БОЛЬШОЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРИ НЕБОЛЬШИХ ИНВЕСТИЦИЯХ

РЫНОК КРЕАТИВНЫХ ПРОСТРАНСТВ В ПЕТЕРБУРГЕ ПЕРЕЖИВАЕТ ЗРЕЛЫЙ ПЕРИОД. БУДУЩЕЕ — ЗА ПРОДУМАННЫМИ, ВЗВЕШЕННЫМИ ПРОЕКТАМИ. СКОРЕЕ ВСЕГО, ЭТО БУДУТ ЛОКАЛЬНЫЕ ОБЪЕКТЫ, НАПРИМЕР, НОВЫЕ КЛАСТЕРЫ НА ТЕРРИТОРИИ БЫВШИХ ДОМОВ КУЛЬТУРЫ. КРОМЕ ТОГО, ЕСТЬ ЗАПРОС НА СОЗДАНИЕ В ГОРОДЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОСТРАНСТВ. ЕКАТЕРИНА ДЫННИКОВА

Участники рынка говорят о том, что важно разделять такие понятия, как общественные и креативные пространства. Первые предусмотрены в большей степени для отдыха, а вторые — для работы и творчества, отмечает руководитель проектов в департаменте по работе с офисными помещениями IBC Real Estate в Санкт-Петербурге Максим Мартынов.

«Общественное пространство — это организованное для отдыха место. Креативный кластер предполагает, что там находятся и работают творческие мастерские и другие индустрии из этой сферы»,— поясняет основатель «БС Арт Дев» Александр Басалыгин.

Наталия Киреева, заместитель регионального директора департамента консалтинга и аналитики NF Group, полагает, что принципиальное различие заключается в «характере потоков». «Креативный кластер функционирует только за счет целевых визитов к конкретным арендаторам, в то время как общественное пространство сочетает в себе несколько типов аудитории — гостей, пришедших провести время в самой среде, целевых посетителей арендаторов, а также случайных прохожих, что вкупе создает гораздо более оживленный и качественный трафик для арендаторов»,— говорит она.

По мнению партнера по развитию и инвестициям экосистемы Becar Asset Management Ольги Шарыгиной, разница между общественными и креативными пространствами заключается в генерации дохода. Обычно подразумевается, что общественное пространство не генерирует напрямую арендный доход. Креативное пространство — это коммерческий проект, в котором есть арендаторы и резиденты. «Обычный городской парк — это общественное пространство, а вот „Севкабель Порт“ с его корпусами, где сидят пусть и небольшие, но очень творческие компании,— это коммерческий проект. Другое дело, что очень часто мы имеем дело с объектами, в которых есть комбинация общественных и коммерческих пространств»,— поясняет она.

Эксперты считают, что общественные и креативные пространства все чаще смешиваются. «Форматы переплетаются, потому что, например, в общественных пространствах присутствуют творческие мастерские — как в Новой Голландии»,— говорит господин Мартынов.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В ПЕТЕРБУРГЕ ДЕЙСТВУЕТ 25 КРЕАТИВНЫХ КЛАСТЕРОВ ОБЩЕЙ ПЛОЩАДЬЮ БОЛЕЕ 300 ТЫС. КВ. М

ПРИ ЭТОМ ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ КЛАСТЕРОВ В ПЕТЕРБУРГЕ ВОВСЕ НЕ ИСЧЕРПАНЫ. ЧИСЛО ПРОИЗВОДСТВ В ЦЕНТРАЛЬНЫХ И ОКОЛОЦЕНТРАЛЬНЫХ РАЙОНАХ ПЕТЕРБУРГЕ УМЕНЬШАЕТСЯ. КРОМЕ ТОГО, КОЛИЧЕСТВО ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ СОХРАНЯЕТСЯ, А ЭТО ОСНОВНЫЕ ПЛОЩАДКИ, НА КОТОРЫХ ПОЯВЛЯЮТСЯ КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА

«Креативный кластер может выступать как дополнение к общественному пространству»,— согласен партнер, директор отдела исследований и консалтинга IPG. Estate Валерий Трушин.

«Сейчас все соединилось в одно, причем с бизнесовой составляющей. Выставочные мероприятия соединяются с магазинами, общепитом и другими предприятиями, которые генерируют денежный поток на одной территории»,— комментирует партнер и генеральный директор компании «МТЛ. Управление активами» Станислав Ступников.

СКОЛЬКО ВСЕГО По данным компании Nikoliers, в Петербурге действует 25 креативных кластеров общей площадью более 300 тыс. кв. м. Общественное питание и ритейл составляют традиционную основу креативных кластеров, а дальнейшее наполнение пространства (творческие арендаторы, студии и мастерские, красота и фитнес, образование и др.) зависит от концепции. Некоторые проекты делают упор на искусство, в то время как другие развивают lifestyle-сегмент.

Большинство кластеров — мультиформатные, но у некоторых есть ярко выраженный фокус на искусство и дизайн. У «Артмузы» — фокус на мероприятия, у «Люмьер-Холла» — на технологии и инновации, приводит пример господин Мартынов.

Как отмечают в Nikoliers, проекты находятся преимущественно в историческом центре Петербурга. Лидерами по совокупной площади креативных пространств считаются Адмиралтейский и Василеостровский районы: 123 и 103 тыс. кв. м соответственно. В то же время по количеству кластеров лидирует Центральный район, в котором расположено десять креативных зон. В Центральном районе преобладают компактные дворовые пространства и арендные лофты. Это связано с плотной застройкой и жесткими ограничениями по переоборудованию исторических зданий, что ограничивает масштабные проекты. В Адмиралтейском и Василеостровском районах бывшие промышленные территории позволяют создавать крупные творческие кластеры, охватывающие несколько зданий и прилегающую территорию, комментирует Ирина Царькова, генеральный директор офиса Nikoliers в Санкт-Петербурге.

Несколько другие данные приводят в NF Group. По подсчетам экспертов компании, всего в Петербурге насчитывается 18 крупных коммерческих общественных пространств, включающих креативные кластеры. Их площадь составляет около 186 тыс. кв. м, на них размещается более 800 арендаторов. Наибольшая доля в них приходится на офисы и гибкие форматы (29%), универсальные ивент-пространства (15%), заведения общепита (14%), услуги и сервисы (13%), торговые концепции с высоким трафиком (11%), объекты досуга (10%) и образовательные проекты (8%). Средняя ставка аренды — около 2,2 тыс. рублей за квадратный метр в месяц с учетом налогов.

Наиболее успешными и известными креативными кластерами считаются «Севкабель Порт», Новая Голландия, а также проекты «БС Арт Дев»: «Флигель», «Тележная», «Мультиплейс 17/26».

Сооснователь и управляющий партнер компании Meeting! Елена Глебова также в числе успешных проектов называет квартал «Брусницын», АТС на улице Некрасова, Seno. Отдельного обзора достойны общественные пространства в апарт-отелях с широкой инфраструктурой — Well и YE'S Marata, добавляет она.