

Одним из относительно новых продуктов на рынке коммерческой недвижимости является ипотечное кредитование на выкуп помещений. В отличие от жилищного, этот вид кредитования пока не получил широкого распространения — условия предоставления займов на выкуп помещений под офисы или магазины более жесткие, чем для физлиц. Связано это с тем, что таким продуктом чаще всего пользуются представители малого и среднего бизнеса, к которым кредитные учреждения традиционно предъявляют достаточно высокие требования.

Ипотека пришла на торговую улицу

кредиты

Данный вид ипотеки снова стал актуален в 2011 году в силу постепенного восстановления спроса на «инвестиционные» кредиты после кризиса. Это было вызвано необходимостью обновления основных фондов, которое практически не производилось в период кризиса, а основная масса кредитов выдавалась на пополнение оборотных средств, то есть на поддержание текущей деятельности, а не на расширение бизнеса.

Геннадий Ветров, председатель правления Энергомашбанка, говорит: «Банки готовы выдавать ипотеку на коммерческие помещения, однако сам бизнес не готов этим пользоваться. Сегодня у банков доля коммерческой ипотеки в общем ипотечном портфеле не превышает 15 процентов. В среднем такие кредиты выдаются сроком до 10 лет и при минимальном первоначальном взносе от 30 процентов».

Слабая популярность этого вида кредитования объясняется тем, что платежи по такому кредиту могут существенно превышать арендную плату. «Допустим, у предпринимателя есть пять неких торговых точек и незначительная сумма, которую можно инвестировать, вопрос стоит или выкупить в собственность одну из пяти точек, или потратить средства на запуск и аренду еще двух-трех к уже имеющимся. Скорее всего, предприниматель выберет аренду, так как это путь расширения бизнеса



Банки готовы выдавать ипотеку на коммерческие помещения, однако сам бизнес не готов этим пользоваться. Сегодня у банков доля коммерческой ипотеки в общем ипотечном портфеле не превышает 15%

и увеличения прибыли», — объясняет господин Ветров.

Для тех, кто встал на ноги

Коммерческая ипотека интересна тем предпринимателям, которые прошли стадию наращивания доходов и стали создавать платформу для повы-

шения устойчивости бизнеса. Чаще всего приобретаются в ипотеку те объекты, собственником которых можно стать и от которых предприниматель зависим.

Как правило, кредит выдается юридическому лицу, индивидуальному предпринимателю или физическому

лицу — собственнику бизнеса. При оценке заемщика банк смотрит не только на качество недвижимости с точки зрения ее расположения, но и на потенциальную доходность, на которую влияют людские потоки, плотность схожего бизнеса по соседству, возможности перепрофилиро-

вания помещения, среднюю арендную ставку в данном микрорайоне для данного вида бизнеса и так далее. Кроме того, анализируется не только финансовое состояние потенциального заемщика, но и его текущая прибыль, которая будет способна обслуживать кредит.

Тем не менее банки предоставляют так называемые альтернативные кредиты, которые, по сути, являются классическими: это кредиты на развитие бизнеса, инвестиционные, кредиты на участие в тендерах на выкуп государственной недвижимости в собственную. По таким креди-

там условия немного лояльнее и всегда есть возможность рефинансирования.

Ирина Бажулина, заместитель директора филиала банка «Стройкредит» в Санкт-Петербурге, рассказывает: «В отличие от жилищного кредитования, коммерческая ипотека имеет достаточно короткие сроки погашения (5–7 лет) и более высокие ставки. Ставки колеблются по банкам в интервале от 14 до 19 процентов годовых в зависимости от различных факторов: стоимости средств привлечения в банке, срока кредита, суммы первоначального взноса (минимум 20–30 процентов), критериев оценки финансового состояния заемщика, наличия другого обеспечения, например, поручительства. Лимит кредитования в рамках коммерческой ипотеки варьируется от банка к банку. Как правило, это суммы от 1 до 50 млн рублей».

Кирилл Тихонов, вице-президент Промсвязьбанка — директор департамента развития малого и среднего бизнеса, признает, что при развитии этого сегмента кредитования существует ряд трудностей, связанных с рынком именно коммерческой недвижимости: достаточно высокий уровень цен на объекты, требования банков по первоначальному взносу, более сложный пакет документов по сравнению с жилой недвижимостью. Господин Тихонов сообщил, что в его банке сумма ипотечного кредита может достигать 100 млн рублей.

(Окончание на стр. 18)

страница

18

Заложники кризиса

Кредитные учреждения учатся управлять недвижимостью, доставшейся им за долги

страница

19

Эксклюзива стало меньше

Рынок посреднических услуг сформировался

страница

20

Промышленность на пятачке

Производителям не хватает подготовленных участков

страница

22

Панорама на десерт

Рестораны и кафе ищут необычные места



Проектная декларация доступна на сайте [www.yesapart.ru](http://yesapart.ru)



%

↑

Доходно?

YE'S!

Вячеслав Малафеев,
футболист

рiопеег

ВСЕ В ТВОИХ РУКАХ

Студии с отделкой у метро «Пр. Просвещения»

2,39 млн. руб.

повышение цен с 1 января!

Happy New YE'S!

ПОДАРКИ ВСЕМ ПОКУПАТЕЛЯМ

YE'S

АПАРТ-ОТЕЛЬ



yesapart.ru
(812) 702 4222

коммерческая недвижимость

Заложники кризиса

Кредитные учреждения учатся управлять недвижимостью, доставшейся им за долги

банки

Несколько лет назад на рынке коммерческой недвижимости появился новый пласт владельцев — банки, получившие активы в качестве залога по кредитам. После наступления кризиса многие собственники не смогли расплатиться по займам, и банкам пришлось учиться управлять неожиданно свалившимся на них «богатством».

До кризисных 2008–2009 годов банки старались не обременять себя активами низкой ликвидности — такими как коммерческая и жилая недвижимость. Зачастую даже офисные помещения банки предпочитали арендовать, чем держать на балансе, потому что такой груз снижал возможности по кредитованию. С жилой недвижимостью неспециализированные банки также старались не связываться, потому что для управления такой недвижимостью и для ее реализации необходимы большие трудозатраты, отдельные подразделения — заключение договоров по жилищно-коммунальным услугам на каждую отдельную квартиру, охрана каждой квартиры и особенно отдельно стоящего жилого дома, поддержание приемлемого состояния и текущий ремонт, в то время как реализация с баланса такой недвижимости возможна только в розницу и по различным неупрощенным схемам.

Но невозврат кредитов в кризисные годы внес свои коррективы — банкам пришлось учиться управлять недвижимостью. Большой объем коммерческих залогов по корпоративным кредитам в качестве отступного или в рамках судебного взыскания отошел в собственность банков — торговые и бизнес-центры, склады и терминалы, в том числе на этапе строительства. Меньший, но также значительный объем квартир и жилых домов тоже осел на банковских балансах.

Собственность на триллионы рублей

По оценкам экспертов Центробанка, на балансе отечественных банков залоговой недвижимости содержится в размере до 1,4 трлн рублей.

Стоит отметить, что большая часть крупных банковских структур по-прежнему не стремится избавляться от неудобного груза недвижимого имущества. В основной своей массе банки получили эти непрофильные активы в виде недвижимости в 2009–2010 годах, когда девелоперы и частные заемщики не смогли справиться с выплатой кредитов. В некоторых случаях продажа залоговой недвижимости может оказаться убыточной. Примером может служить продажа Сбербанком недвижимости торговой сети «Алпи» (3,5 млрд из 6,5 млрд рублей долга), — рассказал Антон Сороко, аналитик холдинга «Финам». По его оценкам, рынок залоговой недвижимости прирастает темпами около 15% в год, имея несколько драйверов как роста, так и снижения. «С одной стороны, негативно на рынке сказывается большое количество „подвисших“ на



В некоторых случаях продажа залоговой недвижимости может оказаться убыточной. Примером может служить продажа Сбербанком недвижимости торговой сети «Алпи», когда было выручено лишь 3,5 млрд рублей при 6,5 млрд рублей долга

балансе банков объектов недвижимости. С другой стороны, позитивные темпы роста экономики, высокие темпы прироста кредитования и укладывающаяся в рамки нейтральных прогнозов правительства инфляция. Политика ЦБ стимулирует инвестиционный спрос, что позитивно для среднесрочной динамики рынка недвижимости, однако может спровоцировать движение спроса в сектора более рискованных инвестиционных идей», — рассказал господин Сороко.

«Объектов, которые бы перешли в собственность банка полностью, не так и много — чисто, по процедуре, с оформлением прав собственности», — рассуждает Сергей Игонин, управляющий партнер холдинга «АйБи Групп». Чаше у банков есть определенное количество невозвращенных кредитов, есть объекты недвижимости, которые являются объектами залога по этим невозвращенным кредитам, но обратит права собственности на эти объекты залога банк не может — в силу того, что где-то ведется процедура банкротства, где-то есть какое-либо дополнительное обременение по объекту (например, здание могло находиться в залоге не у одного банка).

«Получается следующая картина: у банка есть должник, у банка есть некий объект недвижимости в залоге, но на сегодняшний день должник продолжает этим объектом пользоваться, более того — объект полностью функционирует, а что получает с этого банк — непонятно, — говорит господин Игонин. — Ситуация сложная, очень запутанная с точки зрения права. Я знаю, что банки стараются подобные объекты перевести на фонды, чтобы таким образом убрать эти „токсичные“ активы со своих балансов. Стремятся вывести их за баланс банки еще и по той причине, что стоимость этих объектов (а рынок недвижимости пока не восстановился после кризиса с этой точки зрения) на сегодняшний день реально ниже, чем сумма тех кредитов, которые брались под залог этих объектов».

Господин Игонин считает, что банки крупными игрока-

ми на рынке коммерческой недвижимости назвать сложно. «Они не делают погоды — в силу того, что очень многие объекты банками просто не могут быть проданы. Такие объекты могут быть проданы только в рамках общей процедуры банкротства должника, а в этом случае уже и не банк вовсе будет выступать продавцом», — считает он.

Руководитель департамента коммерческой недвижимости ГК «Невский альянс» Елена Беглецова согласна с оценкой господина Игонина: «Активов банков в сфере недвижимости не настолько много, чтобы ощущать их влияние на рынке, в количественном соотношении необходим более длительный анализ и расчет».

Новое поприще

«Столкнувшись с тем, что данной недвижимости необходимо качественно управлять, а также заниматься ее реализацией (потому что просто нанять риелторское агентство недостаточно, не обойтись процедуры и от продавца), банки стали создавать специальные подразделения, выделять отдельных сотрудников на работу с полученными залогами. Но вести необходимые процедуры обслуживания недвижимости и ее продажи с банковского баланса и от имени банка очень сложно. Это связано с непрофильностью данной деятельности, с нюансами налогообложения, с инертностью банковских структур, невозможностью гибкого подхода к сделкам. Поэтому многие банки пошли по пути создания отдельных структур и выделения данных направлений в отдельную ветвь бизнеса. Так поступили и крупные госбанки, например, Сбербанк и ВТБ, и частные коммерческие банки. Схема выглядит так: банк предоставляет специально созданной структуре кредит, за счет данного кредита недвижимость реализуется с баланса банка, обычно закладывается в пользу банка для снижения риска потери кредита, далее управляется новым собственником — специальной компанией, при появлении покупателя продается, кредит возвращается банку. При этом данный

бизнес может вполне вырасти и в рыночную структуру, которая станет экономически привлекательной на рынке и будет продана как бизнес», — рассказывает Михаил Лазаренко, директор департамента розничного кредитования ЗАО «Рустройбанк».

В связи с этим оценить точный объем недвижимости, так или иначе принадлежащий банкам и связанным структурам, все-таки затруднительно. «По моим оценкам, для Петербурга речь может идти о нескольких десятках миллиардов рублей. И это те сделки, которые видны на рынке. Вполне вероятно, что часть сделок может быть закрыта от сторонних наблюдателей, чтобы не сбивать цены и не раздувать спекулятивных настроений. Так как стоимость недвижимости в некоторых случаях существенно „просела“ в посткризисное время, то банкам приходится ждать ее повышения, чтобы не фиксировать значительных убытков на себе или своих спецкомпаниях. Реализация же, как показывает практика, идет постепенная — при появлении подходящего покупателя. Массового сброса залогов рынок так и не дождался. Что, конечно же, положительно, потому что в противном случае массовый выброс недвижимости на рынок еще в большей степени усугубил бы ситуацию на рынке, в первую очередь жилой недвижимости, как это происходило в США. В некоторых случаях спецкомпания уже сейчас показали себя как прибыльные и эффективные бизнес-единицы, грамотно и продуманно управляя недвижимостью, сдавая ее в аренду, предоставляя в пользование бизнесу», — отмечает господин Лазаренко.

Николай Вечер, генеральный директор GVA Sawyer в Санкт-Петербурге, считает, что залоговые активы постепенно претерпевают трансформацию. «Естественно, что в самом начале, когда банки только оказались один на один с этой проблемой, первой (и в целом правильной) мыслью было их продать. К сожалению, рыночная ситуация была в тот момент неблагоприятной для продажи, а качество

самых активов было весьма далеким от удовлетворительного, ведь в процессе margin call заемщики сбрасывали банкам все, что было под рукой. Однако постепенно все, что можно было продать, было продано. Вторым действием банков была попытка понять, сколько стоит доинвестирование проекта, чтобы его можно было продать. На этом этапе активно привлекались консультанты. Начали работать довольно сложные схемы. Например, один из крупных банков нашел среди своих клиентов покупателя на недостроенный торговый центр в одном из регионов и организовал сделку, выдав при этом покупателю кредит на достройку и запуск объекта. Сейчас такие сделки тоже подпадают к своему завершению, поскольку все, что можно было так продать, уже продано».

Максим Богомолов, директор по развитию бизнеса агентства взыскания «Филберт», рассказал: «В период кризиса банки массово не могли продать недвижимость, полученную из залогов, по стоимости залога и были вынуждены заниматься управлением розничного кредитования ЗАО «Рустройбанк». За это время развились управляющие компании банков (например, „ВТБ Капитал“). Сейчас диверсификация бизнеса является сильной стороной банков, и они открыто выставляют для продажи залоговые объекты через дочерние управляющие компании или самостоятельно, как например, делают, Газпромбанк, банк „Санкт-Петербург“, ВТБ, Энергомашбанк, банк „Открытие“».

Екатерина Марковец, директор по инвестициям и консалтингу компании London Real Invest, приводит в качестве примера МДМ-банк, который управляет рядом объектов коммерческой недвижимости, в частности, по ее словам, это «Перинные ряды», «Шкиперский мол». «Также имеет активы на рынке недвижимости в регионах банк ВТБ24. Большинство объектов, находящихся у банков, были приобретены ими до кризиса по очень высоким ценам, поэтому сейчас их продажа им невыгодна, и они стараются эффективно ими управлять, извлекая прибыль», — поясняет она.

Юрий Бугров, генеральный директор ООО «Эстейт Менеджмент», поделился опытом управления недвижимостью, находящейся в собственности у банка: «В течение трех лет наша компания управляет непрофильными активами Северо-Западного расчетного центра ОАО „Банк ВТБ“. За это время сформирован постоянный арендный поток от вверенных объектов, что, в том числе, способствует дальнейшей выгодной продаже объектов. Например, торговый центр и торгово-офисный комплекс в Кирове, бизнес-центр класса В+ в Пскове. Также в текущем управлении находится рынок в Череповце, который приносит стабильную чистую прибыль, но поскольку это непрофильный бизнес, объект выставлен на продажу».

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Ипотека пришла на торговую улицу

кредиты

(Окончание. Начало на стр. 17)

Заместитель начальника управления развития розничного бизнеса банка «Интеркоммерц» Наталья Кулагина отмечает, что имеются и правовые аспекты, усложняющие и удлинняющие схему предоставления ипотечных кредитов под залог коммерческих помещений — действующее законодательство не предусматривает возможность регистрации права собственности на приобретаемые нежилые помещения с одновременным обременением ипотекой.

Пришли на стройку

Наталья Зуева, начальник отдела ипотечных продаж компании «ЮИТ Санкт-Петербург», сообщила: «Кредиты на коммерческую недвижимость предлагают немногие банки. Из числа наших банков-партнеров такие кредитные программы имеют Сбербанк, Росбанк, Балтийский банк, Ханты-Мансийский банк». Большинство подобных ипотечных программ ориентировано на приобретение готовых коммерческих помещений, с правом собственности, и на заемщиков — юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. «В качестве обеспечения требуется залог приобретаемого помещения, иногда необходимо дополнительно поручительство собственника фирмы. Еще реже банки предоставляют кредиты на коммерческие помещения в строящихся домах и кредиты для покупателей — физических лиц», — говорит госпожа Зуева.

Тем не менее в последнее время появляются примеры кредитования и строящихся объектов. Сергей Степанов, директор по продажам компании «Строительный тест», сообщил, что его компания запустила совместную программу с Номос-банком на приобретение не только построенных, но и строящихся объектов, в том числе и тех, на которые еще не оформлено право собственности. «Банк готов кредитовать до 100 процентов покупки и не потребует дополнительного обеспечения, если стоимость объекта залога не превышает 7 млн рублей. Ипотеку можно взять на приобретение коммерческих помещений во всех объектах компании „Строительный тест“, готовность которых составляет не менее 70 процентов», — рассказал господин Степанов.

Юлия Троицкая, маркетолог ЗАО «БФА-Девелопмент», подсчитала, что только 10% российских банков готовы предоставить заемные средства предпринимателям, из них можно выделить Сбербанк, ВТБ, Delta Credit, Балтийский банк, банк «Уралсиб», «Балтийскую ипотечную корпорацию», Меткомбанк, Росевробанк, Европейский трастовый банк. «Данный вид ипотечного кредитования востребован в

основном у малого и среднего бизнеса. Условия выдачи не такие выгодные и льготные, как на ипотеку жилой недвижимости, потому что схемы работы заемщиков не всегда прозрачны для банков. Сделки по предоставлению таких кредитов нерегулярны», — говорит госпожа Троицкая.

Ипотека коммерческих помещений, в отличие от жилой ипотеки, дело относительно новое — более или менее активно она стала развиваться лишь в 2010–2011 годах. «Объектом кредитной сделки могут быть любые нежилые здания и помещения под торговые площади, склады, цеха, офисы и прочие помещения, а также земельные участки с объектами незавершенного строительства. Кроме этого, с помощью бизнес-ипотеки можно выкупить арендуемую недвижимость и жилые помещения, которые будут в дальнейшем переведены в нежилой фонд. Мы кредитруем объекты, территориально удаленные от города на расстояние до 300 километров. При этом банк финансирует до 80 процентов стоимости приобретаемого клиентом объекта коммерческой недвижимости», — говорят в банке «Интеза».

Дело не в банках, а в рынке

Виктор Питернов, управляющий филиалом Номос-банка в Санкт-Петербурге, считает, что еще одной причиной неразвитости коммерческой ипотеки является то, что рынок продаж непосредственно коммерческой недвижимости еще недостаточно развит, соответственно, и ипотека для приобретения коммерческой недвижимости пока занимает гораздо меньшую долю по сравнению с ипотекой для приобретения жилой недвижимости. «Поэтому процент подобных кредитов еще незначителен, но наблюдается активный рост, поскольку число предложений по коммерческой недвижимости увеличилось. И главным образом — за счет участия государства посредством предложения различных программ и тендеров», — говорит господин Питернов.

Мария Иванова, руководитель департамента ипотечного кредитования агентства недвижимости Home Estate, говорит: «Банки к кредитованию коммерческой недвижимости относятся очень лояльно, однако, несмотря на это, доля таких кредитов в общем портфеле невелика. Причина — в разногласиях относительно параметров оценки коммерческого помещения между оценочными компаниями и участниками рынка. Как правило, на рынке цена формируется по следующим параметрам: проходимость, цоколь/подвал, вход со двора или с улицы (если говорить про отдельно стоящее здание), также учитывается процент помещений,

сданных в долгосрочную аренду. Оценочная компания же оценивает, исходя из технических характеристик здания и помещения: износ здания, наличие/отсутствие ремонта. И зачастую результаты оценки в два-три раза ниже рыночной стоимости объекта. Банк-кредитор ориентируется на заключения оценщиков и может прокредитовать не более 70 процентов от оценочной стоимости, что совсем не подходит заемщику — будущему покупателю».

О том, что банки не слишком часто кредитуют коммерческую ипотеку, свидетельствуют данные крупнейшего игрока рынка. Антон Сергеевич, директор управления продаж малому бизнесу Северо-Западного банка Сбербанка России, рассказал: «В 2012 году банк выдал 25 кредитов по программе „Бизнес-недвижимость“».

Сегодня ипотечное кредитование приходит и в такой сектор коммерческой недвижимости, как доходные дома, которые считаются коммерческой недвижимостью.

Александр Погодин, первый заместитель генерального директора ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург», сообщил, что его компании вопрос предоставления банками ипотечного кредита на приобретение коммерческой недвижимости знаком в связи с работой по проекту многофункционального комплекса YE'S, который, помимо двух жилых корпусов, включает в себя и апартаменты. «Первоначально мы рассчитывали, что апартаменты, которые являются, по сути, коммерческой недвижимостью, будут приобретать инвесторы, располагающие свободными средствами, то есть не нуждающиеся в ипотеке. Но уже в процессе продаж стала очевидной необходимостью формирования предложения по ипотечным программам и для этого формата недвижимости. Нам нередко приходилось слышать от покупателей, что наличие возможности оформить ипотеку позволило бы приобрести большее число апартаментов. Были проведены переговоры с банками. Нам на практике пришлось столкнуться с той осторожностью, с которой до недавнего времени финансовые учреждения относились к апартаментам как сравнительно новому формату недвижимости. Совместно с банками были разработаны документы, регламентирующие вновь сформированные ипотечные программы. На сегодняшний день ипотечные кредиты для приобретения апартаментов предоставляют три банка, список продолжает расширяться. Кредитные ставки на покупку апартаментов начинаются от 14,5 процента годовых, после получения прав собственности ставка снижается на 1–2 процента», — рассказал господин Погодин.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ



Искусство находить решения

Интеграция связи для Вашего бизнеса

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





ЮИТ ДОМ

Костромской 10
Vita Nova
Suomi
Новомосковский

КОММЕРЧЕСКИЕ ПОМЕЩЕНИЯ В ПРОДАЖЕ:

Адреса жилых комплексов

VITA NOVA
ул. Мебельная / Шуваловский пр.
461 кв. м. — 30 345 638 руб.*

SUOMI, Средний пр. В.О., д. 89
85 кв. м. — 9 503 550 руб.*

КОСТРОМСКОЙ 10, Костромской пр., д. 10
90,2 кв. м. — 9 554 886 руб.*

НОВОМОСОВСКИЙ, Московский пр. / ул. Красуцкого
SOLO, Железнодорожный пер. / пр. Энгельса

Беспроцентная рассрочка. Первый взнос — 10%.

* Цены указаны с учетом скидки. Скидка действует при 100% оплате.
Решения, Свидетельство о допуске к работам ЗАО «ЮИТ Петербург» № 0047.22-0098/7813032071-С-003 от 20.01.2011
выдано СРО НП «Объединение строительных Санкт-Петербурга», Проектная декларация опубликована на сайте yitdom.ru. Проект реализован в соответствии с ФЭ № 214.

703-44-44

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

YITDOM.RU



коммерческая недвижимость

Промышленность на пятачке

Производителям не хватает подготовленных участков

ЗЕМЛЯ

Рынок земельных участков под промышленное и складское строительство после нескольких лет затишья постепенно оживает. В удачных местах в черте города стоимость одного квадратного метра может достигать \$250. Однако резкого роста стоимости земли ждать не стоит, считают аналитики.

Михаил Тонин, руководитель отдела индустриальной, складской недвижимости и земли Knight Frank St. Petersburg, рассказал, что масса участков, так называемых «под промышленность», либо вообще не обладает инженерной подготовкой, либо они предлагаются по завышенной цене. «Чем руководствуются их владельцы — остается только предполагать. Понятно, что и экспонироваться такие лоты будут достаточно долго: год и даже более», — недоумевает господин Тонин.

По данным Knight Frank St. Petersburg, цены за последние два года не претерпели существенных изменений и находятся практически на одном уровне. Это, скорее, следствие малого количества сделок на рынке. Аналитики компании говорят, что хороший участок в городе может стоить от \$250 за кв. м, сразу за КАД (юг, юго-восток) — уже \$150.

Но большинство аналитиков говорят, что цены гораздо ниже, а \$250 за кв. м — это практически единственный случай.

Инна Попова, директор по оценке УК «Магистр», считает, что средняя стоимость участков под промышленность по городу составляет 3–4 тыс. рублей за кв. м. «Один из самых дорогих объектов продает компания ЮИТ в Горелово; здесь стоимость квадратного метра достигает 7,5 тыс. рублей за кв. м (\$250), что обусловлено качественной инженерной подготовленностью



Объем предложения земли под индустриальные и складские функции в Санкт-Петербурге и прилегающих к городу районах Ленинградской области аналитики оценивают в 8 тыс. га. Из них около 10% приходится на инженерно подготовленные участки и еще примерно четверть — на участки с полученными техусловиями

объекта и востребованной локацией», — рассказывает она. Лилия Соболева, руководитель отдела промышленной недвижимости и земельных участков Praktis (входит в Setl Group), говорит, что в последнее время наблюдается интерес к участкам с зданиями, которые затем можно было бы реконструировать. «Это, во-первых, своего рода компромисс между строительством с нуля и арендой, а во-вторых, гарантирует наличие если не полного, то частичного пакета коммуникаций. При приобретении участка под строительство отсутствие коммуникаций зачастую является проблемой. Сейчас только порядка 40–45 процентов земель, предлагаемых вблизи города, обеспечены инженерией. При ее отсутствии участок инвесторам практически неинтересен, разве что он будет крайне удачно расположен», — говорит госпожа Соболева.

Сергей Федоров, директор по развитию бизнеса

Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, оценивает объем предложения земли под индустриальные и складские функции в Санкт-Петербурге и прилегающих к городу районам Ленинградской области в 8 тыс. га. Из них, по его словам, порядка 10% приходится на инженерно подготовленные участки и еще порядка 25% — на участки с полученными техусловиями. «Срок экспозиции участков может составлять от года и более. Сама сделка также занимает порядка года», — соглашается он с данными господина Тюнина.

Сосед-конкурент
Активно с Петербургом в части предоставления земли конкурирует Ленобласть. По оценкам УК «Магистр», 50% от общего объема предложения земельных участков под промышленную недвижимость в Ленобласти составляют участки площадью 1–5 га. Данное предложение диктуется спросом, так как при таком

межевании есть хоть какой-то шанс продать землю. «Стоит отметить, что многие крупные земельные участки, позиционирующиеся как земли для промышленного использования, на самом деле относятся к землям сельскохозяйственного назначения. Это связано с тем, что они располагаются в фактически сформированных или формирующихся промышленных зонах», — отмечает Инна Попова, директор по оценке УК «Магистр». Большая часть предложения участков под промышленность расположена вблизи Санкт-Петербурга: на расстоянии до 30–35 км от КАД, внутри большого кольца (трасса А120). Наиболее высокая концентрация промышленных участков — в зоне «Восточный сегмент КАД — Янино — Мурманское шоссе», у внешней границы КАД на юге в районе Шушар, в районе пересечения КАД, Волховского и Таллинского шоссе, в северной части КАД в зоне «Парнас». Большин-

ство участков (65% от всего объема) являются нетронутыми или слабо разработанными полями.

Цена предлагаемых земельных участков зависит от множества факторов, поэтому даже в одном районе может сильно различаться. Например, во Всеволожском районе стоимость квадратного метра земли, предназначенного под промышленную застройку, составляет от 88 до 5312 рублей за квадратный метр. Нижняя граница — это непереведенные сельскохозяйственные земли, позиционируемые под промышленную застройку, верхняя — инженерно подготовленные участки вблизи КАД с хорошими подъездами. В Ломоносовском районе наиболее высоко оценены участки у поселка Горелово и вблизи пересечения КАД, Волховского и Таллинского шоссе: до 9,5 тыс. рублей за квадратный метр. В удаленных районах Ленинградской области (40 км и далее от Санкт-Петербурга) стоимость земельных участков промышленного назначения варьируется в диапазоне от 40 до 2600 рублей за квадратный метр в зависимости от наличия коммуникаций и градостроительной документации», — рассказывает Инна Попова.

Индустриальные парки как решение

Хорошим решением проблемы нехватки подготовленных земельных участков должны стать технопарки или индустриальные парки, которые появляются уже сейчас. «Могу выделить проект ЮИТ недалеко от Красного Села — там предлагаются участки под застройку уже с полной инженерией. Еще есть интересные участки в Кудрово с функциональным назначением „производство“. Эту территорию выгодно отличает строящаяся в районе электроподстанция. Также не могу не

отметить масштабный проект производственно-складского комплекса в Уткиной заводи. Он достаточно удачно расположен и предоставляет возможность оперативной реконструкции складских помещений под промышленное производство, поэтому интересен не только логистам, но и производственным», — рассказывает Лилия Соболева.

Основная цель промышленных участков, и в частности индустриального парка, — достичь некоего эффекта синергии от размещения в одном месте схожих и/или вертикально интегрированных производств, а также связанных сервисов и научно-исследовательских центров. На практике же девелоперам приходится отказываться от этой идеи в силу того, что спрос все еще сильно ограничен. Потенциальные резиденты парков все еще осторожны, сделки на рынке единичны, поэтому девелоперам трудно сохранить единую отраслевую специализацию для всего парка, и резидентам парков зачастую становятся компании разных секторов производства. Иногда, чтобы сохранить отраслевую направленность парка, девелоперы стремятся привлечь «якорного» резидента, который бы вслед за собой привлек в парк своих партнеров по производственной цепочке, которые также «сядут» в индустриальный парк для сокращения транспортных издержек.

Изначально идея индустриального парка предполагает выделение определенного крупного участка промышленной земли, полную его инженерную и техническую подготовку, а затем продажу земельных участков требуемого размера или строительство универсальных производственных зданий для последующей сдачи в аренду. До кризиса эта прак-

тика была популярна среди девелоперов. Кроме того, многие из них готовы были привлекать инвестиции для строительства объекта для долгосрочной аренды под конкретного производителя. В последнем случае планировалась последующая продажа объекта с арендатором как бизнеса какому-либо инвестиционному фонду. «После кризиса эти риски участники рынка нести не готовы, поэтому сейчас в России практически все девелоперы индустриальных парков нацелены на продажу земельных участков», — рассказывает господин Тонин.

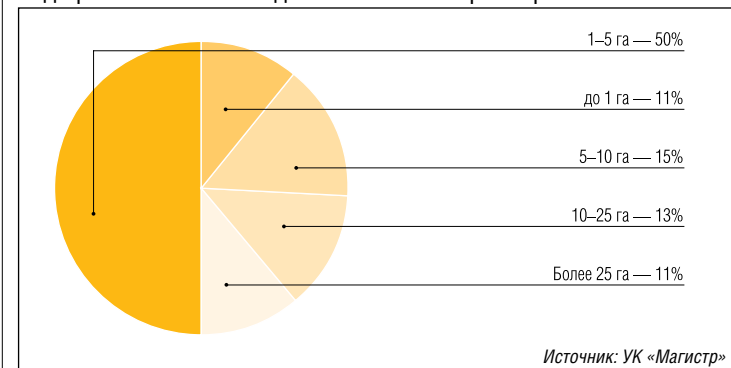
В то же время среди развивающихся в регионе производителей есть немало потенциальных резидентов индустриальных парков, которым невыгодно покупать землю и начинать строительство, но которые готовы арендовать подходящий объект и таким образом сохранить гибкость в планировании развития или сокращении производства. Но девелопер не хочет рисковать и строить за свой счет объект без гарантий со стороны конечного пользователя. «В результате на рынке создается все больше предпосылок для заключения сделок по схеме built-to-suit, когда возврат инвестиций гарантирован долгосрочным договором аренды. Строительство универсальных помещений в расчете на широкий круг потенциальных арендаторов — это тоже риско-

ванная схема, поэтому сейчас на рынке только один индустриальный парк — Greenstate — планирует строительство универсального спекулятивного производственного комплекса с отдельными блоками. Старт строительства запланирован на начало 2012 года, и компания уже начала заключать предварительные соглашения об аренде площадей в составе комплекса», — сообщил господин Тонин.

Денис Радзимовский, генеральный директор «S.A. Ricci — Санкт-Петербург», считает, что основная проблема создания индустриальных парков для размещения подобных производств заключается в том, что девелоперы не обладают таким объемом средств, чтобы вложить их и в приобретение крупного земельного участка, и в строительство инженерных коммуникаций. «Для реализации индустриального парка в первую очередь важна поддержка местных властей, в том числе и с точки зрения инвестиций и дополнительных льгот. Подобное партнерство девелоперов и государства поможет привлечь иностранных производителей и даст дополнительный толчок к развитию промышленности в регионах. Также развитие данного сегмента во многом зависит от стоимости подключения к внешним сетям и от цены земельного участка», — уверен господин Радзимовский.

ДЕНИС КОЖИН

Структура предложения участков в Ленобласти под промышленно-складские объекты по размерам



Источник: УК «Магистр»

Перекраситься в зеленый

ЭКОЛОГИЯ

(Окончание. Начало на стр. 19)

С этой точки зрения, у «зеленых» сертификатов перспективы распространения довольно ободрающие — даже если девелопер не осознает всей необходимости получения такого сертификата, рынок сам продиктует ему такое решение. Правда, речь идет не о краткосрочной перспективе двух-трех лет», — отмечает госпожа Лежнева.

«Нам известен ряд примеров, когда банк может выдать девелоперу кредит под меньший процент, если проект сделан с „зелеными“ технологиями», — рассказывает о преимуществах сертификации Василий Довбня, заместитель директора департамента консалтинга «Colliers International Санкт-Петербург».

Два лидера

Выдачей сертификатов BREEAM и LEED во всем мире занимаются только две компании: BRE (штаб-квартира в Лондоне) и U.S. Green Building Council, отвечающая за выдачу LEED (штаб-квартира в Вашингтоне).

В Петербурге есть несколько компаний, оказывающих консалтинговые услуги в области прохождения сертификации. По сути, такие компании проводят аудит объекта или проекта, изучают, может ли здание или проект претендовать на получение сертификата, какие улучшения необходимо произвести в здании, как можно доработать проект. Также они помогают составить отчет, который потом будет направлен в обозначенные выше организации, ответственные за выдачу сертификатов. Как у BRE, так и у U.S. Green Building Council существует система обучения специалистов знанию требований стандартов, позволяющая впоследствии стать сертифицированным оценщиком и предоставлять консалтинговые услуги. В Петербурге есть компании,



В мире присвоение объекту статуса «зеленого» обеспечивает ему конкурентное преимущество в своей нише на рынке и увеличивает вероятность привлечения международных компаний как в качестве инвестора, так и арендатора. В России все иначе

в штате которых есть такие специалисты (сертифицированные оценщики) — это преимущественно архитектурные мастерские, инженеринговые компании. Также в городе находятся офисы международных компаний, в штате которых есть подобные специалисты, проживающие в Москве и работающие в московских офисах.

В феврале 2010 года Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии была зарегистрирована первая российская национальная система добровольной сертификации объектов недвижимости «Зеленые стандарты», служащая для оценки экологической эффективности зданий. Эти стандарты применимы и к новым, и к существующим постройкам и актуальны для самых разных типов зданий: офисных, жилых, промышленных, торговых, общественных. Сертификация в данной системе осуществляется на добровольной основе на основании обращения отечественных и зарубежных заявителей. В свою очередь, добровольная сертификация в этой системе не исключает обязательную оценку соответствия объектов недвижимости, установленную законодательством

Российской Федерации. Объекты, сертифицированные по национальным «зеленым» строительным стандартам, обеспечивают минимальное загрязнение окружающей среды и высокий уровень экологической безопасности для людей.

С апреля 2011 года действует вторая, усовершенствованная версия системы добровольной сертификации объектов недвижимости «Зеленые стандарты». Однако иностранные девелоперы предпочитают ориентироваться на стандарты, которые, с одной стороны, знакомы им самим, а с другой — их клиентам (арендаторам, инвесторам, потенциальным покупателям). Такой же логикой руководствуется пока и большинство российских девелоперов.

Что почем

«В зависимости от получения желаемого сертификата, определяющего степень экологичности здания, затраты на строительство девелопера обойдутся увеличением себестоимости в среднем на 5–20 процентов. В свою очередь, эксплуатация таких зданий по сравнению с традиционной коммерческой недвижимостью экономически более выгодна. Оптимизация

расходов и экономия порядка 15–20 процентов достигаются уже при первичном подключении к сетям и сказываются на текущих расходах (электричество, вода, тепло). Высочайшее качество строительства и максимальный комфорт дают возможность назначить более высокие арендные ставки, привлечь покупателей и иностранных арендаторов высокого уровня, а следовательно, быстрее окупить проект. Необходимо отметить, что арендная ставка в таких объектах может быть выше среднерыночной на 3–4 процента», — говорит госпожа Лежнева.

Если говорить о стоимости самой сертификации, то она складывается из регистрационного взноса в организацию, которая выдает сертификат, из стоимости консалтинговых услуг, а также из стоимости инженерных решений, которые нужно реализовать в проекте. При этом третья составляющая цены будет тем ниже, чем раньше девелопер задумался о сертификации. Гораздо проще заложить в проект что-то на этапе проектирования, чем вносить изменения в проект уже строящегося объекта.

Сергей Канаев, коммерческий директор Nagatino i-Land, рассказал, что сертификация обходится в \$50–60 тыс. «Вторая очередь Nagatino i-Land и новый проект Millhouse Capital в Сколково будут спроектированы и построены с учетом стандартов BREEAM», — поделился он.

«Если подсчитать все затраты с консультациями, то в среднем сертификация по LEED строящегося здания обойдется от \$12 за квадратный метр. Регистрация на официальных сайтах международной сертификационной системы LEED обходится примерно в \$1200. Конечно, сумма немаленькая, но при грамотной эксплуатации объекта возможность покрытия расходов не заставит себя долго ждать», — говорит Владимир Масютин.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Знаем все подводные камни телекома

Кройм и подгоняем телеком под любого Клиента

Исполняем самые смелые желания любимых Клиентов

Работаем для Клиентов 24x7x365

Наша философия «Талантокрация» гласит: «вся власть талантам»!

Сервис «Голосарий» принял на работу всех звезд Голливуда — от Бонды до Терминатора

В нашей службе сервиса овоцам не место

Реализовывать проекты быстрее конкурентов — наша добрая традиция

Телеком в ритме джаз — это мы

Ударно работаем, красиво отдыхаем

Раскрываем таланты на глазах изумленного рынка

Телеком-ателье нетривиального сервиса

Когда тебя и клиента связывают **более чем** просто деловые отношения, понимаешь, ради чего стоит быть лучшим оператором связи B2B рынка.

Хочется не теряя времени двигаться дальше, обнаруживая общие интересы, принципы и открывая **более чем** богатый внутренний мир друг друга. Не в этом ли главная цель сотрудничества?

Гарс Телеком. **Более чем.**

Федеральный оператор связи garstelecom.ru

Санкт-Петербург, ул. Чапаева, 15 А +7 812 635 8805

Москва, ул. Островная, вл.2 +7 495 748 0099

коммерческая недвижимость

Уличная ротация

Торговые центры и метрополитен разворошили рынок стрит-ритейла



Помещения во дворах больших улиц не отличаются высоким спросом. Чаще они востребованы операторами немассовых услуг, направленных на узкую целевую аудиторию

аренда
Открытие ряда крупных торговых комплексов, а также появление новой станции метро «Адмиралтейская» меняют состав и структуру арендаторов в крупных торговых коридорах. Во второй половине нынешнего года наибольшую активность в аренде помещений на основных торговых коридорах города проявляли заведения общепита.

Павел Пикалев, директор Penny Lane Realty Saint Petersburg, считает, что сегодня можно говорить о значительной корректировке в сегменте стрит-ритейла.

«Она очевидна даже на примере одного Невского проспекта и прилегающих к нему улиц. Появление крупных ТРЦ «Галерея» и «Невский центр» привело к тому, что многие точки ушли с «улицы», освободив помещения для новых арендаторов. Ввод в эксплуатацию станции метро «Адмиралтейская» позволил собственникам пустующих помещений, расположенных в начале Невского, найти или даже сменить арендаторов. В качестве примеров можно привести сделки по аренде помещений со Сбербанком, ВТБ24, МТС. С открытием ДЛТ на Большой Конюшенной рост ставок на аренду некоторых помещений на этой улице составил до 10 процентов. Ротация арендаторов в этой зоне все еще продолжается, и многие помещения остаются вакантными. Сравнимым по воздействию по окружающий стрит-ритейл станет и открытие МФК «У Красного моста» на углу Гороховой улицы и набережной реки Мойки. Окружающие территории имеют потенциал к росту — здесь достаточно арендаторов, работающих в низком ценовом сегменте, да и свободные помещения тоже еще остались», — рассуждает господин Пикалев.

Сергей Федоров, директор по развитию бизнеса Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, согласен с тем, что на рынке стрит-ритейла происходят изменения.

«За последний год в Санкт-Петербурге не появилось новых торговых коридоров. Скорее мы говорим о развитии уже существующих. Например, Большая Конюшенная улица, развитию которой способствует девелопмент Конюшенной площади, который увеличит пешеходный

поток. Влияет и благоустройство самой улицы, связанное с открытием ДЛТ. На сегодня здесь расположено много магазинов интерьерного дизайна, одежды и аксессуаров, работающих в luxury-сегменте (Dior, Louis Vuitton, Ulisse Nardin, Amega). Думаю, что в будущем здесь появятся больше ювелирных магазинов, работающих в высоком ценовом сегменте, а также несколько бутиков одежды. За год ставка аренды встроенных помещений на Большой Конюшенной выросла не более чем на 10 процентов. За этот же период, например, Большой проспект Петроградской стороны переживал снижение арендной ставки на 15 процентов и более», — рассказал господин Федоров.

В отличие от коллег, Ольга Аткачис, руководитель отдела торговой недвижимости Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, больше склоняется к мысли о том, что основные тенденции рынка street retail связаны в большей степени с изменениями в работе метрополитена.

«Так, скорое открытие станций метро «Международная» и «Бухарестская» существенно подняло уровень спроса на торговую недвижимость в этих локациях. Здесь происходит активное формирование двух новых торговых коридоров: пересечение улиц Бухарестской и Бела Куна, а также пересечение улиц Бухарестской и Салова. При этом интерес к первому коридору более заметен, так как в районе станции метро «Международная» выше объем жилой застройки и качественных коммерческих площадей. В связи с открытием станций метро в этих локациях ожидается повышение арендных ставок на 15–20 процентов», — рассказала госпожа Аткачис.

А вот новость о закрытии на год станции метро «Петроградская» привела к оттоку части арендаторов в направлении «Спортивной». Некоторые из них переехали в помещения, расположенные в середине Большого проспекта. Вблизи «Петроградской» освободились помещения, ранее занимаемые банками и обувными магазинами.

Аппетит растет
Аналитики говорят, что самым активным во второй половине 2012 года является сегмент операторов общественного питания. Причем новой тенденцией является

укрупнение площадей, рассматриваемых для аренды. Кофейни и небольшие точки форматного общепита интересуют площади 150–250 кв. м, кафе и рестораны ищут помещения покрупнее — от 500 кв. м.

«Сейчас мы наблюдаем большую активность со стороны банков и операторов общественного питания. За последний год активно открывали свои точки «Бургер Кинг», Subway, ресторан «Две палочки», группа компаний Global Family открыла два ресторана «Счастье». На Невском появился первый ресторан Grizzly Bat», — добавляет господин Федоров.

Участники рынка среди тенденций рынка стрит-ритейла выделяют также усилившуюся конкуренцию в сфере сетевого продуктового ритейла среднего формата. «Сейчас на рынке Петербурга активно развиваются порядка 10–12 сетей, которые занимают помещения площадью 150–1000 кв. м. В связи с этим наблюдается дефицит подобных объектов на рынке стрит-ритейла, особенно помещений площадью 1000 кв. м в центральных районах города. Несколько замедлилось развитие в сегменте общепита, поскольку после кризиса было открыто большое количество различных ресторанов и кафе. Сейчас же дефицита помещений формата стрит-ритейл для данных операторов не наблюдается», — говорит Роман Евстратов, директор департамента торговой недвижимости «S.A.Ricci — Санкт-Петербург».

Татьяна Яблокова, менеджер департамента продаж коммерческой недвижимости Praktis, объясняет: «Операторы одежды и обуви продолжают проявлять больший интерес к аренде в торговых центрах, чем во встроенных помещениях. Из значимых арендаторов этого сегмента во втором полугодии 2012 года можно отметить мультибрендовый бутик Veu на Большом проспекте Петроградской стороны и обувной монобрендовый магазин Nogi на Владимирском проспекте. Достаточно активны ритейлеры, торгующие продуктами питания, и супермаркеты. Отдельно следует выделить магазины, специализирующиеся на фермерских продуктах. В третьем квартале о выходе на рынок заявили две новые сети.

(Окончание на стр. 24)

Ментальные помехи

Wi-Fi-сети в общественных местах развиваются с трудом

интернет

В силу менталитета и сложившихся традиций владельцы бизнеса до сих пор относятся с настороженностью к Wi-Fi-технологии. Несмотря на то, что первые точки доступа появились в Петербурге еще в 2003 году, беспроводное соединение по-прежнему называют «модной фишкой», которая способна повысить имидж заведения, но при этом не приносит прибыль. Между тем в западных странах этот сегмент интернет-технологий развивается семимильными шагами.

В России к нему в большей степени присоединяются представители крупного бизнеса в области досуга и развлечений, а также западные компании. В целом же местному рынку есть куда расти. По оценкам Сергея Лагира, генерального директора ЗАО «Северен-Телеком», на данный момент в Петербурге доля кафе, ресторанов и торговых центров с Wi-Fi-доступом составляет около 20%.

Например, компания МТС уже реализовала в Петербурге ряд крупных проектов, в рамках которых оператор предоставляет комплекс услуг связи на основе мобильных и фиксированных технологий, в том числе организует свободные Wi-Fi-зоны (в гостинице «Москва», в бизнес-центре Technopolis). «Мы не рассматриваем организацию Wi-Fi-зон как отдельную и самостоятельную услугу. Это скорее дополнительный сервис и преимущество, которое мы предлагаем нашим клиентам и партнерам в рамках комплексного и конвергентного решения по подключению объекта недвижимости к интернету», — сообщили в пресс-службе МТС. Проекты по организации Wi-Fi на транспорте оператор реализует на базе сети 3G совместно с партнерами — транспортными компаниями.

«Думаю, что еще не все рестораторы осознают, какие преимущества дает организация бесплатных точек доступа Wi-Fi. Обычно это принято связывать с менталитетом и «готовностью рынка», — говорит господин Лагир. По его словам, любые передовые технологии, в том числе и IT-услуги, прививаются в Европе быстрее и проще, чем в России. Так, «облачные» технологии в бизнесе используются европейцами уже не первый год, а бесплатный доступ к Wi-Fi — это норма жизни. Что касается транспорта и других инфраструктурных объектов с Wi-Fi, то здесь мы все еще отстаем от Европы по качеству организации основной услуги, тогда как Wi-Fi можно рассматривать только как дополнение к удобному и безопасному базовому сервису.

«На наш взгляд, пик спроса на данную услугу в публичных местах остался в прошлом, интерес к этим зонам падает. В ближайшем будущем понятие «платного доступа к Wi-Fi» канет в Лету. Вероятнее всего, данная услуга в публичных местах будет представлена в лимитированном доступе на бесплатной основе», — комментирует Наталья Резникова, директор по маркетингу и PR «Смарт Телеком».

Безусловно, наличие в заведениях бесплатного Wi-Fi — это прежде всего маркетинговый ход. В основном люди приходят отдохнуть, поговорить с друзьями или коллегами, многие гости предпочитают сочетать отдых с работой в интернете. При этом в последнем случае клиенты в меню практически не заглядывают, ограничиваясь чашкой кофе. «Такие посетители могут просидеть в кафе целый день, не принеся ни копейки прибыли заведению. Чаще всего к этой категории людей относится молодежь или туристы», — объясняет Михаил Говоров, заместитель директора компании «Элвис».

Денис Радзимовский, генеральный директор «S.A.Ricci — Санкт-Петербург», уверен, что в заведениях общепита,



В Петербурге доля кафе, ресторанов и торговых центров с Wi-Fi-доступом составляет около 20%

особенно с молодежной целевой аудиторией, применение данной услуги полностью оправдано. «Сегодня, скорее всего, при прочих равных условиях человек выберет между двумя заведениями, расположенными в непосредственной близости друг от друга, то, в котором предоставляется услуга бесплатного Wi-Fi-интернета. Это связано с тем, что многие посетители предпочитают сочетать отдых с работой в интернете, поэто-

му наличие Wi-Fi становится не просто конкурентным преимуществом, а необходимостью», — комментирует господин Радзимовский.

Между тем, по мнению многих посетителей заведений, развитие Wi-Fi-технологии тормозит качество предоставляемых услуг. «Поймать качественный сигнал бывает просто, потому что владельцы кафе экономят на скорости интернета, закупают старое оборудование. Как это всегда

в России бывает, вроде услуга есть, а либо не работает, либо работает, но не в полную силу», — отмечает Татьяна Караваева, директор ООО «Скандинавия».

Игорь Ситников, генеральный директор ТК «Миран», считает, что подключиться к Wi-Fi на Западе можно практически везде, причем без регистрации. «В России даже в Москве и Петербурге ситуация другая: если в кафе и есть доступ к Wi-Fi, то для этого нужно отдель-

но попросить пароль. И объясняется это многими факторами, например, тем, что наши спецслужбы хотят тотального контроля над пользователями. В других странах к этому подходят более лояльно», — объясняет господин Ситников. По его словам, организовать Wi-Fi можно везде, купив роутер. Но в таком случае если кто-то подключится в этом кафе к Wi-Fi и сделает что-то противоправное, то в этом обвинят организацию, с которой заключен договор. Лицензия же четко ограничивает обязанности организации и пользователя, подключающегося к интернету.

По мнению специалистов, на сегодняшний день стоимость точки доступа составляет от 3 до 50 тыс. рублей в зависимости от размера кафе, скорости доступа и т. д. Ежемесячные затраты довольно несущественные: 2,5–3 тыс. рублей.

Как отметил Сергей Лагир, сегодня на рынке телекоммуникационных услуг распространено предоставление Wi-Fi за счет комплексного пакета услуг от оператора. «Есть примеры новой модели работы рекламных агентств в этом направлении. Так, они берут затраты на организацию Wi-Fi-точки на себя за счет размещения рекламы. В тех же заведениях, где не действует ни один из вышеперечисленных вариантов, средний платеж оператору за Wi-Fi составляет до 4 тыс. рублей в месяц», — подытожил господин Лагир.

«Для юридических лиц в России услуги интернета в разы дороже, чем для физических, отсюда и ценообразование — примерно 3 тыс. рублей за 1 Мбит/с. В среднем на кафе вполне достаточно от 3 до 5 Мбит/с», — объясняет Василий Борисов, менеджер по маркетингу и связям с общественностью сети дата-центров «Селекстел».

ЯРОСЛАВА ЗАДОРИНА

СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ «С.Э.Р.»

ЗАКАЗЧИК, ЗАСТРОЙЩИК И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ИНВЕСТОР ООО «СК «СЭР»

ПРОДАЖА ЗДАНИЯ

Малый пр. В.О. / 17 линия В.О.

СРОК СДАЧИ
III КВ. 2013 Г.

8-этажный комплекс Собщ. = 2 915 кв.м.
Предназначено для использования под офисные цели,
мед. учреждения, учебные учреждения, гостиничный
бизнес, торговые и выставочные площади.
Планировочные решения могут быть адаптированы
под запросы заказчика.
Цена 250 000 тыс. р.

АССОЦИАЦИЯ
"СТРОИТЕЛЬНО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ
КОМПЛЕКС СЕВЕРО-ЗАПАДА"

Санкт-Петербург,
ул. Гагаринская,
д.6/1, литер А, пом. 15Н
WWW.SER-SPB.COM
e-mail:ser@ser-spb.com

тел.: +7 (921) 936-83-02

коммерческая недвижимость

Собственность милее аренды

Число сделок по выкупу помещений растет

склады
На рынке складской недвижимости в последнее время растет число сделок по выкупу складских помещений в собственность. Это, как считают аналитики, связано с дефицитом предложения интересных площадей по соотношению «цена — качество». Толкает к выкупу помещений и то, что многие собственники оставляют за собой право сменить арендатора на более выгодного, что усложняет бизнес нанимателям.

Михаил Тонин, руководитель отдела индустриальной, складской недвижимости и земли Knight Frank St. Petersburg, считает, что покупка склада в собственность у инвестора — это основная тенденция на рынке. «Явление это распространенное и вполне закономерное. Уверен, что именно в таком формате будет происходить не менее половины всех сделок в ближайшие два-три года, а в дальнейшем их доля в общем объеме будет только увеличиваться», — уверен господин Тонин.

Ольга Фахрутдинова, заместитель директора департамента коммерческой недвижимости АРИН, согласна с тем, что в настоящий момент потребность клиентов в приобретении объектов в собственность увеличилась. «Это, на мой взгляд, связано с дефицитом интересных площадей по соотношению «цена — качество». К тому же многие собственники в коммерческих целях оставляют за собой право сменить арендатора на более выгодного, что усложняет бизнес нанимателям. Часто инвестор строит комплекс для сдачи в аренду, но появляется интересный покупатель. Однако качественных объектов сегодня практически нет, поэтому доля подобных сделок невелика», — говорит госпожа Фахрутдинова.



В 2012 году около 40% сделок в складском сегменте в России было совершено по схеме покупки в собственность

Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований компании Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, говорит, что используемая схема сделки зачастую предполагает долгосрочную аренду плюс право преимущественного (или обязательного) выкупа площадей после завершения срока аренды. «Срок аренды при этом зависит от конкретного случая (например, десять лет). При этом арендные платежи засчитываются в стоимость покупки.

Правда, в реальности такая схема пока еще не была реализована, поскольку клиентам выгоднее оставаться с собственником в арендных отношениях и не использовать свое преимущественное право выкупа. Частичная покупка проекта также имеет право на существование. В этом случае собственник выделяет в отдельный кадастр части здания и предлагает их к продаже. У подобной схемы есть один серьезный недостаток — вопрос относительно

распределения земли, на которой построен объект. По сути, получается так, что земля вокруг проекта находится в совместном пользовании арендаторов и собственников проекта. Поэтому такие схемы не так часто распространены. Другое дело — продажа отдельного корпуса складского комплекса. Но и такие примеры на петербургском рынке (в отличие от московского) составляют крайне малую долю», — рассказала госпожа Лежнева.

Инна Попова, директор по оценке УК «Магистр», при этом отмечает, что сдача объекта в аренду и его приобретение в собственность — два абсолютно разных сегмента рынка. «Целесообразность одного или другого способа определяется в каждом случае индивидуально, в зависимости от целей компании и ее платежеспособности. Безусловно, малый и средний бизнес, особенно находящийся на начальном уровне развития, преимущественно арендует склады. В активе крупных компаний существуют различные объекты», — говорит госпожа Попова.

По подсчетам Knight Frank St. Petersburg, в 2012 году около 40% сделок в России было совершено по схеме покупки в собственность. «По нашим данным, на сегодня стоимость одного квадратного метра составляет \$1200–1400», — говорит господин Тонин.

«Средняя стоимость покупки высокочассного склада составляет 25–45 тыс. рублей за квадратный метр, причем стоимость объекта зависит не только от его класса, но и от площади: наиболее востребованы небольшие объекты площадью около 500 тыс. кв. м; здесь стоимость квадратного метра достигает 40–45 тыс. рублей», — считает госпожа Попова.

ДЕНИС КОЖИН

Уличная ротация

аренда

(Окончание на стр. 24)

В сентябре был открыт первый магазин новой сети «Гирлянда». В течение года планируется открыть девять точек. Также компания «Мираторг» до конца 2012 года планирует открыть пять магазинов. В 2013 году ожидается расширение сети до 60 торговых помещений», — говорит госпожа Яблокова.

Дмитрий Золин, управляющий директор сети бизнес-центров «Сенатор», среди тенденций, проявившихся на рынке стрит-ритейла, называет также то, что сетевые компании начинают серьезно доминировать над частными магазинами. «Это уже четко обозначенный тренд. При этом преимущество на стороне крупных иностранных компаний. Если раньше на Невском и на Большом проспекте Петроградской стороны были в основном представители элитных брендов, то сейчас все больше появляется магазинов среднего и экономического класса», — отмечает он.

Аналитики также отмечают, что по-прежнему высокий спрос на помещения формата стрит-ритейл проявляют операторы одежды и обуви, что в первую очередь связано с ростом количества торговых центров в Петербурге.

Роман Евстратов отмечает, что внутри спальных районов также формируются свои торговые коридоры, например, на проспекте Большевикова. «Но, безусловно, по своей специфике они не сравнятся с главными торговыми коридорами города: Невским, Большим проспектом П. С., Средним проспектом В. О.», — добавляет он.

Неприглядные дворы На Западе в центральных кварталах получает распространение «внутридворовый» стрит-ритейл — когда магазины и рестораны располагаются в сквозных проходах

дворов. Подобную идею власти Петербурга пытались реализовать во дворах Капеллы. Однако назвать этот проект успешным сложно.

«Успешные „торговые“ дворы могут существовать при условии значимого пешеходного трафика, чего нет во дворах Капеллы», — полагает господин Федоров.

«Большой поток гуляющих отмечается там только в туристический сезон. Учитывая погодные условия, в другое время проходимость в данной локации относительно невысокая», — соглашается с коллегой господин Евстратов.

«Примеры появления магазинов во дворах больших улиц единичны, в основном такие помещения востребованы среди туристических и юридических фирм, нотариусов и т. п. Стоимость аренды таких помещений на 10–20 процентов ниже, чем в объектах, которые располагаются на первой линии», — делится мыслями Роман Евстратов.

«Помещения во дворах больших улиц не отличаются высоким спросом. Это связано со спецификой петербургских дворов-колодезев, которые сложно сделать проходными, а также с заведомо негативным отношением жителей к открытию в доме магазина или ресторана. Такие площади востребованы операторами немассовых услуг, направленных на узкую целевую аудиторию (прачечными, тренинговыми центрами). Арендные ставки на помещения, расположенные во дворах больших улиц, ниже ставок на площади, расположенные на самой торговой магистрали, в среднем в два раза. Так, на Невском они составляют в среднем 3–3,7 тыс. рублей за кв. м в месяц, а на Большом проспекте — 1,5–2 тыс. рублей за кв. м в месяц», — делится своими соображениями Ольга Аткачис.

«Чтобы привлечь во дворы больше клиентов, необходима благоустроенная зона с хорошей рекламной кампанией среди туристов как основных потребителей», — полагает

Елена Прозорова, консультант отдела оценки и консалтинга компании Maris.

«На мой взгляд, основная причина, по которой не удалось реализовать проект „дворов Капеллы“, — месторасположение и очень низкая проходимость. Несмотря на то, что территория от Мойки до Большой Конюшенной находится рядом с Дворцовой площадью, она достаточно удалена от основного туристического коридора — Невского проспекта. Также о том, что это проходная территория, знают только местные жители, туристов сюда привозят только непосредственно в саму Капеллу. Вероятно, проект можно было бы сделать успешным, если правильно выстроить концепцию проекта, привлечь крупных международных гостиничных и торговых операторов и скорректировать туристические маршруты», — рассуждает Дмитрий Золин.

Михаил Гуцин, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg, также считает, что во дворах практически нет пешеходных зон, так как для таких решений нужен сильный «якорь», которые потянет за собой магазины. «Например, в Мюнхене такая зона располагается рядом с главной площадью, где нет недостатка в туристах и местных жителях», — говорит он.

«Размещение на первых линиях торговых коридоров и витринные окна — одни из самых значимых требований арендаторов сферы торговли. Внутриквартальные помещения больше подходят под размещение офисов, салонов красоты, тургентств, образовательных и медицинских учреждений. Во дворах

могут размещаться магазины, торгующие уникальными товарами, за которыми потребители едут целенаправленно — например, антикварная лавка во дворе дома № 4 по улице Рубинштейна. Исторический центр Петербурга, в котором теоретически есть возможность создания ритейл-зон в проходных дворах, характеризуется высоким трафиком пешеходного потока. Причем этот поток неоднороден по своей социальной структуре и культуре поведения. Жители дворов исторического центра стремятся ограничить доступ на внутридворовые территории в целях повышения уровня безопасности. Практически все проходные дворы в центре города закрыты для общественного доступа», — резюмирует госпожа Яблокова.

ДЕНИС КОЖИН

Основные торговые коридоры города:

Невский пр.
Большой пр. П. С.

Торговые коридоры второго уровня:

Большой пр. В. О.
Владимирский пр.
Загородный пр.
Каменноостровский пр.
Литовский пр.
Московский пр.
Садовая ул.
Сувороковский пр.
Марата ул.
Средний пр.

Торговые коридоры спальных районов:

Большевик пр.
Ветеранов пр.
Гражданский пр.
Командантский пр.
Косыгина пр.
Ленинский пр.
Просвещения пр.
Савушкина пр.
Стечек пр.
Энгельса пр.

Источник: Knight Frank

Диапазон арендных ставок по основным торговым коридорам Санкт-Петербурга в третьем квартале 2012 года

Торговый коридор	Ставка аренды, тыс. руб. за кв. м в месяц
Невский пр.	4,8–10
Московский пр.	2,5–8,5
Сенная пл., Садовая ул.	4–8
Ленинский пр.	1–6
Пр. Просвещения	1–6

Источник: Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate

ПРОДАЖА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

в центре Санкт-Петербурга



S=186 м²

Невский пр., 95



S=105 м²

ул. Малая Посадская, 4



S=133 м²

Каменноостровский пр., 9/2



S=235 м²

ул. Большая Морская, 25



S=235 м²

Литейный пр., 54

- Первый этаж
- Отдельный вход
- Витринные окна



www.business-arenda.ru

АРЕНДНЫЙ БИЗНЕС

продажа, ресторан

бывшая «Чебуречная на Майорова», с 1962 г.



S=1 050 м²
собственность

СПб, ВОЗНЕСЕНСКИЙ пр., 55 (1, 2 этаж)

- Стоимость - 310 млн. руб.
- Доходность - 14% годовых
- Долгосрочный договор аренды

(812) 332 30 00; (911) 922 58 22