

Offices / General

В ожидании офиса

Москва занимает самый высокий рейтинг в Европе (6,75) по инвестированию средств в недвижимость.

Retail

Шопинг с удобствами: от простого к сложному

Собираясь за покупками в тот или иной торговый центр, мало кто задумывается обо всех мотивах, влияющих на выбор.

«12 месяцев» продают по весне

Как стало известно РБК daily, столичная торговая сеть «12 месяцев» в скором времени продаст четыре объекта из 28 работающих в Москве магазинов.

Hotel

IFC снимет номер в Heliopark

Heliopark Group намерена привлечь IFC для реализации региональной программы, в рамках которой до 2010 года планируется открыть 18 гостиничных комплексов.

Warehouse / land

Дефицитные складские коробки

Трудности с финансированием, возникшие у девелоперов из-за кризиса на фондовом рынке, повлияют в том числе на складской сегмент.

Regions

Казань: Инвесторы возвращаются

Избыток торговых площадей в начале 2007 г. аналитики оценивали в 0,5 млн кв. м, а долю вакантных площадей офисов называли равной 15-30%.

Центровая торговля

Исторический центр Северной Пальмиры пока что обделен крупными и современными торговыми форматами.

Investment

Девелопер РИГрупп привлечет 8 млрд руб. для финансирования инвестиционных проектов в 2008г
ООО «РИГрупп» планирует привлечь 8 млрд рублей через размещение выпуска облигаций и в рамках проектного финансирования путем кредитования в банках.

Appointments

Новые назначения в Colliers International

Offices / General

В ОЖИДАНИИ ОФИСА

Москва занимает самый высокий рейтинг в Европе (6,75) по инвестированию средств в недвижимость. 2-е место принадлежит Стамбулу (6,74), тогда как Лондону — 5,53, Милану — 5,68, Берлину — 5,74. Результаты исследования европейского рынка недвижимости от Urban Land Institute представили на конференции, организованной компанией PricewaterhouseCoopers.

СИТУАЦИЯ НА ОФИСНОМ РЫНКЕ МОСКВЫ ПО ИТОГАМ МАРТА 2008 Г.				
	JONES LANG LASALLE *	COLLIERS INTERNATIONAL	CB RICHARD ELLIS	CUSHMAN & WAKEFIELD /STILES & RIABOKOBYLKO
ОФИСЫ КЛАССА А				
Общее предложение (млн кв. м)	1,09	1,24	1,16	1,2
Ожидаемый объем нового строительства в 2008 г. (млн кв. м) (каждый месяц данный показатель может корректироваться)	0,28	0,4	0,400	1,1
Ожидаемый объем нового строительства в течение последующих 12 месяцев (млн кв. м)	0,278	0,72	0,600	2,0
Средневзвешенная ставка аренды (\$/кв. м в год, без учета эксплуатационных расходов и НДС)	1040	1330	1700	1200
Эксплуатационные расходы (\$/кв. м в год)	110–130	100–150	90–125	130–200
Доля свободных площадей (%)	7,7	7,8	7,0	11,0
Ставка доходности (%)	8–8,5	8,5	7,75	7,6
Общее количество арендованных и купленных площадей с начала года (млн кв. м) без учета инвестиционных продаж	0,165	0,62*	0,088	0,005
ОФИСЫ КЛАССА В+				
Общее предложение (млн кв. м)	3,69	3,69	2,90	4,2
Ожидаемый объем нового строительства в 2008 г. (млн кв. м)	0,97	0,79	1,3	1,1
Ожидаемый объем нового строительства в течение последующих 12 месяцев (млн кв. м)	0,966	1,2	1,5	2,8
Ставка аренды (\$/кв. м в год, без учета эксплуатационных расходов и НДС)	650–850	830	800	800
Эксплуатационные расходы (\$/кв. м в год)	80–100	75–110	75–100	90–150
Доля свободных площадей (%)	4,4	4,3	8,0	10,0
Общее количество арендованных и купленных площадей (млн кв. м) с начала года без учета инвестиционных продаж	0,349	0,87*	0,153	0,009
ОФИСЫ КЛАССА В-				
Общее предложение (млн кв. м)	2,63	2,75	2,40	1,8
Ожидаемый объем нового строительства в 2008 г. (млн кв. м)	0,51	–	–	–
Ожидаемый объем нового строительства в течение последующих 12 месяцев (млн кв. м)	0,506	–	–	–
Ставка аренды (\$/кв. м в год, без учета эксплуатационных расходов и НДС)	551	545	550	500
Эксплуатационные расходы (\$/кв. м в год)	70–85	70–85	60–85	60–90
Доля свободных площадей (%)	5,5	–	–	–
Общее количество арендованных и купленных площадей (млн кв. м) с начала года без учета инвестиционных продаж	0,182	0,6*	0,056	0,004

* Данные на конец IV квартала 2007 г.

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

21 Апреля, № 59

Однако офисных площадей в Москве не хватает. Особенно сложно приходится фирмам, нуждающимся в больших площадях — от 10 000 кв. м и более. Арендовать столько в функционирующих БЦ практически нереально, заявляют эксперты (но и маленькие офисы тоже мало кто сдает). В итоге увеличивается число сделок, заключаемых арендаторами на этапе строительства офисных объектов. Готовиться к переезду можно как минимум до конца 2008 г.

По прогнозам, в 2008 г. спрос на офисы только вырастет. Что будет с предложением — вопрос открытый. В PricewaterhouseCoopers объясняют: из-за ипотечного кризиса на рынке стало меньше денег, и это скажется на темпах реализации заявленных проектов. Возможно, сидеть на чемоданах некоторым «форвардным» арендаторам придется дольше, чем хотелось бы.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Retail

ШОПИНГ С УДОБСТВАМИ: ОТ ПРОСТОГО К СЛОЖНОМУ

Собираясь за покупками в тот или иной торговый центр, мало кто задумывается обо всех мотивах, влияющих на выбор. «Ведомости» провели небольшой опрос общественного мнения на этот счет. Поскольку набор брендов среднего класса примерно одинаковый во всех ТЦ, а транспортная доступность в черте города уже давно не проблема, существенным оказался набор дополнительных удобств. Если выбирать из трех ТЦ — «Атриума» (как один из первых, появившихся в Москве), «Охотного Ряда» (из-за расположения в самом центре города) и «Европейского» (один из наиболее крупных, появившихся в последнее время, и тоже почти в центре), то по количеству положительных отзывов лидирует «Европейский». Аргументы таковы: в нем есть удобные лавочки для отдыха практически на каждом шагу, большое количество банкоматов. Но самую оживленную дискуссию вызвали, простите, туалеты. А точнее — сам факт их наличия и обустройство. Оказалось, что для посетителей ТЦ крайне важна возможность воспользоваться этим удобством в случае возникшей необходимости.

В «Европейском» туалеты есть на каждом этаже и в достаточном количестве. Они большие и чистые: ни дурного запаха, ни антисанитарии. И, что еще важно, они абсолютно бесплатны. Это, конечно, не будет основополагающим фактором при выборе места для шопинга, но, несомненно, является существенным плюсом.

Достаточно вспомнить, что происходит в этом смысле в «Охотном Ряду» и «Атриуме». В «Охотном Ряду» легко обнаружить туалеты удалось лишь на одном — втором — уровне. А в «Атриуме» — в углу на 1-м этаже, но их надо еще найти. Радость по завершении поисков быстро испаряется от массы неприятных ощущений, пока стоишь в длинной очереди. К слову, туалеты в этих торговых комплексах платные (около 15 руб.). Не бог весть какие деньги, но неприятно за свои же средства попасть в грязный и дурно пахнущий туалет.

Руководитель отдела консалтинга компании Astera Александр Осипов согласен с тем, что уровень дополнительных удобств в московских торговых центрах оставляет желать лучшего. Например, он недоумевает, почему в московских ТЦ нет комнат для курения. Ну с этим более-менее ясно: весь мир против курильщиков, а Москва — еще один из самых лояльных к вредной привычке

городов. Но нет и услуги, продолжает Осипов, когда покупатель, приобретая товар, оставляет его в магазине, а уже продавцы относят его в некий накопитель. Это позволило бы спокойно совершать покупки в торговом центре, не нося в руках горы пакетов.

«К слову, туалетов тоже явно не хватает, а ведь женских можно смело делать в два раза больше, чем мужских», — поддерживает результаты нашего опроса эксперт и даже приводит пример — торговый центр «Московский проспект» в Воронеже на одноименном проспекте. Осипов говорит, что таких туалетов, как там, он вообще раньше не видел в ТЦ. Мужская комната, по его словам, была площадью не менее 50 кв. м, в ней висело три больших зеркала и царила абсолютная чистота. А еще в этом торговом центре в отдельное помещение была выделена курительная комната.

В столичных торговых центрах девелоперы в ближайшем будущем вряд ли начнут усиленно вводить дополнительные удобства. Московская земля стоит довольно дорого и стоимость строительства стремительно растет, рассуждает Осипов. Девелоперам в таких условиях ничего не остается, кроме как пытаться получить максимальный доход на квадратный метр площади. Тут не до раздумий об удобствах для посетителей, подытоживает он. Хотя, как хочется думать, об этом стоит заботиться в первую очередь. Руководитель отдела консалтинга компании «Магазин магазинов» Илья Кузнецов также считает дополнительные удобства крайне важными. Специалист уверен: они влияют на конкурентоспособность ТЦ.

По мнению Кузнецова, удобства в торговых центрах можно разделить на два типа: те, которые необходимо заложить на этапе планирования, и те, которые требуют усилий управляющей компании без «физического вмешательства» в структуру здания. К первым можно отнести гардеробные комнаты, детские комнаты. Есть и инновационные дополнительные удобства, к примеру комнаты временного хранения тележек с продуктами для посетителей гипермаркета. Однако такие в Москве пока не распространены, рассуждает эксперт. К удобствам, которые можно создать на этапе управления действующим ТЦ, можно отнести наличие лавочек или кресел, банкоматы, услуги по парковке машин. В некоторых странах, к примеру в Австралии, рассказал Кузнецов, практикуется ресторанный сервировка с металлическими приборами и стеклянной посудой на фудкортах. В любом случае удобства внедряются тогда, когда девелопер понимает, что кольцо конкуренции сжимается и у потребителя появляется выбор, в том числе выбор комфортных условий совершения покупок. Хорошо, когда понимание приходит на ранней стадии развития проекта.

Эксперт уверен: если при проектировании все продумать, девелопер окажется в выигрыше. К слову, если тот же гардероб не заложить изначально в проект ТЦ, то по окончании строительства его появление если и будет возможным, то обязательно потребует дополнительных инвестиций.

Директор отдела торговой недвижимости компании Cushman & Wakefield / Stiles & Riabokobylko Наталья Орешина также считает, что дополнительные удобства, предлагаемые бесплатно посетителю ТЦ, крайне востребованы. Она уверена: в Москве это важно для покупателей. И уж, конечно, не стоит брать с посетителей деньги за посещение туалетов.

Также Орешина считает, что было бы неплохо в качестве дополнительных удобств расположить в ТЦ почтовые ящики, предоставлять услугу денежных переводов. А банкоматы, по ее мнению, должны быть от как можно большего количества разных банков. Не помешали бы химчистки, мастерские, исполняющие мелкие ремонтные работы, и ателье, в которых можно было бы за короткий срок что-то подшить-перешить.

Более того, есть идея, которая представляет, по ее словам, большой риск для девелопера, но, несомненно, будет положительно воспринята посетителями: нужно расположить в торговых центрах прилавки, которые бы торговали только свежими фруктами и овощами. Ведь сейчас люди, говорит Орешина, все больше уделяют внимания правильному питанию. Но это уж совсем из области фантастики. Сначала бы с туалетами решить проблему. А уж потом — от простого к сложному.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

«12 МЕСЯЦЕВ» ПРОДАЮТ ПО ВЕСНЕ

Сеть ищет покупателей на часть московских магазинов.

Как стало известно РБК daily, столичная торговая сеть «12 месяцев» в скором времени продаст четыре объекта из 28 работающих в Москве магазинов. Среди потенциальных покупателей — X5 Retail Group и «Седьмой континент». В компании свое решение объясняют низкой доходностью продаваемых магазинов и высокой конкуренцией в местах их расположения. Участники рынка оценивают экономический потенциал выставленных на продажу объектов как невысокий и считают решение компании продать магазины логичным. По информации РБК daily, до конца года сеть «12 месяцев» может быть продана полностью.

Торговая сеть «12 месяцев» основана в 1999 году. Одним из основателей и совладельцем сети является российский миллиардер Шавкат Салиев. Оборот по итогам 2007 года составил 200 млн долл. В распоряжении РБК daily оказалось предложение торговой сети «12 месяцев» о продаже трех магазинов в Москве. Согласно документу, сеть продает права аренды на один объект на Каширском шоссе, помещения двух других магазинов — в Текстильщиках и Марьине — продаются целиком. Общая площадь трех магазинов — около 4 тыс. кв. м, за которые компания планирует выручить более 17 млн долл. с учетом оборудования.

Решение продать магазины член совета директоров компании Октам Аликулов объяснил РБК daily низкой доходностью этих точек и высокой конкуренцией в местах расположения. «К примеру, около нашего магазина в Текстильщиках работают еще четыре сетевых объекта аналогичного формата, — жалуется он. — На Каширке и в Марьине магазины требуют раскрутки и дополнительных вложений. Чтобы их развивать дальше, нужны дополнительные заимствования, кредиты, а увеличивать долговую нагрузку мы сейчас не хотим». По словам топ-менеджера сети, компания также готовит предложение по продаже четвертого своего магазина в Митине. Кроме того, недавно была продана точка «12 месяцев» в Рязани. «Этот магазин выкупила у нас сеть «Самохвал», — говорит Октам Аликулов. По информации РБК daily, среди потенциальных покупателей магазинов «12 месяцев» — компании X5 Retail Group и «Седьмой континент». «Мы также знаем об этом предложении, но оно для нас неинтересно, поскольку мы невысоко оцениваем экономический потенциал этих объектов, — говорит операционный директор торговой сети «Остров» Дамир Губейдулин. — В рейтинге по выручке

всей сети «12 месяцев» эти магазины стоят в самом конце. Кроме того, у всех точек серьезное конкурентное окружение и проблема с локацией. В таких условиях вывести эти объекты на рентабельность формата «супермаркет» — трудно реализуемая задача. Возможно, они смогут заинтересовать дисконтные сети, которые могут оказаться в рамках своего формата более эффективными».

По словам Октама Аликулова, кроме розничных операторов на помещения «12 месяцев» могут претендовать банки и автодилеры. «К примеру, у магазинов в Митине и Марьине есть большая территория для автостоянки, так что эти помещения вполне могли бы подойти для автосалонов, а помещение в Текстильщиках удобно для размещения банковских филиалов», — считает собеседник.

По информации РБК daily, до конца года сеть «12 месяцев» может быть продана полностью. «Акционеры сети рассматривают такой вариант: после продажи низкорентабельных объектов наиболее ликвидные точки могут быть проданы единым пулом», — говорит владелец одной из столичных торговых сетей. Эту информацию в компании прокомментировать отказались. Однако о дальнейших планах развития сети г-н Аликулов также не стал рассказывать, уклончиво добавив, что «все будет зависеть от того, в чьих руках сеть окажется к концу года».

◆ [РБК daily](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Hotel

IFC СЧИМЕТ НОМЕР В HELIOPARK

Финансовая корпорация может купить долю в гостиничном девелопере. Heliopark Group намерена привлечь IFC для реализации региональной программы, в рамках которой до 2010 года планируется открыть 18 гостиничных комплексов. Стоимость программы оценивается в 200 млн долл., из которых 140 млн долл. может быть привлечено в результате сотрудничества с IFC, которая купит долю в Heliopark, откроет компании кредитную линию и поспособствует получению синдицированного кредита от западных инвесторов. На какую конкретно долю в гостиничном девелопере претендует IFC, стороны пока не говорят, однако это будет не более 25%. Heliopark Group ведет инвестиционно-девелоперскую деятельность в сегменте гостиничной недвижимости с 2000 года. Общая стоимость активов, находящихся в управлении, оценивается более чем в 200 млн долл. (17 гостиничных объектов на территории России, Украины и Европы). Основным владельцем — Александр Гусаков. О планах сотрудничества Heliopark и IFC говорится на сайте финансовой корпорации. Этот проект будет рассмотрен IFC в течение месяца. Согласно сообщению финансовой корпорации, опубликованному в пятницу вечером, ее участие в региональной программе Heliopark можно будет разделить на три части: приобретение доли в компании за 25—27 млн долл., открытие кредитной линии на 50 млн долл., а также содействие в привлечении синдицированного кредита на 63 млн долл. Таким образом, благодаря сотрудничеству с IFC гостиничный оператор сможет привлечь 140 млн долл. В пресс-службе Heliopark отказались назвать размер доли в компании, на которую претендует IFC. В самой финансовой корпорации эту информацию также не раскрывают. «Как правило, IFC не приобретает пакет, превышающий 25%», — пояснила РБК daily пресс-секретарь IFC Неждана Букова. «Сотрудничество с IFC повысит доверие западных инвесторов к Heliopark и даст доступ к более дешевым деньгам и выгодным условиям», — считает аналитик отдела рынков капитала Cushman & Wakefield Stiles & Riabokobylko Саян Цыренов. По его словам, IFC также интересны качественные заемщики, обеспечивающие стабильный доход. «Инвестпривлекательность региональных гостиничных проектов очень высока, а Heliopark уже заработала себе имя на этом рынке», — добавляет вице-президент Федерации рестораторов и отельеров Вадим Прасов.

◆ [РБК daily](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Warehouse / land

ДЕФИЦИТНЫЕ СКЛАДСКИЕ КОРОБКИ

Трудности с финансированием, возникшие у девелоперов из-за кризиса на фондовом рынке, повлияют в том числе на складской сегмент. Инвесторы снизят активность, ряд застройщиков пересмотрят планы. Но кроме проблем с деньгами их ожидают и проблемы с клиентами, и это несмотря на заявления аналитиков о неудовлетворенном спросе. В 2007 г. в Московском регионе в эксплуатацию было введено чуть больше половины от заявленных девелоперами складских площадей (1,14 млн из 2 млн кв. м). Планы на текущий год (1,2 млн кв. м) также не будут выполнены на 100%, не сомневаются опрошенные «Ведомостями» эксперты.

Отложенный ввод

По самым оптимистичным прогнозам, рынок пополнится на 50%, пессимисты говорят о 10%. «Часть планов девелоперов останется нереализованной, арендовать новые площади будут лишь компании, уже связанные договорами на строящиеся помещения, и те, кому они остро необходимы. Остальные предпочтут выжидать», — говорится в аналитическом отчете Knight Frank. [И это в условиях существующего неудовлетворенного спроса на уровне 1,5 млн кв. м, отмечает Ольга Ясько, региональный директор департамента аналитики Colliers International. Заморозку, а то и отказ от реализации ряда проектов она объясняет «трудностями с получением финансирования, возникшими у девелоперов в результате кризиса ликвидности».](#)

Московские девелоперы ищут другие площадки для приложения сил. Ряд крупных компаний («Евразия Логистик», «РосЕвроДевелопмент», «Международное логистическое партнерство», Megalogix) развивают перспективные планы освоения регионов. Сетевые проекты опрошенные «Ведомостями» аналитики называют основной тенденцией современного складского рынка. Они позволяют снизить не только затраты, но и риски девелоперов, объясняет Алексей Гуца, генеральный директор ГК «Авалон»: потеря одного объекта из 20 не так страшна, как потеря одного-единственного. Кирилл Власов, президент «Русской логистической службы», к плюсам сетевых проектов относит высокие стандарты качества девелопмента, единые договоренности по механизмам взаимодействия с арендодателем, возможность аренды дополнительных площадей, транспортную

доступность. Но в этом случае арендодатель диктует арендатору достаточно жесткие условия: последний полностью зависит от него и его субподрядчиков и не может ни выбрать подходящую ему управляющую компанию, ни планировать оборотные средства — запуск объекта, как правило, откладывается, и логистический оператор вынужден нести высокие инвестиционные риски.

Кроме сетевых федеральных девелоперов в российских городах складами занимаются и местные игроки. Некоторые замахнулись на весьма масштабные проекты. «Много заявлений, но исходя из практики около 60% из них так заявлениями и остаются», — заявлял Максим Шакиров, региональный директор направления складской и индустриальной недвижимости Colliers International, на конференции «Логистика-2008», организованной «Ведомостями».

В лучшем случае, по его словам, люди на местах останавливаются на так называемом ленд-девелопменте. То есть переводят землю из сельхозназначения в земли промышленности, подводят коммуникации, анонсируют строительство крупного склада... а потом понимают, что не могут ничего построить (из-за недостатка финансирования, опыта и т. д.), и продают участок. За время, пока идет процесс, земля успевает подорожать на порядок, так что эти девелоперы еще и могут заработать. Шакиров признался, что в Colliers International поступает много заявок от таких вот региональных «девелоперов», которые говорят: «Хотим построить 100 000 кв. м высококачественных складов», хотя до этого ничего подобного не строили. Но отсутствие опыта нельзя компенсировать одним желанием совершить что-то глобальное.

Если же складской проект все-таки удастся реализовать, не факт, что он окажется удачным. Проблема в том, что потребности местных рынков складские операторы изучают, не анализируя реальные грузопотоки, а приблизительно оценивая, сколько потенциальных клиентов они могут получить. Транспортно-логистическая отрасль в России работает разрозненно. Андрей Иванов, президент Поволжской логистической ассоциации, приводит пример. Балахнинский бумажный комбинат ежемесячно отправляет по 15 контейнерных поездов со своей продукцией во все ближайшие порты. А в Балахну все контейнеры (большой частью из Санкт-Петербурга) приходят порожними. «Почему бы не отправлять в них импортные грузы для Поволжья?» — задается вопросом Иванов. Тем более что Балахнинский ЦБК находится всего в 15 км от интермодального терминала «Логопром Сормово», имеющего контейнерные площадки и способного переработать весь этот контейнерный поток.

Опрошенные «Ведомостями» логисты все-таки надеются, что в перспективе у России получится грамотно объединить мультимодальный транспорт и современные терминалы, да еще с учетом генпланов развития каждого региона. «Например, 300 км от Нижнего Новгорода до Орехово-Зуева грузовики проезжают за то же время, что 100 км от Москвы до Орехово-Зуева, — из-за пробок. А стоимость одного паллето-места в Нижнем равна 7-12 руб. в сутки, в Москве — 20-25 руб. Поэтому перенос основных центров дистрибуции из столицы и других регионов в Нижний — вопрос времени», — считает Иванов.

Кому склады

Основными потребителями складских услуг традиционно являются торговые компании и логистические операторы. Обычно они идут в связке. Число логистических компаний, становящихся арендаторами, а потом сдающих складские площади в субаренду, постоянно растет. Например, в Московском регионе на них приходится уже половина всех арендуемых площадей, подсчитали аналитики Knight Frank. Такая же тенденция прослеживается и в регионах. Правда, пока не слишком явно. «Высококласные терминалы за пределами столицы практически не представлены, многие складские комплексы строятся потребителями под собственные нужды», — говорит Ясько.

Логистические компании обычно работают с клиентами по следующей схеме: заключается договор на месяц, затем отслеживается, что происходит с товаром. Расценки рыночные, т. е. о том, сколько платить, стороны договариваются индивидуально. Стандартных цен на рынке складской логистики нет, говорит Юрий Сурканов, президент «Юнитранс Логистик». Мелкие клиенты, например, сами определяют, сколько они могут потратить на хранение товара, и устанавливают определенные требования для логистической компании. Через месяц стороны смотрят, как и за какую цену эти нормативы были выполнены. Поэтому по прошествии месяца договор обычно пересматривается — как правило, в сторону увеличения ставок.

Дорого и немило

Ставки на складские помещения класса А в регионах уже соответствуют московским, отмечает Ольга Ясько, и составляют в среднем \$120-140 за 1 кв. м в год. Плюс операционные расходы — в среднем \$30-40 за 1 кв. м в год. Шакиров объясняет дороговизну тем, что в подавляющем большинстве регионов практически нет необходимой инфраструктуры: девелоперу приходится брать на

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

21 Апреля, № 59

себя не только покупку участка и возведение складской коробки, но и подведение коммуникаций, строительство развязок, расширение дорог, каких-то канализационных систем и т. д. «Благотворительностью никто заниматься не хочет — вот ставки и растут», — резюмирует Шакиров. Например, в Московском регионе, по словам Руслана Суворова, руководителя отдела складской и производственной недвижимости Praedium, в 2005 г. себестоимость строительства 1 кв. м склада составляла \$650, а ставки аренды — \$115, соответственно, девелопер мог окупить проект за 5,7 года. В 2007 г., несмотря на повышение ставок до \$130, срок окупаемости также увеличился — до 7,3 года, так как строительство 1 кв. м обходилось уже в \$950. С начала 2008 г. себестоимость возведения складских коробок равна уже \$1100-1200 за 1 кв. м, добавляет Максим Шакиров. И она, по его словам, будет только расти. Если раньше цена земельных участков катастрофически быстро росла только в Москве, потом к столице присоединился Санкт-Петербург, сейчас хорошие площадки дорожают в Новосибирске, Ростове, Нижнем Новгороде, Казани, а найти их сложно.

Вячеслав Холопов, замдиректора отдела складской недвижимости Knight Frank, говорит, что при выборе участка под терминал имеет значение многое: транспортная доступность, мультимодальность, качество площадки, наличие коммуникаций, готовность администрации сотрудничать и т. д. Алла Соловьева, исполнительный директор «Международного логистического партнерства», возражает: как показывает опыт, там, где администрации пытаются создать некие зоны, специально предназначенные для логистики, девелоперу работать сложнее — и сроки дольше, и конкуренция выше.

Строить там, где земля досталась, — неправильный подход, категоричен Холопов. Однако пока что при выборе участков этот подход главенствует. Высокая стоимость земли, рост себестоимости строительства и другие обременения сейчас таковы, что рентабельным является только возведение высококлассных складов. Например, в Московском регионе более 0,9 млн из введенных 1,2 млн кв. м в 2007 г. терминалов относится к классу А. По информации аналитиков Knight Frank, за прошлый год 1 га земли промышленного назначения в 30-километровой зоне от МКАД подорожал на 20-40%. Но клиентам и требуются чаще всего коробки класса А с незначительными изменениями с учетом особенности их товаров, убеждает Суворов. По словам Холопова, сейчас девелоперы не стремятся охватить различные группы потребителей, предлагая им уникальные продукты. У них в ходу стратегия снятия сливок: всем клиентам предлагается некий унифицированный склад класса А с минимальной площадью арендуемого блока около 5000 кв. м.

Трудности выбора

По словам Ясько, «собственники строящихся объектов стали тщательнее подходить к выбору арендаторов». Последним придется туго: мало того что уровень вакантных площадей сейчас — не более 1-2%, так еще и ставки постоянно растут. Но арендаторы, по словам Светланы Яровой, руководителя проектного отдела Astera Oncor, часто сами не представляют, какой склад им нужен: приходят на встречу с юристом, который никогда не работал с недвижимостью, и спрашивают «что-то идеальное».

Юрий Сурканов, однако, говорит, что в основном арендаторы точно знают, что им нужно. Проблема в том, что изначально складские площади создаются под стандартного клиента: девелоперы выдают на рынок шаблон: квадратное здание 12 м высотой, одни ворота на каждые 1000 кв. м помещения и т. п. А «нестандартные» арендаторы вынуждены разные категории грузов (опасные, крупногабаритные и т. п.) хранить в разных местах, что не слишком удобно: формируя какой-либо заказ, им необходимо распределять транспорт по разбросанным объектам и площадкам.

Девелоперы стремятся максимально заполнить полученный ими земельный участок складскими площадями, отмечают логисты. «Они сначала строят, а потом задумываются о том, кому продать склад — для логистики это неправильно», — сетует Сурканов. «Девелоперы услуг не предоставляют, они только здание создают, где эти услуги будут оказываться. Даже нарезать дополнительные ворота, необходимые для логистического оператора, им непросто — это требует новых согласований и лишних затрат», — вступает за девелоперов Суворов. Общей проблемой всех комплексов Сурканов называет то, что в них практически нет свободного места, площадей, которые можно использовать под открытым небом. Приходящий транспорт вынужден стоять за воротами логистического комплекса, потому что стояночная территория ограничена. «Наша компания не заинтересована в "заселении" готовых коробок, которые были построены без учета специфики деятельности арендатора», — резюмирует президент «Юнитранс Логистик».

По словам Суворова, объем потребностей в нестандартных зданиях не так велик, зато для девелоперов подобные «нешаблонные» проекты сопряжены с повышенными коммерческими рисками. Строить их можно, только имея в виду конкретного клиента, который потом обязательно займет этот склад. Заявления девелоперов о том, что они собираются делать большой проект, в рамках

которого будут и контейнерный терминал, и холодильники, и гостиница, и космопорт, нередко, рассказывает Суворов. Но такие декларации обычно не становятся реальностью. Сама «Юнитранс Логистик» вела переговоры с девелоперами о строительстве склада для опасных грузов («Это однозначно выгодный бизнес: тарифы здесь существенно выше», — говорит Сурканов), но «пока нет клиента, этот проект не будет запущен», признался ее президент. Тем не менее, несмотря на все трудности, рынок складской логистики бурно развивается. Кирилл Власов признался на конференции «Ведомостей»: «Когда мы в каком-нибудь городе проводим крупную рекламную кампанию складского проекта класса А, нет ни одного местного клиента, готового садиться на такой склад». Тем не менее он верит в перспективы высококлассных терминалов. «Через 3-4 года уровень логистики в России будет такой же, как в Германии», — с оптимизмом смотрит в будущее Власов.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Regions

КАЗАНЬ: ИНВЕСТОРЫ ВОЗВРАЩАЮТСЯ

Избыток торговых площадей в начале 2007 г. аналитики оценивали в 0,5 млн кв. м, а долю вакантных площадей офисов называли равной 15-30%. Вопреки пессимистичным прогнозам, рынок поглотил излишки. В марте 2008 г. в городе было свободно всего 5,5% офисов и не более 2% площадей в качественных торговых центрах. Инвесторы оживились и заявили о реализации новых проектов. Офисный рынок Казани сейчас представлен 69 бизнес-центрами общей площадью около 330 000 кв. м. К классу А консультанты Cushman & Wakefield / Stiles & Riabokobylko (C&W/S&R) относят всего три объекта, их общая площадь — 25 000 кв. м. К классам В+ и В-, по их мнению, принадлежит 31 бизнес-центр совокупной площадью 119 000 кв. м. Таким образом, подытоживает аналитик C&W/S&R Елена Стрюкова, качественное предложение офисов не превышает 144 000 кв. м.

Переоценка излишков

По словам Стрюковой, за прошлый год доля вакантных площадей классов А и В снизилась до 5,5%, тогда как в начале 2007 г. она оценивалась в 17%. «Спрос на качественные площади рождает федеральные и иностранные компании, открывающие в Казани свои филиалы и арендующие офисы высоких классов», — объясняет она. По словам опрошенных «Ведомостями» риэлторов, местные компании также постепенно переезжают из старых зданий, приспособленных под офисы, в современные бизнес-центры. Правда, делают они это не от хорошей жизни. По словам директора АН «Бизнес-риэлт» Марата Нуруллина, арендаторы выбирают дорогие офисы, так как не могут найти другое предложение по доступной цене: «Маленькие недорогие помещения всегда в дефиците». У «Бизнес-риэлт», рассказывает Нуруллин, неизменно много заявок на офисы площадью до 40 кв. м с запрашиваемой ставкой «чем меньше, тем лучше» — прослойка арендаторов с ограниченным бюджетом в Казани пока самая многочисленная. Дефицит небольших недорогих офисов отмечает и специалист по коммерческой недвижимости АН «Юринфо» Эльза Абдрахманова. «Заявки на аренду офисов площадью 20-60 кв. м поступают к нам постоянно. Тогда как за крупного арендатора, готового занять 200 кв. м, агентствам недвижимости приходится бороться между собой», — делится она.

Новая тенденция на казанском рынке офисов — увеличение доли продаж и уменьшение доли сделок по аренде. Еще год назад, по словам Абдрахмановой и Нуруллина, спроса на покупку офисов почти не было. Риэлтор объясняет, что предприниматели предпочитают теперь брать кредиты на приобретение и строительство недвижимости и обзаводиться собственными кабинетами. «Сейчас арендаторы вполне могут позволить себе приобрести помещения в собственность», — соглашается Ян Айзенштат, замдиректора «Бауэр-Казань». По информации C&W/S&R, средняя цена 1 кв. м офисных площадей на первичном рынке составляла в марте 52 000 руб. А ставки аренды в классе В+ равнялись 800 руб. за 1 кв. м в месяц, помещения класса А обходились вдвое дороже — 1700 руб. за 1 кв. м в месяц. По информации «Бизнес-риэлт», ставки аренды 1 кв. м в помещениях, приспособленных под офисы, составляли 450 руб. за 1 кв. м в месяц.

Абдрахманова говорит, что «спрос на покупку офисов сейчас превышает достойное предложение». «Кабинеты в действительно хороших местах появляются крайне редко и уходят быстро», — отмечает она. Поэтому покупка квартир на первых этажах новостроек и перевод их в нежилой фонд по-прежнему распространены среди казанских предпринимателей», — рассказывает Абдрахманова.

Где строят офисы

В 2007 г. инвестиционный интерес к офисному сегменту был невелик. По информации Стрюковой, за год предложение качественных офисных площадей пополнилось незначительно: введено три новых объекта, тогда как в 2006 г. было сдано 15 бизнес-центров. Инвесторы предпочитали заявлять о многофункциональных проектах с офисной составляющей. По информации риэлторов, наиболее востребованным у арендаторов офисов уже несколько лет является Ново-Савиновский район, но «предложение в нем было ограничено», отмечает Стрюкова. Сейчас девелоперы пытаются восполнить этот пробел. Большая часть новых объектов строится сегодня именно в Ново-Савиновском районе. Это многофункциональные центры: «Парк Победы» (девелопер — «Главинвестпроектстрой»), комплекс компании «Мостаф» Bauer Plaza (девелопер — «Бауэр-Казань»). БЦ Bauer Plaza планируется сдать в III квартале 2008 г. Другой проект ГК «Бауэр» — МФК «Азимут» на Оренбургском тракте в районе Танкового кольца. Общая площадь МФК составит 57 500 кв. м, офисная — 16 000 кв. м. Сдача торгово-административного комплекса «Парк Победы» общей площадью 23 500 кв. м намечена на III квартал 2008 г. Инвестор — ЗПИФ недвижимости «Парк Победы». Неподалеку свой проект реализует «Мостаф».

Офисы займут в строящемся МФК 6500 кв. м из 16 000 кв. м. Сдача объекта — ориентировочно первое полугодие 2008 г. Активность инвесторов эксперты наблюдают и в центральном, Вахитовском районе, несмотря на то что арендаторы существующих центров жалуются на постоянные пробки и нехватку автостоянок, отмечает Нуруллин. Во II квартале в центре Казани откроется бизнес-центр «Островский» (общая площадь — 8000 кв. м, офисная — 6500 кв. м, девелопер и управляющая компания — «Форум-Трейддинг»). Офисный сегмент будет включать в себя и вторая очередь гипермаркета «Кольцо» («Эдельвейс Групп»). В центре города «Кlover Групп» построит МФК с офисной компонентой — компания называет свой проект «умный дом». Во II-III квартале будет введен в эксплуатацию и торгово-офисный центр Grand Plaza в центре Казани. Общая площадь здания — 3500 кв. м, офисная — 1555 кв. м. Девелоперы — казанский «Фауст» и московская STR Group.

Расширение сетей

Сейчас в Казани работает 30 торгово-развлекательных центров общей площадью около 722 000 кв. м, подсчитали аналитики C&W/S&R. Число неспециализированных объектов стрит-ритейла, по словам Стрюкова, подсчету не поддается. Доля вакантных площадей в сегменте качественного предложения, по ее данным, в январе 2008 г. составила всего 2,8%. Ставки аренды в магазинах растут. По данным УК «Сити-центр», они поднялись за 2007 г. минимум на 10%. Как отмечают в C&W/S&R, в некоторых торговых центрах (например, в «Меге» от IKEA) арендная плата за 2007 г. выросла на \$150-200. Местные риэлторы говорят, что в борьбе за арендаторов уже почти проиграли ТЦ «Сити-центр» и «Южный». «Маленьким игрокам тяжело конкурировать с крупными и успешными арендодателями», — объясняет неудачи Леонид Рахимов, гендиректор УК «Сити-центр». В сегменте торговой недвижимости Казани вновь наметилось оживление. Федеральные торговые сети все чаще берут на себя девелоперские функции и объявляют о планах экспансии в Казань. На III квартал 2008 г. намечено начало строительства гипермаркета «Хоум Центр» (6000 кв. м, инвестор — израильская «Фишман Групп»). Как сообщил гендиректор компании «Хоум Центр» Игорь Марьяш, объект планируется сдать в I квартале 2010 г.

Питерская «Лента» также рассматривает возможность открытия гипермаркета в Казани. Пока что она планирует открыть торговый центр в Набережных Челнах, втором по численности населения городе Татарстана. Объект по плану будет сдан в июле 2008 г. Это ТЦ общей площадью 12 000 кв. м, 7500 кв. м из которых займет гипермаркет «Лента». Объем инвестиций оценивается девелопером в 650 млн руб.

По данным местных игроков, в Казань собирается и французская сеть Auchan. В офисе ритейлера от комментариев по поводу казанских планов отказались. О поиске участка для гипермаркета сообщала и компания «К-Раута» (российское представительство финской компании «Кеско»), работающая в формате «товары для дома». «В сегменте DIY в Казани пока нет высокой конкуренции», — говорит Рахимов. Пока в этом формате в городе работают только Оби и местный ритейлер «Мегастрой». Местные сетевики не отстают от варягов. Компания «Бахетле» в марте сдала в эксплуатацию еще один продуктовый гипермаркет, его якорем стал одноименный супермаркет домашней еды. По словам специалиста отдела маркетинга «Бахетле» Валентины Докшиной, это самый большой торговый центр сети, его общая площадь составляет 23 500 кв. м.

Расширяться намерена и продуктовая сеть «Реал», пока представленная в Казани одним гипермаркетом — якорем торгового центра «Парк Хаус». Как сообщила руководитель PR-департамента компании «Реал-гипермаркет» Елена Асанова, сейчас компания рассматривает варианты по аренде в строящихся торговых центрах и параллельно ведет поиск земельного участка площадью от 2,5 га под собственное строительство. По словам Рахимова, «тотальное строительство» больших торговых центров для Казани скоро останется в прошлом. Рост предложения торговых площадей будет происходить в основном за счет открытия специализированных магазинов различных форматов и включения торгового компонента в МФК. «Например, совсем не представлен в Казани формат продуктового бутика, где можно найти любые экзотические продукты, допустим черную треску в маринаде», — отмечает Рахимов. В «Бахетле», по его словам, «есть многое, но далеко не все». Рахимов ожидает, что рано или поздно в Казани появится ритейлер, который «отнимет у «Бахетле» кусок лакомого пирога под названием «продукты для богатых».

Смотря какая «стрит»

Марат Нуруллин говорит, что сегмент стрит-ритейла развивается довольно стабильно, но уличная торговля постепенно сдает позиции качественным ТЦ: ставки аренды на встроенно-пристроенные помещения не растут уже два года. По данным «Бизнес-риэлт», разброс ставок аренды на неспециализированные объекты — от 400 до 3000 руб. за 1 кв. м в месяц, самые дорогие объекты расположены в Вахитовском районе. Традиционно самые востребованные помещения — по 50-150 кв. м. По словам Рахимова, ставки аренды в стрит-ритейле сильно зависят от местоположения магазина и могут отличаться в разы.

«Смотря какая «стрит», — шутит он. Разброс цен продаж, по данным Нуруллина, также велик — от 25 000 до 80 000 руб. за 1 кв. м. Помещения на первых линиях крупных автомагистралей, вблизи остановок общественного транспорта по-прежнему привлекательны для ритейлеров. «Но таких предложений по продаже в собственность практически нет», — сетует Дина Журавлева, учредитель АН «Йорт». По мнению Николая Козина, заместителя управляющего X5 Retail Group в Татарстане, нехватка помещений площадью 100-150 кв. м в проходных местах сдерживает развитие продуктовых сетей, работающих в сегменте «магазин у дома».

Рост предложения в стрит-ритейле происходит в последнее время в основном благодаря перепрофилированию под магазины первых этажей новостроек. Например, в «Солнечном городе» под эти цели отведено почти 30 000 кв. м, в «Магеллане» — около 4200 кв. м. «Приобрести помещения в новых жилых массивах хотят многие ритейлеры-продуктовики, ведь жители ЖК — их потенциальные покупатели», — заключает Козин.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

ЦЕНТРОВАЯ ТОРГОВЛЯ

Исторический центр Северной Пальмиры пока что обделен крупными и современными торговыми форматами. Главной достопримечательностью ритейла на Невском проспекте остается легендарная Гостинка (Большой Гостиный двор) — классический молл XVIII в. Немногочисленные проекты, реализованные за годы реформ, как правило, весьма локальны и связаны в основном с реконструкцией существующих зданий. Относительно вольготно девелоперы чувствуют себя лишь на периферии классического Петербурга. Тем не менее сегодня на самом Невском и в его окрестностях на начальной стадии реализации находятся сразу несколько торговых строек, прецедентных для центра как по своему масштабу, так и по конструктивным решениям, связанным, в частности, с освоением подземного пространства. Большинство этих проектов имеют долгую и непростую историю — со сменой инвесторов и шлейфом конфликтов, очень солидный и трудно просчитываемый бюджет, а также набор специфических рисков, связанных с

работой в плотной исторической застройке и в условиях жестких охранных ограничений. Однако их инициаторы готовы платить высокую цену за пресловутый prime location.

Инвестиционные лакуны

На фоне громадных «Мег» и прочих окраинных «суперрегиональных» моллов центр Петербурга смотрится бедновато. Главный сдерживающий фактор для девелоперов — не столько дороговизна, сколько отсутствие свободных участков в ситуации, когда практически все существующие постройки, включая ничем не примечательные доходные дома начала XX в., являются неприкосновенными. Свободные лакуны уже освоены. Например, сразу два современных торговых центра появилось в 2003-2004 гг. в районе ст. м. «Сенная». Коммерческий центр «Питер» построил на территории бывшей овощебазы классический 3-этажный молл — ТРК «Сенная» с заглубленным паркингом и классическим набором якорей из нескольких супермаркетов и боулинга (общая площадь комплекса — около 60 000 кв. м). А буквально по соседству, на другой стороне узкой улочки Ефимова, холдинг «ПетроМир» возвел на пустыре за вестибюлем метро 6-этажный ТРК «ПИК» (около 35 000 «квадратов») с мультиплексом. Высокая проходимость этого места позволяет процветать обоим конкурентам. Хотя отстраиваться друг от друга пришлось. Например, «Сенная» в итоге отказалась от продовольственного якоря: «Патэрсон» проиграл «Перекрестку», обосновавшемуся в «ПИК».

В 2006 г. на ул. Марата открылась первая очередь 3-этажного ТРК «Планета Нептун» (примерно 28 000 кв. м), также построенного с нуля. Заказчик и генеральный инвестор — ЗАО «Рубин» (дочерняя структура ЦКБ бюро морской техники «Рубин») — сделал ставку на нетривиальный якорь: около 5000 кв. м в комплексе занимает океанариум. Проект имеет продолжение. Соинвестором создания второй очереди (еще приблизительно 70 000 кв. м) выступает холдинг «Адамант», который приобрел у «Рубина» 75% в будущем комплексе. Новое здание расположится рядом с действующим ТРК. «Вклад "Рубина" в совместное предприятие — права на участок, а также часть инвестиций. Мы же целиком ведем объект — от проектирования до запуска в эксплуатацию, — комментирует президент "Адаманта" Игорь Лейтис. — В первой очереди комплекса дела с торговлей обстоят не лучшим образом. Люди идут в океанариум, в основном минуя магазины. Нужно оживить это место новыми функциями. В "Нептуне-2" разместятся мультиплекс на 7-8 залов, боулинг на 30 дорожек, многоярусный паркинг на 1000 машин. Ориентировочные затраты на этот проект мы оцениваем в \$100 млн».

Бутики и масс-маркет

Единственной торговой новостройкой в зоне Невского проспекта стал ТК «Vanity Опера» на Казанской улице, 3, возведенный рядом с Казанским собором и открывшийся осенью 2005 г. 5-этажное здание общей площадью около 6000 кв. м построили на месте старого флигеля, который занимал детский сад. ТК состоит из двух частей: к облицованному мрамором корпусу на всю высоту примыкает остекленная галерея. Современный — без классических аллюзий — комплекс спроектирован архитектурной мастерской «Рейнберг и Шаров». Инициатор проекта — «Корпорация «С», соинвестором выступила московская группа компаний «Балтийский монолит». Еще на этапе строительства все торговые площади в «Опере» (примерно 3600 кв. м на четырех уровнях) арендовала на 15 лет компания Vanity под элитный department store. Верхний этаж занял ресторан.

Сейчас глава «Корпорации «С» Василий Сопромадзе выставил ТК на продажу как действующий бизнес. Цена предложения — \$80 млн. Ежегодный арендный доход, который приносит «Vanity Опера», составляет, по оценке Сопромадзе, около 5 млн у. е. (по средневзвешенному курсу доллара и евро). Пока желающих приобрести комплекс по заявленной стоимости — более \$13 000 за 1 кв. м — нет, но Сопромадзе готов ждать и постепенно повышает цену. Другой «универмаг бутиков» под названием «Гранд Палас» (около 10 000 кв. м) открылся в 2003 г. в реконструированном здании на Невском проспекте, 44. Владеет и управляет объектом ООО «Гранд Палас». Его основной учредитель — ОАО «Норд», собственник помещений. Люксовая галерея объединяет примерно 90 арендаторов. Превратить знаменитый «Пассаж» на Невском проспекте, 48, в аналог столичного ГУМа намерен альянс петербургского холдинга «Адамант» и московского предпринимателя Шалвы Чигиринского. Эта команда в 2006 г. приобрела на торгах принадлежавшие городу помещения универмага (13 300 кв. м) примерно по \$3800 за 1 кв. м. Уже практически завершена реставрация исторической галереи. В планах инвесторов — расширение торговых площадей до 35 000 кв. м за счет реконструкции соседнего здания на Итальянской улице. Строительные работы предполагается начать в 2008 г. Обновленный «Пассаж» станет luxury-центром. Стоимость проекта оценивается примерно в \$60 млн. «Дом ленинградской торговли» на Большой Конюшенной улице уже находится в стадии реконструкции, которую ведет столичная компания Mercury. Ставка также делается на бутиковую торговлю.

Галереи элитных магазинов на Невском создаются и как части различных МФК. Так, например, два этажа (около 2800 кв. м) отведено под бутики в офисно-торговом комплексе «Невский, 38», сданном в эксплуатацию в конце 2004 г. Примерно 3300 кв. м займут люксовые марки в МФК «Невский Плаза» на Невском, 55-59, соседствуя с отелем «5 звезд» и бизнес-центром класса А. Строительство этого комплекса завершится в начале 2009 г. Дорогие магазины запланированы и в составе МФК на углу Невского проспекта и Большой Морской улицы, который создает ОАО «Талион». Бутиковая галерея Esfera заняла нижние уровни (около 2100 кв. м) в элитном жилом доме «Ле Грандь» на Невском проспекте, 152, построенном холдингом RBI.

Еще один из новых ТЦ Невского проспекта — «Невский атриум», запущенный в декабре 2006 г., — ориентирован на другую публику. Его потенциальные покупатели — молодежь, пользующаяся метро. Сам комплекс расположен в здании, в которое встроены вестибюль ст. м. «Маяковская». Проект реализовала группа инвесторов: холдинг «Адамант», банк «Санкт-Петербург» и ЗАО «Ресторан «Невский» (это заведение общепита располагалось здесь еще с советских времен). Здание подверглось реконструкции и подросло на один этаж за счет мансарды. Стиль интерьеров можно охарактеризовать как «жесткое техно», что соответствует заявленной целевой аудитории. Впрочем, снаружи все выглядит вполне благообразно. Исторический облик доходного дома XIX в. воссоздан по проекту архитектурного бюро «Литейная часть, 91». Общая площадь ТЦ — 8900 кв. м, арендопригодная — около 5000 «квадратов». Магазины занимают четыре нижних уровня. Пятый отведен под общепит. Среди представленных брендов — Esprit, Mexx, Naf Naf и др.

На массовые марки ориентируется и небольшой 3-этажный ТЦ «Торговая галерея «Норд» на Невском проспекте, 46 (общая площадь — около 4000 кв. м), который заработал летом 2006 г. Собственник объекта — ОАО «Норд» — переоборудовал под торговлю бывшие помещения ресторана и клуба «Голливудские ночи». Клубная жизнь в Петербурге не очень активна, поэтому инвесторы предпочли заняться более стабильным и предсказуемым бизнесом.

«Бутиковая торговля и магазины массового спроса — два наиболее подходящих формата для центра города, — считает управляющий партнер «АйБи Групп» Юрий Борисов. — С одной стороны, где, как не на Невском, формировать luxury-витрину Петербурга, а с другой — к услугам ритейлеров — мощные человекопотоки, которые сложились здесь естественным образом и которые не надо специально генерировать».

«Очень перспективная ниша для центра — классические универмаги в их современном понимании, которых в городе пока фактически нет», — добавляет директор по профессиональной деятельности Knight Frank St. Petersburg Николай Пашков.

Мегадолгострой

Квинтэссенцией всего перечисленного обещает стать в Петербурге площадь Восстания, где сегодня находятся на старте сразу три торговых проекта принципиально иного масштаба и сложности, чем предыдущие опыты девелоперов в историческом центре. Только арендопригодное пространство будущих комплексов приближается к 200 000 кв. м. Все эти мегастройки имеют длинную историю — со сменой действующих лиц и многократным переносом сроков.

Самым крупным станет ТРК Galeria на Лиговском проспекте, 26-38, рядом с Московским вокзалом, строительство которого официально началось в конце марта. На его месте был изначально запланирован новый вокзальный комплекс с деловым центром. Котлован на участке в 3,9 га вдоль Лиговского проспекта вырыли еще в прошлом веке. Однако РАО «Высокоскоростные магистрали» обанкротилось, и проект замер на стадии ямы. Федеральное правительство отобрало эту площадку за долги и закрепило на праве хозяйственного ведения за ФГУП «ВПК-Инвест». Эта структура заключила инвестиционное соглашение с ООО «Строительная компания «Бриз», по условиям которого на Лиговском должен быть построен многофункциональный коммерческий комплекс. 78% его площадей отойдет девелоперу, а остальные — Федерации. За несколько лет у компании-застройщика успели трижды смениться владельцы. Изначально контроль над СК «Бриз» принадлежал петербургскому холдингу «Веда-Система», затем он уступил свою долю столичной компании «Нафта-Капитал». Наконец в 2006 г. проект приобрели структуры, контролируемые Казкоммерцбанком. Однако и тут дело не сразу пошло на лад. Градостроительный совет трижды отказывался утвердить архитектурно-планировочные решения комплекса, разработанные британской студией Charman Taylor. Желание заказчика посадить громоздкое здание фактически в «красных линиях» участка петербургские эксперты сочли абсолютно не соответствующим сложившейся в этом месте застройке. В итоге слегка скорректированный проект был согласован непосредственно руководством городского комитета по градостроительству и архитектуре.

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

21 Апреля, № 59

Общая площадь суперрегионального молла в итоге составит 191 000 кв. м. В комплексе предусмотрен двухуровневый подземный паркинг примерно на 1300 машин. Пять этажей отводится под торговлю и развлечения. Арендопригодное пространство ТРК — около 90 000 кв. м. Стоимость строительства оценивается в \$400 млн. В основном это средства Казкоммерцбанка. Открытие молла запланировано на конец 2009-го — начало 2010 г.

В Galeria будет предусмотрено около 250 магазинов. Набор якорей довольно стандартный: супермаркет, универмаг бытовой техники и электроники, детский мир, мультиплекс и проч. На пятом уровне расположится фитнес-центр с бассейном (около 5000 кв. м). Эксклюзивный консультант проекта по маркетингу и недвижимости — Jones Lang LaSalle. Старший консультант отдела торговых площадей этой компании Станислава Билень говорит, что Galeria будет ориентирован на самых разных покупателей. 1-й этаж отводится под уважаемые марки. Часть магазинов будет иметь отдельные входы с Лиговского проспекта. На втором и третьем уровнях разместятся более демократичные бренды. Диапазон запрашиваемых арендных ставок за магазины (исключая якоря) — от \$1500 до \$5000 за 1 кв. м в год. «Мы уже сейчас видим большой интерес к комплексу со стороны ритейлеров и поэтому рассчитываем выйти на заявленный уровень арендных платежей, — комментирует Билень. — Это единственный проект подобного масштаба в центре города с мощной развлекательной составляющей, куда можно будет прийти на целый день».

Визави ТРК Galeria — на углу Невского проспекта и ул. Восстания расположится торгово-офисный комплекс «Невский Центр». Инвестор — финская компания Stockmann. Сейчас на площадке идут работы нулевого цикла. История проекта тянется с 1994 г., когда ЗАО «Знаменская» получило комплекс исторических зданий под реконструкцию. Пять лет ушло у компании на расселение аварийных домов, которые затем перешли в ее собственность вместе с участком площадью около 1 га. Концепция будущего коммерческого центра неоднократно менялась, а сроки открытия переносились из-за проблем с финансированием. В 2005 г. проект купила Stockmann и в очередной раз принялась за его переделку. Финнам удалось существенно увеличить параметры будущего комплекса. Вместо 45 000 кв. м, предусмотренных изначально архитектурным бюро «Земцов, Кондиайн и партнеры», из пятна застройки удастся выжать все 100 000 кв. м за счет освоения подземного пространства. Stockmann заглубится на четыре яруса — до отметки 13-14 м. Три нижних уровня займет парковка (ориентировочно на 550 мест), в цоколе разместится супермаркет Stockmann. Сам комплекс будет 5-9-этажным. Инвестор обещает воссоздать все исторические фасады.

Полезное пространство, задействованное под магазины и офисы, составит почти 50 000 кв. м. Stockmann займет около 18 000 кв. м торговых площадей, разместив здесь линейку своих магазинов — Seppala, Bestseller и др. Еще 24 500 «квадратов» предлагаются в аренду. Предусмотрены еще несколько якорей по 2000-4000 кв. м каждый (детский универмаг, фитнес-центр и др.) и галерея монобрендовых магазинов. Два верхних уровня (приблизительно 5800 кв. м) отводится под бизнес-центр класса А.

«Одна из главных проблем, с которой мы столкнулись, — сохранение соседних исторических зданий. Проверенных технологий для работы в условиях плотной застройки в городе пока нет. Поэтому только госэкспертиза проекта заняла около года, и лишь после тестовых испытаний свай нам согласовали подземное строительство», — рассказывает Николай Максимов, консультант проекта.

Завершение работ намечено на конец 2009 г. Стоимость строительства комплекса предварительно оценивалась в 120 млн евро. Но скорее всего инвестор превысит эту цифру.

Самым дорогим проектом обещает стать создание подземного торгового комплекса под пл. Восстания. Стройка тоже «историческая». Идея освоения местного «андеграунда» возникла еще в советские времена. Затем ее пыталась реализовать компания «Открытые инвестиции», но отказалась от проекта после проведенных изысканий. Новым инвестором стала компания «Адитум». Однако ее основной учредитель Александр Дымов также предпочел выйти из игры, перепродав фирму братьям Борису и Михаилу Зингаревичам, совладельцам группы «Илим».

В марте этого года проект был представлен на суд общественного градостроительного совета, вызвав много вопросов. Инвестор планирует создать трехуровневый комплекс общей площадью около 87 000 кв. м: часть первого подземного яруса займут пешеходные переходы, остальное пространство отводится под магазины, второй уровень — торговый, третий — паркинг на 630 мест. Арендопригодное пространство — около 30 000 кв. м. Инвестиции в проект оцениваются от \$500 млн до \$1 млрд. В «Адитуме» честно признают, что пока не представляют, во сколько обойдется подземное строительство. Отсюда — справедливые сомнения экспертов в окупаемости проекта. По оптимистичным прогнозам, комплекс может быть готов через пять лет.

Согласно предварительной концепции в подземелье разместятся магазины разного уровня. «В нем должно найтись место и для пассажиров Московского вокзала, и для предпринимателей, назначающих деловые встречи в центре, и для обычных пешеходов, которые живут или работают поблизости. Другое дело, что перед нами стоит непростая задача — развести транзитные и целевые потоки», — рассказывает управляющий проекта Виталий Малых.

В центре Петербурга заявлено еще несколько чрезвычайно сложных проектов по созданию многофункциональных комплексов с торговой составляющей. Наиболее рискованный и капиталоемкий — реконструкция исторического комплекса Апраксин двор. В январе были подведены итоги архитектурно-инвестиционного конкурса, победителем которого стала столичная компания «Главстрой». За пять лет ей предстоит преобразовать территорию площадью 12 га в самом центре Петербурга, ограниченную Садовой улицей, наб. р. Фонтанки, Апраксиным переулком и ул. Ломоносова. Сегодня она поделена между многочисленными собственниками, самым крупным из которых является город. Рынок сформировался здесь еще в середине XVIII в., а теперь отремонтированные корпуса соседствуют с торговым шанхаем. Между ними теснятся открытые вещевые ряды. При этом все здания, расположенные в Апраксином дворе (в общей сложности около 180 000 кв. м), а также исторический комплекс в целом являются объектами культурного наследия регионального значения. Поэтому девелоперу предстоит работать в условиях жестких охранных ограничений.

Идея Смольного — создать на месте Апрашки современный многофункциональный комплекс с широкими променадами и обширным подземным паркингом. Для этого город решил привлечь одного инвестора на конкурсе. Его победитель получит права на городскую недвижимость, с частными же собственниками, которые занимают примерно 37% площадей, ему предстоит самостоятельно договариваться о выкупе отдельных зданий и помещений.

По подсчетам «Главстроя», общая стоимость реконструкции может достичь 40 млрд руб. Инвестору предстоит выкупить у частных владельцев около 60 000 кв. м помещений по ориентировочной цене \$5000 за 1 кв. м. Проектом предусмотрено создание МФК с надземным пространством около 260 000 кв. м. Примерно 80 000 кв. м будет отведено под торгово-сервисные помещения (в том числе объекты культуры), 70 000 кв. м — под офисы, еще столько же — под элитные жилые апартаменты, 40 000 кв. м — под несколько отелей категории «4-5 звезд». Двухуровневый подземный паркинг под комплексом рассчитан на 2500 мест.

Масштабное подземное строительство запланировано и в квартале, ограниченном наб. Мойки, ул. Глинки и Декабристов. Шведская инвестиционная компания Ruric приступает здесь к возведению МФК «Театральный» общей площадью 216 000 кв. м, из которых примерно 90 000 кв. м приходится на подземное пространство. Инвестор намерен заглубиться на шесть этажей. Первый и второй минусовые уровни предназначены для торгово-развлекательного комплекса размером 55 000 кв. м. Еще четыре подземных яруса — паркинг минимум на 2000 автомобилей. В надземной части микста около 35 000 кв. м отводится под жилье, остальное пространство в основном займут офисы.

Место требует жертв

«Проекты, предусматривающие создание больших подземных пространств, по определению высокорисковые, потому что соответствующего опыта в Петербурге просто нет. Рассуждать об их экономической эффективности рано. Пока вопрос стоит о принципиальной реализуемости этих идей, — комментирует Алексей Чижов, директор по консалтингу компании Praktis C&B. — Вообще, все проекты в центре города имеют трудно прогнозируемую затратную часть».

По расчетам Пашкова, себестоимость строительства торгового комплекса в центре города будет приблизительно в 1,5 раза выше, чем аналогичного объекта на свободном участке на периферии. Если же речь идет о подземных работах, этот разрыв увеличивается в 2-3 раза. «Очевидно, что появление крупных ТРК в центре, таких как Galeria на Лиговском или проект Stockmann, еще больше осложнит транспортную ситуацию. Но поскольку город рано или поздно придет к выводу о необходимости ограничивать въезд автомобилей в его историческую часть, возможно, комплексам и не понадобятся крупные и дорогостоящие подземные парковки», — рассуждает Пашков.

«Срок окупаемости крупных торговых проектов в центре будет примерно в 1,5 раза больше, чем “условно сравнимого” ТЦ, к примеру, на КАД, — полагает генеральный директор компании Colliers International Saint-Petersburg Борис Юшенков. — Арендные ставки, которые могут превышать окраинные в 1,5 раза, не уравновесят более длительные сроки согласования/строительства и более высокую себестоимость работ. Но есть и пряник для девелопера. Будучи правильно задуманы и построены, проекты в центре будут иметь намного меньшие риски, а следовательно, большую инвестиционную стоимость при продаже».

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

21 Апреля, № 59

«Торговые площади в центре Петербурга — это особый субрынок со своими законами спроса и предложения. И если городской рынок ритейла приближается к точке насыщения, то девелоперов, работающих в окрестностях Невского, это не должно особенно беспокоить, потому что центр по-прежнему вне конкуренции. Но когда в одном месте реализуется сразу несколько крупных проектов, как на пл. Восстания, они могут быть успешными, только если примут друг друга во внимание», — уверен Юрий Борисов.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Investment

ДЕВЕЛОПЕР РИГРУПП ПРИВЛЕЧЕТ 8 МЛРД РУБ. ДЛЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В 2008г

ООО «РИГрупп» планирует привлечь 8 млрд рублей через размещение выпуска облигаций и в рамках проектного финансирования путем кредитования в банках, сообщил агентству «Интерфакс-АФИ» генеральный директор компании Дмитрий Котляренко.

«В мае-июне мы планируем разместить облигационный заем на 1,5 млрд рублей. Кроме того, в рамках проектного финансирования компания привлечет кредиты в ряде банков, в частности, в Дойче банке, Сбербанке России (ПТС: SBER), банке «Возрождение» (ПТС: VZRZ), Связь-банке и Московском залоговом банке. Средства пойдут на финансирование строительства торговых центров, офисных зданий и рефинансирование прежних заимствований», - сказал Д.Котляренко.

По словам гендиректора «РИГрупп», в настоящее время компания занимается реализацией проекта по строительству поселка «Эко-2» на Новорижском шоссе. Капзатраты по этому проекту составят около \$400 млн. Компания планирует привлечь западного партнера для реализации этого проекта.

В целом капитальные затраты компании в 2008 году оцениваются на уровне 14 млрд рублей. Из них около 6 млрд рублей будут профинансированы за счет продаж.

◆ [Интерфакс](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Appointments

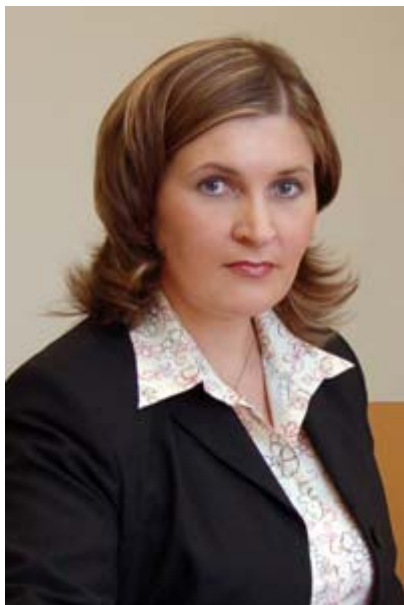
НОВЫЕ НАЗНАЧЕНИЯ В COLLIERS INTERNATIONAL



Директор Департамента инвестиционных услуг и Департамента торговой недвижимости Colliers International

Максим Гасиев назначен Директором Департамента инвестиционных услуг и Департамента торговой недвижимости Colliers International. В рамках своей новой позиции Максим Гасиев будет отвечать за развитие направления Инвестиционных услуг, а также сохранит за собой должность Регионального директора Департамента Торговой недвижимости компании.

К команде Colliers International Максим присоединился в феврале 2004 года в качестве Директора Департамента торговой недвижимости. В январе 2007 года был назначен Региональным директором направления торговой недвижимости Colliers International (Россия, Украина). Под его руководством были привлечены и реализовываются целый ряд ключевых московских и региональных проектов торговой недвижимости, таких как «Mall of Russia», «River Mall», «Тверская Молл», ТРЦ на Павелецкой площади, «Арена Молл» (Омск) и многие другие. Реализован ряд успешных проектов, в том числе «РИО», «Золотой Вавилон-2», «Красный Кит», «Кольцо» (Казань), «Карнавал» (Екатеринбург) и другие.



*Директор Департамента торговой недвижимости
Colliers International*

Татьяна Ключинская назначена Директором Департамента торговой недвижимости Colliers International. Татьяна Ключинская будет отвечать за всю оперативную работу Департамента торговой недвижимости, включая привлечение новых клиентов и проектов, а также координацию работы по всем текущим проектам департамента.

К команде Colliers International Татьяна присоединилась в апреле 2006 года в качестве заместителя директора департамента торговой недвижимости. Татьяна вместе с Максимом Гасиевым занималась развитием бизнеса, результатом чего клиентами нашей компании стали девелоперы, реализующие такие проекты, как ТРЦ «Mall of Russia», ТРЦ «Тверская Молл», ТРЦ «River Mall», ТРЦ «Золотой Вавилон» Ростокино и многие другие. Предыдущий опыт Ключинской включает работу на позиции руководителя отдела разработки и реализации проектов в группе компаний «Даев Плаза», в период с 1999 по 2006 гг.



Директор отдела Агентских услуг Департамента Торговой недвижимости

Галина Малиборская назначена Директором отдела Агентских услуг Департамента Торговой недвижимости. Галина Малиборская будет отвечать за дальнейшее развитие отдела, а также курировать всю работу по проектам сдачи в аренду.

Малиборская работает в компании Colliers International с марта 2004 года. До переезда в московский офис Colliers International, Галина реализовала проекты в рамках позиции Директора департамента торговой недвижимости Colliers International в Украине. При активном участии г-жи Малиборской компания начала тесно сотрудничать с такими крупными международными игроками рынка как IKEA, Multi Development, Acteeum/Meinl European Land, EBRD, ECHO Investments и другие, увеличив портфолио торговых центров Colliers International до 1 млн. кв. м.

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

21 Апреля, № 59



Директор по Развитию Департамента Торговой недвижимости

Александр Обуховский назначен Директором по Развитию Департамента Торговой недвижимости. В рамках своей должности Александр Обуховский будет отвечать за привлечение нового бизнеса, а также продолжать осуществлять руководство отделом Исследований и Разработки концепций, как в России, так и в СНГ.

В компании Colliers International г-н Обуховский работает с 2000 года. Александр координировал работу по исследованиям рынка и разработке концепций объектов торговой недвижимости. С его участием был успешно реализован целый ряд проектов по исследованию рынка и разработки концепций, таких как «Золотой Вавилон», «РИО», «Калинка Малинка» (Ростов-на-Дону), ТРЦ «River Mall», «Золотой Вавилон» Ростокино и мн. др. За прошедшие три года при участии и под руководством Александра Обуховского было разработано более 20 концепций торговых, торгово-развлекательных и деловых центров.

◆ [Guide to Property](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)