для льготного размещения компаний-резидентов ОЭЗ. Господин Барков также констатирует, что девелоперы начинают размораживать офисные проекты. В III квартале стало известно о возобновлении работ по таким проектам, как Sun Gally Park (Лиговский проспект, 60–62, Raiffeisen Evolution), «Ладожский» (ст. м. «Ладожская», «Адамант»), бизнес-центр компании «Унисто-Петросталь» на Индустриальном проспекте, 44, бизнес-центр компании «Балтийский монолит» на проспекте Кима.

Дмитрий Золин, управляющий партнер LCMC, среди других изменений рынка

называет выросшие сроки окупаемости проектов. «Сроки окупаемости существенно изменились для проектов с заемным финансированием: если до кризиса нормальным считался срок окупаемости в 5–6 лет, то сейчас он находится на уровне 10 лет. Для тех проектов, которые реализуются на собственные средства девелопера, сроки окупаемости тоже выросли из-за падения ставок аренды, но не так существенно. Качественный проект с хорошей локацией до сих пор может иметь сроки окупаемости в 5–6 лет», — говорит господин Золин.

Рентабельность проекта строительства современного офисного центра (класс А или В) составляет 20–25% (до кризиса доходила до 40%). Показатели рентабельности будут восстанавливаться по мере восстановления рынка в целом, а также роста ставок аренды. Во II квартале 2010 года наметилась тенденция к небольшому росту ставок аренды, особенно в объектах с хорошим местоположением. Доходность высококачественных офисов сегодня составляет 12–13%.

ВОЗВРАЩЕНИЕ

Постепенно девелоперы начинают возвращаться к проектам, включающим офисную функцию. Эта тенденция затрагивает не только участки в центре города, где в течение всего кризиса сохранялась строительная активность, но и на периферии, где большинство проектов до сих пор заморожено. По некоторым проектам была проведена реконцепция в сторону уменьшения офисной составляющей, также на рынке есть примеры полного изменения функционального назначения с офисного на жилое.

В III квартале 2010 года, по данным Knight Frank, наблюдалось превышение объема поглощения над новым предложением, вследствие чего сократилась доля свободных помещений на рынке. Объем поглощения был на 54% больше нового предложения, что привело к уменьшению доли свободных площадей.

«Анализируя изменения в структуре поглощения, можно отметить существенное увеличение спроса на офисы класса А при относительно более стабильном спросе на офисы класса В. Так в классе В прирост поглощения за отчетный период составил 23 процента по сравнению с III кварталом 2009 года, а в сегменте класса А поглощение увеличилось в 2,2 раза. Увеличение спроса на офисы класса А объясняется довольно привлекательным текущим соотношением цены и качества по сравнению с помещениями класса В. По итогам квартала значительно выросла доля крупных →



RENAISSANCE
DEVELOPMENT



• РЕНЕССАНС ПЛАЗА

Renaissance Plaza
улица Марата, 69-71

Renaissance Plaza, крупнейший бизнес центр класса «А» в Санкт-Петербурге, расположенный в исторической части города, в самом центре деловой жизни. Внушительное 8-и этажное здание было создано с использованием высоких архитектурных и самых современных технологических решений. Элегантные и утонченные интерьеры, роскошный холл, отделанный натуральным мрамором и потолочными плафонами с ручной росписью, использование золотого цвета в элементах декора придают комплексу фешенебельный и изысканный стиль. Renaissance Plaza состоит из трех корпусов, объединенных уютным и благоустроенным внутренним двором. В бизнес центре великолепно реализована возможность планирования офисного пространства согласно любым пожеланиям и требованиям арендаторов. Открытие Renaissance Plaza состоялось в 2008 году.

Общая площадь здания – 36 400 кв. м. Арендная площадь – 27 700 кв. м. Возможность планировки офисов от 186 кв.м. до 1 260 кв.м. на одном этаже.

В настоящий момент под аренду офисов осталось свободно 5000 кв.м.

Высокотехнологичное управление зданием (система «умный дом»):

Система безопасности: система скрытого видеонаблюдения и система контроля доступа в здание и на территорию комплекса, круглосуточная охрана.

В распоряжении наших арендаторов: центральный ресепшн, большое уютное кафе на 150 посадочных мест, бесплатный фитнес для сотрудников бизнес центра и подземный паркинг на 170 машин.



• РЕНЕССАНС ФОРУМ

Renaissance Forum
Лиговский проспект, 61-63

Престижный мультифункциональный комплекс Renaissance Forum расположен в деловом и туристическом центре города, на Лиговском проспекте, д. 61-63, в непосредственной близости от Невского проспекта. Несомненным преимуществом комплекса является его стратегическое местоположение: отличная транспортная доступность, 200 м. от Московского вокзала, напротив комплекса расположилось здание самого большого торгового центра города «Galleria». Просторный девятиэтажный комплекс Renaissance Forum включает в себя: бизнес-центр класса «А», торговую зону и комфортабельную 4-х звездочную гостиницу. Интерьеры комплекса выполнены в дорогом и изысканном стиле.

Комплекс будет открыт в марте 2011 года.

Арендная площадь под офисы составляет 5063 кв.м. Возможность планировки офисов от 250 кв. м до 1420 кв. м на одном этаже. Арендпригодная площадь под торговую зону располагается на первом этаже и составляет 1473, 6 кв.м. Гостиница 4-е звезды включает в себя 178 стандартных номеров и 17 сьютов. К услугам арендаторов: центральный ресепшн, 4 конференц холла, вместимостью от 12 до 50 человек, уютное кафе, ресторан выюхой кухни на 150 посадочных мест, фитнес-центр в отеле, подземная парковка на 60 автомобилей.

ОТРАЖЕНИЕ УСПЕХА

телефон

313-3-313

адрес

WWW.RENDVLP.COM



Компания Renaissance Development была основана в 2001 году с целью предоставления полного комплекса услуг в области развития недвижимости, инвестиций, строительства - реконструкции, управления и изъятия недвижимых активов на российском рынке собственности.

РЕЗУЛЬТАТ

→ сделок в объеме поглощения, большинство из которых связано с перемещением офисов компаний из зданий низкого класса. Заметную роль в этом процессе сыграли компании транспортно-логистического сектора, особенно связанные с авиацией. В результате этого заметно повысилась заполняемость бизнес-центров в деловой зоне «Пулково-3», — рассказал господин Барков.

«Первое полугодие 2010 года закрепило позитивный тренд роста спроса, наметившийся в 2009 году. Чистый объем поглощения офисных площадей классов А и В в 2010 году ожидается на уровне 130–140 тыс. кв. м; для сравнения — в 2009 году поглощение составило 110 тыс. кв. м. Вместе с тем прирост офисных площадей ожидается на уровне 130 тыс. кв. м, что соответствует чистому объему поглощения. Ввиду этого консультанты прогнозируют к началу 2011 года снижение уровня вакантных площадей до уровня 18 процентов. В течение года арендные ставки демонстрировали плавный рост — до 10 процентов. К 2012 году прогнозируется выравнивание спроса и предложения, как следствие — рост арендных ставок», — говорят в Colliers International.

«В конце 2009 — начале 2010 года на фоне снижения объемов ввода новых объектов наблюдалось некоторое сокращение объема вакантных офисных площадей, — рассказывает Зося Захарова. — В конце III квартала 2010 года общий объем вакантных офисных площадей в Санкт-Петербурге составил 245 тыс. кв. м».

Как говорят в Colliers International, средние ставки аренды для офисных помещений классов А и В стабилизировались в середине 2009 года и сейчас составляют, соответственно, \$1200 и 825 за квадрат-

НАИБОЛЕЕ ЗНАЧИМЫЕ ОФИСНЫЕ ЦЕНТРЫ КЛАССОВ А И В, ВВЕДЕННЫЕ В 2010 ГОДУ

НАЗВАНИЕ	АДРЕС	КЛАСС	АРЕНДУЕМАЯ ОФИСНАЯ ПЛОЩАДЬ, КВ. М	ДАТА ОТКРЫТИЯ
«ГУЛЛИВЕР» (2-Я ОЧЕРЕДЬ)	ТОРФЯНАЯ ДОРОГА, 7	В+	20 000	I КВ. 2010 Г.
«ГЕЛЬСИНГФОРСКИЙ»	ГЕЛЬСИНГФОРССКАЯ УЛ., 2	А	9 900	II КВ. 2010 Г.
QUATTRO SORTI / «КВАТРО КОРТИ»	ПОЧТАМТСКАЯ УЛ., 3-5	А	8 000	II КВ. 2010 Г.
PULKOVO SKY / «ПУЛКОВО СКАЙ» (КОРПУСА А, С)	ЗОНА ПУЛКОВО-3, СТАРТОВАЯ УЛ., 5	В	27 700	II КВ. 2010 Г.
«БИЗНЕС-ЛАЙНЕР»	ВЕРБНАЯ УЛ., 27	В	5 600	II КВ. 2010 Г.
TECHNOPOLIS PULKOVO / «ТЕХНОПОЛИС ПУЛКОВО»	ПУЛКОВСКОЕ Ш., 36-38	А	19 400	III КВ. 2010 Г.
«НЕКРАСОВА, 14»	НЕКРАСОВА, 14	А	8 000	III КВ. 2010 Г.
STOCKMANN / «СТОКМАНН НЕВСКИЙ ЦЕНТР»	НЕВСКИЙ ПР., 114	А	5 200	III КВ. 2010 Г.

ИСТОЧНИК: COLLIERS INTERNATIONAL

ный метр в год. Для офисов представительского класса в зоне prime-location диапазон ставок варьируется от 900 до 2000 руб. за квадратный метр в месяц, включая операционные расходы, коммунальные платежи и НДС.

ЧТО ВЛИЯЛО НА РЫНОК К значимым событиям на рынке недвижимости Colliers International относит то, что компания «Ренессанс Девелопмент» приобрела торгово-офисный комплекс Regent Hall на Владимирском пр., 23, вместе с участком, на котором он расположен. Сумма сделки составила \$25,5 млн, ставка капитализации — 12%. Это самая крупная инвестиционная покупка в Петербурге с начала года. Среди прочих событий Colliers International перечисляют: «Охта Групп» приступила к строительству одного из самых масштабных проектов в области коммерческой недвижимости — МФК «Невская ратуша». В первую очередь, к 2012–2013 году будут возводить здание для администрации города площадью около 110 000 кв. м, а также два бизнес-центра класса А; Россельхозбанк приобрел офисный особняк площадью около 5 тыс. кв. м в многофункциональном комплексе «Парадный квар-

тал» у «Группы ЛСР»; началась арендная кампания в строящемся деловом комплексе «Ренессанс Форум» на Лиговском пр., 61–63, рядом с Московским вокзалом. В состав МФК войдут бизнес-центр класса А арендуемой площадью 7800 кв. м, отель на 200 номеров и около 2000 кв. м торговых площадей. Срок сдачи запланирован на конец 2010 года; «Лидер Групп» начала строительство бизнес-центра Lider Tower на пл. Конституции арендуемой площадью 38 тыс. кв. м.

Сергей Игонин к числу важнейших для рынка событий относит и окончание строительства комплекса «Санкт-Петербург Плаза» (банк «Санкт-Петербург»): «Я считаю, что это очень интересный и знаковый проект еще и по своей локации — это объект достаточно удаленный от центра города, на правом берегу Невы, в том районе, который с точки зрения деловой активности не развивался ранее. К тому же, на мой взгляд, хотя я и не архитектор, проект хорошо вписался в окружающую застройку — это современная архитектура, качественная и подходящая именно для этого места. Из таких интересных объектов — по своему функционалу, по техническим приемам, по инженерным решениям, по компоновке площадей — я бы отметил еще „Технополис“ на Пулковском шоссе».

По итогам III квартала 2010 года во всех классах наблюдалось повышение арендных ставок. По данным аналитиков АРИН, наименьшее увеличение арендных ставок (на 1,4%) отмечено в классе А. В классе В ставки выросли на 5,3%, в классе С повышение составило 8,5%. По итогам девяти месяцев 2010 года снижение арендных ставок в классе А составило 8,4%. В классе В рост составил 3,7%, а класс С подорожал на 10,8%.

«Начиная с 2009 года, на рынке наблюдается тенденция к сужению диапазона арендных ставок между высокими и низкими классами бизнес-центров, — говорит Зося Захарова. — С одной стороны, арендодатели имеют свое представление о минимальной цене, которую они готовы получать за сдачу объекта. С другой стороны, компании (арендаторы) не готовы платить за дополнительные удобства, как это было в 2004–2008 годах».

Николай Казанский, генеральный директор Colliers International, резюмирует: «Рост офисного сектора превысил наши прогнозы в начале 2010 года. Мы ожидаем продолжение этого роста и в 2011 году. Это заключается как в росте деловой активности, так и в том, что неуклонно снижается процент вакантных площадей. Свободными остаются только неликвидные объекты, а объекты с хорошим местоположением и грамотной концепцией находят своих арендаторов, более того — показывают рост ставок аренды от уровня „дна“, которое было в 2009 году. До конца 2010 года плавный рост ставок аренды будет продолжаться, особенно в

объектах с хорошим местоположением. Выравнивание спроса и предложения и, как следствие, рост арендных ставок мы прогнозируем к 2012 году».

«Уже в 2010 году объем чистого поглощения превысит объем ввода новых офисов, что отразится на уровне вакантных площадей. Основное снижение уровня вакансий (по 6 процентов в год), по нашим прогнозам, должно произойти в 2011 и 2012 годах. В результате к концу 2012 года показатель может опуститься до 5 процентов, что соответствует данным 2008 года — и даже более ранним периодам. При подобном сценарии развития событий на офисном рынке ставки аренды начнут расти с начала 2012 года. До этого момента существенного роста средних ставок аренды мы не ожидаем: возможна незначительная (в пределах 5 процентов) коррекция, связанная с изменениями объема предложения и уровня вакантных площадей в отдельных деловых зонах», — говорит господин Казанский.

При этом подобный сценарий может корректироваться, прежде всего, за счет изменения объема перспективного предложения. Девелоперы могут отреагировать на постепенное оздоровление ситуации и начать «размораживать» недостроенные офисные здания. В стадии строительства, по состоянию на III квартал 2010 года, на разных этапах находятся 25 бизнес-центров с арендной площадью около 300 тыс. кв. м, сроки ввода до 2013 года. Из них к вводу до конца 2010 года запланировано еще порядка 40 тыс. кв. м. Еще более 300 тыс. арендных площадей офисных объектов законсервировано на разных стадиях строительства. Из них большая часть объектов остановилась на «нулевом» цикле, и лишь около 10% «заморожено» на финальной стадии и будет достраиваться в ближайшее время.

«Ближайшие два года совершенно точно окажутся удачными для переезда: в 2010 году можно будет найти хорошие площади по адекватным ставкам, в 2011 году — самые ликвидные площади уже будут арендованы, к 2012 году мы пойдем с малоликвидными помещениями и отсутствием нового качественного предложения. Ставки вновь начнут расти, соответственно, чтобы выводить объекты в фазе роста рынка в 2013–14 году, начинать их строительство нужно уже в ближайшие два года. Именно такой тактики придерживаются знакомые нам международные девелоперы, планирующие выход на наш рынок. Здесь нужно отметить, что успешная реализация новых офисных проектов в Санкт-Петербурге будет возможна при наличии хорошего местоположения, включающего удобство подъезда на общественном и личном транспорте, достаточного количества парковочных мест, комфортных и эффективных офисных планировок», — заключает господин Казанский. ■



ЮИТ ДОМ

Together we can do it. YIT

В ПРОДАЖЕ
КОММЕРЧЕСКИЕ ПОМЕЩЕНИЯ
от застройщика

площадью от 22,8 до 515,23 м²

Адреса жилых комплексов:

- пр. Тореза, 44
- Ленинский пр./пр. Кузнецова
- ул. Мебельная/Шуваловский пр.
- ул. Парашютная/ул. М. Новикова
- ул. Композиторов/ ул. Хо Ши Мина
- ул. Оптиков/Шуваловский пр./Богатырский пр.
- ул. Барочная/наб. р. Карповки



703-44-44

yitdom.ru

Центральный офис отдела продаж
ЗАО «ЮИТ Санкт-Петербург»
Приморский пр., 54



**Коммерческая
недвижимость
от группы
компаний
«ЦДС»**

Беспроцентная рассрочка

Скидки

**9 готовых и строящихся
объектов в разных
районах города**

Тел.: (812) 320 12 00

8-800-555-80-70

звонок по России бесплатный

www.cds.spb.ru

НА ГОТОВЫЕ СЕТИ

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ДВА ГОДА РЫНОК ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА, НАСЧИТЫВАЮЩИЙ ОКОЛО 200 СТАБИЛЬНЫХ И ЗАКРЕПИВШИХСЯ ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ, ОЩУТИМО ПЕРЕНАСЫТИЛСЯ. ОПЕРАТОРЫ, ОСОБЕННО ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА И ПОСЛЕ НЕГО, ДАБЫ НЕ ВЫЛЕТЕТЬ ИЗ СПИСКА АКТИВНЫХ ИГРОКОВ, СТАЛИ ПО-РАЗНОМУ ПРОЯВЛЯТЬ СВОЮ АКТИВНОСТЬ, ЧАЩЕ ВСЕГО ПРЕДЛАГАЯ СКИДКИ И СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПАКЕТЫ УСЛУГ ДЛЯ УДЕРЖАНИЯ КЛИЕНТОВ. ДАША ГИЛЕВА

Часть этих операторов — компании, нацеленные на корпоративный сегмент и обслуживающие арендаторов в бизнес-центрах, — с избытком предложения стали бороться иным способом. А именно — пользоваться телекоммуникационными сетями, принадлежащими БЦ, и за счет партнерских отношений гарантированно закрепляться в своем сегменте.

«Назовите телекоммуникационные компании, главенствующие на рынке Санкт-Петербурга до 2009 года в корпоративном сегменте, и вы не ошибетесь со списком лидеров в 2009–2010 году, — говорит директор по инвестициям СПб филиала «ВестКолл» Илья Рошаль. — Однако их постоянно пытаются сместить другие операторы. Например, существует тенденция, при которой некоторые операторы домашних сетей активно выходят в корпоративный сегмент и предлагают свои услуги даже в бизнес-центрах».

Прорваться в сегмент обслуживания бизнес-клиентов получается далеко не у каждого оператора. Это происходит либо по причине того, что арендаторы конкретного БЦ требуют вместе с ними пустить и того оператора связи, с которым они работали ранее, либо потому что у БЦ есть своя сеть телекоммуникационных услуг, предоставляемая клиентам без привлечения сторонних операторов.

Кроме того, существует еще множество дополнительных требований: «Нет

единого рецепта, как попасть в тот или иной бизнес-центр, — говорит генеральный директор компании ОБИТ Андрей Гук, — так как у каждого из них свои требования, предпочтения и возможности. Некоторые БЦ проводят тендеры, кто-то ищет по знакомству и хорошим рекомендациям, а кто-то просто выбирает того оператора, который понравился по каким-то своим субъективным ощущениям».

С тем, что у всех БЦ есть свои необъяснимые критерии выбора телекоммуникационных операторов, согласен и господин Рошаль. «Вообще непонятно, какие именно параметры сравнивает собственник бизнес-центра, ведь формат коммерческого предложения у всех операторов разный, — говорит он. — Я не раз был свидетелем тому, когда правдивое рабочее предложение проигрывало заведомо нечестному».

«Сетевой» фактор также может стать определяющим критерием присутствия телеком-компаний в БЦ. То есть если оператор работает в одном бизнес-центре сети, то он автоматически получает преференции от собственника на доступ и к следующему объекту.

По словам генерального директора оператора связи «Прометей» Романа Венедиктова, попадание оператора в БЦ также зависит от рентабельности того или иного проекта и политики управляющей компании. «Зачастую управляющие

компаниями, преследуя свои интересы, не пускают альтернативных провайдеров и работают только со „своей“ компанией, — говорит господин Венедиктов. — Если же в БЦ ситуация более демократичная, то вход — это вопрос переговоров и времени».

Прокладка телекоммуникаций в БЦ предусматривается в момент проектирования и строительства здания. Не всегда это на практике, правда, выполняется, сообщают в компании «Сплав». Однако если в БЦ сразу есть сеть, а также телекоммуникационное оборудование, их выгоднее сдавать в аренду или продавать крупному оператору.

«Для клиентов лучше, когда оказанием телеком-услуг занимается оператор связи, а не бизнес-центр, — комментирует директор по маркетингу „ЛАНК Телеком“ Даниил Курс. — Это дает абоненту, как правило, более высокий уровень сервиса и больший выбор оказываемых услуг».

Действительно, создание в БЦ собственной телеком-компания дело затратное и по времени, и по деньгам. Кроме сети и оборудования для предоставления телекоммуникационных услуг необходимо иметь лицензию, биллинговую систему и квалифицированных сотрудников.

«Сначала необходимо получить лицензию, — поясняет Илья Рошаль, — затем разработать проект сети связи, провести экспертизу этого проекта. Потом нужно

построить узел связи, саму сеть и сдать ее Россвязьнадзору. При этом всем уделить особое внимание вопросам эксплуатации сети. И все это стоит немалых денег».

Общая сумма расходов на создание «карманного» оператора в бизнес-центре, по словам генерального директора ТК «Миран» Игоря Ситникова, составит примерно 1 млн руб., а ежемесячное содержание такого оператора обойдется примерно в 200 тыс. руб. «Сюда не включены расходы на зарплату сотрудников, — комментирует господин Ситников. — Также цены приведены с учетом того, что есть возможность сэкономить при монтаже или же сразу купить готовую компанию с лицензиями и оборудованием, бывшее в употреблении. В ежемесячные расходы включаются затраты на интернет и PRI-канал».

При условии, что большинство арендаторов приводят в новые для себя бизнес-центры «своих» операторов, выгода для БЦ от создания своей телекоммуникационной компании очень мала.

«Сотрудничать с крупным оператором выгоднее, чем содержать собственного, — говорит коммерческий директор ЗАО „Северен Телеком“ Антон Виноградов. — Во-первых, это непрофильный бизнес для управляющих и владельцев бизнес-центров, который отвлекает от основных задач. Во-вторых, у крупных операторов больше возможностей — гораздо шире линейка услуг, развита собственная сеть, отработана схема обслуживания клиентов, есть штат высококвалифицированных специалистов. В-третьих, „карманные“ операторы, как правило, присутствуют в бизнес-центре на эксклюзивных условиях, поэтому и цены на услуги могут быть завышены».

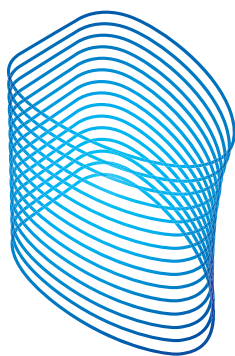
С завышенными ценами бороться можно только при наличии двух-трех операторов связи в бизнес-центре. Тогда у арендаторов будут более комфортные условия, при которых они смогут выбирать оптимальные для себя цены на телеком-услуги и держать их на уровне среднерыночных.

«Времена „карманных“ операторов при бизнес-центрах прошли, — говорит Андрей Гук, — так как держать их ради обслуживания двух-трех зданий стало невыгодно. К тому же кризис сделал рынок в сегменте телекоммуникационных услуг более ориентированным на клиента. Теперь в бизнес-центрах практически нет ограничений по выбору оператора для въезжающих крупных арендаторов». ■

СУЩЕСТВУЕТ ТЕНДЕНЦИЯ, ПРИ КОТОРОЙ НЕКОТОРЫЕ ОПЕРАТОРЫ ДОМАШНИХ СЕТЕЙ АКТИВНО ВЫХОДЯТ В КОРПОРАТИВНЫЙ СЕГМЕНТ И ПРЕДЛАГАЮТ СВОИ УСЛУГИ ДАЖЕ В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ



РОМАН ЯРОВИЦЫН



Санкт-Петербург Плаза

деловой комплекс

Здание
ОАО «Банк «Санкт-Петербург»
корпус 1

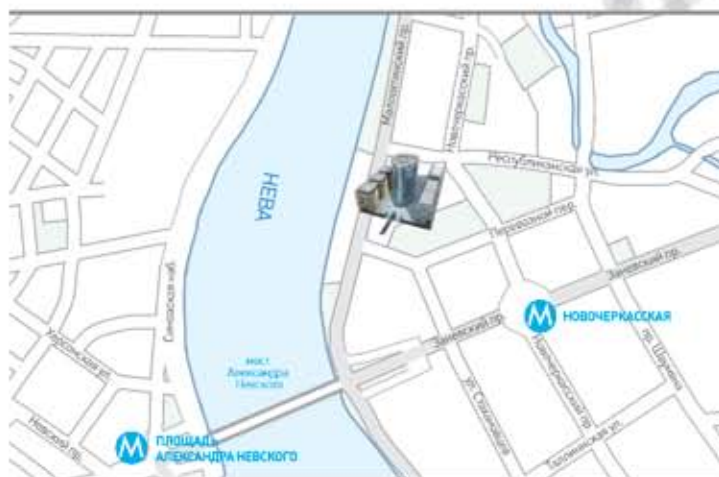
Продажа
корпус 2

Аренда
корпус 3



Застройщик ООО "ИСК Гелеанд". С проектной декларацией можно ознакомиться в офисе ООО "Найт Фрэнк Санкт-Петербург" ул. Маяковского 3Б, лит.А

ДЕЛОВОЙ КОМПЛЕКС КЛАССА А НА МАЛОЙ ОХТЕ



АРЕНДА (корпус 3)

- Общая площадь здания – 28 643 м², включая подземную парковку на 77 м/м.
- Офисные блоки от 145 м²

ПРОДАЖА (корпус 2)

- Общая площадь здания – 22 300 м², включая подземную парковку на 71 м/м.
- Возможна продажа отдельных офисов
- Предоставляется рассрочка до 3-х лет.

- Современный архитектурный проект, стильный дизайн
- Панорамное остекление от пола до потолка
- Подземный паркинг и открытая охраняемая парковка
- Автоматизированная Система Управления Зданием и современные системы жизнеобеспечения
- Высокоэффективная система общеобменной вентиляции и кондиционирования с возможностью индивидуального регулирования
- Встроенная трансформаторная подстанция мощностью 8,7 МВт, обеспечивающая бесперебойную подачу электроэнергии
- Автономная газовая котельная, обеспечивающая горячее водоснабжение и отопление
- Оптико-волоконные телекоммуникации, телефонная связь и передача данных
- Система охранной сигнализации 24/7, система контроля и управления доступом, система видеонаблюдения
- Высокоскоростные лифты ThyssenKrupp

Ввод в эксплуатацию делового комплекса – 1 кв. 2011 года



www.knightfrank.ru

363-2222

Эксклюзивный агент

БИЗНЕС-ПАРКИ ЗАКРЫТЫ НА ПРОСУШКУ

НЕСМОТРЯ НА ЗАВЕРЕНИЯ ДЕВЕЛОПЕРОВ О ТОМ, ЧТО КРИЗИС НА РЫНКЕ СТРОИТЕЛЬСТВА ПРОЙДЕН, МНОГИЕ ОФИСНЫЕ ПРОЕКТЫ ПРЕТЕРПЕЛИ СУЩЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ. ПРОЕКТОВ КОМПЛЕКСНОЙ ЗАСТРОЙКИ ТЕРРИТОРИЙ ОФИСНЫМИ КВАРТАЛАМИ СУЩЕСТВЕННО ПОУБАВИЛОСЬ. И, ПО МНЕНИЮ БОЛЬШИНСТВА АНАЛИТИКОВ, В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ НОВЫЕ ИДЕИ ПО СОЗДАНИЮ «ДЕЛОВЫХ КВАРТАЛОВ» ВРЯД ЛИ ПОЯВЯТСЯ. БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ БУДУТ, КАК И В ПРЕЖНИЕ ГОДЫ, РАЗВИВАТЬСЯ ТОЧЕЧНО — СЕЙЧАС, КАК ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ, СТРОИТЬ ЗДАНИЯ ОФИСНОГО НАЗНАЧЕНИЯ ПЛОЩАДЬЮ БОЛЕЕ 15 ТЫС. КВ. М ВРЯД ЛИ ЦЕЛЕСООБРАЗНО. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Незадолго до кризиса ряд компаний объявили о планах по строительству не просто бизнес-центров, а целых офисных кварталов — помимо «Охта-центра» и «Невской ратуши», о намерении строить бизнес-парки заявили группа ЛСР, компания Весаг и ряд других. ЛСР намеревалась построить на проспекте Медиков комплекс деловых зданий площадью 340 тыс. кв. м, а Весаг — в 3-м Рыбацком проезде офисный центр на 100 тыс. кв. м. Однако когда начался кризис, ЛСР изменила концепцию проекта и приняла решение строить на проспекте Медиков жилье. Весаг также выставила недострой, который предполагалось переоборудовать под бизнес-парк на продажу.

В настоящее время ситуация на рынке офисной недвижимости ввиду влияния кризиса и осложнения экономической ситуации довольно непростая. Девелоперы, которые смогли использовать возможность перепрофилирования проектов с офисной функции на жилую, сделали это во избежание рисков незаполнения проектов, с которыми в любом случае пришлось бы столкнуться при одновременном массовом выходе площадей на рынок.

Заместитель руководителя инвестиционного департамента ЗАО «ВТБ-Девелопмент» Ольга Жердева констатирует, что емкость рынка офисов сократилась вслед за уменьшением количества потенциальных клиентов. «Но это не значит, что масштабные проекты офисной застройки в перспективе не будут востребованы. В данной конкретной ситуации такие проекты смогут развивать те девелоперы, которые готовы к фазированию проекта, реализации его и выводу на рынок очередями, чтобы не превышать потребности рынка, а гармонично следовать за ними. Такую стратегию смогут реализовывать только довольно крупные игроки с мощным финансовым ресурсом. В частности, в качестве примера проекта, который пережил кризис и продолжает стабильно развиваться, можно назвать масштабный проект „Невская ратуша“, в котором ОАО „Банк ВТБ“ выступает финансовым партнером», — рассказала госпожа Жердева.

Владислав Фадеев, руководитель отдела маркетинга департамента консалтинга GVA Sawyer, считает, что за исключением района Пулково, в котором уже сейчас работают Pulkovo Sky, «Аэроплаза», «Технополис», в остальных офисных проектах комплексного развития территорий особой активности не наблюдается. «Причина очевидна — высокая неопределенность со спросом. А финансовые ресурсы на подобную работу требуются значительные», — говорит он. Господин Фадеев признает, что исключением здесь



ВАСИЛИЙ ШАПОШНИКОВ

УЧАСТНИКИ РЫНКА СЛАБЫЙ ИНТЕРЕС К ОФИСНЫМ ПАРКАМ СО СТОРОНЫ ДЕВЕЛОПЕРОВ ОБЪЯСНЯЮТ СТАТУСОМ ПЕТЕРБУРГА — ВСЕ-ТАКИ ЭТО НЕ СТОЛИЧНЫЙ ГОРОД И ПОТРЕБНОСТЬ В РЕАЛЬНО ДОРОГИХ ОФИСАХ ЗДЕСЬ НЕ НАСТОЛЬКО ВЫСОКА

действительно является проект «Невская ратуша». В этом случае обе проблемы (спрос и финансовые ресурсы) минимизированы, говорит он.

Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости ГК «Аверс», говорит, что она вообще считает, что появление таких проектов нельзя объяснить ничем, кроме иллюзий девелоперов. «У нас все-таки не столичный город с не очень высокой потребностью в действительно дорогих офисах», — говорит она.

Николай Казанский, генеральный директор Colliers International, отмечает, что кризис скорректировал заявленные планы девелоперов, в том числе и масштаб необходимых рынку проектов: площадь ликвидного бизнес-центра в Петербурге, по его мнению, находится на уровне 15 000 кв. м. «Если девелоперы закладывали проекты площадью от 50 000, и у них нет специальных компаний, под которые они это делают, лучше разбивать такие проекты на несколько очередей», — рассуждает он.

Впрочем, госпожа Шалаева не уверена, что разбивка проекта на очереди способна «спасти» проект бизнес-парка. «Заполнять арендаторами деловые кварталы огромного размера очень трудно — просто не хватает компаний с такими запросами (тем более что очередей там несколько, и рядом с действующими корпусами годами длится строительство, что отпугивает арендаторов). Соответственно, окупаемость растягивается — пропорционально тому, каков процент дохода от аренды в противовес продаже (например, жилья в том же комплексе). Рядом с такими про-

ектами в относительно большом радиусе, до двух и более км, вероятен коллапс дорожного движения (все они близко от центра, дорожная инфраструктура там не всегда справляется и сейчас). Я бы их все перепрофилировала — прежде всего под жилье, спрос на него гораздо надежнее», — рассуждает госпожа Шалаева.

Сергей Акулов, директор департамента маркетинга и продаж УК «Сенатор», также полагает, что Петербург не приспособлен для офисных кварталов. «Я имею в виду, конечно же, историческую его часть. Если говорить о развитии таких центров на окраинах мегаполиса, то есть о создании неких городов-спутников, то, наверное, это имеет интересные перспективы, и, думаю, скоро мы к этому придем, однако подобное не произойдет в самой ближайшей перспективе. О таком явлении можно говорить лет через 5–6», — осторожен в своих оценках эксперт.

Павел Созинов, председатель правления Северо-Западной палаты недвижимости, говорит, что сегодня альтернативной идеей бизнес-паркам стало создание МФК с тремя или более функциями. «Это наиболее ожидаемый путь развития. Деловые кварталы и зоны во время кризиса — наиболее уязвимый сегмент рынка недвижимости. Вероятность в ближайшее время их освоения крайне низка. Как на Западе, так и в России офисные кварталы планируют располагать в бывших промышленных зонах. В Петербурге действительно существуют серьезные заделы по площади, поскольку промышленные кварталы занимают львиную долю самых лакомых городских территорий. Впрочем, подобные

проекты офисного комплексного освоения территорий связаны с серьезными затратами на инфраструктуру, зачастую такие зоны загрязнены промышленными отходами. Так, на территории ГИПХа, где должна находиться „Набережная Европы“, земля заражена отходами химического производства и требует серьезной рекультивации, что значительно удорожает проект», — напоминает господин Созинов.

Рассуждая о целесообразности появления офисных парков, вице-президент ГУД, управляющий партнер «АйБи Групп» Сергей Игонин говорит, что если офисный квартал появляется на депрессивной территории, то для города это выгодно. «Повышается деловая активность, видоизменяется сама территория, появляются новые рабочие места, эта активность генерирует и стимулирует развитие другой, сопутствующей деятельности. Появилось большое количество бизнес-центров — значит, однозначно, появится общественное питание, появятся сопутствующие услуги, появится торговля. Это — очевидные плюсы. При этом возникают и минусы — связанные с транспортным потоком, увеличением трафика и т. д. Но если подобное развитие идет в какой-то депрессивной территории — повторюсь, это выгодно», — полагает он.

Господин Игонин уверен, что комплексное освоение территорий при помощи офисной застройки имеет большие перспективы. Однако пока такими проектами будут заниматься несколько девелоперов сообща: «Рассуждая о создании проектов офисных кварталов, мы совершенно не обращаем внимание на эволюционное развитие некоторых районов, которое происходит тихо, само по себе, осуществляется отчасти спонтанно и разными девелоперами. Тем не менее идет процесс формирования таких мини-Сити, и они уже существуют в нашем городе. В качестве примера я бы назвал квартал в границах набережной Черной речки и Белоостровской и Кантемировской улиц. По моему мнению, здесь налицо спонтанное, эволюционное создание квартала, который можно назвать „Сити“. Количество бизнес-центров, уже функционирующих здесь, впечатляет. И это не предел, потому что они и дальше будут развиваться, будут генерироваться новые проекты. Здесь есть свободные ресурсы в виде оставшихся и пока невостребованных производственных площадей, есть земля, есть удобные коммуникации, и я думаю, что развитие деловой активности в этом районе будет только нарастать. При условии, конечно, что деловая активность будет нарастать в целом и в нашей экономике». ■

ИНВЕСТИЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ В МИРЕ ВОССТАНАВЛИВАЕТСЯ

ГЛОБАЛЬНЫЕ ОБЪЕМЫ ПРЯМЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В НЕДВИЖИМОСТЬ В ТРЕТЬЕМ КВАРТАЛЕ 2010 ГОДА ОГРАНИЧИВАЮТСЯ ЛИШЬ НЕДОСТАТКОМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ОЖИДАЕТСЯ, ЧТО ОБЩИЙ ОБЪЕМ ГЛОБАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ ЗА ВЕСЬ ГОД ДОСТИГНЕТ \$290 МЛРД.

РОМАН РУСАКОВ

По данным последнего отчета компании Jones Lang LaSalle, глобальные объемы прямых инвестиций в коммерческую недвижимость составили \$69 млрд в III квартале 2010 года. Это практически соответствует данным II квартала 2010 года, что свидетельствует о том, что восстановление инвестиционной активности, наблюдавшееся на протяжении последних четырех кварталов, устанавливается на постоянном уровне. Объем прямых инвестиций в коммерческую недвижимость за первые три квартала этого года достиг \$202 млрд по сравнению с \$139 млрд за тот же период в прошлом году. Как ожидают эксперты Jones Lang LaSalle, общий объем инвестиций за весь год может составить \$280–290 млрд.

Артур де Хааст (Arthur de Haast), глава Международной группы капитала компании Jones Lang LaSalle, комментирует: «Инвесторы готовы направлять значительные доли своих средств на приобретение премиальных активов во всех секторах; однако их ограниченное количество сужает их поле деятельности. Нехватка предложений также сокращает ставки доходности и приводит к значительному росту стоимости премиальных активов на ведущих мировых офисных рынках».

Он также добавляет: «Мы ожидаем, что глобальные объемы прямых инвестиций в недвижимость за весь год окажутся в пределах \$280–290 млрд, что незначительно ниже нашего изначального прогноза в \$300 млрд, но при этом на 35–40 процентов выше показателя 2009 года. Дальнейший рост объемов ожидается и в 2011 году, по мере того как инвесторы с собственным капиталом, расширяя свои географические интересы, получат хорошие инвестиционные возможности».

В Азиатско-Тихоокеанском регионе наблюдался двенадцатипроцентный рост объема инвестиций за III квартал; объем достиг \$18 млрд; значительное увеличение было зафиксировано в Сингапуре, Австралии, Китае и Малайзии. «Мы ожидаем, что объем транзакций вырастет на 15–25 процентов по сравнению с 2009 годом и достигнет уровня \$77 млрд до конца года», — прогнозирует господин де Хааст.

В Европе, на Ближнем Востоке и в Африке, несмотря на двенадцатипроцентное падение объемов во II квартале до 21 млрд евро (\$27 млрд), ожидается рост общего объема на 30% за весь год по сравнению с 2009-м. Летний спад бизнес-активности, нехватка качественных активов и про-

блема государственного долга в некоторых странах снизили объемы сделок за последний квартал. В Испании и Италии объемы значительно снизились по сравнению со II кварталом; в Великобритании и Германии активность замедлилась. Это уравнивается тем, что объемы инвестиций во Франции и — более значительно — в Швеции выросли по сравнению с предыдущим кварталом.

Ричард Блоксам (Richard Bloxam), глава команды по Европе, Ближнему Востоку и Азии компании Jones Lang LaSalle, комментирует: «По сравнению с 2009 годом настроения инвесторов остаются позитивными по всему региону. Мы ожидаем, что объемы за весь год по региону будут на 30 процентов выше, чем в 2009 году. В перспективе Германию и скандинавские страны ждут более высокие объемы, так как улучшение показателей и более устойчивый экономический климат благоприятно влияют на уверенность инвесторов».

В странах Южной и Северной Америки активность рынка продолжает увеличиваться, и объемы там выросли на 12% в III квартале. Существенный рост активности в Соединенных Штатах, особенно в так называемых городах — перевалочных

пунктах, обеспечил увеличение объемов инвестиций на 24% за III квартал и на 50% по сравнению с аналогичным периодом 2009 года. Бразилия стала самым привлекательным рынком с точки зрения роста; там объемы более чем утроились за первые три квартала 2010 года благодаря желанию международных и местных инвесторов воспользоваться возможностями, которые предоставляет сильный экономический рост, наблюдаемый в стране. Эти тенденции, скорее всего, продолжатся, и в Jones Lang LaSalle ожидают, что объемы сделок в США достигнут \$85–90 млрд, что на 90% выше, чем в 2009 году.

Олеся Черданцева, руководитель отдела аналитики рынка торговой недвижимости и инвестиций компании Jones Lang LaSalle, добавила: «Наблюдаемая в других странах тенденция характерна и для российского рынка: отсутствие выставленных на продажу премиальных активов является фактором, ограничивающим рост объема инвестиций. Мы ожидаем дальнейшего роста объемов инвестиций в российскую недвижимость в 2011 году, и заявленные многими инвестиционными фондами планы по инвестированию являются тому подтверждением». ■

НОВОГОДНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ!*

Рациональное решение для Вашего бизнеса

НА СМОЛЕНКЕ
БИЗНЕС ЦЕНТР

АРЕНДА
Полгода по 500 руб./ кв.м/мес.

КЛАСС В+

Васильевский Остров, наб. реки Смоленки, 33

- Офисные помещения с полной отделкой от 60 кв.м
- Торговые площади от 3000 кв.м
- Подземный паркинг
- Открытые террасы

Финансовый центр Петербурга

БИРЖА
БИЗНЕС ЦЕНТР

ПРОДАЖА РАССРОЧКА до 1,5 лет
АРЕНДА 750 руб./кв.м/мес.

КЛАСС В+

Васильевский Остров, 26-я линия, 15

- Офисные помещения от 90 кв.м
- Свободная планировка
- Биржа, конференц-зал, комната переговоров
- Удобная парковка

*Предложения действуют при заключении договора с 29 ноября по 31 декабря 2010 года.

www.lenspecsmu.ru
ЛенСпецСМУ

Санкт-Петербург,
Богатырский пр., д. 2

380-0525

ГРУППА КОМПАНИЙ
ЭТАЛОН



РЕКЛАМА

БИЗНЕС-ЦЕНТР ВЫЗЫВАЕТ КЛИЕНТОВ

НЕПРОСТАЯ СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ ОФИСНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, ГДЕ СЕЙЧАС ОБОСТРЕНА КОНКУРЕНЦИЯ ЗА КЛИЕНТА, ЗАСТАВЛЯЕТ ВЛАДЕЛЬЦЕВ БИЗНЕС-ЦЕНТРОВ КАЧЕСТВЕННО ПЕРЕСМОТРЕТЬ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ, ПРОДВИЖЕНИЮ И РЕКЛАМЕ СВОИХ УСЛУГ. УЧАСТНИКИ РЫНКА ГОВОРЯТ, ЧТО СЕЙЧАС ОПЕРАТОРЫ РЫНКА УЖЕ НЕ ДОВОЛЬСТВУЮТСЯ ПАССИВНЫМИ ПРОДАЖАМИ И СОЗДАЮТ CALL-ЦЕНТРЫ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ АРЕНДАТОРАМИ.

РОМАН РУСАКОВ

Павел Созинов, председатель правления Северо-Западной палаты недвижимости, рассказывает, что помимо рекламы владельцы бизнес-центров могут пользоваться и проверенными маркетинговыми ходами. Например, заключение договора с именитым якорным арендатором или анонсирование такого договора может привлечь новых клиентов. Проверенными ходами стали и отделка за счет управляющей компании и переезд арендатора — в подарок. Среди дополнительных бонусов — внутреннее перераспределение площадей. Арендаторам, которые хотели съехать, могут предложить более дешевое помещение. А тем, кто давно мечтал разместить все отделы на одном этаже, — предоставить такую возможность. Среди негласных поблажек — и то, что администрация может закрыть глаза на сдачу компанией помещения в субаренду.

ЛОВЯТ В СЕТИ Как говорят участники рынка, кризис существенно расширил набор инструментов, к которым прибегали владельцы бизнес-центров. По словам Владислава Фадеева, руководителя отдела маркетинга департамента консалтинга GVA Sawyer, были различные рекламные кампании, включая прямые звонки арендаторам в соседние бизнес-центры, распространение листовок, авторекламы и т. п. «Собственники предоставляли как прямые скидки на арендную плату, так и косвенные, например бесплатный переезд. Особенно в таких нетрадиционных видах рекламы отличался холдинг «Империя» (сеть бизнес-центров «Сенатор»), — рассказал господин Фадеев.

Сергей Акулов, директор департамента маркетинга и продаж УК «Сенатор», говорит, что если у компании есть большая сеть, в которой так или иначе приходится проводить ротацию и заполнять новые помещения, call-центр (с персоналом, занимающимся обзвоном потенциальных арендаторов) становится необходимостью. «В УК «Сенатор» есть свой call-центр, который доказал свою эффективность, не могу сказать, что это дешевое «мероприятие», но затраты компенсируются абсолютной уверенностью в том, что наши новые, в ближайшее время вводимые в эксплуатацию бизнес-центры, будут востребованы», — говорит господин Акулов.

Вице-президент Гильдии управляющих и девелоперов, управляющий партнер «АйБи Групп» Сергей Игонин согласен с мнением, что создание call-центра, бесспорно, нужно в том случае если девелопер или управляющая компания имеет сеть бизнес-центров. «Попытки создания некоего портала, на котором бы были вывешены все предложения по аренде, пока не находят должного отклика как у собственников, так и у управляющих компаний. Была хорошая идея проводить аукционы по продаже права аренды, которые предполагала проводить компания «Бест». В силу ряда обстоятельств этот проект не пошел. Это показывает определенное отношение к некоему коллективному органу, который бы представлял интересы многих. Пока каждый пытается воевать сам за себя. В рамках таких сетевых компаний, как «Сенатор», «Теорема», существует централизованная служба принятия заявок и централизованное предложение арендаторам различных вариантов аренды. Собственно, что практикуется и в нашей компании — все управляющие всех наших бизнес-центров постоянно обмениваются информацией, и в случае если клиент, обратившийся в один из наших бизнес-центров не находит себе нужное помещение, то ему предлагается все, что есть в наличии в других зданиях», — говорит господин Игонин.

ПОНЯТНЫЙ БИЗНЕС Тем не менее Владимир Федоров, руководитель департамента продаж ООО «Петербург Сити», отмечает, что примеры создания полноценных call-центров, профессионально предоставляющих информацию об услугах бизнес-центра и ведущих активные продажи подобных услуг, пока практически отсутствуют. Хотя и признает, что у сети «Сенатор» отдел аренды наиболее близок к определению «корпоративный call-центр».

Господин Фадеев считает, что создание эффективно работающего call-центра окупается достаточно быстро. «Мы на проекте «Набережная Европы» планируем создать call-центр», — делится планами он.

Антон Саенко, генеральный директор компании «МС-групп», тем не менее, уверен, что самым правильным способом, направленным на привлечение арендаторов, является PR-кампания бизнес-центра. По его словам,

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

тел.: (812) 448-4454

e-mail: arendaportal@mail.ru

МАРКЕТИНГ

на начальном этапе стоимость PR составляет от \$40 000 до \$60 000. Для дальнейшего поддержания имиджа затраты не должны превышать \$5000.

Александр Степанов, руководитель службы управления недвижимостью ОАО «БТК девелопмент», считает, что для успешного продвижения проекта важно также, чтобы собственник прозрачно вел бизнес. «Арендатору важно понимать принципы работы компании, степень ее клиентоориентированности, место и репутацию на рынке», — считает господин Степанов.

«Работу по привлечению новых клиентов, во-первых, перспективно начать с налаживания хорошего межличностного контакта с существующими арендаторами: такое „сарафанное радио“ оказывается весьма действенным. Во-вторых, компания и ее бренд должны быть известны на рынке и иметь хорошую деловую репутацию. Формированию этих характеристик способствует участие в профессиональных мероприятиях, форумах, конференциях, конкурсах. В-третьих, не стоит сбрасывать со счетов и работу с брокерами», — рассуждает господин Степанов. А вот к идее создания call-центров он относится скептически, по его мнению, их эффективность весьма сомнительна. «Впрочем, это может оказаться перспективным для масштабных объектов, где предполагается размещение большого количества арендаторов разного профиля и площади разделены на множество мелких блоков. Может, эта идея будет интересна и площадям класса С. Для объектов высокого класса это решение едва ли может стать адекватным», — отвергает он аргументы своих коллег.

Наталья Суслова, исполнительный директор LСMС : media, также считает, что основной способ продвижения бизнес-центра, дающий максимальный эффект, — это наружная реклама на объекте либо рядом с ним. «Как правило, арендаторов в первую очередь интересует локация, исходя из которой он и подыскивает подходящие по уровню сервиса объекты. Поэтому заметная наружная реклама на объекте наиболее эффективна», — говорит она. При этом госпожа Суслова считает, что продвигать бизнес-центр на рынке можно и за счет привлечения туда по льготной ставке какого-нибудь филиала крупной госструктуры, которая «потянет» за собой пул арендаторов, желающих быть поближе к власти или информации. «Если говорить о продвижении каких-то дополнительных услуг бизнес-центра (аренда конференц-зала, продажа рекламных поверхностей внутри бизнес-центра), то в этом случае методы выбираются исходя из конкретного предложения. Продажу indoor-рекламы целесообразнее всего поручать специализированному рекламному агентству, у которого существует своя база клиентов. Точно так же и конференц-залы удобнее всего сдавать в аренду, привлекая к этому компании, организуемые мероприятия», — говорит она.

ПРАВИЛЬНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Участники рынка отмечают, что в привлечении арендаторов немаловажную роль играет правильное позиционирование бизнес-центра. Анастасия Цыганова (Негребецкая), ведущий эксперт-аналитик GVA Sawyer, отмечает, что сейчас «гонка анонсов» уходит. «Забавно было наблюдать, как один и тот же бизнес центр вначале позиционировал себя как класс В. Далее перед кризисом он „стал“ классом А, так как это было выгодно, а в кризис опять „превратился“ в класс В. И это не самый яркий пример. Было и позиционирование бизнес-центров класса С как класс А...

Отмечу, что кризис показал, насколько неверно было завышение позиционирования, так как стало выгоднее позиционировать себя в более низком классе, это позволяло привлечь больше арендаторов», — говорит госпожа Цыганова.

Нередко в последнее время владельцы бизнес-центров стали использовать и тактику «переманивания» клиентов у своих конкурентов. Сергей Акулов рассказал, что во время кризиса существовали вполне очевидные и интуитивно понятные приемы, некоторые из которых исполнены лукавства. «Скажем, можно было объявить о серьезном снижении арендной ставки — самый простой прием. Помещение сдавалось за 500 рублей без отделки, а через год, когда делали ремонт, подвели телефон, это же помещение уже стоило 1200 рублей. Согласитесь, спорная выгода для арендатора. Кто-то предлагал бесплатный интернет, кстати, многие этим способом переманили существенное количество арендаторов, но тут есть тоже подводные камни — интернет был бесплатный, но с определенным ограничением либо по трафику, либо по скорости. Наиболее эффективным и честным приемом я считаю „бесплатный переезд“, как вы понимаете, в этом случае недосказанностей и дополнительных условий быть не может. В свое время сеть БЦ „Сенатор“ объявила о такой услуге всем потенциальным арендаторам, результаты не заставили себя ждать. Подобные тактики „заманивания“ — палка о двух концах. С одной стороны, я склонен к мнению, что сам процесс полезен всем. Он помогает арендаторам найти оптимальный вариант и в то же время он способствует установлению реальной стоимости аренды: если раньше среди арендодателей цена предложения колебалась, исходя из довольно-таки субъективных представлений о ее обоснованности, то сейчас все пришло в норму. С другой стороны, избалованные арендаторы после заманчивых предложений хотят еще большего: лучших услуг за меньшие деньги. Как говорится, аппетит приходит во время еды. Однако надо понимать, что у качественных услуг есть своя стоимость, которая не может быть меньше меньшего. Должна проводиться уборка помещений, думается, все хотят, чтобы это делалось не самыми плохими химическими средствами, должен быть интернет, хороший интернет, нужна телефония и прочее, и прочее... Я уверен, что этот переходный период в ближайшее время пройдет — каждый поймет, что ему нужно: кто-то определит для себя, что ему нужен качественный офис с качественным обслуживанием, кто-то поймет, что ему нужно какое-то временное пребывание и он найдет себе, я убежден, варианты на рынке», — резюмирует господин Акулов.

Дмитрий Шишанов, заместитель директора департамента офисной недвижимости Colliers International, в качестве приемов, применявшихся для удержания клиентов, приводит также изменения условий аренды, которые стали более лояльными по отношению к арендатору. Среди них можно назвать: укороченный срок договора (для долгосрочных, как правило, три года, хотя в практике есть и пять лет), более длительный срок арендных каникул, фиксирование арендной ставки в течение нескольких лет, уменьшение суммы депозита, отделка за счет арендодателя, право выхода арендатора из договора.

«В 2012 году с ростом рынка эти условия могут вновь вернуться на круги своя — в сторону ежегодной индексации ставок аренды, большего размера депозита, отделки за счет арендатора и т. п.», — прогнозирует господин Шишанов. ■

Только продуманные решения!



КОНДРАТЬЕВСКИЙ

F. LÉGER
Бизнес-центр «Фернан Леже»

Офисы в аренду от 40 до 2000 м²

- Отличная транспортная доступность - 10 минут от центра!
- Бизнес-центры класса «В+»
- Общая площадь 30 000 м²
- Фитнес-центр. Бассейн
- Торговые площади в аренду 500 м²
- Складские площади на территории делового квартала от 1000 м²
- Возможность индивидуальной планировки
- Новейшие инженерные системы и коммуникации
- Охраняемая парковка на 500 машиномест
- Аренда конференц-зала

Кондратьевский, 15/3
(812) 313-1919
www.splav-invest.com

СПЛАВ®
инвестиционно-строительная группа

ЗА ДОЛЮ МАЛУЮ

ВЛАДЕЛЬЦЫ БИЗНЕС-ЦЕНТРОВ ПОСТОЯННО НАХОДЯТСЯ В ПОИСКЕ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ, СПОСОБНЫХ СДЕЛАТЬ ИХ БИЗНЕС-ЦЕНТР БОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ АРЕНДАТОРОВ. НЕКОТОРЫЕ ЭКСПЕРТЫ ПОЛАГАЮТ, ЧТО НАЛИЧИЕ СОПУТСТВУЮЩЕЙ СЕРВИСНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ОФИСНЫХ ЦЕНТРАХ СДЕЛАЕТ ЖИЗНЬ ОБИТАТЕЛЕЙ ЭТОГО ЗДАНИЯ БОЛЕЕ КОМФОРТНОЙ И, КАК СЛЕДСТВИЕ, ПОВЫСИТ ЕГО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ. ОДНАКО ДАЛЕКО НЕ ВСЕ УЧАСТНИКИ РЫНКА РАЗДЕЛЯЮТ ТАКУЮ ТОЧКУ ЗРЕНИЯ. БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ МОГУТ ОБХОДИТЬСЯ И БЕЗ РЕСТОРАНОВ, КАФЕ И ХИМЧИСТОК, УВЕРЕНЫ ОНИ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Сергей Акулов, директор департамента маркетинга и продаж УК «Сенатор», отмечает, что на рынке есть бизнес-центры, в которых нет ни кафе, ни сервисных служб — все площади отведены под офисы. Для некоторых арендаторов отсутствие сопутствующей инфраструктуры не является препятствием при выборе помещения. «Если говорить о бизнес-центрах „Сенатор“, то нам совершенно не обязательно в каждом из наших объектов располагать подобные службы, достаточно расположить их в одном-двух бизнес-центрах, а дальше при необходимости они будут оказывать услуги по запросам арендаторов всей сети, тем самым экономя площади. Чем больше у управляющей компании бизнес-центров, тем эффективнее они используются», — говорит господин Акулов.

Николай Казанский, генеральный директор Colliers International, согласен с тем, что рестораны, кафе, аптеки, фитнес-центры — это инфраструктурные объекты, без которых БЦ, в принципе, может существовать. «Но при появлении таких дополнительных функций он становится более статусным и востребованным. Например, если в бизнес-центре существует острая необходимость в услугах нотариуса, то собственник может несколько снизить условия аренды для такой компании. Таким образом, во главу угла ставится не коммерческая выгода, а стремление собственника повысить уровень комфорта в своем бизнес-центре для арендатора», — говорит господин Казанский.

Также необходимость включения допугслуг в бизнес-центре зависит от его месторасположения: в центрах деловой активности, в непосредственной близости от метро и проходных магистралей, недостатка в таких услугах не будет, а вот в новых формирующихся деловых зонах, например в Пулково, включение в состав офисного центра дополнительных опций будет актуален.

БЕЗ РЕЦЕПТА Специалисты GVA Sawyer говорят, что универсального рецепта — какие в бизнес-центре нужны службы и какие площади им отводить — в данном случае нет, все зависит от класса объекта, расположения, окружения и т. п. «Понятно, что бизнес-центру класса С в непосредственной близости от нескольких крупных торговых комплексов и точек общепита нет необходимости обязательно создавать у себя на территории кафе. А вот в крупных бизнес-центрах класса А, вокруг которых мало точек общепита, жизненно необходимо создание столовой. Достаточно популярно также наличие на территории офисного центра банка, салона красоты, кассы авиабилетов, различных торговых помещений, фитнес-клуба», — говорят в GVA Sawyer. В компании отмечают, что дополнительная инфраструктура не является достаточным условием для привлечения дополнительных арендаторов, но часто является необходимым. Ведь если у со-



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

СОБСТВЕННИКИ ОФИСНЫХ ЦЕНТРОВ ТОЛЬКО СЕЙЧАС СТАЛИ ПРИХОДИТЬ К ТОМУ, ЧТО ОРГАНИЗАЦИЯ СОПУТСТВУЮЩИХ УСЛУГ В ОФИСНОМ ЗДАНИИ ЯВЛЯЕТСЯ ЗНАЧИТЕЛЬНЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ

седних бизнес-центров аналогичного класса определенный элемент инфраструктуры представлен и пользуется популярностью, то отсутствие такого элемента может негативно сказаться на заполняемости бизнес-центра или его ставках.

Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости ГК «Аверс», отмечает, что площадь под кафе в бизнес-центре зависит не только от «населения» (персонал арендаторов плюс некоторое среднее количество гостей, то есть клиентов компаний-арендаторов), но и от предпочтений сотрудников. «По опыту, под кафе с кухней вполне хватает 3–4 процента общей площади бизнес-центра размером порядка 10 тыс. кв. м (это общая площадь, GLA около 7–8 тыс. кв. м, число сотрудников 700–800 человек). Арендного дохода кафе обычно приносит мало», — отмечает госпожа Шалаева.

С ВЫХОДОМ НА УЛИЦУ Павел Созинов, председатель правления Северо-Западной палаты недвижимости, обращает внимание на то, что в бизнес-центрах наиболее интересны те кафе, которые имеют выход на улицу и обслуживают сторонних клиентов. «Нужно понимать разницу между кафе с обслуживанием и фастфудом или столовой с комплексными обедами, поскольку они могут обслуживать разное количество посетителей в день», — замечает господин Созинов.

Антон Саенко, генеральный директор компании «МС-групп», говорит, что на уровень точки общепита также влияет и месторасположение бизнес-центра. «К примеру, в месте, где существует хорошая проходимость, может быть открыт ресторан», — говорит он.

Александр Степанов, руководитель службы управления недвижимостью ОАО «БТК девелопмент», рассчитывает площади, которые следует отдать под кафе и прочие службы следующим образом: «В среднем для бизнес-центра класса А коэффициент полезного использования здания составляет порядка 80–85 процентов, для В и В+ классов — 87–88 процентов. Следовательно, от 12 до 20 процентов площади могут быть отданы под места общего пользования и сервисные службы. Доходность при этом не пострадает, так как то же кафе (принадлежащее девелоперу) будет приносить прибыль, а площади, отданные под стороннюю точку питания, банкоматы, терминалы и торговые точки, будут генерировать арендную плату. Привлекательность самого бизнес-центра как площадки для комфортного ведения бизнеса подразумевает наличие инфраструктурных опций», — говорит господин Степанов.

Специалисты компании АРИН говорят, что минимум 15% площадей должно быть отдано в аренду в бизнес-центрах под сопутствующую инфраструктуру, но для комфорта сотрудников арендаторов в здании должны размещаться кафе-столовая (300–500 кв. м), ресторан (200 кв. м), химчистка, ателье, ремонт одежды (200–300 кв. м), фитнес с бассейном (1500–2000 кв. м), отделение банка, банкоматы, конференц-зал, паркинг.

«Наши собственники офисных центров только сейчас стали приходить к тому, что организация сопутствующих услуг в офисном здании является значительным преимуществом. До сих пор наши управляющие не дают никаких льгот для предприятий общепита и сферы услуг, а, наоборот, стараются для них повысить ставки аренды, исходя из мнения, что размещаясь в их бизнес-центрах, предприятие общепита или сферы услуг уже получает арендаторов бизнес-центров в виде своих клиентов. А поскольку такие арендаторы не могут платить высокую ставку аренды, они зачастую вынуждены либо отказаться от размещения в офисном центре, либо брать в аренду низколиквидные площади. Арендовать хорошее помещение они готовы только в том случае, если смогут рассчитывать не только на внутренний спрос, но и на внешний. Например, ресторанам интересны видовые помещения на последних этажах, поскольку сейчас такие рестораны пользуются повышенным спросом у посетителей», — говорят в АРИН.

НА ОСОБОМ ПОЛОЖЕНИИ Участники рынка отмечают, что ранее, в условиях превышения спроса над предложением, управляющие вели переговоры с такими арендаторами на общих основаниях. Однако в нынешних условиях, когда вновь вводимые центры зачастую имеют большой коэффициент незаполненных площадей, управляющие вынуждены придумывать различные способы дополнительного привлечения арендаторов. И

один из них — размещение в бизнес-центре арендаторов, предлагающих сопутствующие услуги (ресторан, химчистка, турфирма, банкомат и т. д.). Это позволяет повысить привлекательность офисного центра. Поэтому управляющие бизнес-центров стали более гибкими при обсуждении условия аренды помещений с предприятиями общепита, сферы услуг и т. д.

Заработок предприятий общепита не зависит от класса здания. Как правило, рестораны, кафе и пр. рассчитаны на определенного потребителя и, исходя из этого, принимают решение о размещении в бизнес-центре того или иного класса. Так, высокостатусный ресторан никогда не «сядет» в бизнес-центр класса В- или С. При этом заработок предприятия общепита в основном зависит от полезной площади центра и от количества арендаторов (чем больше — тем выше заработок). К примеру, если концепция офисного здания подразумевает размещение на первом-втором этаже автосалона, то выгода ресторана явно будет ниже.

Александр Степанов отмечает, что составляющие инфраструктуры зависят от площади бизнес-центра и его локации. «Если мы говорим о проектах площадью свыше 30 тыс. кв. м, располагающихся на городской периферии, вдали от развитой вокруг них инфраструктуры, то, конечно, владельцы должны создавать ее внутри здания. Обязательными компонентами здесь будут пункт общественного питания, банкоматы, аптечный киоск, терминалы оплаты различных услуг, опционально собственники открывают киоски печати, цветочные лавки и даже мини-магазины подарков. Отсутствие хорошей локации собственники пытаются компенсировать богатой инфраструктурой начинкой, однако практика рынка показывает, что и этим заманить клиентов на окраины непросто», — предупреждает господин Степанов. Другая ситуация складывается для офисов, располагающихся в центральной части города в районах с развитой социальной инфраструктурой. Для таких площадей, как правило, достаточно меньшего пакета сопутствующих услуг. «К примеру, в нашем бизнес-центре „Петергофский“ на Старопетергофском проспекте, 19, есть собственное кафе с гибкой ценовой политикой (арендаторы имеют возможность пользоваться безналичной системой расчета, оплачивая питание ID-картой-пропуском со скидкой) и банкомат. В деловом комплексе BolloevCenter на Гривцова, 4, сотрудники и посетители могут воспользоваться услугами ресторана на первом этаже и, кроме того, мы подтягиваем к бизнес-центру соседнюю инфраструктуру: есть ряд партнерских программ с ближайшими заведениями, предлагающих особые цены по дисконтной карте BolloevCenter. На ресепшен арендаторы и их клиенты могут воспользоваться, например, услугой заказа такси и цветов», — рассказал господин Степанов. ■

КОНГРЕССАМ ГОТОВЯТ НОВЫЕ МЕСТА

ЕЖЕГОДНО С НАСТУПЛЕНИЕМ ОСЕННЕ-ЗИМНЕГО СЕЗОНА И СНИЖЕНИЕМ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА ГОРОДСКИЕ ВЛАСТИ ВСПОМИНАЮТ О ТОМ, ЧТО ОДНИМ ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ, СПОСОБНЫХ ЗАПОЛНИТЬ ПУСТУЮЩИЕ ГОСТИНИЦЫ, МОЖЕТ СТАТЬ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПЕТЕРБУРГА КАК ЦЕНТРА КОНГРЕССНОГО ТУРИЗМА.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Сегодня, по оценкам 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 2800 человек. За ним следуют помещения на 1000 мест Международного центра делового сотрудничества на площади Пролетарской диктатуры и Выставочного центра Северо-Запада на площади Победы. Из ныне строящихся или проектируемых объектов крупнейшими конгрессно-выставочными центрами должны стать конгресс-центр «Пулковский» при выставочном комплексе «ЭкспоФорум», рассчитанный на 7000 человек, конгресс-холл «Константиновский», площадью более 90 тыс. кв. м и вместимостью 2500 человек. Кроме того, в 2008 году венгерский девелопер TriGranit Development Corporation обнародовал свои планы по развитию территории Бадаевских складов, в рамках которых было задумано строительство грандиознейшего по своим масштабам конгресс-центра. Сегодня для проведения деловых мероприятий используются преимущественно конгрессные возможности отелей и вузов, а специализированных площадок в городе практически нет. Другая проблема — отсутствие конгресс-холлов значительной вместимости. Сегодня в Петербурге невозможно провести на достойном уровне крупный форум с количеством участников 3000 и более человек. Причем помимо вместительного и профессионально оборудованного основного зала, необходимо еще достаточное количество дополнительных помещений для секционных заседаний. Их суммарная площадь должна составлять не менее 80 процентов площади основной аудитории. Такое требование, например, выдвигает влиятельная международная ассоциация конгресс-центров (AIPC). Как утверждает руководство «ЭкспоФорума», этому требованию, в числе многих других, будет удовлетворять конгресс-центр в составе комплекса, который возводит «ЭкспоФорум» в районе аэропорта Пулково. Участники рынка говорят, что потребность в конгрессных объектах достоверно оценить сложно, поскольку предложение на этом рынке формирует спрос. Местные организаторы конгрессов утверждают, что они готовы проводить в городе мероприятия численностью 3–5 тыс. человек, но пока полноценной площадки такого размера нет, говорить о потенциале рынка можно только в общих чертах. Павел Созинов, председатель правления Северо-Западной палаты недвижимости, говорит, что только две гостиницы системы «Парк Инн» могут предложить развитую деловую зону:

несколько залов достаточной вместимости — от 60 до 600 мест. «Сосредоточенные в „Ленэкспо“ выставочные площади морально устарели, не спасло положение и открытие несколько лет назад нового павильона. Заявленные новые площадки в районе Пулково, пока остаются только в проектах на бумаге», — сетует он. В Санкт-Петербурге есть проблема со сложностью видоизменения выставочных площадок, в связи с чем они подходят не для всех мероприятий. Появляется и необходимость трансформации залов, поиска различных пространственных решений для проведения нескольких мероприятий в одно время. Выставки и мероприятия в Санкт-Петербурге проходят нечасто, поэтому нет постоянной загрузки конгресс-холлов и соответственно высоких доходов для собственников. Конгресс-холл — это сложное инженерное сооружение, окупаемость которого может составить более 15 лет, а в некоторых случаях даже более 20 лет — все зависит от размера объекта. Одновременная загрузка успешного функционирующего конгресс-холла должна быть не менее 70%, иначе собственнику становится просто невыгодно владеть таким объектом. Применение нестандартных технологий в строительстве влечет за собой высокую стоимость эксплуатации объекта, поскольку управляющей компании необходимо будет обучить своих сотрудников для работы на данном объекте.

Дмитрий Абрамов, генеральный директор ОАО «БТК девелопмент», считает, что в Петербурге недостаточно качественных площадок европейского уровня, предназначенных для проведения масштабных мероприятий. Имеющиеся площадки устаревают и не всегда в состоянии обслуживать действительно крупные массовые проекты. По его мнению, проект строительства конгресс-центра в районе Пулково выглядит с этой точки зрения вполне оправданным, там смогут на более высоком уровне проводиться мероприятия масштаба Петербургского международного экономического форума и Международного инвестиционного форума PROEstate, а территория, занимаемая «Ленэкспо», напротив, найти более эффективный вариант использования. Впрочем, господин Абрамов согласен с оценкой, что конгрессный бизнес — не самый рентабельный. «Частному инвестору вряд ли будет выгодно вкладывать средства в такой объект, так как срок окупаемости может достигать 12 лет. В силу специфичности такого проекта могут возникнуть сложности с поиском профессиональной управляющей компании: это новый рынок, и практика управления подобными объектами только начинает складываться. Несмотря на то, что MICE-индустрия в Петербурге стремительно развивается, могут возникнуть проблемы с заполняемостью объекта, так как в этом бизнесе велик фактор сезонности», — предостерегает инвесторов господин Абрамов.

Марина Осадчая, ведущий аналитик компании «НДВ СПб» (филиал «НДВ-Недвижимость»), согласна с тем, что идеального места для проведения крупных конгрессов в Петербурге нет. «Нужно иметь в виду,

что на конгрессы съезжаются люди из разных городов, соответственно конгресс-холл должен находиться поблизости, во-первых, от гостиницы, во-вторых, от аэропорта или, в крайнем случае, железнодорожного вокзала. Одна из самых больших площадок Петербурга — «Ленэкспо» — к сожалению, не удовлетворяет этим требованиям. А других мест, схожих по масштабу, в Петербурге пока нет», — говорит госпожа Осадчая.

А вот строить конгресс-холлы обособленно или в составе многофункциональных центров — на этот счет у аналитиков единого мнения нет. «Строительство конгресс-холлов оправданно с экономической точки зрения только в качестве одного из элементов многофункционального комплекса или гостиницы, чтобы возникал эффект синергии. Но даже в этом случае срок окупаемости вложений будет в среднем в два раза дольше, чем при строительстве торговых помещений или бизнес-центров. К тому же, владелец конгресс-холла неизбежно столкнется с трудностями в управлении таким специфическим объектом. Все это отпугивает девелоперов, которые в итоге выбирают более просчитываемые объекты. Хотя есть и обратные примеры, например, проекты строительства конгрессно-выставочных комплексов в зоне у аэропорта Пулково и на

территории Бадаевских складов», — говорит госпожа Осадчая.

Аналогичную точку зрения отстаивает и директор департамента брокериджа NAI Besar в Санкт-Петербурге Наталия Черейская. Она считает, что проекты конгресс-холлов могут существовать обособленно, работая только на выставках и конгрессах. «Но при этом интереснее совмещение конгресс-холла с гостиничной, офисной, складской функцией. Поскольку часто возникает ситуация, когда нужны большие площади не только для размещения, но и для хранения специального оборудования. Локация должна быть максимально удобной для посетителей и экспонентов, иначе площадка не будет востребована», — говорит она.

Иного мнения придерживается господин Абрамов: «Если мы говорим о конгресс-холлах, а не просто о конференц-площадках, то они скорее должны быть обособленными учреждениями и при этом располагаться в местах с удобной транспортной доступностью. Включать такие проекты в состав многофункциональных комплексов на сегодняшний день неперспективно, так как срок окупаемости в таком случае ощутимо увеличится. Такие объекты могли бы удачно сочетаться с гостиничными комплексами, дополняя и развивая друг друга». ■



Искусство находить решения

Интеграция связи для Вашего бизнеса

(812) 329 4444
www.smart.spb.ru



«МЫ НАДЕЕМСЯ СТАТЬ ЛИДЕРАМИ ПО ОФИСНЫМ ПЛОЩАДЯМ»

В БЛИЖАЙШИЕ ДВА ГОДА КОМПАНИЯ RENAISSANCE DEVELOPMENT ПЛАНИРУЕТ ВЛОЖИТЬ В СТРОИТЕЛЬСТВО И ПРИОБРЕТЕНИЕ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ДО 300 МЛН ЕВРО И ПОСТРОИТЬ В ГОРОДЕ ОКОЛО 300 ТЫС. КВ. М НОВЫХ ПЛОЩАДЕЙ. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ БУДЕТ СОПОСТАВИМ С ВЛОЖЕНИЯМИ КОМПАНИИ В ЭКОНОМИКУ ГОРОДА ЗА ПРЕДЫДУЩИЕ ДЕВЯТЬ ЛЕТ — С МОМЕНТА ВЫХОДА КОМПАНИИ НА МЕСТНЫЙ РЫНОК. О ПЛАНАХ КОМПАНИИ И ПЕРСПЕКТИВАХ ЕЕ РАЗВИТИЯ КОРРЕСПОНДЕНТУ BUSINESS GUIDE «КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ» ВАЛЕРИЮ ГРИБАНОВУ РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР RENAISSANCE DEVELOPMENT ТАНЕР ТОПЛУ.

BUSINESS GUIDE: С какого года вы присутствуете на рынке Петербурга?

ТАНЕР ТОПЛУ: Мы работаем на рынке города с 2001 года. Сначала здесь начинала работать аффилированная с нами компания Renaissance Construction, в качестве генерального подрядчика. Затем строительством объектов коммерческой и жилой недвижимости в городе стала заниматься и Renaissance Development.

BG: Сколько за этот период было построено и какие планы по вводу площадей на ближайшее время?

Т. Т.: За период работы на местном рынке мы ввели около 300 тыс. кв. м жилой и коммерческой недвижимости. Сейчас завершаем работы на Литейном, 61, — в здании будут и офисные помещения, и гостиница. Месяц назад мы подписали договор с оператором Intercontinental — там будет работать отель под брендом Crowne Plaza. Общая площадь комплекса составит 25 тыс. кв. м, гостиница займет 8 тыс. кв. м, остальное — офисные помещения. Ввод комплекса намечен на март 2011 года. Инвестиции в его открытие составят 60 млн евро.

BG: Сейчас на углу Невского проспекта и улицы Восстания начал работать торговый центр «Стокманн», а на Лиговском открылся многофункциональный центр Galeria. И вскоре начнет работать ваш комплекс. Некоторые участники рынка опасаются, что столь высокая концентрация коммерческой недвижимости может отрицательно сказаться на транспортной ситуации вокруг площади Восстания. У вас таких опасений нет?

Т. Т.: Мы тоже опасаемся, что это может создать дополнительные проблемы. Но пробки же есть и сейчас... Кроме того, в «Стокманне» открылась подземная парковка на 560 мест, в Galeria — на 1000 мест. У нас будет парковка на 120 мест. Это вроде бы не так много, но для гостиницы этого вполне достаточно. Думаю, что проблем с парковкой на площади Восстания быть не должно.

BG: Какие наиболее значимые проекты вашей компании вы бы могли назвать из уже реализованных?

Т. Т.: Ну вот наш центр «Ренессанс Плаза» на Марата, 71. По нашим оценкам, это самый крупный офисный комплекс в центре Петербурга — его площадь составляет 36 тыс. кв. м. На 2-й Советской улице есть центр, его площадь составляет 7,5 тыс. кв. м. На улице Шателена офисный комплекс составляет 13 тыс. кв. м. В июне купили здание Regent Hall на Владимирском, 23, сейчас он уже переименован в «Ренессанс Холл». Там 4 тыс. кв. м торговых площадей и 8 тыс. кв. м офисных.

BG: Покупка здания на Владимирском — это ваш первый опыт в приобретении уже гото-



ДЕНИС ВЫШИНСКИЙ

вых объектов или компания покупала объекты недвижимости и раньше?

Т. Т.: Да, это был первый объект. Оказалось, что в период кризиса можно было купить уже готовую недвижимость дешевле, чем строить самим.

BG: То есть это была покупка по случаю — попался объект по выгодной цене, вы и приобрели?

Т. Т.: Нет, отчего же — мы искали целенаправленно недвижимость — два года искали. Петербург не Москва, и здесь интересных предложений не так много. Но мы планируем и в будущем приобретать готовые объекты. И ищем их — минимум от 10 тыс. кв. м в центре.

BG: Вы строите только в центре Петербурга, окраины не рассматриваете?

Т. Т.: Да, в основном наши объекты располагаются в центральной части города, за исключением комплекса на улице Шателена. Будет строиться объект в Московском районе, на Решетникова. Кризис показал, что объекты на окраинах дешевле, чем здания в центре города. Здесь все-таки планку по арендным ставкам нам удалось удержать, не сильно снижая.

BG: Можете сказать, на сколько процентов в среднем вам пришлось снижать ставки для своих арендаторов?

Т. Т.: В среднем не скажу, нет под рукой такой информации. Но пришлось идти на уступки арендаторам. Если раньше каждый год у нас ставки аренды вырастали на определенный процент, то с началом кризиса ставки, конечно же, пришлось заморозить. Приходится более серьезное внимание уделять и качеству сервиса арендаторов, и ценовой политике.

BG: А сейчас как обстоит дело со ставками? Кризис закончился — рост начался?

Т. Т.: Это я вам смогу сказать в декабре, у нас в этот период принимаются подобные ре-

шения. Но думаю, что пока о росте говорить все же преждевременно. Кризис закончился, но пока какого-то серьезного увеличения спроса на офисные помещения мы не наблюдаем.

BG: Вы сами управляете своими центрами? Нет ли планов по выходу на рынок управления чужих бизнес-центров?

Т. Т.: Да, управляем сами, но выходить на рынок управления не планируем. У нас все-таки профильный бизнес — девелопмент. А при увеличении объемов обслуживания — за счет появления сторонних бизнес-центров — существует риск потери качества, нам бы этого не хотелось.

BG: Расскажите об объектах, которые в ближайшее время намерены строить самостоятельно.

Т. Т.: В марте 2011 года мы намерены начать строительство комплекса на улице Решетникова, 14, недалеко от станции метро «Электросила». Участок под строительство мы купили три года назад, его площадь составляет 3 тыс. кв. м, на нем будет возведен комплекс площадью 15 тыс. кв. м. Также в марте начнутся работы по комплексу на Херсонской улице, на углу с Исполкомской — там расположено бывшее здание газеты «Правда». Сейчас площадь здания составляет 5 тыс. кв. м. Мы планируем его реконструировать с сохранением фасада и расширить за счет строительства внутриквартальных флигелей. Общая площадь офисного центра на Херсонской составит около 30 тыс. кв. м. Есть также проект строительства офисного центра, площадью 35 тыс. кв. м на улице Смольякова, 6 (недалеко от Выборгской набережной), там на территории бывшей текстильной фабрики мы приобрели участок площадью 7 тыс. кв. м. Строительство по этому адресу предполагается начать примерно в конце 2011 года. И в начале 2012 года есть планы по строительству на набережной реки Пряжки, 7. Там площадь участка составляет 2,4 тыс. кв. м.

BG: Вы приобретаете участки в собственности? У города на инвестиционных условиях землю не получаете?

Т. Т.: Да, мы предпочитаем работать с участками, которые находятся у нас в собственности. Для развития бизнеса такая схема более удобная. И в части получения кредитов легче, и обременений меньше. С городскими территориями мы находимся в жестких временных рамках — должны подготовить проект за 11 месяцев, а это не всегда возможно. Впрочем, по зданию на Лиговском опыт работы с администрацией у нас был. Там 2,5 тыс. кв. м земельного участка у нас было в собственности, а 1,5 тыс. мы взяли на инвестиционных условиях у города.

BG: Если все заявленные планы будут реализованы и вам действительно удастся построить 300 тыс. кв. м новых помещений, вы сможете претендовать на роль лидера по объему офисных площадей, находящихся в собственности?

Т. Т.: Да, мы надеемся, что так и будет. Сейчас мы занимаем второе место после УК «Сенатор».

BG: Ваша родственная структура — «Ренессанс Констракшн» — она занимается генподрядными работами? На объектах, которые вы строите, приглашаете ее?

Т. Т.: Да, «Ренессанс Констракшн» работает во многих городах России, в Турции, в Саудовской Аравии, многих других странах; в рейтинге крупнейших строительных компаний мира она занимает 67-е место. И на свои объекты мы, конечно же, приглашаем эту компанию.

BG: В каких еще регионах страны работает «Ренессанс Девелопмент»?

Т. Т.: Кроме Петербурга мы работаем в Тюмени, Сочи, Новосибирске. В Новосибирске в марте 2011 года открывается многофункциональный комплекс площадью 130 тыс. кв. м, в Сочи строим жилье, в Тюмени — и жилье, и офисную недвижимость.

BG: А в Петербурге планов по жилью нет?

Т. Т.: У нас был опыт строительства жилья здесь. В 2003 году мы начали два объекта — на улице Димитрова и на Народной улице, в 2006 году они были построены, суммарно там было введено 450 квартир. Но мы поняли, что лучше строить элитное жилье, более демократичные сегменты все-таки не наша сфера. Пока конкретных планов по строительству элитного жилья назвать не могу, но возможность такая рассматривается.

BG: Вы сказали, что Петербург не Москва, и предложений по участкам застройки здесь меньше. Тем не менее Москва в ваших планах не звучит. Почему?

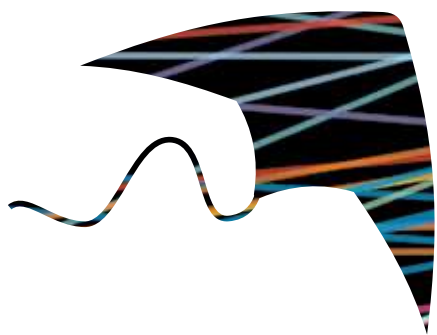
Т. Т.: Я даже не знаю, почему мы не строим в Москве. Как-то так сложилось исторически. В этом нет какой-то целенаправленной стратегии. Мы искали после кризиса в Москве пятна под застройку, но ничего интересного нам не предложили.

BG: Получается, что предложения в Москве не намного интереснее, чем в Петербурге?

Т. Т.: В Москве рынок другой, есть серьезные отличия от петербургского, это город, который намного больше, правила там иные. Петербург мы, можно сказать, знаем как родной, а там нужно все тщательно изучать — год-полтора исследовать ситуацию.

BG: То есть в ближайшие два-три года планов по столице нет?

Т. Т.: Почему? Если завтра будет интересное предложение — пойдём и туда. ■



Дата-центр



**Высокоскоростной
доступ в интернет**



Аренда каналов связи



Автообзвон



Телефонная связь



**Fax-To-Email
и Email-To-Fax**



Пакетные решения



Аудиоконференция



Аренда IT-инфраструктуры

Наши крылья для ваших высот

2-АЯ СОВЕТСКАЯ, 7



ЖУКОВСКОГО, 63

класс В+
общая площадь здания 6488,7 м²

класс А
общая площадь здания 4370 м²

СЕНАТОР

Сеть бизнес-центров

- Оптимальные офисные решения
- Выгодные условия аренды
- Хорошо организованное обслуживание
- Современные инженерные коммуникации
- Круглосуточная охрана
- Пожарная и охранный сигнализации
- Высококачественная цифровая связь и Интернет
- Два ресторана
- Выразительная архитектура
- Уникальный авторский интерьер
- Отделка натуральными материалами
- Развитая инфраструктура
- Стекланные лифты премиум-класса
- Крытый паркинг на 183 места
- Наземная парковка – 270 мест
- 10 минут от метро «Василеостровская»



332 13 88

www.senator.spb.ru