

коммерческая недвижимость

www.kommersant.ru/region/spb

Понедельник 12 декабря 2011 №232/П (№4773 с момента возобновления издания)

С учетом нарастающей конкуренции в торговле покупатели становятся все более требовательными к концепции торговых центров. Девелоперы вынуждены придумывать все новые точки притяжения покупательских потоков. Впрочем, как считают эксперты, говорить о появлении принципиально новых форматов торговли в обозримом будущем достаточно сложно. Скорее речь будет идти о развитии уже существующих концепций.

Усовершенствовать старое

торговля

Появление новых торговых объектов с интересной и грамотной концепцией приводит к обострению конкуренции. Существующие комплексы начинают испытывать конкурентное давление, прежде всего это касается небольших объектов, где изменившиеся рыночные условия выявили недостатки концепций, а также строящиеся объекты, которые в ряде случаев оказались в ситуации, когда участок земли не позволяет реализовать масштабный проект, способный по размеру конкурировать с близлежащими торговыми комплексами. Девелопер, стремясь занять новую или более свободную нишу, рассматривает возможность реализовывать новые форматы торговых комплексов, такие как мультикорнере или специализированные торговые центры, дискаунтеры или аутлет-центры.

В последнее время, говорят эксперты, наиболее востребованы у покупателей центры, предлагающие широкую линейку товаров и развлечений, так называемые family mall. К таким объектам относятся «Мега», «Галерея», «Лето», «Радуга». Однако уже сейчас очевидна некоторая пресыщенность покупателей данными центрами, поскольку бренды, представленные в данных магазинах, практически одни и те же. В последнее время важным фактором для привлечения покупателей является поиск новых брендов.



Открытие ДЛТ после реконструкции может вернуть на рынок подзабытый формат — универмаг

В Европе основными посетителями, на которых ориентирована инфраструктура торговых центров, считаются матери с детьми и инвалиды, поскольку у них достаточно свободного времени и возможностей для посещения магазина в любое время. «В России ситуация несколько иная, но уже сейчас очень

большое внимание уделяется созданию инфраструктуры для детей, поскольку это позволяет провести семье в торговом центре целый день. Кроме того, сами дети как потребители товаров и услуг являются очень хорошей целевой аудиторией, которой трудно отказать», — объясняет любовь девелоперов к де-

тям директор департамента консалтинга и оценки АРИН Екатерина Марковец.

Добавить премиальной пищи
Павел Пикалев, директор Penny Lane Realty Saint Petersburg, говорит, что в последнее время торговые центры традиционный

фудкорт и кофейни дополняют ресторанами достаточно высокого ценового сегмента (например, «Баклажан» от Ginza в «Галерее»). Такие арендаторы, по мнению господина Пикалева, востребованы в больших центрах со значительным количеством премиальных операторов ритейла. Также компании

стали расширять детские игровые и развивающие сегменты в формате learn & play — «Лабиринт» в МФК «Толстой сквер», «Умникум» и Harrylon в «Галерее», «Дивный город» в «Гранд Каньоне», последний — самый крупный в России (22 тыс. кв. м). «Объекты данного формата, являясь «якорными», приносят меньше арендного дохода относительно других «якорей», однако способны привлечь в торговые центры намного больше посетителей», — говорит господин Пикалев.

С расширением функциональности и развитием «нишевых» форматов в среднесрочной перспективе ожидается развитие ритейл-парков и аутлет-центров. Проекты данных сегментов фокусируются на дисконтированных товарах, расположены в сравнительно удаленных местах.

«Несколько достаточно крупных проектов аутлет-центров заявлены, но дальнейшее развитие сегмента будет зависеть от активности западных или появления собственных операторов. Сложность развития данного сегмента связана с тем, что товары местных производителей и широко распространенных в России иностранных брендов категории «мидл класс» достаточно легко приобрести на сезонных распродажах в торговых центрах. Товары высоких брендов, которые представляют наибольший интерес

для посетителей аутлетов, достаточно труднодоступны из-за удаленности производителей и, соответственно, расходов на доставку», — поясняет Екатерина Марковец.

Андрей Старков, руководитель отдела консалтинга Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, говорит, что уже в течение 2012 года в Петербурге должен быть реализован первый объект в формате аутлет — компания FashionHouseDevelopment ведет строительство в районе Пулков. «Появление аутлетов в России может быть связано не только со стремлением девелопера занять новую нишу, но и с дефицитом свободных пятен под строительство новых торговых комплексов или гипермаркетов. Застройщики обращаются к загородным участкам, где строительство объектов более высокого класса вряд ли окупится, а стоковые форматы, напротив, могут привлекать большие потоки покупателей. Свободные земельные участки за пределами города будут способствовать появлению и другого формата, нового для российского рынка торговой недвижимости — ритейл-парка. В Европе этот формат представляет собой расположенные на окраинах города или в пригороде комплексы из одноэтажных зданий, площадью до 200 тыс. кв. м, объединенных общей парковкой», — говорит господин Старков.

(Окончание на стр. 18)

18

страница

Новые проекты складов опаздывают
В 2012 году дефицит складских помещений сохранится

19

страница

Деловых туристов заманят новыми площадями
Петербург претендует на роль конгрессной столицы России



19

страница

Беспроводная связь с покупателем
Торговые центры воспитывают лояльность покупателей

20

страница

Профессионалы взглянули на отрасль
ИД «Коммерсантъ» собрал специалистов рынка



В магазинах дорогих вещей должна быть особая атмосфера. В «Имперiale» умеют ее создавать.

Олег Меньшиков



Выбор Олега Меньшикова

Запонки «Адмиралтейская»

Из коллекции «Орден»-Gourji. Белое и розовое золото с бриллиантами. Форма этой уникальной модели запонки — пятиконечная звезда, познана в XVIII веке в центре золотого ордена Ушакова, а Исаакиевский собор в центре золотого круга отсылает к XVIII веку, когда, согласно императорскому указу, моряки Балтийского флота и служащие Адмиралтейства могли приносить присягу только в этом храме.



Санкт-Петербург, ул. Думская, 2, т. (812) 333-34-90; Большой пр. П.С., 46, т. (812) 235-07-66
Большой пр. П.С., 57, т. (812) 232-93-85; Владимирский пр., 3, т. (812) 713-22-84
ул. Маяковского, 1, т. (812) 273-51-59; Невский пр., 20, т. (812) 312-09-21
Невский пр., 44 (Grand Palace), т. (812) 571-36-78
Бутик ULYSSE NARDIN, ул. Б.Конюшенная, 12, т. (812) 315-15-47
Бутик JAEGER-LECOULTRE, ул. Б.Конюшенная, 12, т. (812) 571-26-30
Бутик MONTBLANC, Невский пр., 20, т. (812) 312-92-22
www.imperial-ltd.ru

коммерческая недвижимость

Усовершенствовать старое

торговля

(Окончание. Начало на стр. 17)
Реализация подобных проектов, по его мнению, отвечает одной из последних тенденций рынка. Среди новых проектов заявляется все больше крупных, региональных проектов, доля районных и микрорайонных значительно меньше. К таким форматам девелоперы прибегают только в случае ограниченности участка застройкой. Девелоперы предпочитают строить крупные объекты от 40 тыс. кв. м и выше, до 2013 года к реализации заявлено девять таких объектов. Наиболее крупные из них — «Жемчужная Плаза» (80,92 тыс. кв. м), ТРК «Кантемировский» (83,2 тыс. кв. м), ТРК «Порт» (87,1 тыс. кв. м). Помимо этого девелоперы заявляют о планах по расширению успешных торговых комплексов, возведению вторых и третьих очередей.

Без книг

«В дальнейшем будет меняться состав ритейлеров, активно действующих на рынке. Можно предположить постепенный уход книжных магазинов, которые будут замещены интернет-торговлей. В то же время более активное развитие получат другие сегменты торговых операторов. Развитие рынка загородного домостроения может привести к росту числа садовых центров и центров товаров для загородного дома», — прогнозирует господин Старков.

Александр Дмитриев, директор по развитию ООО «СтройБизнесПроект», говорит, что перспективным и пока малоосвоенным форматом для петербургского рынка может стать формат стрип-молла — это современная концепция торговых рядов, серия линейно выстроенных одно-двухэтажных магазинов, выполненных в одном архитектурном стиле, с автономным входом. Подобные объекты широко распространены в Канаде, США и Западной Европе.

Однако Роман Розенталь, генеральный директор Mirland Development, полагает, что климатические условия для таких форматов не слишком подходящие в Петербурге — выходить на улицу, чтобы попасть из одного магазина в другой, не слишком удобно. Впрочем, опыт соседней Финляндии показывает, что даже в таком климате стрип-молл может прижиться.

Павел Пикалев считает, что поменяется формат не только самих торговых центров — в будущем претерпит изменения и арендная политика торговых центров.

«Перспективным, хотя на данном этапе и малоиспользуемым, является использование системы ster rent. Она подразумевает ступенчатое увеличение ставки аренды в зависимости от стадии эксплуатации торгового центра. Это позволило бы избежать лишних переговоров при задержке запуска объекта, как это происходит, например, с ТРЦ «Лето». Такая система используется рядом частных арендодателей стрит-ритейла. Из нашей практики: помещение на Большой Конюшенной улице было сдано со ставкой 1500 руб. за кв. м с условием увеличения ставки до 2000 руб. за кв. м после запуска ДПТ, расположенного напротив», — говорит господин Пикалев.

Если рынок торговой недвижимости будет следовать западному пути развития, то в скором времени, полагают эксперты, можно ожидать развития формата крупных универмагов. Пока этот формат представлен слабо. Бывшие крупные универмаги Петербурга, такие как «Нарвский», «Московский», «Купчинский», преобразовались в торговые галереи брендовых магазинов, размещенные в формате встроенных помещений, объединенные только единым названием универмага. В Большом Гостином дворе площади также сдаются в аренду операторам ритейла, хотя на части помещений до сих пор ведется торговля в формате универмага.

Возвращение к универмагу

В последнее время возвращение к формату универмага на рынке Петербурга происходит усилиями европейских операторов. В качестве примера можно привести универмаг «Стокманн», занимающий большую часть ТЦ «Невский центр». Однако он отстает от классических канонов формата, так как находится в составе торгового комплекса. Близок к формату универмага и магазин Зага на Невском, где в рамках одного объекта представлены и одежда, и товары для дома, но ассортимент классического универмага, как правило, более широк. В формате универмага будет реализован компанией Mercysurg открывающийся в конце года после реконструкции ДПТ, где должен появиться аналог ЦУМа в Петербурге. Об успешности этого объекта можно будет судить только после начала его работы. Возможно, это станет началом возвращения универмагов на рынок торговой недвижимости Петербурга.

Владислав Николаев, старший консультант отдела стратегического консалтинга Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, рассуждает: «Торговые центры в формате „районный“ и „окружной“ имеют относительно стандартный набор торговых операторов. Обычно основными якорными арендаторами выступают продуктовый супермаркет, бытовая техника и электроника, мультиплекс. Дополнительными якорными арендаторами могут выступать детский универмаг, фитнес-центр, спортивный универмаг. Торговая галерея в данных проектах относительно небольшая, а развлекательная составляющая, как правило, представлена кинотеатром, реже боулингом. Кроме того, учитываю относительно небольшой формат этих проектов, большинство операторов, выходящих на рынок, не могут рассматривать данные проекты для открытия своей первой точки (исключение могут составлять продуктовые сети, операторы кино, бытовая техника и электроника). Таким образом, о привлечении в проект новых интересных арендаторов можно в основном говорить применительно к „региональным“ и „суперрегиональным“ торговым проектам. С одной стороны, создание в проекте интересного для покупателей пула арендаторов, в том числе привлечение в проект арендаторов, еще не представленных на рынке, является, одним из условий успешной работы. Так, например, в ТРК „Галерея“ было привлечено около 50 новых брендов для рынка Санкт-Петербурга, в том числе около 10 новых брендов для России — OVS, Firetrap, LC Waikiki, French Connection».

Владислав Николаев, кроме того, полагает, что торговые центры в формате «районный» и «окружной» будут постепенно терять операторов одежды и обуви, при этом их место будут занимать товары повседневного спроса, кафе, рестораны, услуги. Он считает, что с каждым годом торговые центры с некачественной концепцией будут постепенно терять своих арендаторов, также

очень сильно будет снижаться доходность таких проектов (особенно если проекты расположены не около метро). Собственники большинства неконцептуальных или неуспешных торговых центров будут вынуждены в той или иной степени проводить реконцепцию своих проектов. «Значительная часть неконцептуальных торговых центров, имеющих относительно небольшую площадь и расположенных на удалении от метро, могут превратиться в пауэр-центр (то есть собственники будут вынуждены сдать весь проект нескольким крупным якорным арендаторам, небольшие операторы не смогут работать в сложных проектах эффективно. В качестве примера можно привести ТЦ „Масштаб“», — говорит господин Николаев.

Президент генподрядной компании STEP Дмитрий Кунис также полагает, что сегодня в развитии рынка торговой недвижимости прослеживаются два тренда. «С одной стороны, торговые центры будут укрупняться. Уже видно, что растет популярность крупных multifunctional комплексов типа двух ТРК „Mera“, „Галереи“, Stockmann или „Гранд Каньона“. Они привлекают как раз объемом и оптимальным сочетанием торговой и развлекательной функции. Причем качество развлекательной составляющей только растет, например, многие девелоперы уже не только организуют в своих комплексах фудкорты, но и привлекают в качестве арендаторов рестораторов. С другой стороны, будет расти роль не очень больших, но специализированных комплексов, которые продают определенный вид продукции, например, спортивную одежду и аммуницию или товары для детей, а также аутистов, стоксовых торговых комплексов. Подобные объекты будут строиться и переоборудоваться из существующих ТРК не очень большого размера, которые сейчас работают в стандартном формате, но не выдерживают конкуренции с гигантами», — резюмирует он.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ,
ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

БОЛЬШЕ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Развлекательный сегмент постепенно становится неотъемлемой составляющей крупных качественных торговых центров Санкт-Петербурга. За 11 месяцев 2011 года доля развлекательной составляющей в качественных ТРК города выросла с 78 до 84%. Это произошло не столько за счет кинотеатров, сколько за счет размещения более крупных развлекательных зон как формата игровых автоматов (их доля выросла с 25 до 30%), так и разноформатных детских развлечений (рост доли — с 28 до 30%). Если проанализировать все качественные торговые центры, предлагающие детские развлечения, то средняя площадь выделенных детских развлекательных зон увеличилась с 1500 кв. м практически до 2000 кв. м (в расчет не берутся небольшие игровые площадки и детские комнаты, представленные, например, в торговых комплексах «Мега»).

РОМАН РУСАКОВ

Новые проекты складов опаздывают

В 2012 году дефицит складских помещений сохранится

ЛОГИСТИКА

Ставки аренды на рынке складских комплексов за 11 месяцев 2011 года выросли на 15–20%. Это связано с сокращением объемов предложения на рынке. В 2011 году было заявлено несколько новых проектов складских комплексов высокого класса. Тем не менее активность девелоперов в сегменте складской недвижимости остается низкой в сравнении с докризисным периодом.

По данным «Colliers International Санкт-Петербург», по итогам 11 месяцев 2011 года уровень вакантных площадей на рынке качественной складской недвижимости Санкт-Петербурга составил 62,3 тыс. кв. м, или 6,4% от общего объема спекулятивного предложения.

На фоне постепенного сокращения текущего предложения складские девелоперы поэтапно увеличивают ставки аренды. На начало ноября 2011 года ставки аренды на качественные складские помещения варьировались в диапазоне \$110–120 за кв. м в год на класс А и \$93–108 за кв. м в год на класс В. В процентном выражении за 11 месяцев 2011 года совокупный рост ставок в целом по рынку составил 15 процентов», — говорит Венера Лаухина, директор департамента складской недвижимости «Colliers International Санкт-Петербург».

Анна Чаловская, руководитель отдела продвижения и рекламы «Энерго-логистик», считает, что рост был еще большим: «Можно констатировать как минимум дватипроцентный рост ставок по сравнению с началом 2011 года. Тенденция плавного роста, по нашему мнению, сохранится до конца первого квартала 2012 года».

За прошедший период был введен в эксплуатацию единственный объект — вторая очередь логистического терминала «Осиновая роща». Проект был реализован корпорацией «Стерх» в зоне Парголово Выборгского района. Объект общей площадью 12 тыс. кв. м предназначен для оказания складских услуг и ответственного хранения грузов.

Общий объем спекулятивного предложения качественных складских площадей Санкт-Петербурга по итогам 10 месяцев 2011 года увеличился на 1%, до 970 тыс. кв. м, благодаря выходу на открытый рынок ранее не предла-

гаемого в аренду складского комплекса, который был построен в промзоне Шушары в 2009 году для собственных нужд фармацевтической компании.

К началу 2012 года экспертами ожидается полная строительная готовность трех объектов производственно-складского назначения: 1-я очередь «Орион Лоджистик», 1-я очередь «Санкт-Петербургского терминального комплекса» (СТК) и 1-я очередь Nordway Logistic Park. Благодаря завершению данных проектов, прирост качественных складских площадей составит 105 тыс. кв. м. На 38% рассматриваемых площадей уже подписаны предварительные договоры аренды, что говорит о том, что рынок возвращается к этапу своего развития, характерному для 2007 года, когда обсуждение и заключение договоров аренды велось еще на этапе строительства складских объектов.

Оптимисты

Управляющий директор NAI Весаг в Санкт-Петербурге Илья Андреев говорит, что до конца 2011 года, по самым оптимистическим прогнозам, ожидается ввод в эксплуатацию около 70 тыс. кв. м складских объектов спекулятивного назначения. Наиболее крупные из них: складской комплекс «Инвест-Бутры», площадью 52 тыс. кв. м; вторая очередь проекта «Осиновая роща» корпорации «Стерх», площадью 12 тыс. кв. м. Ввод в эксплуатацию первой очереди логистического центра Nordway (40 тыс. кв. м), реализуемого литовским девелопером BSV в Шушарах, переносится на 2012 год.

«Все труднее становится найти помещение, полностью удовлетворяющее требованиям заказчика. Здесь наблюдается двоякая ситуация. С одной стороны, свободные помещения есть и будут, и есть много клиентов, которым они нужны. С другой — существующие помещения далеко не всегда соответствуют нуждам заказчика», — говорит Венера Лаухина.

В сложившихся условиях со стороны как российских, так и иностранных инвесторов растет интерес к реализации концепции built-to-suit («строительство под заказчика»). Многие девелоперы готовы реализовывать третью очередь строительства только по факту заключения договоров аренды. По нашим прогнозам, в 2012 году эта тенденция будет только усили-

ваться. Наиболее вероятные проекты, планируемые к реализации в 2012–2013 годах в соответствии с концепцией built-to-suit: «ПНК-КАД» (Софийская ул.), «Кулон-Эстейт» (Пулковское ш.), AKM Logistics (Московское ш.), проект «Ультрастар» (дер. Суораанда, Янино).

Наибольший недостаток складских помещений ощущается на юго-востоке и на севере города. В этих районах демонстрируется наиболее низкий уровень вакансии — в промзонах Уткина Заводь, Предпортовая и в первом промышленном поясе города она составляет всего 2–4%. Тогда как в промышленно-складских зонах Шушары, Горелово и Пулковское шоссе этот показатель равен 26, 20 и 16% соответственно.

Владислав Фадеев, руководитель отдела маркетинга департамента консалтинга GVA Sawyer, говорит, что уже сейчас ясно, что в 2012 году дефицит складских помещений не будет удовлетворен (сейчас на рынке нет достаточного количества проектов в стадии строительства).

Давид Гуссе, финансовый директор RosLogistics, полагает, что в ближайшие годы все большую популярность будут завоевывать хабы — крупные логистические парки, на которые сейчас существует большой спрос в европейских странах.

На конец III квартала 2011 года в Санкт-Петербурге функционирует 51 качественный складской комплекс. Общий объем предложения складских помещений классов А и В составляет 1,42 млн кв. м.

Среди качественных складских объектов преобладают складские комплексы класса А (71% от арендуемой площади складов).

Южная концентрация

Оксана Малеева, руководитель отдела аналитических исследований АРИН, отмечает, что больше всего комплексов представлено на юге — в Пушкинском (28%), Московском (15%) районах, а также на северо-востоке — во Всеволожском районе (14%). Складские комплексы высокого класса тяготеют к промзонам. Например, большое количество объектов расположено в промзонах Шушары, Предпортовая, Уткина Заводь, Обухово, Горелово, Колпино и Парнас. Единичные объекты встречаются в других локациях.

Среди действующих качественных складских комплексов наиболее широко

представлены объекты арендуемой площадью 10–30 тыс. кв. м и до 10 тыс. кв. м — на них приходится по 35% от общего числа складских комплексов.

«В 2011 году было заявлено несколько новых проектов складских комплексов высокого класса», — говорит Оксана Малеева. — Тем не менее активность девелоперов в сегменте складской недвижимости остается низкой в сравнении с докризисным периодом».

На конец III квартала 2011 года обеспеченность качественными складскими площадями в Санкт-Петербурге составила 291 кв. м на 1000 жителей.

На конец III квартала 2011 года в складских комплексах класса А доля вакантных площадей составила в среднем 18% от арендуемой складской площади, в складских комплексах класса В — 4%.

Арендаторы стали более тщательно подходить к выбору складских площадей. Среди недостатков они отмечают нехватку складских помещений в относительной близости к центру города и отсутствие логистических комплексов, предоставляющих ряд услуг по упаковке, транспортировке, сортировке.

Профиль арендаторов изменился: если до кризиса преобладали логистические компании, то сейчас наиболее высоким спросом пользуются производственные компании и дистрибуторы, арендующие помещения для организации собственного склада.

Гостюжа Малеева отмечает, что одной из ярких тенденций последнего времени стал индивидуальный подход собственников складских площадей к потребностям клиентов. Формат tailor made — это максимальная техническая адаптация площадей под нужды арендаторов. Например, перепрофилирование всего складского комплекса или его части в производственный комплекс. С 2010 года наблюдается тенденция к увеличению количества заключенных сделок по аренде секций площадью свыше 3000 кв. м.

Михаил Тюнин, руководитель департамента коммерческой недвижимости Knight Frank St. Petersburg, говорит, что в этом году проследивалась и еще одна тенденция: впервые после кризиса на рынке снова появилась практика аренды площадей в еще строящихся складских комплексах.

РОМАН РУСАКОВ

Классификация торговых центров Санкт-Петербурга			
Тип торгового центра	Арендуемая площадь, тыс. кв. м	Количество якорных арендаторов	Примеры
<i>Традиционные торговые центры</i>			
Районный	5–15	1 и более	«Ульянка», «Шкиперский молл», «Скайял»
Окружной	15–40	3 и более	«Юнь», «Родео Драйв», «Питер», «ПИК»
Региональный	40–70	4 и более	«Сити Молл», «Континент» на Станек
Суперрегиональный	>70	5 и более	«Галерея», «Лето», «МЕГА Дыбенко», «МЕГА Парнас»
<i>Специализированные торговые центры</i>			
Дисконт-центр	5–15	Могут отсутствовать	«Румба», «Радиус»
Пауэр-центр	> 10	2 и более	«Юго-Запад», «Масштаб»
Развлекательный центр	> 10	2 и более	«Пулково 3», «Планета Нептун»
Центр моды	> 5	Могут отсутствовать	«Гранд Палас», «Невский Атриум»

Источник: Jones Lang LaSalle

Тип объекта / Название	Адрес	Девелопер / Инвестор	Общая складская площадь, кв. м	Предполагаемый год ввода
складской комплекс ПНК-КАД	Шушары, Пушкинский район СПб	PNK Group	83 700	≈ 2014
складской комплекс	промзона Торфяново-Пригородное, Гатчинский район ЛО	«Здванс»	30 000	2014–2016
логистический комплекс	фед. трасса «Россия», vicinity Тосно, Тосненский район ЛО	«Созвездие Водолея»	9 000	2014

Источник: АРИН

Ожидаемые к вводу в 2012 году складские комплексы

Название	Очередь	Адрес	Класс	Год ввода	Фактическая складская площадь, кв. м	Девелопер
Nordway (Hanner)	1-я	п/з Шушары-2, 5 км от КАД	А	2012	40 000	Hanner
«Петрохимпортторг»	1-я	Парголово, восточное садоводства «Климовец»	А	2012	26 310	ОАО «Петрохимпортторг»
«Петрохимпортторг»	2-я	Парголово, восточное садоводства «Климовец»	А	2012	26 310	ОАО «Петрохимпортторг»
«Орион»	1-я	пос. Левашово, Горское шоссе, участок 1	В	2012	10 000	ООО «Орион»

Источник: Knight Frank St. Petersburg, 2011

Искусство находить решения

Интеграция связи для Вашего бизнеса

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

smart
telecom

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

СУХОЕ
ХРАНЕНИЕ

ТРАНСПОРТНЫЕ
УСЛУГИ

АРЕНДА
ОФИСОВ

ОТВЕТСТВЕННОЕ
ХРАНЕНИЕ ГРУЗОВ

коммерческая недвижимость

Деловых туристов заманят новыми площадями

Петербург претендует на роль конгрессной столицы России

инфраструктура

В ноябре в Петербурге было начато строительство многофункционального комплекса «Экспофорум». Инициаторы проекта надеются, что его ввод в эксплуатацию в 2013 году позволит Петербургу более успешно позиционировать себя не только как туристический центр России, но и как центр конгрессного туризма. Однако эксперты говорят, что без развития сопутствующей инфраструктуры сами по себе проекты вряд ли способны как-то радикально изменить ситуацию.

Санкт-Петербург прочно удерживает позиции второго по значимости «выставочного центра» страны. Однако развитие этого направления пока сдерживает ряд факторов. Во-первых, нет достаточного количества качественных конгрессных площадей, во-вторых, нет необходимой инфраструктуры.

Евгения Васильева, заместитель директора департамента консалтинга «Colliers International Санкт-Петербург», говорит: «Несмотря на то, что общее количество конференц-площадей составляет около 70 тыс. кв. м совокупной вместимостью около 50 тыс. мест, это в основном площадки размером 3–4 тыс. кв. м: концертные залы и спортивные объекты, которые ориентированы на культурно-массовые мероприятия, но мало пригодны для проведения крупных деловых саммитов. Современных залов для проведения крупных мероприятий в Петербурге практически нет. В „Ленэкспо“ всем требованиям к оснащению конференций фактически отвечает только один павильон».

В целом доля специализированных комплексов, оказывающих профессиональные конференц-услуги (выставочные и конгресс-центры), составляет всего 8% от общего количества площадок для деловых мероприятий. Самая крупная площадка — «Ленэкспо».



С 2013 года Петербургский экономический форум будет, вероятно, проводиться на новой, более современной площадке

Большая часть залов, сдаваемых в аренду для проведения деловых мероприятий, расположена в гостиницах, предоставляющих участникам возможность проживания в месте проведения мероприятия. Так, в Петербурге более 40 отелей предлагают в аренду 250 залов общей площадью около 30 тыс. кв. м.

Впрочем, площадь большинства объектов не позволяет проводить крупномасштабные мероприятия с численностью участников 5–6 тыс. человек (большинство конференц-залов, предлагаемых на рынке Санкт-Петербурга, имеют небольшую вместимость: 37% составляют залы вместимостью менее 50 мест).

В Петербурга также распространена организация мероприятий и конференций в дворцовых интерьерах, в залах исторических зданий (дворцов, особняков). Наибольшим спросом в данном сегменте пользуются здания, расположенные в центре города.

«Реализация проектов двух крупных проектов конгресс-холлов „Звездный путь“ (90 тыс. кв. м) и „Экспофорум“ (100 тыс. кв. м), расположенных на Юго-Западе, может решить проблемы конгрессно-выставочной отрасли только с одной стороны. А для того чтобы Петербург превратился в европейскую

конгресс-столицу, необходимо улучшить всю инфраструктуру — транспорт, дороги, сервис. Показательны дни проведения Петербургского экономического форума — с одной стороны, город оживает и увеличивается деловая активность, с другой — на дорогах пробки, а гостиницы переполнены», — рассуждает госпожа Васильева. Она полагает, что при существующей инфраструктуре необходимость в таких масштабных проектах под вопросом. «Однако если работа будет вестись в этом направлении, а „Ленэкспо“ будет переориентирован под другие нужды, в этом случае новые проекты будут востребованы», — добавляет она.

Анатолий Еркулов, генеральный директор ЗАО «Экспофорум», говорит, что сегодня в качестве места проведения конгрессов, форумов и встреч наибольшей популярностью пользуются отели, что объясняется довольно высоким уровнем предложений. «При наличии комфортных условий проживания клиентам предлагается и большой выбор конгресс-холлов — в том числе, на 600 и 1500 мест. Сегодня общая площадь таких залов в Петербурге — около 30 тыс. кв. м. Однако отели не могут обеспечить проведение мероприятия с числом участников 1500 и более, осо-

бенно если оно сопровождается выставочной экспозицией и дополнительными семинарами и круглыми столами. Подобное крупное, глубоко структурированное мероприятие может быть организовано только на специализированных площадках», — полагает господин Еркулов.

Строительство и содержание таких многофункциональных площадок — удовольствие дорогое: затраты на строительство, по самым скромным подсчетам, в 3–5 раз выше строительства выставочных площадей, а период окупаемости может занять до 25 лет.

«Для нашего города появление конгрессно-выставочного центра в районе аэропорта Пулково должно стать тем фактором, который выведет Петербург на уровень соперничества с крупнейшими городами мира за право принимать ведущие международные конгрессы. Другой фактор — это организация работы Конгресс-бюро, которое и должно обеспечивать эффективное продвижение города на мировом рынке. В совокупности развитие городской и конгрессной инфраструктур плюс грамотное продвижение нашего города как делового центра и могут дать необходимый эффект. Сегодня как никогда у Санкт-Петербурга есть все предпосылки для этого», — поясняет господин Еркулов.

Директор «Азимут Отель Санкт-Петербург» Александр Бенедик говорит, что сегодня инфраструктура города достаточно развита, в распоряжении организаторов более 100 площадок различных форматов: это и залы в дворцах и музеях от 10 до 1800 мест, и современные конференц-залы в бизнес-центрах и крупных гостиницах. «В „Азимут Отель Санкт-Петербург“ на Лермонтовском проспекте семь конференц-залов, вместимостью от 10 до 1100 человек. Однако при проведении таких крупных мероприятий, как ПМЭФ, задействованы почти все городские ресурсы, что

негативно сказывается на жизни города», — согласен он с коллегами. Господин Бенедик считает, что открытие «Экспофорума» поможет городу принимать масштабные мероприятия.

Господин Бенедик оценивает сроки окупаемости вложений в конгрессные центры более чем в 10 лет. Он обращает внимание на то, что операционные расходы в этом сегменте коммерческой недвижимости вдвое выше, чем в бизнес-центрах или торговых комплексах.

Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg, подтверждает, что это сложный и специфический сегмент. «Для успешной реализации конгрессного проекта с конференц-залами или выставочными площадями, как показывают наши наблюдения, необходимо несколько факторов. Такой проект может реализовываться при участии государства (как, например, Дворец конгрессов в Стрельне — он же „Звездный путь“), и тогда он будет выполняться в значительной степени политически, представительские функции. Либо такой проект может быть реализован очень крупным и мощным инвестором (как, например, „Газпром“). У таких компаний есть возможность вкладывать денежные средства в долгосрочную окупаемость. В целом отметим, что рассматривать такие проекты с точки зрения быстрого возврата денег не стоит, поскольку это в достаточной степени сложный сегмент, непосредственно связанный с операционным бизнесом по организации и проведению конгрессно-выставочных мероприятий», — говорит господин Пашков.

Николай Пашков полагает, что потенциал Петербурга в конгрессном деле высок, но все-таки несравним с Москвой. «Добиться лидерства можно — предлагая более современные площади и лучшую организацию мероприятий», — отмечает он.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Беспроводная связь с покупателем

Торговые центры воспитывают лояльность покупателей

телеком

Бесплатный WiFi в торговом центре является одним из важнейших рычагов воздействия на лояльность его посетителей. Некоторые же участники телекоммуникационного рынка не уверены, что отсутствие платы за беспроводной доступ в интернет в торговых центрах для покупателей будет вечным.

Наибольшую потребность в доступе к интернету пользователи испытывают в местах отдыха в торговом центре (ТЦ) — в кафе, барах, ресторанах. Поэтому именно там чаще всего и устанавливается оборудование для организации WiFi-зон.

«В зависимости от запроса собственника торгового комплекса разрабатывается проект, устанавливается и тестируется оборудование, происходит разделение на зоны», — рассказывает Константин Рязанцев, руководитель группы специальных проектов СПб филиала „Вестколл“. — Полное покрытие всего объекта WiFi очень редко запрашивают. Обычно его организуют в зонах отдыха, местах общественного питания, игровых зонах, на технических площадках».

Затраты на оборудование WiFi-доступа в здании зависят от его площади, этажности, наполнения, стоимости самого оборудования и прочих факторов. На чьи плечи и в какой момент эти затраты лягут, зависит от договоренностей между оператором и собственником здания.

«Обычно владельцы торговых центров платят только за интернет-канал, оператор при этом „отбывает“ затраты на строительство», — говорит специалист. Однако Антон Виноградов, коммерческий директор ЗАО «Северен-Телеком», сообщает, что чаще всего основной поставщик услуг связи в ТЦ предоставляет WiFi за свой счет. Этап входа оператора на объект за-

висит в основном от технических особенностей реализации инженерных сетей. Если оператор планирует строить структурированную кабельную систему под себя, то вход на объект должен произойти на стадии проектирования объекта. Если сети строит владелец здания по собственному проекту, то оператору не плохо бы об этом знать, чтобы сделать консалтинг проекта.

С точки зрения экономики, оператору интересно прийти на готовый объект, где грамотно выполнены сети, известен состав арендаторов и ТЦ активно эксплуатируется. Как показывает практика, идеальный момент где-то по середине. При раннем входе велика опасность смены собственника или концепции, а если ждать до последнего, то есть опасность того, что более расторопный игрок рынка уже займет объект.

Как сообщает Андрей Лук, генеральный директор компании ОБИТ, инвестиции при организации WiFi-сети в ТЦ могут быть очень разными. По словам эксперта, сейчас на рынке присутствует множество компаний, которые производят беспроводное оборудование, поэтому выбор очень широк. «Можно взять совсем дешевое оборудование, и тогда, например, один внутренний блок будет стоить 10 тыс. руб. с радиусом покрытия от 30 до 50 м. Такой же блок, но лучшего качества от другого производителя будет стоить 30–35 тыс. руб.», — подсчитывает специалист. С остальным оборудованием такая же история.

По словам Дмитрия Золина, управляющего партнера ICMC, WiFi в ТЦ для провайдера может стать хорошим источником дохода, так как «в этом случае управляющая объектом компания выступает в качестве корпоративного клиента и платит для обеспечения своим посетителям

качественного скоростного интернета существенные суммы».

В целом участники рынка согласны с тем, что в торговые центры люди приходят для совершения покупок, а не ради бесплатного пользования интернетом. «Поэтому данная опция в ТЦ остается лишь приятным дополнением, но никак не обязательным условием, и в первую очередь присутствует на территории фудкортв, где люди могут комфортно расположиться, чтобы перекусить и заодно выйти в интернет», — говорит Андрей Лук. — Поэтому, на мой взгляд, обеспечивать WiFi-сетью весь ТЦ нет необходимости».

WiFi — это своего рода имиджевая услуга, соглашается с коллегой Антон Виноградов. Во-первых, она позволяет повысить лояльность посетителей торгового центра, во-вторых, говорит эксперт, дает возможность провайдеру размещать свою рекламу как на стартовой страничке оператора при входе пользователя в интернет, так и на территории объекта.

Однако в настоящее время, сообщает Игорь Ситников, генеральный директор ТК «Миран», судьба WiFi-точек в торговых объектах находится под сомнением с законодательной точки зрения. Дело в том, что каждая такая точка работает под одним IP-адресом, поэтому проконтролировать активность разных людей, пользующихся этой точкой выхода в интернет, невозможно.

«Скорее всего, для того чтобы воспользоваться WiFi, необходимо будет сделать заказ, например, в кафе и расплатиться кредитной или дебетовой картой», — предполагает специалист. — Только после этого посетителю ТЦ будут предоставлены логин и пароль для выхода в интернет».

ВИКТОР ТРОЯНОВ

ГРУППА КОМПАНИЙ

ЦС ЦДС

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

ЗАО «ЦДС» - Реклама

коммерческая недвижимость

Профессионалы взглянули на отрасль

ИД «Коммерсантъ» собрал специалистов рынка строительства

форум

Пути развития строительных саморегулируемых организаций (СРО), перспективы стандартизированных строительных контрактов, инвестиционные риски девелоперов и жизнеспособность схемы государственно-частного партнерства. Эти и другие актуальные вопросы строительной отрасли обсуждались на форуме «Актуальные вопросы строительной отрасли. Взгляд профессионалов», организованном ИД «Коммерсантъ».

Саморегулируемые объединения строителей — вещь настолько в себе, что не совсем понятно, с какой стороны к ней подойти. Поэтому участники форума подошли со всех сторон разом, и бастионы, на которых держал оборону вице-президент Обединения строителей Санкт-Петербурга Алексей Белоусов, видимо зашатались. «Нет защиты потребителей! — атаковал с одной стороны президент компании STEP Дмитрий Кунис. — А порог входа в отрасль с введением допусков повысился так, что даже мы крикаем, а для многих, особенно для малого бизнеса, это форменная засада!»

По мнению господина Куниса, СРО могли бы стать эффективнее, если б взяли на себя функции третейского судьи в спорах, более того, это буквально вдохнуло бы жизнь в объединения — то есть сейчас, полагает он, саморегулирование, в общем-то, безжизненно. «А дублирование страховых компаний, чем занимаются саморегуляторы, эти дополнительные страховки, до них потребителю добраться чрезвычайно сложно», — Дмитрий Кунис был неумолим.

«Добивал» генеральный директор УК «Теорема» Игорь Водошнянов, который увидел в саморегулировании жизнь,



Дискуссия о том, какую роль должны играть на строительном рынке саморегулируемые организации, оказалась в ходе форума самой жаркой

и весьма полноценную. «Если задача — построить качественный дом, то контролирует ее выполнение технадзор. А вот если цель „срубить бабла“ — тогда, да, нужны СРО, — негодовал господин Водошнянов. — Банк-кредитор выбирает компанию, осуществляющую технадзор, а так как надзорных компаний несравнимо меньше, чем строительных, получается прозрачная схема».

«За два года собрана уйма денег (5 млрд рублей в 27 СРО — подсказали из зала), не выплачено ни одной компенсации. Надо полагать, у нас идеальное качество строительства», — Денис Качкин, управляющий партнер юридической компании «Качкин и партнеры», не оставлял господину Белоусову никаких шансов.

Но Алексей Белоусов был сдержан и строг: «По закону компенсационный фонд должен быть потрачен только

на защиту дольщиков при нарушении качества строительства. Если дом стоит крепко, деньги из фонда брать не будут». Он отбивался так, что это походило на контрнаступление: «Мы о чем сожалеем?! Мы сожалеем, что у нас не случился еще один „Трансвааль-парк“ (аквапарк в Москве, разрушившийся из-за ошибок при строительстве. Погибли люди. — „Ъ-Коммерческая недвижимость“)?! Мы сожалеем, что у нас все работает как надо? Если нет, то и нечего сожалеть о непотраченных деньгах компенсационного фонда, о том, что он не был задействован».

В поисках стандарта Вообще, тема саморегулирования всплывала по ходу форума в самых неожиданных местах. Новая форма существования отрасли — и есть самый актуальный вопрос, а за любым вопросом,

кажущимся актуальным, так или иначе покажутся саморегуляторы. Вадим Минин, генеральный директор генподрядной компании Greason, рассказывал о необходимости создания General Conditions (контракта) для защиты интересов генподрядчиков и застройщиков и для их взаимной коммуникации.

Господин Минин заметил, что сегодня мы живем на рынке заказчика: спрос на строительные услуги заметно упал. «А заказчик предлагает свои договоры, с очень серьезными условиями, которые выполнить проблематично или невозможно, — жаловался он. — Есть договоры трех типов. Первые — разработаны заказчиком целиком. Вторые — сделаны на основе иностранного стандарта, адаптированного под наши условия и под самого застройщика в рамках общих условий, а специальные условия вынесены на конкрет-

ный контракт по объекту. И третьи — контракт в чистом виде по западному типу: общие условия и специальные. Мы работали и с отечественными, и с иностранными компаниями, знаем все эти типы договоров. Все процедуры, которые они описывают, вносят сумятицу, нужно перенастраиваться, процедуры часто противоречат друг другу, внутренний документооборот дает сбои, страдают коммуникации с заказчиком. Приходится и систему управления налаживать конкретно под контракт».

Вадим Минин предпочел бы построить собственную систему управления и работать с иностранными условиями, а лучше — адаптировать их и выработать собственные стандарты. Но куда удобнее было бы, если этой работой занялись бы СРО. Старший юрист практики земельного права, недвижимости и строительства «Пепеляев Групп» Юрий Халимовский, накопив порядочный багаж судебных решений по иностранным контрактам, говорит, что суды рассматривают такие споры даже не столько по российскому праву, сколько по российской правоприменительной практике. «Суд часто судит не по договору, а по своим представлениям», — говорит он. «Кроме того, — замечает господин Халимовский, — интересен вопрос договорной дисциплины. Когда рассматривается многостраничный контракт со сложными процедурами, а на практике сложно добиться даже того, что подрядчики выполнили бы работы, предусмотренные действующим законодательством, не говоря обо всех этих дополнительных моментах. Несколько случаев было, когда дочерние компании западных инвесторов в России приходят к тому, что сами адаптируют

западные формы. Стандарты и правила работы, которые должны предложить СРО, — стали бы серьезным подспорьем в случае их широкого распространения и богатого опыта правоприменения», — заключил он.

Саморегулированию в строительстве два года, и, говорили участники форума, основным занятием отдельных СРО была не стандартизация договоров, а деятельность, связанная с нормативами, которые «спустили» Национальное объединение строителей, Минрегион и Росстройнадзор. Польза от стандартизации договоров очевидна, однако еще даже не начат мониторинг общественного мнения в отрасли: готовы ли строители к стандартизации, готовы ли они получать нормативы, регламенты и следовать им. Пока строители больше озабочены адаптацией своих документов к тем самым, «спущенным» сверху положениям и нормам. «Однако на уровне НОСТРОЙ некая работа ведется, — сообщил Дмитрий Желнин, исполнительный директор „ИнфоЭксперта“. — Там создана группа, которая пытается унифицировать контракты FIDIC, адаптировать их. В сентябре была встреча Национального объединения строителей с руководством FIDIC, и даже есть договоренности о взаимодействии: то есть, возможно, унифицированные договоры, отвечающие российским реалиям, будут утверждены в рамках напобединения. А затем рекомендованы для применения всеми СРО и их членами».

«Эта идея витает в воздухе, — говорит партнер компании „Качкин и партнеры“ Дмитрий Некрестьев, — как среди профессионального сообщества, так и

у властей предрержащих. Практика использования западных форм в подрядных отношениях растет с каждым годом. Можно это связывать с ростом иностранных инвестиций, с чем-то еще, но я думаю, мы придем к стандартизации после того как СРО разберется с допусками к работам. А СРО пока не до того: они деньги собирают и пытаются понять, кого они допускают, а кого исключают. Ожидать, что за полгода все недобросовестные участники рынка, которые работали 20 лет, вдруг исчезнут, — не стоит. Но как только процесс становления стабилизируется, появится возможность рассматривать другие вопросы. Я с радостью услышал, что в НОСТРОЕ идет работа по адаптации FIDIC. Хотя уверен, что эта работа еще на пару лет. Нет у рынка заинтересованности в срочности этой работы. Хотя вроде бы все заинтересованы в том, чтобы снизить трудозатраты, оптимизировать сами работы, доучить персонал».

Снизить риски Затем участники перешли к проблемам инвестиционных рисков и источников финансирования строительных компаний. Александр Волюшин, руководитель отдела инвестиционного консалтинга компании Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, призвал беречь инвесторов как родных. «У России страновые риски сейчас очень высоки, — сказал он. — На Западе произошла компрессия доходности, потому что в Европе, и Восточной и Западной, пошли сделки. Восточная Европа — это такие страны, как Чехия, например. Инвестфонды, чтобы повысить средний уровень дохода своего портфеля, стали обращать внимание на страны БРИКС. И среди этих стран Россия по

идентичным по качеству объектам проигрывает 200–300 базовых пунктов. Это — серьезный страновой риск. Не так давно Paribas собирал членов альянса в Париже. И вы знаете, со мной разговор был очень короткий, когда узнавали, что я из России: предлагали кофе — и до свидания. Инвестировать западные институциональные фонды в ближайшие год-два в нас не будут — рынок закрыт. И нам нужно цепляться за тех, кто уже есть, кто присутствует на рынке».

После этого ничего не оставалось, как перейти к практической части, где Олег Трескунов, директор филиала компании «Экос» в Петербурге, презентовал патентованный его фирмой «мини-водоканал», станцию «Мегаполис». «В Петербурге все решения по воде идут через „Водоканал“. Но он не всегда имеет возможность довести коллектор до объектов строительных компаний, — рассказал господин Трескунов. — К тому же тарифная политика действует внутри города: метр за его пределы — и нет возможности подключить ни воду, ни канализацию. Мы выпустили в прошлом году систему очистных сооружений, которая закрывает потребности маленьких городов и поселков». Это действительно инновационный проект, автоматизированный, с производительностью до 50 тыс. кубометров воды в сутки, «встраиваемый» в любую архитектурную среду. Инновационность заключается в нулевой эмиссии очистки: станция полностью закрыта и полностью соответствует требованиям, предъявляемым к источникам рыбохозяйственного назначения первой категории водопользования.

РОМАН БИЗЮКОВ

У КАЖДОГО СВОЯ СВЯЗЬ

Детская

Морская

Индийская

Улыбавковая

Школьная

Любовная

Родственная

Партийная

Материнская

Молодежная

Военная

Средневековая

У БИЗНЕСА СЕВЕРЕН ТЕЛЕКОМ

• ВЫСОКОСКОРОСТНОЙ ИНТЕРНЕТ
• ТЕЛЕФОНИЯ
• ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ УСЛУГИ
• ПЕРЕДАЧА ДАННЫХ
• IT-АУТСОРСИНГ

ТЕЛ. 740-70-70

МЫ РАБОТАЕМ ДЛЯ ВАС 10 ЛЕТ www.severen.ru

ПРОДАЖА КОММЕРЧЕСКИХ ПЛОЩАДЕЙ

СМОЛЬНЫЙ БАЗЕЛЬ НЕВСКАЯ РАТУША • ЕДИННЫЙ ЦЕНТР ДОКУМЕНТОВ

Архитектор Рикардо Бофилл
Taller de Arquitectura | Spain

Ваше преимущество В ЦЕНТРЕ

Гибкие условия
Скидки
Рассрочка
Ипотека

Офисы от 17 м² до 1250 м²
2 независимых входа
Теплый паркинг
Профессиональное управление
Эксклюзивный дизайн холлов
Богатая инфраструктура центра
Современные инженерные системы

Санкт-Петербург, В.О., Малый пр., д. 22
тел.: +7(812) 320 7676, www.rbi.ru

ХОЛДИНГ RBI
основан в 1993 г.

Реклама, ООО «Новгородская», Лицензия ГС-2/781-02-37-0-7825129086-007149-1 от 22.11.2004 г. С проектной декларацией Вы можете ознакомиться на сайте: www.rbi.ru
Сбербанк России ОАО, Генеральная лицензия № 1481; Ханты-Мансийский Банк ОАО, Генеральная лицензия № 1971