ТВОРЧЕСКИЙ ДОХОД

Как бизнес осваивает историческое наследие

Объекты государственного культурного наследия все чаще передаются представителям частного бизнеса, обретая вторую жизнь в виде культурных центров, туристических мест с торговыми объектами, ресторанами и отелями. В каждом конкретном случае представителям государства и предпринимателям приходится решать сложные задачи по сохранению исторической ценности и созданию комфорта, привлекательного для посетителей и выгодного для инвесторов. Как решаются подобные проблемы, поинтересовались «Деньги».

Анна Александрова



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Знаменитый петербургский «Дом со львами» после реставрации стал отелем Four Seasons Lion Palace St. Petersburg

Культурное наследие и бизнес

Хотя практика реставрации объектов культурного наследия частными предпринимателями с последующим использованием в бизнес-целях появилась в России в 1990-е годы, юридически она получила обоснование в 2002 году, когда был принят закон «Об объектах культурного наследия…», который закрепил порядок охраны, реставрации и возможности использования памятников в коммерческих целях. Тренд на приобретение в собственность на условиях реставрации и современной адаптации исторических зданий в России начал набирать популярность в последние 10–15 лет с распространением программ льготной аренды и конкурсов по использованию культурного наследия.

В современной России немало примеров, когда исторические здания после реставрации получают вторую жизнь как бизнес-объекты: в Москве усадьба Голицыных на Волхонке отреставрирована и используется как офисно-выставочный комплекс, в Санкт-Петербурге знаменитый «Дом со львами» после реставрации превращен в отель Four Seasons, в Казани комплексно восстановлена Старо-Татарская слобода.

Большой интерес у инвесторов вызывает возможность преобразования исторических зданий городской застройки и загородных усадеб в гостиничные проекты — от небольших бутик-отелей до гостевых домов. Кроме того, инвесторы заинтересованы в создании на основе исторических объектов ресторанов и гастроплощадок, которые выигрывают за счет атмосферы старой архитектуры. Особенно ценятся властями проекты по созданию на базе исторических объектов музеев, культурных центров и арт-пространств. В ряде случаев приветствуются образовательные инициативы — школы, мастерские, резиденции. В последние годы к этому списку добавились фермерские рынки и локальные продуктовые хабы, где исторический контекст становится частью маркетинга. В каждом конкретном случае вопрос о целях и средствах решается с привлечением экспертов индивидуально.

«Бизнес с объектами культурного наследия (ОКН) — это предпринимательская деятельность, основанная на историческом потенциале здания или территории»,— объясняет Александр Ивакин, сооснователь и управляющий партнер компании «ДАЛЬ» и агрегатора исторической недвижимости в продаже «Дом вдали». По его словам, несмотря на высокую цену входа и длительный горизонт окупаемости, на рынке исторической недвижимости есть проекты, которые демонстрируют устойчивую модель развития. В Зарайске (Московская область) дом «в три окошка» превратился в гастромузей «Зарайская баранка», где гостям предлагают баранки по старым рецептам, чай из самовара и экскурсии.

В Тарусе (Калужская область) бывший купеческий дом 1887 года стал бутик-отелем «Хоромы» с десятью номерами, каждый из которых оформлен так, чтобы познакомить постояльцев с историей дачного отдыха. В Санкт-Петербурге особняк XIX века обрел новую жизнь в формате культурного пространства «Третье место», где проходят лекции, показы кино и локальные маркеты.

В Нижнем Новгороде «Короленко, 18», инфоцентр, стал точкой входа в проект «Заповедные кварталы», там предлагается экскурсионная программа и продается локальный мерч. В Москве особняк у Таганки адаптирован под бутик-отель и бар Twelve Reasons, где напоминают об истории столицы.

Суздальский проект «Ларец» демонстрирует иной подход: изба XIX века используется как современная выставочная площадка. Пространство привлекает в первую очередь молодую аудиторию и работает как актуальный культурный хаб.

Эти примеры показывают, что при грамотной концепции и продуманной адаптации историческое здание становится не обременением, а конкурентным преимуществом — точкой притяжения туристов и современного бизнеса.

О реставрации и окупаемости

На практике наиболее распространены три сценария освоения бизнесом под контролем государства исторических зданий: музейно-экспозиционный, гостинично-ресторанный и многофункциональный, когда объект становится центром культурной и деловой активности.

По словам Александра Ивакина, работа частного бизнеса с объектами культурного наследия начинается с получения прав на здание через покупку, аренду или участие в муниципальных программах. Следующим шагом после сделки становится подписание охранного обязательства, которое фиксирует ответственность предпринимателя за реставрацию и дальнейшее законное использование объекта. В зависимости от статуса объекта и условий договора сроки реставрации в среднем составляют 5–7 лет. Все работы выполняются по согласованному проекту, а ценные элементы (фасады, планировки, интерьеры) подлежат обязательному сохранению. «Это не ремонт в бытовом понимании, а более сложный процесс, включающий комплексное обследование, проектирование, реставрацию, согласования»,— подчеркивает Александр Ивакин.

На владельцев объектов культурного наследия налагается ряд обязательств. Самовольная замена фасадов, окон или кровли недопустима даже в пределах отдельной квартиры. Под запретом снос исторических перегородок, каминов и лестниц, если они входят в предмет охраны. Перепланировка, затрагивающая несущие конструкции или аутентичные элементы, возможна только по утвержденному проекту. Нарушения обязательств караются административной, а в отдельных случаях и уголовной ответственностью.

Финансирование проектов в сфере охраны наследия строится по нескольким каналам. Памятники федерального значения поддерживаются напрямую через Министерство культуры, которое выделяет средства как на плановые проекты, так и на противоаварийные работы. С объектами, находящимися в собственности муниципалитетов, действует другая модель: город формирует инвестиционные кейсы и передает здания в аренду инвестору, готовому взять на себя реставрацию и запустить бизнес-проект.

По словам Тимура Гарунова, заместителя начальника управления архитектуры и градостроительства Дербента, срок окупаемости таких вложений может превышать десять лет. «Этими проектами занимаются те, кто готов работать вдолгую»,— подчеркивает он. Взамен инвесторы, по его мнению, получают не только растущую ценность объекта с точки зрения бизнеса, но и моральное удовлетворение от осознания собственной ответственности в миссии по сохранению истории края.

Эксперты отмечают, что бизнес в объектах культурного наследия сочетает экономические и имиджевые выгоды. По словам Александра Ивакина, историческое пространство само по себе работает как бренд. «Проживать в усадьбе XIX века» звучит иначе, чем «снять номер в пятизвездочном отеле», полагает он.

Существуют специализированные компании, главная цель работы которых — сохранение объектов культурного наследия через привлечение внебюджетных инвестиций. Например, в Иркутске эту задачу решает Агентство развития памятников (АРПИ), аккумулирующее аварийные здания и выводящее их на торги с обязательством реставрации. «Объекты, восстановленные 5–10 лет назад, в настоящее время имеют прирост стоимости в связи с ежегодным ростом цен на недвижимость. Таким образом, можно рассматривать вложение в реставрацию ОКН как долгосрочную инвестицию»,— сказали «Деньгам» в АРПИ. → 10