

Offices / General

Весеннее чаепитие в Colliers International

В начале апреля компания Colliers International собрала журналистов на очередную встречу из цикла «За чашкой чая».

Larry Smith Italia открыла офис в Москве

Итальянская управляющая компания Larry Smith Italia, которая весной минувшего года подписала договор об ассоциативном партнерстве с российским девелопером «Торговый Квартал», решила открыть свое представительство в Москве.

Кредит гасят метрами

Как стало известно «Ведомостям», Mirax Group продает часть площадей в строящемся комплексе «Миракс-плаза» на Кутузовском проспекте.

«Яндекс» нашел «красную розу»

Вчера было объявлено о сделке между девелоперской компанией KR Properties и компанией «Яндекс» об аренде последней 18 тыс. кв. м в бизнес-центре «Морозов», расположенном в деловом квартале Красная Роза в ЦАО.

Retail

GAP входит в российскую моду

Мировые лидеры - испанская Inditex Group и шведская Hennes & Mauritz (H&M) уже торгуют одеждой в России, теперь к ним присоединится старший конкурент - американская GAP Inc.

Hotel

Вторая жизнь гостиницы «Ленинградская»

В апреле 2008 года ЗАО «Моспромстрой» завершило реставрацию бывшей гостиницы «Ленинградская». По данным «Моспромстроя», объем инвестиций в реконструкцию знаменитого здания составил более \$100 млн.

Regions

Москва и Петербург отстают от мировых столиц по количеству площадей коммерческой недвижимости

Об этом сообщил директор департамента инвестиционного консалтинга компании Colliers International (Санкт-Петербург) Николай Казанский.

\$80 млн за «Тщеславие»

Девелопер Василий Сопромадзе собирается выставить на аукцион Фонда имущества здание галереи Vanity («Тщеславие») на Казанской, 3, за \$80 млн.

Offices / General

ВЕСЕННЕЕ ЧАЕПИТИЕ В COLLIERS INTERNATIONAL

В начале апреля компания Colliers International собрала журналистов на очередную встречу из цикла «За чашкой чая». По установившейся традиции эти регулярно проводимые встречи посвящаются различным сегментам рынка коммерческой недвижимости. На этот раз темой беседы стал сегмент торговой недвижимости. Со стороны Colliers International на встрече присутствовали управляющий партнер Сергей Гипш, региональный директор департамента торговой недвижимости Максим Гасиев, заместитель директора департамента торговой недвижимости Татьяна Ключинская и заместитель директора департамента торговой недвижимости Галина Малиборская.

Эксперты компании рассказали журналистам о последних тенденциях, новых форматах торговли, выходе новых игроков, перспективах развития торговой недвижимости в столице и регионах России.

Максим Гасиев и Татьяна Ключинская рассказали о перспективных форматах, которые будут развиваться в России в ближайшие годы. Одним из них является формат outlet center - торговые центры этого формата специализируются на продаже стоковых коллекций одежды и обуви от производителей. В России этот формат пока практически не представлен, среди планируемых к открытию торговых центров к данному формату эксперты отнесли вторую очередь мытищинского ТРЦ «Красный Кит» и петербургский «Невский Колизей».

Еще одним популярным в мире форматом, пока слабо представленным в России, является универмаг (department store). Как отметил Максим Гасиев, экспансия, причем не только в Россию, для операторов формата department store является сложной задачей в силу специфики формата - широкий ассортимент, большие торговые площади. Самым первым успешным западным универмагом в России стал Stockmann.

Среди других перспективных форматов были названы Power centers, Category Killers (спортивный «СпортХит», мебельный «Гранд», автомобильный центр «Москва»), а также комплексы с преобладающей развлекательной составляющей Entertainment centers (Freestyle Park, Ocean Park). Что касается инвестиционной

активности, то готовые объекты активно раскупаются, и спрос на них остается стабильно высоким. «Количество проектов инвестиционного качества увеличивается, но их собственники пока неохотно с ними расстаются, - сказал Максим Гасиев. - Тем не менее продажа объекта для девелопера - способ привлечь средства для реализации новых проектов, и со временем такая практика будет более распространена». Среди основных тенденций развития специалисты компании назвали укрупнение и усложнение форматов торговых центров, а также увеличение разницы в ставках как между центром города и его периферийными районами, так и между Москвой и регионами. Качественные торговые объекты начинают появляться не только в крупных городах, но и в городах с населением от 300 тысяч жителей. «Появление новых амбициозных проектов привлекает на наш рынок все больше западных операторов, так что по количеству fashion-марок Россия скоро догонит Европу», - отметила Галина Малиборская.

◆ [Commercial Real Estate](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

LARRY SMITH ITALIA ОТКРЫЛА ОФИС В МОСКВЕ

Итальянская управляющая компания Larry Smith Italia, которая весной минувшего года подписала договор об ассоциативном партнерстве с российским девелопером «Торговый Квартал», решила открыть свое представительство в Москве. Larry Smith International (российский бренд компании - Larry Smith Italia) на российском рынке будет представлять услуги консалтинга, брокериджа, в том числе инвестиционного, управление объектом и активами и оценку стоимости проекта. В торговом секторе компания работает более 20 лет, что позволило ей накопить большой опыт как в управлении объектами, так и в других областях. Но, говорят эксперты, на российском рынке Larry Smith International сначала придется непросто. Как отмечают в CB Richard Ellis, бренд Larry Smith широко известен в Европе, но довольно слабо в России. «Однозначно Larry Smith International не составит конкуренцию «большой пятерке», - считают в CB Richard Ellis.

Чуть более позитивно прокомментировали приход европейского игрока в Colliers International. «Безусловно, компания Larry Smith International является лидером в области предоставления консультационных услуг в сфере торгово-развлекательной недвижимости. Но нельзя не констатировать тот факт, что именно это направление коммерческой недвижимости является наиболее развитым на российском рынке. Помимо «большой пятерки» западных консультантов, существует ряд успешных российских компаний, оказывающих услуги в сфере торгово-развлекательного девелопмента, поэтому можно говорить о существующей конкуренции в этой сфере, - заметила Елена Риставаара, директор по консалтингу Colliers International. - «Большая пятерка» будет выигрывать в силу диверсифицированности предлагаемых услуг, по сравнению с Larry Smith, в частности по типам коммерческой недвижимости. В портфеле компаний – услуги не только по торгово-развлекательной недвижимости, но и по офисной, складской, индустриальной и гостиничной.

◆ [Commercial Real Estate](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

КРЕДИТ ГАСЯТ МЕТРАМИ

Как стало известно «Ведомостям», Mirax Group продает часть площадей в строящемся комплексе «Миракс-плаза» на Кутузовском проспекте. Покупателем может стать Промсвязьбанк. Эксперты оценивают сделку в \$200 млн. Промсвязьбанк покупает около 15 000 кв. м в строящемся комплексе «Миракс-плаза», рассказал «Ведомостям» источник, близкий к Mirax Group. Один из консультантов компании говорит, что квадратный метр будет продан по цене \$13 000. Близкий к банку источник рассказывает, что в начале года Mirax Group был выдан краткосрочный кредит, который понадобился компании в том числе и для погашения в феврале облигационного займа в \$100 млн. Собеседник «Ведомостей» не исключает, что Mirax расплачивается с кредитором площадями в «Миракс-плаза». Пресс-служба Промсвязьбанка не подтвердила сделку, пресс-служба Mirax воздержалась от комментариев. Международное рейтинговое агентство Fitch в последнем прогнозе по Mirax указывало, что у компании есть «промежуточный кредит в размере \$200 млн от российского банка, срок погашения по которому наступает в мае 2008 г.». «Это бридж-кредит, связанный с

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

22 мая, № 75

крупной сделкой по продаже недвижимости, который будет реструктурирован в долгосрочную задолженность», — сообщил ранее «Ведомостям» член совета директоров Mirax Group Дмитрий Луценко. По словам близкого к компании источника, средства от продажи пойдут на погашение кредита. Комплекс «Миракс-плаза» расположен на территории «Большого Сити», прилегающего к деловому центру «Москва-Сити». В его состав входят две башни общей площадью 368 000 кв. м (120 000 кв. м — подземная часть). Проект планируется сдать в аренду в 2010 г. В начале прошлого года около 102 000 кв. м офисов в «Миракс-плаза» были проданы компании «Стройгазконсалтинг».

«Цена в \$13 000 за 1 кв. м вполне адекватна для объекта такого класса, сейчас офисы класса А в центре Москвы продаются по цене \$15 000-20 000», — говорит партнер Cushman & Wakefield / Stiles & Riabokobylko Сергей Рябокобылко. Ставки аренды по таким объектам находятся на уровне \$1200-1500 за 1 кв. м в год, текущая стоимость продажи составляет вложения с доходностью в 10%, продолжает управляющий директор Jones Lang LaSalle Владимир Пинаев. Он называет место «Миракс-плаза» престижным: на пересечении транспортных магистралей и практически в «Москва-Сити». Банк может рассматривать сделку как чистое вложение в недвижимость и в дальнейшем разместит здесь свой front office, полагает Пинаев. Сейчас Промсвязьбанк располагается в трех офисах — на Славянской площади, улицах Смирновской и Стромынке. Mirax Group не впервые продает офисные площади в своих объектах банкам, с которыми работает. Так, в 2005 г. Внешторгбанк приобрел 63 000 кв. м в башне «Федерация». Этому предшествовала выдача банком кредита в \$250 млн на строительство башни.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

«ЯНДЕКС» НАШЕЛ «КРАСНУЮ РОЗУ»

Вчера было объявлено о сделке между девелоперской компанией KR Properties и компанией «Яндекс» об аренде последней 18 тыс. кв. м в бизнес-центре «Морозов», расположенном в деловом квартале Красная Роза в ЦАО. Сумму сделки стороны не раскрывают. Аналитики рынка недвижимости говорят, что она могла составить примерно \$180 млн. Компания «Яндекс», по словам ее гендиректора Аркадия Воложа, давно подыскивает себе новый офис. Сейчас сотрудники компании работают в трех помещениях в разных районах города. «В начале этого года мы готовы были переехать в бизнес-центр „Легион-2“ на Большой Татарской улице. Однако предложение от KR Properties оказалось более выгодным»,— говорит Волож. По его словам, «Яндекс» рассматривает возможность аренды еще 12 тыс. кв. м во второй очереди бизнес-центра «Морозов», которая должна быть сдана в декабре 2009 года. Компания KR Properties создана в 2000 году. Общая площадь недвижимого имущества, находящегося под ее управлением,— 300 тыс. кв. м. Сейчас компания работает только в Москве. Основным акционером выступает бывший владелец компании «Нерль» бизнесмен Александр Клячин. Договор аренды на 18 тыс. кв. м заключен между «Яндексом» и KR Properties на десять лет. Сумму договора и арендные ставки стороны не разглашают. При этом гендиректор KR Properties Сергей Калинин заявляет, что ставки в квартале Красная Роза, находящемся между улицей Льва Толстого и Тимура Фрунзе,— одни из самых высоких в Москве. Первая очередь бизнес-центра «Мо розов» класса А, одного из десяти зданий, которые будут возведены в квартале, составляет 24 тыс. кв. м. Таким образом, «Яндекс» стал крупнейшим якорным арендатором в этом бизнес-центре. По словам ведущего аналитика рынка офисной недвижимости Cushman & Wakefield / Stiles & Riabo kobyl ko Лады Белайчук, арендные ставки в этом месте равняются \$1,7– 1,8 тыс. за 1 кв. м в год. «Якорные арендаторы могут по лучить скидку 30%, в редких слу чаях 50%»,— говорит Белайчук. Таким образом, 1 кв. м для «Яндекса» мог стоить около \$1 тыс. В этом случае сумму сделки можно оценить в \$180 млн.

◆ [Business & Financial Markets](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Retail

GAP ВХОДИТ В РОССИЙСКУЮ МОДУ

Мировые лидеры - испанская Inditex Group и шведская Hennes & Mauritz (H&M) уже торгуют одеждой в России, теперь к ним присоединится старший конкурент - американская GAP Inc. Первый магазин марки откроется в Москве летом. Мировые лидеры - испанская Inditex Group и шведская Hennes & Mauritz (H&M) уже торгуют одеждой в России, теперь к ним присоединится старший конкурент - американская GAP Inc. Открывать магазины GAP и Banana Republic по франшизе будет турецкая Fiba Holding A.S. GAP действует через лицензиата, так как разочаровалась в европейском рынке - несколько лет назад она продала немецкое отделение H&M, а затем пригласила европейских дизайнеров, чтобы угадать вкусы британцев и французов. О том, что GAP начнет открывать магазины в СНГ, «Ъ» писал в декабре 2007 года: тогда девелоперы рассказали о лицензионном соглашении между американцами и Fiba Holding A.S. на Украине и переговорах относительно России (см. «Ъ» от 21 декабря 2007 года). Вчера GAP распространила сообщение, в котором подтвердила это: Fiba Holdings будет открывать в России франчайзинговые магазины GAP (с лета 2008 года) и Banana Republic (с 2009 года). Всего, по словам представителя GAP Крис Марубио, в течение пяти лет будет открыто 45 магазинов. По словам директора департамента торговой недвижимости Colliers International Максима Гасиева, первые магазины станут арендаторами московских ТЦ «Ривер-Молл» (улица Автозаводская, вл. 16-18, общая площадь - 240 тыс. кв. м, окончание строительства намечено на третий квартал 2008 года) и ТЦ «Золотой Вавилон Ростокино» (проспект Мира, вл. 211, общая площадь - 240 тыс. кв. м, окончание строительства - второй квартал 2009 года). «Ими рассматриваются помещения площадью от 600 до 1000 кв. м», - сообщил господин Гасиев, отметивший, что срок аренды для ритейлера может составить пять-семь лет. Директор по торговым площадям Knight Frank Юлия Дальнова отмечает, что одежные ритейлеры обычно договариваются с арендодателями на условиях выплаты аренды от ежемесячного оборота магазина - от 8% до 15%. Без учета аренды инвестиции в открытие одного магазина GAP гендиректор Fashion Consulting Group Анна Лебсак-Клейманс оценивает в \$600-1000 на 1 кв. м. Турецкая Fiba Group основана в 1987 году, контролируется семьей Озегин. Объединяет активы в банковском, страховом, лизинговом, инвестиционном секторах, в ритейле, недвижимости, энергетике и авиации. В Турции развивает франчайзинговые сети Marks & Spencer (M&S) и GAP, в России и

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

22 мая, № 75

на Украине - только M&S. Выручка в 2007 году составила \$803,78 млн. Крупнейший в мире продавец одежды GAP Inc. основана в 1969 году в США Дональдом и Дорис Фишер. Под управлением находится 3,1 тыс. магазинов в США, Канаде, Великобритании, Франции, Ирландии и Японии. Основные ТМ - GAP, Banana Republic, Old Navy и Piperlime. Выручка в 2007 году - \$15,8 млрд.

GAP ориентирована на сегмент «средний плюс» (джинсы - €60-90, футболки - €20-40). В России уже представлены ее основные конкуренты на европейском рынке - Inditex (Mango, Promod, Jennyfer, Castro, Zara) и H&M (первый магазин планирует открыть в ТРЦ «Охотный ряд» во второй половине 2008 года). Обе компании работают здесь через дочерние предприятия. Как отмечает гендиректор Maratex (марки Esprit, Peacocks, Lulu Castagnette и др.) Владимир Лунин, вероятно, что проблемы GAP в Европе подтолкнули ритейлера к освоению нового рынка сбыта, но из осторожности работа в России доверена лицензиату. По собственным данным GAP, из общей выручки в 2007 году (\$15,7 млрд) на долю стран Северной Америки приходится \$14,148 млрд, на остальные рынки - суммарно только \$1,615 млрд. Рынки за пределами США растут плохо: в 2006 году продажи GAP на них составили \$1,466 млрд, в 2005-м - \$1,463 млрд. В 2004 году GAP даже была вынуждена продать десять магазинов в Германии конкуренту - H&M. А в 2006 году корпорация объявила, что соберет в лондонском офисе 35 европейских дизайнеров, чтобы создать отдельные коллекции для британцев и французов. GAP работает с лицензиатами достаточно редко: по словам старшего вице-президента по стратегическому международному сотрудничеству GAP Inc. Рона Янга, по франшизе компании сейчас работает 80 магазинов во всем мире. Среди испытанных лицензиатов - Fiba. В июне 2007 года турецкая компания получила франшизу на открытие в течение пяти лет в Турции 90 магазинов GAP и 20 - Banana Republic. По словам fashion-директора компании «Энроф» (развивает сети Mexx, Calvin Klein, Topshop) Максима Агаханова, в России GAP обязательно займет весомую долю в нише марок для среднего класса. Спекулировать на бренде в России начали давно: например, в 2005 году было зарегистрировано ООО «Гэп», объявившее себя эксклюзивным поставщиком марки. Товары GAP на нелегальных условиях и сейчас продаются в мультибрендовых магазинах столицы.

◆ [Коммерсантъ](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Hotel

ВТОРАЯ ЖИЗНЬ ГОСТИНИЦЫ «ЛЕНИНГРАДСКАЯ»

В апреле 2008 года ЗАО «Моспромстрой» завершило реставрацию бывшей гостиницы «Ленинградская». По данным «Моспромстроя», объем инвестиций в реконструкцию знаменитого здания составил более \$100 млн. Обновленная гостиница, и прежде поражавшая гостей великолепием интерьеров, будет работать под всемирно известным брендом Hilton. Эксперты полагают, что Hilton Moscow Leningradskaya станет знаковым проектом для российского гостиничного рынка.

В 2006 году собственники здания ЗАО «Садко-Отель» и правительство Москвы договорились с Hilton о вхождении гостиницы «Ленинградская» в состав международной сети отелей. Благодаря объединению двух брендов -самой «Ленинградской» и Hilton - гостиница обещает стать одной из самых престижных и посещаемых в столице. Как отмечает Марина Смирнова, старший вице-президент Jones Langs LaSalle Hotels, благодаря Hilton отель Hilton Moscow Lem'ngradskaya сможет привлекать значительную часть иностранцев, приезжающих в Россию. Репутация же «Ленинградской» как одного из самых известных отелей советской эпохи будет интересна ценителям роскоши и исторических интерьеров как из России, так и из-за рубежа.

Спорный вопрос

Hilton Moscow Lem'ngradskaya находится на площади трех вокзалов - Ленинградского, Казанского и Ярославского. Некоторые эксперты отмечали, что «вокзальная специфика» не позволит отнести гостиницу к категории 5*, однако на рынке Hilton Moscow Lem'ngradskaya все же позиционируется как пятизвездочная. По данным Colliers International сегодня сертификат на 5* по российской системе классификации имеют лишь пять московских отелей: «Балчуг Кемпински», «Националь», «Swissotel Красные Холмы», «Золотое Кольцо» и «Покровка Сьют Отель». «Значит ли это, что, например, «Марриотт Роял Аврора» или «Арарат ПаркХаятт» не достойны этого статуса? Безусловно, нет. Так что станет ли гостиница «Хилтон Ленинградская» проходить процедуру классификации по системе Ростуризма, этот вопрос будет решать менеджмент отеля», - отмечает Елена Риставара, директор по консалтингу компании Colliers International. По

данным JLL, к категории 5* de luxe по международным стандартам гостиница не относится, зато «просто» 5* полностью соответствует. Плюс, по словам Марины Смирновой, состоит в том, что Hilton Moscow Lem'ngradskaya расположена в некотором отдалении от вокзалов. Большинство приезжающих идут либо к метро, либо к универмагу «Московский», расположенным в другой стороне от гостиницы. Непосредственно перед Hilton Moscow Lem'ngradskaya уже нет характерной для вокзалов суеты. Традиционно привокзальные гостиницы позиционируются в сегменте 2-3*, поскольку считается, что именно такие объекты пользуются основным спросом. Однако в мировой, да и в московской практике этот принцип не всегда находит подтверждение: достаточно вспомнить гостиницу «Рэдиссон Славянская». «С учетом специфики именно этого здания не было никакого смысла открывать на месте «Ленинградской» трехзвездочный отель», - считает Марина Смирнова.

До 60% клиентов пятизвездочных отелей в России составляют иностранцы. Возможно, в Hilton Moscow Lem'ngradskaya будет больше российских клиентов именно за счет близости к вокзалам. В гостинице могут останавливаться топ-менеджеры региональных компаний, находящиеся в Москве проездом. Учитывая, что большинство экспрессов на Санкт-Петербург уходят поздно вечером, кто-то будет бронировать номера в гостинице всего на несколько часов - на время ожидания поезда. «Близость к метро, вокзалам, центру города, уникальность и узнаваемость архитектурного решения здания - ключевые требования к высококлассному гостиничному объекту. В этом смысле местоположение Hilton Moscow Lem'ngradskaya на площади трех вокзалов - это «плюсы» отеля», - полагает Елена Риставаара. Михаил Козлов, начальник управления гостиничного бизнеса ЗАО «Моспромстрой», также характеризует местоположение гостиницы - рядом с вокзалами, практически в центре города и по соседству с офисным центром - как удачное.

Памятник архитектуры Отель Hilton Moscow Lem'ngradskaya расположен в высотном здании, фундамент которого был заложен честь празднования 800-летия Москвы в 1947 году. Возведение 7 высотных зданий, включая гостиницу «Ленинградская», должно было подчеркнуть архитектурный облик самого центра столицы, Садового кольца и нового района города. Позднее в одной из высоток разместилось Министерство иностранных дел, в другой Министерство тяжелого машиностроения, третья высотка стала гостиницей «Украина», четвертую занял Московский государственный университет, а еще две стали жилыми домами. В седьмом по счету высотном здании, построенном по проекту архитекторов Леонида Полякова и Андрея Борецкого, в течение последних 50 лет располагалась

гостиница «Ленинградская». При высоте 136 м здание тем не менее является самым невысоким из «семи сестер» и композиционно разделено на три части: первые шесть этажей в основании поддерживают 13-этажной прямоугольник, за которым следуют небольшая восьмиугольная башня и 24-метровый шпиль, увенчанный пятиконечной звездой в обрамлении колосьев пшеницы на фоне лучей восходящего солнца. Здание гостиницы входит в официальный перечень объектов исторического и архитектурного наследия столицы. «С точки зрения архитектуры бывшая гостиница «Ленинградская» - один из самых интересных и безукоризненных объектов старой Москвы. Из семи знаменитых сталинских высоток она самая изящная. А старинный интерьер гостиницы и сегодня поражает роскошью», - рассказывает Георгий Пелеев, руководитель проекта проектной фирмы «АРС» ЗАО «Моспромстрой».

Просторные холлы отеля сохранили атмосферу величественности и торжественный вид, присущие архитектуре 50-х годов прошлого столетия. Это причудливый микс нарышкинского барокко, готики и элементов древнерусского зодчества. Два парадных вестибюля отеля разделены воротами, ажурная вязь которых повторяет орнамент Золотых ворот Верхоспасского собора Московского Кремля. Потолок второго вестибюля высотой 12 м создан из позолоченных деревянных резных панелей и украшен четырьмя массивными бронзовыми люстрами по 75 ламп каждая. Два бронзовых льва стоят на страже у основания двух великолепных лестниц из белого мрамора. Они ведут на второй этаж, откуда открывается вид на одну из двух люстр, расположенных в проеме между вторым и шестым этажами. Эта люстра некогда вошла в Книгу рекордов Гиннеса как самая длинная бронзовая гирлянда-светильник. «Ленинградская» оказалась настолько роскошной, что уже в 1953 году стала объектом критики на Всесоюзном совещании архитекторов. Гостиницу приводили в качестве примера «неоправданного удорожания строительства и декоративных излишеств». Архитектора лишили Сталинской премии, и ни одна из советских гостиниц больше не отличалась столь богатым интерьером.

По словам Георгия Пелеева, даже современные пятизвездочные отели, как правило, не могут позволить себе такого размаха в оформлении. Просторные помещения «Ленинградской» также редкость для современных гостиниц. Такой «размах» свойствен разве что «Президент Отелю», который строился много лет назад. Там, где размещается один холл гостиницы, современные архитекторы скорее всего уместили бы сразу три этажа. Поэтому Hilton Moscow Leningradskaya имеет ряд существенных преимуществ перед новыми зданиями пятизвездочных отелей.

Непростая реконструкция Реставрационные работы в Hilton Moscow Leningradskaya велись с 2005 года. «В гостинице полностью заменены технические и инженерные системы, которые были изношены на 90 процентов. Рабочие установили новые лифты, противопожарную систему, заменили системы водоснабжения и вентиляции, электропроводку, канализацию, отопление», - рассказывает Михаил Козлов. Дизайнерскую концепцию проекта выполняло западное дизайн-бюро, а инженерное оборудование и системы связи устанавливала проектная фирма «АРС». Статус памятника архитектуры, присвоенный гостинице, сказался на удорожании работ. Ведь для того, чтобы создать систему коммуникаций в старом здании, нужно ломать стены. «Гораздо проще создавать систему коммуникаций в новом здании. Но могу сказать, что мы справились с этой непростой задачей, и инфраструктура Hilton Moscow Leningradskaya сегодня соответствует всем мировым стандартам», - отмечает Георгий Пелеев.

В результате перепланировки количество номеров с 329 уменьшилось до 273, а их минимальная площадь увеличилась с 18 кв. м до 33. Разрешение на проведение подобных работ, как отмечают игроки рынка, получить очень непросто. Часто главным недостатком исторических зданий является именно невозможность перепланировки в связи с новыми реалиями рынка. «Например, в случае с «Националем» каждая перепланировка проходит согласование в Комитете по охране памятников исторического наследия. Создается специальная комиссия, которая решает, можно ли, например, увеличить площадь ванной комнаты. И, как правило, постановление бывает отрицательным», - рассказывает Анна Амосова, менеджер по маркетингу гостиницы «Националь». Реконструкция «Ленинградской» велась под пристальным наблюдением Москомнаследия. Главным условием было сохранение архитектурно-художественного образа отеля. Сегодня глава Москомнаследия Валерий Шевчук называет реставрацию «Ленинградской» образцовой.

Современная инфраструктура

В данный момент отель Hilton Moscow Leningradskaya включает в себя 273 обновленные гостевые комнаты, оснащенные самым современным оборудованием. В каждом номере есть кондиционер и климат-контроль, высокоскоростной Интернет и WI-FI, жидкокристаллический телевизор, многоканальное спутниковое телевидение, электронная ключ-карта, мини-бар и многое другое. По словам Йорга Бегинена, генерального менеджера отеля, «особенность номеров - это потолки высотой 3,5 м и большие окна, откуда открывается великолепный вид на

Москву». Для самых требовательных гостей отель предлагает пять исторических люксов, где были воссозданы стильные интерьеры и элементы декора эпохи 50-х годов. Площадь каждого люкса составляет 90 кв. м. Самым роскошным номером отеля по праву считается трехкомнатный президентский люкс с элегантной обстановкой в классическом стиле.

Для гурманов Hilton Moscow Leningradskaya предлагает ресторан «Джанус» с изысканной международной кухней, кафе «Лобби Лаундж» и бар «Ленинград». Также в отеле есть оздоровительный клуб, который включает тренажерный зал, бассейн и сауну и открыт для посещения круглосуточно. К услугам путешественников предлагается и бизнес-центр - это специальное помещение, оборудованное компьютерами и техникой. Есть шесть переговорных комнат, пункт обмена валюты, цветочный и сувенирный бутики. Не выходя из гостиницы, постояльцы смогут посетить салон красоты, медицинский центр, воспользоваться услугами химчистки, приобрести авиа - и железнодорожные билеты, туристические путевки и экскурсионные туры.

Как отметил г-н Бегинен, «особую ценность представляет перестройка, в результате которой удастся максимально использовать полезную площадь». Наличие нескольких бальных залов и даже казино в здании позволило безболезненно решить проблему конференц-площадей. «У нас есть великолепный бальный зал на 180 человек, предназначенный для торжественных и деловых мероприятий. Этот зал еще до открытия гостиницы забронирован для проведения ряда мероприятий», - рассказывает г-н Бегинен. По словам топ-менеджера, старое имя гостиницы влилось в новое название отеля Hilton Moscow Leningradskaya так же гармонично, как прежние интерьеры вписались в формат отеля XXI века.

Большие перспективы В качестве основных конкурентов Hilton Moscow Leningradskaya эксперты называют Ritz Carlton, Intercontinental и Four Seasons. Как отмечает Анна Амосова, с вводом нового отеля ситуация на рынке существенно не изменится. Рынок сейчас перегрет, загрузка достигает 100% почти каждый день, поэтому небольшая «разгрузка» не сильно ужесточит конкуренцию. Эксперт отмечает, что сегодня исторические здания обладают целым рядом преимуществ перед «новоделами». Во-первых, каждый отель «с историей» имеет свой особый, уникальный колорит. По сути это самостоятельный бренд со своими традициями, системой ценностей и особым гостеприимством. Конечно, при условии, что «начинка» соответствует фасаду: номера должны хранить печать времени. «Такие отели привлекают первых лиц государств и сильных мира сего благодаря эксклюзивным, неповторимым интерьерам», - отмечает Анна Амосова.

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

22 мая, № 75

Исторические гостиницы могут позволить себе высокие цены на номера и, как правило, являются высокорентабельными. Положительным фактором для Hilton Moscow Leningradskaya игроки рынка называют и то, что в качестве управляющей компании выбрана американская Interstate Hotels&Resorts - с большим опытом работы на российском гостиничном рынке. По мнению Елены Риставаара, гарантией того, что Hilton Moscow Leningradskaya будет соответствовать международным стандартам бизнес-отеля высокого класса, является известный международный бренд Hilton.

◆ [Commercial Real Estate](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Regions

МОСКВА И ПЕТЕРБУРГ ОТСТАЮТ ОТ МИРОВЫХ СТОЛИЦ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПЛОЩАДЕЙ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Несмотря на активную фазу роста коммерческой недвижимости Москвы и Санкт-Петербурга, эти два российских мегаполиса существенно отстают от крупных мировых столиц по количеству квадратных метров коммерческой недвижимости на душу населения. [Об этом сообщил директор департамента инвестиционного консалтинга компании Colliers International \(Санкт-Петербург\) Николай Казанский. По его словам, за 2007 год в Петербурге введено около 1 млн. кв. м торговых площадей. В этом году планируется удвоение офисного сектора, а темпы ввода складской недвижимости будут увеличены более чем в два раза. Но эти показатели остаются небольшими по сравнению с другими крупными городами мира, отметил Казанский.](#)

[По его данным, обеспеченность качественными торговыми площадями в Санкт-Петербурге выше, чем в Москве \(около 300 кв. м на 1 тысячу жителей против 180 кв. м в Москве\). В то время как, например, в Варшаве и Дубае эти показатели составляют около 750 кв. м на каждую 1 тысячу жителей соответственно.](#)

[Однако, как отмечает эксперт, что касается офисной недвижимости, то тут Москва опережает Санкт-Петербург. В Москве на 1 тысячу жителей приходится около 500 кв. м офисов, в Санкт-Петербурге – около 200 кв. м. При этом, для сравнения, в Лондоне на каждую 1 тысячу жителей приходится 7 тысяч кв. м. офисных площадей, а в Стокгольме – более 5,5 тысячи.](#)

◆ [РБК daily](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

«\$80 МЛН ЗА «ТЩЕСЛАВИЕ»»

Девелопер Василий Сопромадзе собирается выставить на аукцион Фонда имущества здание галереи Vanity («Тщеславие») на Казанской, 3, за \$80 млн. На следующей неделе Сопромадзе рассчитывает подписать с Фондом имущества Санкт-Петербурга договор о продаже здания на Казанской ул., 3. Переговоры с девелопером близки к завершению, аукцион может состояться в IV квартале этого года, подтвердил через пресс-службу фонда начальник его отдела по работе с имуществом частных собственников Николай Яблоков.

Здание построено в 2005 г. Его общая площадь — 6000 кв. м, торговая — 4377 кв. м, площадь земли под ним — 2274 кв. м. На Казанской, 3, два арендатора — галерея бутиков Vanity Opera и ресторан «Терраса». Договоры с ними, по словам Сопромадзе, действуют до 2020 г., годовой доход от сдачи в аренду площадей комплекса составляет примерно 5 млн у. е. (среднее арифметическое между долларом и евро). В 2010 г. он может увеличиться, поскольку арендные ставки по договору пересматриваются раз в пять лет, говорит он. Управляющий Vanity Opera Регина Савостина отказалась от комментариев. Сопромадзе хочет выставить здание по начальной цене — \$80 млн, или по \$13 000 за 1 кв. м. Яблоков также называет начальную цену этого лота примерно в \$80 млн. Он уверен, что борьба за здание на Казанской, 3, будет серьезной. «Это единственный торговый центр рядом с Невским проспектом, построенный недавно и отвечающий всем современным требованиям», — считает он.

«Рядом с Невским проспектом таких зданий действительно нет, но цена завышена, — говорит управляющий УК «Теорема» Игорь Водошняков. — Будет сложно найти покупателя при сроке окупаемости сделки больше 15 лет. Я удивлюсь, если Василий [Сопромадзе] сможет его продать». Это нормальный срок окупаемости при покупке готовых объектов, полагает Владислав Голиков, гендиректор девелоперской компании «Бизнес-союз», которая в апреле купила на торгах Фонда имущества здание на ул. Маяковского, 12. Но его компания вряд ли будет участвовать в торгах. Объект, скорее всего, заинтересует не девелоперов, которые зарабатывают на добавленной стоимости после строительства объектов, а фонды, которым важнее стабильный доход, рассуждает менеджер. Управляющий фондами Kazimir Partners Дмитрий Крюков отмечает, что стоимость здания на Казанской, 3, сильно завышена. «Отношение дохода к цене объекта составляет примерно 8%, а мы готовы работать с доходностью не меньше 13%», — рассуждает он.

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

22 мая, № 75

«За \$80 млн и дороже здание приобретет только заинтересованный в подобном объекте инвестор. Для игроков, ориентированных на рыночные условия, адекватной будет цена в \$60 млн», — говорит директор департамента инвестконсалтинга петербургского офиса Colliers International Николай Казанский. Объект можно переоборудовать и в бизнес-центр, добавляет он.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)