13 ➔ Многие компании столкнулись с периодической необходимостью досрочно расторгать договор аренды. В такой ситуации мало кто готов вкладывать средства в чужую недвижимость.

Если говорить о востребованных метражах, то большинство операторов рассматривают помещения площадью от 100 до 200 кв. м. Исключение составляют в первую очередь продуктовые ритейлеры, которые берут помещения площадью от 150 кв. м до 650 кв. м. Пекарни, аптеки, пункты выдачи готовы рассматривать объекты площадью от 60 до 100 кв. м.

Если говорить про куплю-продажу, то сегодня сохраняется большое число желающих приобрести качественное коммерческое помещение. «При этом состав инвесторов несколько изменился. Раньше на рынке было представлено много пакетных инвесторов, приобретающих большое количество объектов. Но сегодня у таких игроков уже сформирован крупный портфель, и они осторожно подходят к покупке новых помещений. Им на смену пришли единичные инвесторы и новые для рынка игроки, которые увидели в коммерческой недвижимости возможность сохранить свои средства»,— указывает госпожа Аткачис.

При этом, замечает она, инвесторы не готовы брать все подряд. Они тщательно оценивают период окупаемости каждого объекта, уровень заселенности района, присутствия в нем тех или иных сетей, чтобы понять, кому они смогут сдать свой объект в будущем. В случае ошибки инвесторы рискуют остаться с вложением, которое не будет приносить доход в течение 6–12 месяцев и в конечном счете может быть сдано совсем не на ожидаемых условиях.

ПРОСЧИТАТЬ ПЕРИОД ОКУПАЕМОСТИ

Крупные игроки, еще оставшиеся на рынке, часто рассматривают редкие и дорогие форматы (только Невский проспект или помещения в радиусе не дальше 300 м от метро). В данном случае бюджет покупки может превышать 100 млн рублей. Самый популярный бюджет покупки — 30–40 млн рублей. Самый демократичный — до 20 млн рублей. Наибольшим спросом пользуются объекты в уже заселенных кварталах с понятными арендаторами, что позволяет просчитать период окупаемости вложений. Если срок окупаемости составляет 10–11 лет, то помещение будет продано за считаные дни. При этом собственник такого объекта может выбрать покупателя и назначить свои условия по форме и схеме сделки.

Андрей Кириллов, директор по маркетингу и продажам корпорации «Мегалит», говорит, что с появлением проектного финансирования застройщик стал менее зависим от скорости реализации помещений, в том числе коммерческих, в высоколиквидном месте. «Поэтому мы выводим коммерцию в „Приморском квартале“ ближе к сдаче домов и практически по цене готового объекта. Тем не менее в последние пару пандемийных лет был зафиксирован рост стоимости коммерческих помещений вслед за удорожанием жилой недвижимости — примерно на 25%»,— говорит он.

Алексей Лазутин, руководитель отдела инвестиционных продаж и корпоративных услуг IPG.Estate, согласен с коллегой: «С появлением эскроу и проектного финансирования цены на коммерцию значительно выросли и сегодня стартуют от 200 тыс. рублей за квадратный метр. Как следствие, снизилась и доходность, поэтому интерес к сегменту со стороны инвесторов заметно сократился». В ситуации неопределенности инвесторы и будущие пользователи — арендаторы — умерили интерес к доходной недвижимости в целом и ко встроенным помещениям в частности. Тем не менее цены не падают, скидок нет, отмечает эксперт.

Соотношение инвесторов, приобретающих для сдачи в аренду, и владельцев, которые покупают метры для собственного бизнеса, по оценкам господина Кириллова, составляет 50 на 50.

Александр Кравцов, управляющий директор Fizika Development, говорит: «Мы не заметили существенного спада спроса на коммерческие помещения на первых этажах. Все-таки такие объекты с высоким уровнем проходимости и посещаемости со стороны жильцов делает их одними из самых востребованных продуктов на рынке. Даже в ситуации с таким низким горизонтом планирования, как сегодня,— это выгодная инвестиция.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ АРЕНДАТОРЫ СЕГОДНЯ ОТКАЗАЛИСЬ ОТ ЗАТРАТ НА РЕМОНТ ПРИ ОТКРЫТИИ НОВЫХ ТОЧЕК. ОНИ ОЖИДАЮТ ХОТЯ БЫ БАЗОВОЙ ОТДЕЛКИ, ПРОИЗВЕДЕННОЙ СОБСТВЕННИКОМ ЗА СВОЙ СЧЕТ

Этим летом открыли продажи встроенных помещений для бизнеса и ритейла в нашем апарт-отеле VIDI на Синопской набережной по цене от 600 тыс. рублей за квадратный метр». Он также напоминает, что небольшие помещения площадью до 100 кв. м по-прежнему пользуются спросом у бизнеса для офисов или открытия небольших объектов, например, кафе или коворкингов. Стрит-ритейл предпочитают выбирать площади от 150–200 кв. м.

«Цены на продажу помещений стрит-ритейла не поменялись за последний год и остались на том же уровне. Зато стоимость аренды стала падать: по сравнению с началом года в разных локация падение ставок составило от 10 до 30%. При этом появляются новые категории арендаторов — добавляется все больше пунктов выдачи маркетплейсов и пекарен. Зато банковский сектор заметно сокращается. Заметно вырос спрос на маленькие площади от кофе ту гоу и вейп-магазинов»,— рассказывает Алексей Тюлькин, директор по продажам «Альфа Фаберже».

«Спрос на встроенные помещения остается высоким — жильцы только что построенных жилых домов заинтересованы в качественной инфраструктуре, магазинах, небольших кафе»,— говорит Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

«Встроенные помещения даже в коронакризис показали хорошую доходность, поэтому спрос на первые этажи в домах с качественно продуманной концепцией стрит-ритейла всегда пользуются спросом»,— добавляет Егор Федоров, директор по продажам группы «Аквилон».

«Для девелопера важно за счет стрит-ритейла сохранить баланс функционального наполнения инфраструктуры, оптимальную для будущих жителей комбинацию ритейла и сервиса гораздо проще. Продумываются логистика, мерчандайзинг, товарное соседство, что способствует росту инвестиций и совокупного торгового оборота, а также повышению качества жизни»,— уверен Виталий Коробов, генеральный директор Element Development.

МЕТРАЖИ МЕНЬШЕ, ОКУПАЕМОСТЬ ДОЛЬШЕ

Алексей Лазутин добавляет, что со стороны сетевых супермаркетов запрос ориентирован на площади 400–1100 кв. м. «Традиционно продуктовые магазины размещаются в отдельно стоящих зданиях; в стрит-ритейле, как правило, не предусмотрена продажа такого объема единым лотом, и чтобы первые этажи ЖК занял супермаркет, помещения необходимо объединить»,— рассказывает он.

Сергей Степанов, директор по продажам объединения «Строительный трест», подтверждает, что сохраняется тенденция спроса на коммерческие помещения до 100 кв. м при условии, что помещение находится в хорошей локации с активным пешеходным и автомобильным трафиком. «Что касается цен, то в наших объектах средняя стоимость квадратного метра для коммерческих помещений в строящихся объектах составляет около 294 тыс. рублей»,— делится господин Степанов..

«На протяжении последних лет наиболее востребованными у арендаторов встроенных помещений в новых домах являются объекты площадью до 100 кв. м. Такие небольшие помещения на первых этажах сейчас приобретают больший спрос, чем помещения в крупных торговых центрах. Основное преимущество этих помещений — хорошая технологическая подготовка (например, достаточное количество киловатт электричества) и трансформируемость — возможность делить и объединять пространство при необходимости»,— говорит Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург»:

При этом Павел Евсюков, руководитель департамента развития продукта AAG, отмечает сокращение метражей экспонируемых лотов. «В отдельных проектах минимальный порог опускается до 15 кв. м. При этом застройщики предлагают возможность объединения соседних помещений»,— замечает он.

«Коммерсанты, покупающие доходные метры сегодня, рассчитывают на окупаемость в пределах 10–12 лет. Хотя все еще ностальгируют по временам, когда вложения возвращались за три-пять лет»,— добавляет господин Кириллов.

«Реальные сделки же проходят с объектами, срок окупаемости которых составляет до 12 лет. В среднем помещения в спальном районе с арендатором продаются за 185–250 тыс. рублей за „квадрат“. Итоговая цена зависит от площади объекта и локации. Ставки пятилетней давности сегодня не готов платить ни один арендатор. Они снизились в пандемию и не росли весь последний год. Можно ожидать, что ставки снизятся еще раз в начале 2023 года за счет скидок, которые будут просить многие арендаторы. Индексацию смогут провести лишь немногие собственники, у которых в договоры аренды заложен процент от товарооборота»,— заключает госпожа Аткачис. ■

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (выпуск Санкт-Петербург, Guide «Недвижимость»)

Владимир Желонкин — генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор
Анатолий Гусев — автор дизайн-макета
Андрей Ершов — главный редактор СПб страниц
Александр Коряков — бильд-редактор
Валерий Грибанов — выпускающий редактор
Марина Шевченко — корректор
Мария Громова — верстка
Любовь Элконина — рекламная служба

Адрес редакции и издателя: 123112, г. Москва, Пресненская наб, д.10 этаж 35. Тел. (495) 797-6970. Адрес редакции в Санкт-Петербурге: 191024, Харьковская ул., д. 8А, лит А. Тел. (812) 324-6949

Учредитель: АО «Коммерсантъ». Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ», зарегистрировано Роскомнадзором, регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации ПИ №ФС77-76923 от 11.10.2019 года

Типография: ООО «РосБалт», юридический и почтовый адрес: 197374, Санкт-Петербург, ул. Оптиков, д. 4

Тираж: 9000
Распространяется бесплатно.
16+

Фото на обложке: Евгений Павленко